

MOVIMENTO BOOKTUBERS: PRÁTICAS EMERGENTES DE MEDIAÇÃO DE LEITURA

BOOKTUBERS MOVEMENT: EMERGING PRACTICES OF READING MEDIATION

Claudia Souza Teixeira
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro
claudia.teixeira@ifrj.edu.br
Andressa Abraão Costa
Instituto Ayrton Senna
andressaufjr@gmail.com

RESUMO: Este trabalho objetiva investigar as práticas de mediação de leitura desenvolvidas por *booktubers*, jovens que utilizam o *YouTube* para compartilhar informações sobre livros e interagir com outros leitores. Parte-se de conceitos relativos à leitura e à sua mediação, para, em seguida, tratar de aspectos relacionados ao ciberespaço, à formação de comunidades virtuais e ao fenômeno *Booktubers*. Por fim, como resultado de uma análise documental de 100 vídeos postados por *booktubers*, são mostradas características das práticas de mediação desses sujeitos e os tipos de livros mais comentados por eles. Conclui-se que as práticas convencionais de mediação de leitura funcionam como base para a atuação dos *booktubers*, mas são adaptadas às novas maneiras de elaboração, criação e organização possibilitadas pela *Internet*.

PALAVRAS-CHAVE: *booktubers*; *vlogs* literários; mediação de leitura; comunidades virtuais.

ABSTRACT: This paper intends to investigate reading mediation practices develop by the *booktubers*, young people that use the *YouTube* in order to share information about books and to interact with other readers. We begin presenting some concepts related to reading and mediation activities, and then, talk about some aspects of cyberspace, the formation of virtual communities and the *Booktubers* phenomena. At last, as a result of a documental analysis of 100 videos posted by *booktubers*, we show the characteristics of these emerging mediation reading practices and the types of books that are more commented by them. We conclude that the conventional practices of reading mediation are the bases for the *booktubers*' actuation, but they are adapted to the new kinds of elaboration, creation and organization enabled by the *Internet*.

KEYWORDS: *booktubers*; literature *vlogs*; reading mediation; virtual communities.

1 Introdução

A ampliação da oferta de suportes digitais, a partir da arquitetura Web 2.0, potencializou os processos de produção e divulgação de informações e provocou (re)leituras sobre os novos modos e as novas práticas de mediação de saber e de aprendizados possíveis nesse contexto virtual.

A interação entre as pessoas e o compartilhamento de ideias ocorrem desde o início das sociedades humanas. Entretanto, no século XXI, tais atividades podem partir de experiências não-virtuais e ganhar contornos virtuais no ciberespaço, como, por exemplo, a construção de *vlogs*, espécie de diários que são compartilhados *online*, em vídeo, por seus produtores internautas.

Sem entrar no mérito da questão de serem as mídias digitais e as plataformas virtuais maléficas ou benéficas, este trabalho pretende analisar recursos, estratégias, modos de se utilizar e de se apropriar de algumas dessas mídias e plataformas. O interesse desta pesquisa é a mediação de leitura no ambiente virtual, buscando-se compreender as potencialidades de criação e inovação desse ambiente e dos internautas. Dessa forma, focará *vlogs* literários participantes de um movimento intitulado *Booktubers* (*book* – livro, *tuber* – produtores de vídeos postados no *YouTube*).

Por ser um movimento muito novo, há poucos referenciais bibliográficos específicos sobre ele. Em resumo, compõem esse movimento leitores assíduos produtores de conteúdo audiovisual e conectados à Internet que compartilham sinopses, resenhas, opiniões sobre livros, utilizando estratégias e recursos que acabam por incentivar a leitura e ampliar o público de seguidores de seus canais literários.

A escolha do movimento *Booktubers*, como objeto desta pesquisa, deve-se ao interesse em indicar um caminho possível de investigação acerca dos novos modos de ser leitor. O “leitor 2.0” interage com o ciberespaço e participa dele sem abandonar necessariamente a prática e, principalmente, o gosto pela leitura. Além disso, apoia um (re)olhar na concepção e nos dispositivos de formação de um público leitor do século XXI, um leitor protagonista, criativo, produtor, disposto a “despertar um autêntico desejo de ler” em comunidades virtuais (CECCANTINI, 2009, p. 227).

Vale destacar que, neste trabalho, a orientação teórica sobre leitura e mediação na formação de leitores balizou-se em Petit (2009) e em Ceccantini (2009). Esses especialistas, longe de uma visão ingênua sobre formação de leitores jovens, destacam a importância da mediação como fundamental e determinante para o desenvolvimento de um público leitor. Em especial, no caso de obras reconhecidas como paraliteratura ou subliteratura: os *best-sellers*. Neste trabalho, tais denominações foram substituídas por “literatura de entretenimento”; enquanto o termo literatura culta passou a “literatura de proposta” (PAZ, 2004, p. 6).

Ressalta-se, ainda, que as características desses dois tipos de literatura e a discussão sobre a possibilidade de os *best-sellers* serem obras literárias, assuntos analisados recorrentemente por especialistas e pesquisadores, não são aspectos detalhados neste trabalho. O foco da pesquisa é o estudo de como os leitores se apropriam do ambiente da Web 2.0 para continuar suas práticas virtualmente e, sobretudo, como a mediação de leitura se dá nesse contexto.

Após a abordagem teórica sobre leitura e mediação na formação de leitores, mostra-se como o *YouTube* impactou as produções de conteúdo audiovisual postadas na Internet (BURGUESS, J; GREEN, J, 2009, p. 21). Para tratar o ambiente virtual como espaço de interatividade, vale-se da conceituação do ciberespaço e da cibercultura (LÉVY, 1999, p. 94; 118). Considerando-os construção criativa da cibercultura, reconhecem-se os canais literários como *vlogs*, mas com peculiaridades estruturadoras do movimento *Booktubers*. Na sequência, após apresentação das características desse movimento, mostram-se conclusões da análise de 100 vídeos postados em dez

canais/vlogs literários.

2 Leitura e mediação

A importância da leitura e os seus efeitos positivos são ressaltados por educadores, bibliotecários e pesquisadores. Petit (2009), em anos de investigação sobre os reflexos e os impactos da leitura em crianças e jovens, defende ser essa a chave para a cidadania ativa.

Para a autora, os livros têm um papel transformador ao possibilitar que o leitor desenvolva seu espírito crítico, afirme uma singularidade/identificação, consiga o distanciamento e a interioridade necessária para “circular em terras alheias” (PETIT, 2009, p. 27) e, principalmente, aproprie-se do texto, conferindo-lhe variados significados.

Petit (2009) sustenta a tese de que os seres humanos se formam na intersubjetividade, no encontro de subjetividades, alterando e constituindo-se a si mesmos atravessados pelas histórias dos outros. Por isso, o leitor não deve ser considerado uma página em branco, mas sujeitos com valores e gostos construídos na coletividade.

Em relação à proximidade ou ao afastamento em relação ao universo da leitura, a maneira como a chegada ao texto ocorre determina se o encontro com os livros será um caso de união, achado, descoberta; ou colisão, combate e repulsa. Esse cuidado com o caminho de chegada à leitura é essencial para a formação leitora, que se constrói por diferentes tipos de estratégias.

Na maioria dos casos, no entanto, a descoberta do universo da leitura não se dá de forma integralmente autônoma. O contato com leitores experientes ou/e assíduos (familiares, amigos, professores, bibliotecários etc.) favorece a construção do gosto ou/e da prática da leitura. Segundo Petit (2009, p. 154):

O gosto pela leitura não pode surgir da simples proximidade material com os livros. Um conhecimento, um patrimônio cultural, uma biblioteca, podem ser letra morta se ninguém lhes der vida. Se a pessoa se sente pouco à vontade em aventurar-se na cultura letrada devido à sua origem social, ao seu distanciamento dos lugares do saber, a dimensão do encontro com um mediador, das trocas, das palavras “verdadeiras”, é essencial.

A partir dessas observações, a autora defende que a mediação de leitura pode constituir-se em prática potencializadora para a ampliação do número de leitores, através do estímulo à relação de liberdade, encantamento, compartilhamento e abertura em relação aos livros:

[...] quando um jovem vem de um meio em que predomina o medo do livro, um mediador pode autorizar, legitimar, um desejo inseguro de ler ou aprender, ou até mesmo revelar esse desejo. E outros mediadores poderão em seguida acompanhar o leitor, em diferentes momentos de seu percurso (PETIT, 2009, p. 148).

A autora lembra que a entrada no universo da leitura não se deriva sempre de uma

necessidade pragmática, visando a um aprendizado específico. Além disso, faz uma crítica aos que defendem ser a leitura de obras literárias possível só para os “bem-nascidos”. Ceccantini (2009, p. 210) também problematiza a visão ingênua de ser a leitura literária um caminho espontâneo e natural apenas para aqueles que possuem um dom, uma qualidade inata para tal atividade.

Tanto Petit quanto Ceccantini criticam a instrumentalização pedagógica da leitura literária em detrimento do princípio básico da mediação ou animação de leitura. Esse princípio orienta-se pela intenção de transmitir a paixão pela leitura de forma libertária, ao “[...] despertar um desejo autêntico de ler, ao contrário de fazer ler a qualquer custo, coisa, aliás, que a escola tradicionalmente sempre fez [...]” (CECCANTINI, 2009, p. 216).

Ceccantini reforça que a perspectiva não utilitarista não endossa o espontaneísmo; ou seja: ler exige investimento, esforço e uma postura ativa. Cabe ao mediador explorar meios de estimular o gosto pela leitura, sem desconsiderar suas particularidades, exigências e seus riscos.

Um aspecto destacado pelos autores é o ostracismo ou afastamento provocado pela leitura. O ato de ler é, em geral, solitário, e o abandono da vida social é comum aos “devoradores” de livros. Esse é um aspecto desafiante aos que se propõem a serem mediadores (ou animadores) de leitura.

Ainda assim, Ceccantini (2009) salienta – focando a juventude leitora, em que se destacam o sentimento de pertencimento, a construção de comunidades, a convivência em “tribos” – que a tendência é a de construção da identidade em um coletivo, que irriga, sob esses parâmetros, a forma como se dá a relação com a leitura:

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

Os princípios de mediação e de leitura comuns e conhecidos em diferentes espaços, como bibliotecas, salas de leitura, ganham novas apropriações e contornos quando são os jovens que autonomamente planejam e elaboram atividades de incentivo, como ocorre na *Internet*. Segundo o autor, esse processo conta com uma lógica própria que desenvolve práticas leitoras emergentes, embora ainda restritas essencialmente “a grupos de classe média/alta, por depender das novas tecnologias” (CECCANTINI, 2009, p. 224-225).

A organização desses grupos em plataformas digitais, como as redes sociais, por exemplo, amplia as possibilidades de agrupamentos colaborativos em um espaço virtual. Logo, observa-se que as dinâmicas nesse cenário contam com interfaces e recursos ampliadores de criações e produções.

Em um universo de fãs conectados, que compartilham temáticas de interesse comum, as práticas de mediação de leitura consagradas são remodeladas em

mecanismos e modos que evocam participação efetiva e interação. Por essas práticas não buscarem atender a um currículo oficial ou a exigências institucionalizadas e convencionais, sua lógica de participação e produção forma uma “mitomania” leitora com o seu próprio currículo oculto, como afirma Martos Nuñez (2006, p. 67 apud CECCANTINI, 2009, p. 224):

[...] do ponto de vista dos fãs (mas também da educação literária) a apropriação sem intenção de lucro destes mundos imaginários é um aperitivo para o desenvolvimento da criatividade pessoal e da colaboração em grupo, pois normalmente os fãs tendem a agrupar-se e compartilhar atividades de todo tipo, como “Webs”, comunidades virtuais, convenções, jogos de disfarces, livros de imagens com seus personagens favoritos etc. Forma-se, assim, uma mitomania leitora que faz lembrar bastante, em Didática, o que se descreve como currículo oculto ou paralelo ao currículo oficial, neste caso, como um tipo de leitura subjacente ao cânon instituído e prestigiado pela sociedade, escola ou a biblioteca.

Em um contexto de animação/mediação literária, o compartilhamento coletivo é o fio condutor de muitas práticas com a intenção primeira de estimular o gosto pela leitura, não visando somente às obras ditas canônicas, isto é, selecionadas como legítimas e modelares por autoridades da crítica literária. Em muitos casos, atendendo a um gosto comum atualmente, sobretudo entre os mais jovens, há um destaque aos livros estrangeiros, em especial, aos considerados *best-sellers* (“mais vendidos”). De certo modo, muitos dos temas e técnicas de narração desses livros já eram explorados pelas obras clássicas, mas, devido à qualidade técnica e estética, mantêm-se atuais, servindo de inspiração para obras contemporâneas.

Quanto à qualidade literária, Paz (2004, p. 2) menciona que a dos *best-sellers*, muitas vezes, é julgada a partir dos parâmetros utilizados para análise da “literatura de proposta” (alta literatura, erudita, cânone), nomenclatura sugerida por Umberto Eco (1989). Segundo Paz, essa comparação é um equívoco, porque os valores imbricados são diferentes; além disso, ela defende uma discussão mais pragmática sobre em que circunstâncias, “por que” e “por quem” uma obra é ou não considerada literária:

Se o *best-seller* é resultado do processo de industrialização e efeito da ação capitalista sobre a cultura, é preciso levar em conta também que esse tipo de narrativa tende a constituir-se em “campeão de vendas” porque se configura uma poderosa estimuladora de leitura [...]. Além do mais, muitos editores concordam que é necessário produzir *best-sellers* para poder publicar também boa literatura (PAZ, 2004, p. 2).

Na tentativa de romper com discursos preconceituosos e elitistas dicotômicos (feito *versus* belo, sublitteratura *versus* alta literatura), a autora seleciona os termos “entretenimento ou trivial” como possibilidade referencial às obras de ficção e de não-ficção com alta vendagem. Segundo Paz, o uso de definidores como *best-seller*, contralitteratura, sublitteratura etc., tomados em sentido negativo, apoia uma “arrogância aristocrática”, conduzindo a recepção da obra a partir de julgamentos pejorativos, perdendo-se, assim, oportunidades formativas importantes da prática de leitura (PAZ, 2004, p. 6).

Em Petit, também se encontram algumas passagens sobre a literatura de entretenimento como um dispositivo mobilizador, um “desenferrujador” de olhos. A autora também argumenta que algumas obras desse tipo oportunizam o despertar da imaginação e da curiosidade leitora até mesmo como ponte para outros títulos mais sofisticados em retórica e linguagem. Petit faz um apelo aos estudiosos sobre os *best-sellers*: “Podem ser também um pretexto para compartilhar, para conversar. Portanto, não sejamos puritanos” (PETIT, 2009, p. 175).

Em Petit e em Paz, há referências a como o incentivo à leitura dos mais vendidos participa como um apoiador, uma primeira etapa para o leitor médio avançar a textos mais elaborados e complexos, possibilitando assim contato com um maior número de obras de qualidades diversas. O intuito será sempre o de desenvolver capacidades leitoras de seleção, assimilação e atribuição de sentidos a partir da própria vivência do leitor.

Discordando de alguns autores que criticam a literatura de entretenimento/trivial, Paz aposta na literatura de entretenimento como estimuladora do gosto pela leitura e alerta:

[...] não é a existência da literatura trivial que gera pessoas sem senso crítico, mas sim uma má formação educacional, familiar, cidadã. [...]. A inabilidade de julgar intelectualmente as obras triviais é resultado dos graves problemas sociais e educacionais brasileiros. É a confecção de um filtro de defesa contra os efeitos nocivos da indústria cultural que os críticos e pensadores literários devem se ater. E para isso está na hora de se perguntar por que o leitor médio prefere a “literatura trivial” à “literatura de proposta”, como funcionam seus mecanismos de sedução (PAZ, 2004, p. 5).

Ampliando a discussão acima, Petit (2009, p. 148) sublinha a importância do mediador de leitura nesses casos e reforça a relevância de seu repertório e sua sensibilidade no sentido de cuidar e apoiar o leitor em suas escolhas literárias. O mediador seria, então, um provocador de superações e desafios ao leitor.

Importa a esta pesquisa analisar a mediação de leitura realizada por um segmento que surgiu com o desenvolvimento das tecnologias da informação e o consequente interesse por elas: os *booktubers*; jovens que comentam, através de vídeos na plataforma *YouTube*, sobre livros. No entanto, primeiramente, será mostrado como essa plataforma possibilitou o surgimento desses mediadores.

3 O ciberespaço e o *YouTube*

A ideia de ciberespaço não se limita à infraestrutura material e tecnológica envolvida, mas indica a infinita espiral de possibilidades de os seres humanos explorarem e ampliarem esse universo. Lévy salienta que a cibercultura se promove nesse ciberespaço:

O termo [ciberespaço] especifica [...] o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de

valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 17).

Dentre vários usos e recursos projetados a partir da *Web 2.0*, a criação e a apropriação de redes sociais, como o *YouTube*, é um efeito da ampliação do ciberespaço, que se retroalimenta de um movimento social liderado, em geral, por uma juventude urbana escolarizada. Ainda segundo Lévy:

Em primeiro lugar, [...] o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 1999, p. 11).

O autor atribui o crescimento inicial do ciberespaço às palavras de ordem desses jovens: interconexão, criação de comunidades virtuais e inteligência coletiva. A interconexão, como uma facilitadora para a interatividade, aproxima indivíduos e lugares, colocando-os em contato. As comunidades virtuais são meios para socialização, como indica Lévy, “quer suas finalidades sejam lúdicas, econômicas ou intelectuais, quer seus centros de interesse sejam sérios, frívolos ou escandalosos” (LÉVY, 1999, p. 132). A inteligência coletiva decorre da intensa troca de informações. É um tipo de inteligência compartilhada que surge da colaboração de muitos indivíduos com suas diversidades de experiências e ideias.

Com o desenvolvimento das TICs, a mediação do saber por um especialista credenciado por uma instituição ou figura de autoridade está sendo, cada vez mais, redimensionada. Para Neves (2014, p. 65), “O especialista, nesse caso, é deslocado, sai do centro e permite que os outros sujeitos apareçam, deixando o lugar de meros espectadores da informação. Assim, a voz do subalterno no ciberespaço entra em evidência”.

O autor entende como subalternos e marginais os participantes do ciberespaço que ficam à margem daqueles autorizados a falar, os hegemônicos, as vozes institucionalizadas sob “forma de lei”:

Um modo possível de colocar o subalterno para falar não é “dando-lhe voz”, ou falando por ele, porém conceder espaço para que ele se expresse espontaneamente. Quando nos referimos à subalternidade, estamos nos referindo à produção de identidades que se submetem, porque introjetam e assumem a perspectiva do colonizador, do dominador. No entanto, numa perspectiva da cibercultura, essa concepção passa a ser desconstruída, pois a entendemos como um lugar de voz, de explosão de significados e reivindicações da cultura marginal, da voz silenciada (NEVES, 2014, p. 66).

O novo fluxo de produção de saber e armazenamento de conhecimento e a divulgação de informações mediadas pela Internet vêm gerando o que Neves (2014, p. 67) chamou de “descentramentos” nos processos pedagógicos tradicionais. A educação de forma institucionalizada, nessa sociedade conectada que lida com o uso crescente das tecnologias digitais, acompanha profundas transformações.

Para Lévy (1999, p. 157):

Qualquer reflexão sobre o futuro dos sistemas de educação e de formação na cibercultura deve ser fundada em uma análise prévia da mutação contemporânea da relação com o saber. Em relação a isso, a primeira constatação diz respeito à velocidade de surgimento e de renovação de saberes e *savoir-faire*...

Ainda segundo o autor, o ciberespaço amplifica, exterioriza e modifica tecnologias intelectuais associadas à memória, imaginação, percepção, raciocínio, em resumo, às funções cognitivas:

Ao prolongar determinadas capacidades cognitivas humanas (memória, imaginação, percepção), as tecnologias intelectuais com suporte digital redefinem seu alcance, seu significado, e algumas vezes até mesmo sua natureza. As novas possibilidades de criação coletiva distribuída, aprendizagem cooperativa e colaboração em rede oferecidas pelo ciberespaço colocam novamente em questão o funcionamento das instituições e os modos habituais de divisão do trabalho, tanto nas empresas como nas escolas (LÉVY, 1999, p. 172).

Vale destacar que o uso das tecnologias digitais pode oportunizar que os usuários articulem inteligência, criatividade e criticidade, emancipando-se. Concorde-se com a reflexão de Lévy sobre o uso dessas tecnologias: “Não se trata aqui de usar as tecnologias a qualquer custo, mas sim de acompanhar consciente e deliberadamente uma mudança de civilização que questiona profundamente as formas institucionais, as mentalidades e a cultura dos sistemas educacionais tradicionais [...]” (LÉVY, 1999, p. 172). Os novos modos de comunicar, interagir, produzir e compartilhar ideias em rede evidenciam as mudanças produzidas pelas novas tecnologias na sociedade.

A popularização da transmissão e exibição de vídeos pela plataforma *YouTube*, assegurada pela facilidade de contar com uma Internet de banda larga, que diminuiu o tempo para carregamento de vídeos, conflui para essa realidade. De modo geral, as pessoas estão passando mais tempo assistindo a vídeos, sejam institucionais ou amadores, não só nas telas dos computadores, mas em seus suportes portáteis (*smartphones* e *tablets*) principalmente, segundo dados da pesquisa *Video Viewers Refresh*, de 2015, publicada no site *Think with Google*¹.

Basicamente, o *YouTube* é um site que possibilita o compartilhamento de vídeos na *Web 2.0*. Essa plataforma digital permite a veiculação de *vlogs*, que vêm assumindo um importante lugar na produção autoral na *Internet*. Eles se diferenciam dos *blogs* (contração do termo inglês *web logs*, “diários da rede”) por se tratarem de vídeos. O termo *vlog* surgiu da abreviação do termo *videoblog* (MONTANHA, 2011, p. 154).

Os *vlogs* emergiram com o advento da conexão de Internet por banda larga. Segundo Montanha, “*vlogs* não são produtos culturais novos. [...] os primeiros vlogueiros haviam surgido entre o final da década de 1990 e o início dos anos 2000” (MONTANHA, 2011, p. 159).

1 INTIMIDADE dos brasileiros com o *YouTube*. *Video Viewers Refresh*. *Think with Google*, Brasil, 2015. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/articles/intimidade-dos-brasileiros-com-youtube.html>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

De acordo com Burgess e Green (2009, p. 192.),

O vlog (abreviação para 'videolog') é uma forma predominante do vídeo "amador" no *YouTube*, tipicamente estruturada sobre o conceito do monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma *webcam* e pouca habilidade em edição. Os assuntos abordados vão de debates políticos racionais a arroubos exacerbados sobre o próprio *YouTube* e detalhes triviais da vida cotidiana.

É preciso salientar que a tese do "amadorismo" ou da "pouca habilidade em edição", citada pelos autores, nem sempre se sustenta. Com a prática, os produtores de vídeos desenvolvem habilidades que orientam uma qualificação e refinamento na produção e edição.

Uma segunda característica básica é o monólogo em frente à câmera, embora, assim como esclarece Montanha, "em alguns casos haja a presença de mais de um 'protagonista', o que, a nosso ver, retira um pouco da essência do *vlog* (o relato de apenas uma pessoa em frente à câmera)" (MONTANHA, 2011, p. 154).

A audiência dos *vlogs*, na maioria dos casos, inicia-se entre pequenos grupos (micromídia), ganha corpo para a formação de um nicho e, a depender da força deste, de acordo com o potencial para a mídia massiva, conquista o interesse do público por meio de reportagens televisivas, premiações/cobertura em eventos ou sucesso de público.

Uma câmera de vídeo ou uma *webcam* e um computador conectado à *Internet* de banda larga são os recursos materiais necessários para produzir um *vlog*. Se este estiver hospedado no *YouTube*, o título convencional para seu produtor é *youtuber*. E, caso o assunto central dos vídeos seja livros e leitura, a intitulação mudará para *booktuber*. Este é um neologismo que articula a palavra *book* (livro, em inglês) com *tuber* (referência ao produtor de conteúdo no *YouTube*).

4 Análise de práticas de mediação de leitura dos *booktubers*

Ser um *booktuber* é fazer parte de uma comunidade leitora, no *YouTube*, que comenta, opina, faz resumos e resenhas sobre livros (e também histórias em quadrinhos). Nessa comunidade, não há critérios para idade, embora, majoritariamente, o público seja de adolescentes e jovens.

O termo oficial *booktuber* surgiu, em 2011, cunhado pelo australiano de apelido Bumblesby, que também produzia vídeos no *YouTube* com críticas e comentários sobre lançamentos editoriais (MANS, 2015). Vale destacar que essa versão não é a única. Como todo movimento surgido na *Internet*, é realmente difícil precisar quem ou quando iniciou exatamente o fenômeno *Booktubers*. Esse movimento formou uma comunidade de leitores digitais distribuída atualmente em vários países. Nos dois últimos anos, os *booktubers* viraram pauta de interesse da grande mídia, com reportagens e matérias sobre o impacto dessa nova dinâmica para as práticas de leitura.

Uma das marcas comuns aos canais de *booktubers* é o incentivo à interação. Observa-se que, nos últimos momentos dos vídeos, o *booktuber* sempre convida o espectador a avaliar (ferramenta *like* ou *dislike* simbolizada pelo dedo polegar voltado

para cima ou para baixo, respectivamente), a comentar o vídeo, a adicionar o *booktuber* em outras redes sociais e, em alguns casos, solicita sugestões de livros.

O usuário logado ao *YouTube* pode, então, interagir com o *booktuber* participando das discussões, fazendo críticas positivas e negativas. Caso o usuário se inscreva no canal, o recebimento de notificações das atualizações desse canal, via qualquer suporte conectado ao Google, dá-se de maneira automática, estabelecendo assim uma parceria de visualizações que retroalimenta a visibilidade e a audiência.

O universo da investigação deste trabalho são as produções audiovisuais de participantes brasileiros do movimento *Booktubers*. Levando em consideração o crescimento exponencial dessas produções na *Internet* e, consecutivamente, o desafio de considerar essa amplitude em constante avanço, orientou-se para uma dimensão de amostragem intencional, que privilegia os elementos que atendam ao problema de pesquisa, o universo observado e as condições de observação.

4.1 Metodologia

A metodologia desta pesquisa é predominantemente qualitativa, baseada numa amostragem intencional, mas reforçada com a apresentação de alguns dados quantitativos. Os critérios de seleção dessa amostragem foram os seguintes: canais literários com mais de 4 mil inscritos, evidenciados pela mídia massiva e com frequentes atualizações de postagens. A partir desses critérios, selecionou-se o universo de 10 canais literários. A escolha dos vídeos (10 de cada canal) orientou-se pela lista de reprodução dos 10 primeiros elencados nos próprios canais. A seleção dos vídeos foi realizada de setembro a novembro de 2015.

O caráter qualitativo explicita-se pela identificação das estratégias de interação e de mediação de leitura utilizadas pelos *booktubers*, visando ao incentivo, à leitura e à ampliação do número de seguidores dos canais literários da amostragem. No entanto, levando-se em consideração o universo dos 100 vídeos analisados, para evidenciar os tipos de livros apresentados nas postagens, haverá a apresentação de dados numéricos referentes às obras de literatura de entretenimento e de literatura de proposta.

4.2 Estratégias de mediação de leitura dos *booktubers*

Quanto à formação acadêmica, os *booktubers* pesquisados são, na maioria, graduados ou universitários das áreas de Arquitetura, Comunicação Social, *Design* e Letras (segundo informações que eles mesmos dão em alguns de seus vídeos). Essas formações acadêmicas, de certa forma, explicam o repertório que influencia na produção e edição de conteúdo, na curadoria dos vídeos, na seleção e filtragem das leituras realizadas.

A seleção de títulos de interesse do público; a organização das *playlists* (ordenação por tipologia de vídeos, por exemplo, lista de vídeos sobre literatura brasileira ou estrangeira); a preocupação com a crítica literária; as dinâmicas de intertextualidade, valendo-se de outros textos para estabelecer um diálogo entre obras; a curadoria da pesquisa sobre autores e o contexto histórico são algumas características da mediação de leitura conduzida pelos *booktubers*.

Observou-se, no entanto, que essas características são mais evidentes em canais de *booktubers* que possuem formação acadêmica. Esses movimentos de seleção e escolha por critérios não podem ser reconhecidos como espontâneos simplesmente, mas como reflexos de uma série de processos formativos ao longo da vida. Esse repertório acaba por forjar práticas de mediação de leitura mais “escolarizadas”, por exemplo, ao reconhecer, na exibição do vídeo, dinâmicas de intertextualidade/interdiscursividade, valendo-se de estratégias de leitura, como pesquisa sobre o contexto histórico e referências temporais.

No canal *Tiny Little Things*, por exemplo, a *booktuber* e professora de Língua Portuguesa Tatiana Feltrin propôs a seus seguidores um projeto de leitura muito similar à de um clube do livro ou de um diário de leitura compartilhado, mas, nesse caso, virtual. O diferencial dessa proposta é a seleção dos títulos. A *booktuber* apresentou uma lista de livros pré-selecionados pelo seu crivo pessoal, em seguida, os seguidores votaram em um deles. Os títulos selecionados participam de um acervo de obras de autores consagrados, como Érico Veríssimo, Proust, Liev Tolstói.

No primeiro vídeo desse projeto, Tatiana apresentou a proposta “Lendo Proust”, que contemplou a leitura dos sete volumes da obra *Em busca do tempo perdido* em 37 vídeos. Meses depois, a leitura do livro *O tempo e o vento*, de Érico Veríssimo, deu continuidade ao projeto. E, na sequência, o livro *Guerra e paz*, de Liev Tolstói.

Feltrin organizou a postagem de vídeos semanalmente, comentando alguns capítulos do livro para os seguidores que interagem não só com postagens no *YouTube*, mas também compartilhando breves relatos, fotos e imagens, via *Twitter* e *Instagram*.

O *booktuber* Victor, do canal *Geek Freak*, nas Maratonas Literárias 24h – uma das estratégias de mediação dos *booktubers* – posta, durante 24h, dicas, comentários, sugestões e opiniões sobre livros lidos ou a serem lidos em parceria com outros *booktubers*. Nessa prática possível em um contexto virtual, utilizam-se outras redes sociais, como o *Twitter*, principalmente, para publicações em até 300 caracteres de charadas e outros jogos interativos de cunho literário. Nas Maratonas 24h, o seguidor acompanha as leituras e interage com os *booktubers* participantes a qualquer horário, porque há um revezamento entre *booktubers* parceiros para atender à proposta de 24h comentando sobre livros. Nesse canal, no universo da amostragem (10 vídeos), todos os livros lidos e comentados por Victor eram de literatura de entretenimento, títulos de ficção de alta vendagem para um público jovem/jovem-adulto.

De modo geral, os *booktubers* aderem a alguns recursos e estratégias comuns. As práticas de mediação de leitura convencionais funcionam como alicerce, ponto de partida e referencial adaptadas às novas possibilidades de elaboração, criação e organização da *Internet*.

O ato de comentar com amigos ou familiares sobre os livros lidos no mês ou as pretensões de leitura, no movimento *Booktubers*, ganha o nome de *Book Haul*. Em um dos vídeos assistidos para esta pesquisa, no canal “Bigode Literário”, o *booktuber* Rafael apresenta e comenta os livros lidos do mês de outubro de 2015. Destaca-se que a maioria dos livros comentados foi enviada por editoras, como *A história bizarra da 2ª guerra mundial*, de Otavio Cohen; *O livro dos monstros*, de Karen Jonz; *O Livro de marcar livros*; *O demonologista*, de Andrew Pyper. No caso desse vídeo, o único título de livro comprado foi o *Tá, e daí? A vida por mim*, de Ana de Cesaro, adquirido na Bienal do Livro de São Paulo e que está na fila de espera etiquetado como TBR (*To Be Read*), ou seja, livro para

ser lido.

A parceria com editoras e livrarias é comum a muitos *booktubers*. Vale destacar também a participação em campanhas publicitárias e de *marketing* relacionadas à leitura. O *booktuber* Bruno, do canal “Minha estante”, e Eduardo Cilto, do “Perdido nos Livros”², apresentaram, em seus canais, a campanha promocional de uma rede de *fast-food*, que consistia na distribuição de um *kit* de livros de literatura infantil com adesivos e adereços personalizados relacionados às histórias na compra de um lanche para crianças.

Os *booktubers* convidados para atuar nessas campanhas são os reconhecidos como mais populares devido ao alto número de inscritos em seus canais e de visualizações de seus vídeos, além da exposição na mídia massiva através de reportagens e entrevistas. Eles fazem parcerias com editoras e livrarias, que enviam livros, principalmente os recém-lançados, para a produção de resenhas ou apresentação dos títulos.

Em contrapartida, livros são sorteados para os seguidores dos canais e descontos oferecidos em compras *online* nessas editoras e livrarias, caso o internauta mencione a visualização da resenha ou apresentação no canal do *booktuber* parceiro. Gera-se, então, uma rede em que todos ganham ou lucram: *booktubers*, editoras/livrarias e seguidores. Uma questão a ser investigada, em outras pesquisas, é a influência dessas parcerias nas escolhas das obras pelos *booktubers* e nas suas avaliações sobre elas.

Depois da leitura de um livro, o leitor geralmente sente o desejo de comentar os impactos que a obra provocou ou até mesmo compartilhar impressões, interpretações e reflexões. Para os *booktubers*, o *Book Talk/Discussão* e as Resenhas asseguram esse compartilhamento. No canal *Literature-se*, a *booktuber* Mell Ferraz propôs, em um de seus vídeos, a *Talk/Discussão* sobre *ghostwriters* (“escritores fantasmas”, desconhecidos do público em geral que vendem seus textos para autores renomados) e sobre preconceito literário. Já no canal “Minha estante”, o *booktuber* Bruno Miranda resenhou, com muito humor, gírias e gracejos, o livro *O grande Gatsby*, de Frances Scott Fitzgerald, compartilhando algumas curiosidades sobre o autor, características das personagens e do fundo de cena da história.

É possível aos *booktubers* participarem, também, de desafios e jogos cujo tema principal são os livros e as leituras. Os vídeos etiquetados/*tagueados* (*Tags*) com um título comum garantem que os *booktubers* conheçam outros participantes do movimento e suas opiniões.

Outra prática dos *booktubers*, o *Bookshelf Tour*, consiste na exibição da estante de livros para os seguidores, comentando-se brevemente os livros preferidos, em que período da vida a obra foi lida e como se deu a aquisição do livro (compra, troca, presente, furto da biblioteca da escola etc.). No “Cabine Literária”, o *booktuber* Danilo exhibe os livros de sua nova estante, alguns já lidos e os TBRs (*To Be Read*), além de indicar como prefere organizar a sua biblioteca particular: em ordem alfabética pelo nome do autor. Títulos como *Mochileiro das galáxias*, de Douglas Adams; *Dom Casmurro* e *Quincas Borba*, de Machado de Assis; *O peculiar*, de Stefan Bachmann (enviado pela editora como cortesia); *Peter Pan*, de Jamie Barrie (presente de um amigo *booktuber*); *Os doze guardiões da luz*, de Luiz Henrique Batista, compõem o acervo particular de Danilo.

Em convergência com o apelo emocional veiculado pelas produções musicais,

2 Atualmente, o canal chama-se “Perdido nos Livros/Eduardo Cilto”.

alguns *booktubers* associam, no *Book Shuffle Tag*, trechos das histórias dos livros a canções e melodias. Assim, compartilham com os seguidores a música que embalaria a história ou um momento tocante da narrativa, em alguns casos, editando uma *remixagem* entre leitura do trecho e música (videoclipe). Em um de seus vídeos, a *booktuber* Ana, por exemplo, em seu canal “Anninha Reads”³, promove uma combinação entre as músicas tocadas na *playlist*, em modo automático, de seu celular, e os livros de sua estante. A primeira música tocada é *This moment*, de Katy Perry, e a associação estabelecida com o livro *Através do universo*, de Beth Revis, justifica-se, segundo a *booktuber*, porque conta a história de Amy, uma menina que vivia em uma nave espacial deixando para trás seu mundo inteiro e que “precisou confiar no momento”.

Um exemplo de reconhecimento do valor formativo da mediação de leitura e do estímulo à reflexão política e cidadã, a partir da leitura literária, é o canal “Cabine Literária”, o único que conta com uma composição de cinco (5) *booktubers* em participações coletivas e/ou publicações individuais postadas no mesmo canal. Além dessa característica específica, os produtores do canal investem em vídeos com discussões conceituais sobre temas que partem do literário para ampliar leituras de mundo. É o caso do vídeo intitulado *Feminismo, mulher e sexualidade*, publicado por Tatiany Leite. Da indicação do livro *Henry e June*, de Anais Nin, como disparador, a *booktuber* estimula a discussão sobre o lugar e a “voz” da mulher na literatura, retratando-os e revelando-os também no campo do erotismo.

Observa-se, então, nos vídeos produzidos pelos *booktubers*, que os modos comuns de organização de discurso e a linguagem não-verbal (postura, tom de voz, gestos etc.) adotada recorrentemente por muitos *vlogueiros* conferem uma identidade a suas produções.

É possível examinar também, em algumas produções, um maior comprometimento com o compartilhamento de opiniões e entendimentos a respeito da história, do enredo do livro, que, em muitos vídeos, são associados também a relatos de experiência pessoal dos próprios *booktubers*. A literatura tem o potencial de inspirar a aproximação empática com as histórias e personagens para estimular a imaginação criadora. Vale salientar que o compartilhamento de leitura realizado pelos *booktubers* orienta-se, a princípio, por um espontaneísmo (ainda que se percebam níveis distintos de roteirização e planejamento prévio), por um desejo de compartilhar, com muitos outros leitores conectados, o sentimento despertado pela leitura de um livro.

4.3 Tipos de obras consideradas nas produções dos *booktubers*

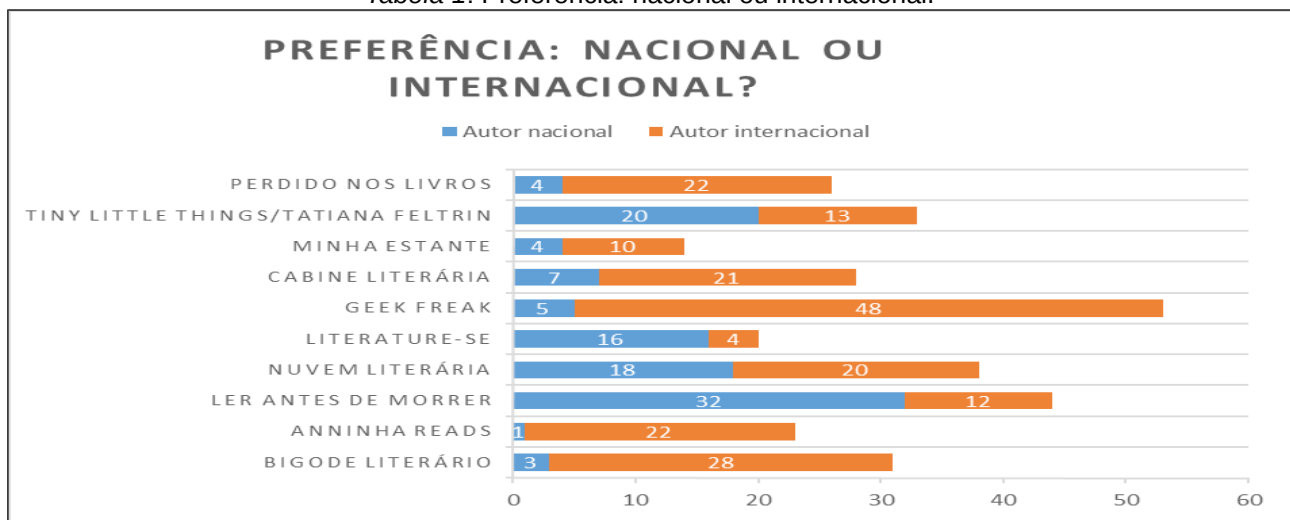
Ao analisar as *playlists* de resenhas dos canais literários da amostragem da pesquisa, com o objetivo de identificar os tipos das obras lidas e compartilhadas pelos *booktubers*, notou-se que algumas temáticas e alguns títulos são privilegiados em detrimento de outros, como, por exemplo, a série *Harry Potter*, de J. K. Rowling; a série *Percy Jackson e os olimpianos*; de Rick Riordan; *O nome do vento*, de Patrick Rothfuss; *A culpa é das estrelas* e *Cidades de papel*, de John Green; a série *A seleção*, de Kiera Cass; a série *Diário de um Banana*, de Jeff Kinney; a trilogia *Divergente*, de Veronica Roth; a trilogia *Jogos vorazes*, de Suzanne Collins.

3 O nome do canal agora é “Ana Caru”.

Os títulos são, em sua grande maioria, de autores estrangeiros. Isso pode ser compreendido como efeito das dinâmicas da globalização, potencializada por uma sociedade conectada em rede e consumidora massiva de produtos internacionais, em que os apelos e as estratégias do mercado editorial encontram espaço para expansão em uma lógica capitalista.

A cada vídeo publicado, o *booktuber* comenta, indica ou menciona o quantitativo de livros que deseja. Dos 100 vídeos analisados (10 por canal), aproximadamente, 310 livros, com margem para a repetição de títulos, foram comentados, indicados e/ou exibidos. A Tabela 1 mostra como livros de autores internacionais (200) aparecem, de modo geral, em maior número em comparação com os de autores nacionais (110).

Tabela 1: Preferência: nacional ou internacional.



Fonte: Costa (2016).

Títulos como os mencionados anteriormente, de autores estrangeiros, avaliados pela crítica literária como paraliteratura, *best-sellers*, ou, como este trabalho denomina, literatura de entretenimento/trivial, organizam-se em torno de um discurso específico como resposta a um modelo de mercantilização de produtos culturais. Sodré (1978, p. 84) afirma que são 4 (quatro) os elementos recorrentes e constitutivos de obras produzidas para atender à demanda do mercado: o herói, a atualidade informativo-jornalística, as oposições míticas e a preservação da retórica culta/consagrada.

Recorrentemente, as histórias contam com a figura simbólica do herói valoroso projetado para a identificação do leitor; a atualidade informativo-jornalística, que virtualiza, a partir da imaginação, a participação do leitor no contexto cultural, tecnológico, das descobertas, dos fatos jornalísticos narrados; as oposições binárias, como Deus e o diabo, luz e sombra, o bem e o mal, o perseguidor e o perseguido; e a preservação da retórica consagrada, ligado à norma culta para a manutenção de uma ordem realista e aproximada.

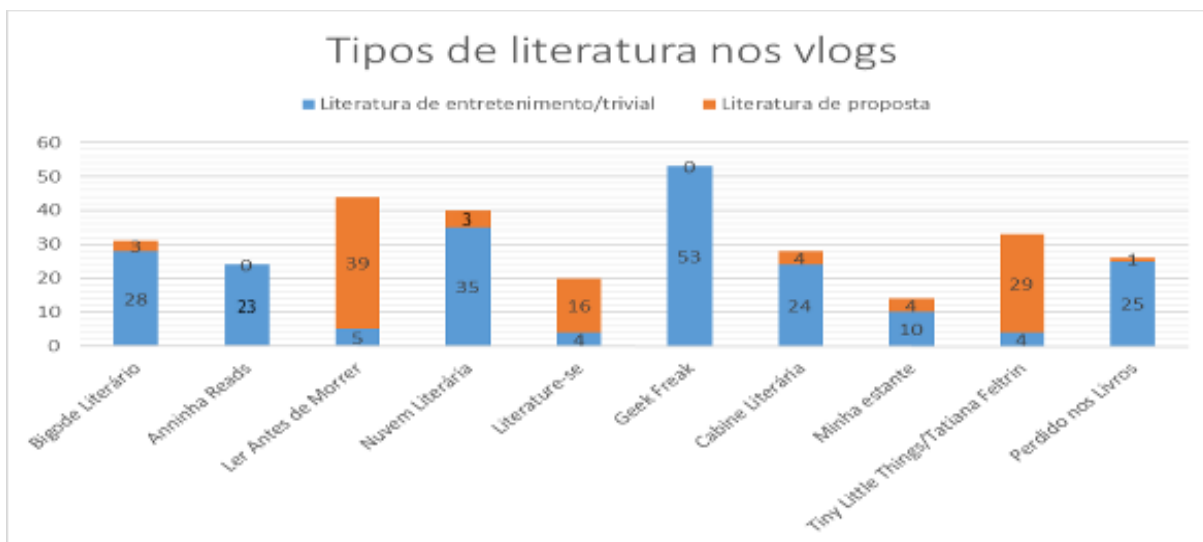
Esses elementos-moldes orientam a escrita de muitas obras direcionadas a um público jovem e jovem adulto, ou seja, de temáticas *Young Adult* e *New Adult*. Essas

denominações são propostas pela Young Adult Library Services Association (YALSA)⁴, associação norte-americana de livrarias e bibliotecas que tem a missão de expandir e articular serviços de livrarias para jovens de 12 a 18 anos, a fim de emponderá-los como leitores. Essa associação conta com membros pesquisadores das áreas de leitura e literatura.

Vale destacar que o percentual de vídeos analisados, nesta pesquisa, que estão relacionados a livros categorizados como literatura de entretenimento ou trivial, ou seja, de literatura de massa, foi de aproximadamente 68% (211), em oposição a 32% (99) da literatura de proposta. A classificação dos títulos em literatura de entretenimento ou de proposta pautou-se na avaliação da crítica literária especializada, que reconhece, por exemplo, Gustave Flaubert, Edgar Allan Poe, Oscar Wilde, Aldous Huxley, Eça de Queirós, Érico Veríssimo, Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade, Lya Luft e José Saramago como autores consagrados e vinculados às características e expressões artísticas da literatura de proposta.

A Tabela 2 mostra a divisão dos tipos de livros por *vlog*. Os canais “Ler Antes de morrer”, “Literature-se” e “*Tiny Little Things*” foram os que apresentaram um índice maior de livros de literatura de proposta. Deve-se destacar que o primeiro canal é de uma jornalista e os outros dois, de professoras da área de Letras. São, portanto, não só leitoras experientes, mas também pessoas que têm a leitura como parte da sua prática profissional.

Tabela 2: Tipos de literatura nos *vlogs*.



Fonte: Costa (2016).

Os livros de temáticas *Young Adult* e *New Adult*, que circulam entre leitores consumidores de *best-sellers*, podem representar a porta de entrada para a formação do gosto pela leitura atualmente. Essas linhas editoriais surgiram na década de 1960, nos EUA, com a finalidade de responder a um mercado em expansão para um público específico consumidor de livros que retratavam, com linguagem menos complexa e mais

4 Disponível em: <<http://www.ala.org/yalsa/aboutyalsa>>. Acesso em: 19 dez. de 2015.

imediate, os desafios da juventude e a entrada no mundo adulto.

A terminologia “literatura infantil e juvenil” ou “literatura infanto-juvenil”, utilizada no Brasil para atender a uma categoria de livros direcionados a crianças (faixa etária até 12 anos, segundo o *Estatuto da Criança e do Adolescente/ECA*, de 1990) e adolescentes (de 12 a 18 anos de idade ou até 21 anos, de acordo com o mesmo estatuto), segue como denominação paralela aos termos *Young Adult* e *New Adult*.

Os *booktubers*, ao se referirem a alguns livros, já os categorizam utilizando o termo *Young Adult* ou *New Adult*, o que pode indicar uma nova forma de reconhecimento sobre os subgêneros apresentados pelo mercado editorial, levando em consideração o processo de globalização e seus reflexos nas dinâmicas do público jovem e jovem-adulto. Para o especialista em literatura norte-americana e público leitor jovem, Cart:

O termo ‘young adult literature’ é inerentemente amorfa. Os seus termos constituintes ‘jovens adultos’ e ‘literatura’ são expressões com sentidos dinâmicos, mudando como a própria cultura e sociedade. O termo em seu uso comum utilizado pela primeira vez, no final dos anos 1960, referiu-se à ficção realista contemporânea, em oposição a ficção de fantasia, abordando problemas, questões e circunstâncias de vida de interesse dos leitores jovens com idades compreendidas entre cerca de 12-18 (CART, 2008, s/p, tradução nossa⁵).

Para o autor, ainda que nem todas as obras *Young Adult* e *New Adult* tenham qualidade estética reconhecida e complexidade narrativa, a experiência de leitura com a YA e a NA pode iniciar o reconhecimento de modelos narrativos mais ou menos complexos para fruição estética, valoração ética e ideológica. Entretanto, não se pode desconsiderar o apelo afetivo desses livros com temáticas de interesse de uma faixa etária específica, como conflitos familiares, dúvidas sobre o futuro profissional, busca pelo primeiro amor, complexo de inferioridade, descoberta da sexualidade, ambiente escolar (*bullying*), ambiente universitário, erotismo, personagens com problemas de dependência (psicológica/ química).

5 Conclusão

O progressivo aumento do número de comunidades virtuais vinculadas a novas formas de produzir conteúdos e saberes evoca uma postura diferenciada para interpretar as potencialidades criativas e os movimentos interativos das redes sociais. Nesse contexto, produções coletivas criativas despontam exponencialmente, traduzindo – digitalmente e em banda larga – capacidades cognitivas humanas atreladas à imaginação, à percepção, ao raciocínio. Por exemplo, o exercício de interagir e participar de rodas de discussão sobre livros e leituras, uma habilidade leitora comum a espaços de leitura como salas de leitura e bibliotecas, materializa-se em uma plataforma como o *YouTube*, em um movimento de *vlogueiros* denominado *booktubers*.

5 “The term ‘young adult literature’ is inherently amorphous, for its constituent terms ‘young adult’ and ‘literature’ are dynamic, changing as culture and society — which provide their context — change. When the term first found common usage in the late 1960’s, it referred to realistic fiction that was set in the real (as opposed to imagined), contemporary world and addressed problems, issues, and life circumstances of interest to young readers aged approximately 12-18” (CART, 2008, s/p.).

A evolução de identidade de um *vlog* para um canal de *booktuber* pode ser justificada pela notoriedade e força que essa mídia de nicho, ou seja, voltada para uma cultura específica de fã, nesse caso, conquista o interesse público com reportagens impressas e televisivas, além da cobertura de eventos com a utilização de diferentes recursos das redes sociais. Além do potencial progressivo para audiência massiva, os *booktubers* constroem, de maneira simultânea e progressiva, uma forma de interação com códigos e linguagens peculiares.

Verificou-se, na análise dos vídeos de alguns *booktubers*, um privilegiado nível de desenvolvimento em relação à capacidade de interpretação textual (percepção de outras linguagens, de interdiscursividade, de intertextualidade, apreciação estética ou afetiva e apreciação ética ou política etc.), como descrito por Rojo:

Mais recentemente, a leitura é vista como um ato de se colocar em relação a um discurso (texto) com outros discursos anteriores a ele, emaranhados nele e posteriores a ele, como possibilidades infinitas de **réplica**, gerando novos discursos/textos. O discurso/texto é visto como conjunto de sentidos e apreciações de valor das pessoas e coisas do mundo, dependentes do lugar social do autor e do leitor e da situação de interação entre eles – finalidades da leitura e da produção do texto, esfera social de comunicação em que o ato da leitura se dá. (ROJO, 2004, p. 3-4).

Observou-se que o maior ou menor grau de repertório formativo dos *booktubers* repercute em diferentes dimensões e características da mediação de leitura, assegurando a operacionalização das capacidades de compreensão e interação com mais segurança; a recorrência a um tipo de escolha de obras literárias até a organização coerente da *playlist* de vídeos por tipo de literatura e por livros de um mesmo autor, entre outras. Esse patamar da investigação convida a um próximo estágio de estudo e análise: o de avaliar os efeitos da mediação dos *booktubers* junto aos seguidores.

Sem pretender prever a perenidade do movimento *booktubers*, é possível afirmar que a sua criação e a sua receptividade, medido pelo quantitativo de seguidores e visualizações dos canais literários e o número de novos canais surgindo, atribui mais um sentido à plataforma *YouTube*: a de sala de leitura virtual. É preciso considerar, com sensibilidade e olhar crítico, as potencialidades das estratégias e dos recursos utilizados pelos *booktubers* para estimular o aumento de leitores 2.0.

Referências

BURGUESS, J; GREEN, J. *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.

CART, M. *The value of Young Adult Literature*. The Young Adult Library Services Association (YALSA). Chicago, Jan. 2008. Disponível em: <<http://www.ala.org/yalsa/guidelines/whitepapers/yalit>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

CECCANTINI, J. L. Leitores iniciantes e comportamento perene de leitura. In: SANTOS, F. dos; MARQUES NETO, J. C.; RÖSING, T. M. K. (Org.). *Mediação de leitura: discussões e*

alternativas para a formação de leitores. São Paulo: Global, 2009, p. 207-231.

ECO, U. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

COSTA, A. A. *Movimento booktubers: leitores 2.0 e suas práticas emergentes de mediação de leitura*. 2016. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação) – Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Nilópolis, RJ, 2016.

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

MANS, M. *Booktubers fazem sucesso na web com vídeos sobre livros de papel*. *Estado de São Paulo*, 15 jun. 2015. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,booktubers-fazem-sucesso-na-web-com-videoes-sobre-livros-de-papel,10000029253>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

MARTOS NUÑEZ, E. “Tunear” los libros: series, fanfiction, blogs y otras practicas emergentes de lectura, *Revista Ocnos*, Cuenca: UCLM, n. 2, p. 63- 77, 2006. Disponível em: <https://www.revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/ocnos_2006.02.04/200>. Acesso em: 31 jul. 2016.

MONTANHA, F. A. R. P. Por um estudo dos vlogs: apontamentos iniciais e contribuições teóricas de Marshall McLuhan. *Revista Contemporânea*, Rio de Janeiro, ed. 18, v. 9, n. 2, p. 1-16, 2011. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/2151/1664>>. Acesso em: 13 jul. 2015.

NEVES, A. de J. *Processo de construção de identidade autoral nas comunidades virtuais e blogs literários*. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

PAZ, E. H. Massa de qualidade. I SEMINÁRIO BRASILEIRO SOBRE O LIVRO E HISTÓRIA EDITORIAL, 2004. *Anais...* Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004. Disponível em: <www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/elianehpaz.pdf>. Acesso em: 26 set. 2015.

PETIT, M. *Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.

ROJO, R. *Letramento e capacidades de leitura para a cidadania*. 2004. Disponível em: <http://www.academia.edu/1387699/Letramento_e_capacidades_de_leitura_para_a_cidadania>. Acesso em: 04 jan. 2016.

SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

Recebido em 17 de agosto de 2016.

Aprovado em 09 de setembro de 2016.