



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS
DEPARTAMENTO DE TEORIA LITERÁRIA E LITERATURAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LITERATURA

ANA PAULA GONÇALVES DE OLIVEIRA

**ENTRE BATONS E LIVROS: PRÁTICAS DE LEITURA LITERÁRIA NAS REDES
SOCIAIS**

BRASÍLIA

2024

ANA PAULA GONÇALVES DE OLIVEIRA

**ENTRE BATONS E LIVROS: PRÁTICAS DE LEITURA LITERÁRIA NAS REDES
SOCIAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Literatura. Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Trindade Nakagome.

BRASÍLIA

2024

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

G048e Gonçalves de Oliveira, Ana Paula
 Entre batons e livros: práticas de leitura literária nas
 redes sociais / Ana Paula Gonçalves de Oliveira; orientador
 Patrícia Trindade Nakagome. -- Brasília, 2024.
 117 p.

 Dissertação(Mestrado em Literatura) -- Universidade de
 Brasília, 2024.

 1. Práticas de Leitura. 2. Clube de Leitura. 3.
 Cibercultura. 4. Redes Sociais. 5. Influenciadoras Digitais.
 I. Trindade Nakagome, Patrícia, orient. II. Título.

ANA PAULA GONÇALVES DE OLIVEIRA

ENTRE BATONS E LIVROS: PRÁTICAS DE LEITURA LITERÁRIA NAS REDES
SOCIAIS

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Patrícia Trindade Nakagome - Presidente – Universidade de Brasília/UnB

Prof. Dr. Anderson Luís Nunes da Mata – Membro interno – Universidade de Brasília/UnB

Profa. Dra. Andrea Saad Hossne – Membro externo – Universidade de São Paulo/USP

Profa. Dra. Adriana de Fátima Alexandrino Lima Barbosa – Suplente – Universidade de
Brasília/UnB

AGRADECIMENTOS

A escrita desse trabalho foi possível graças ao apoio e generosidade das pessoas especiais que tenho em minha vida, por isso, agradeço:

À minha família, pois ter vocês é a coisa mais valiosa da minha vida.

À minha mãe, por todo amor expresso em tantos gestos de cuidado. Por você tudo vale a pena.

Ao meu pai, pelo amor, apoio e por ser meu músico e poeta favorito sempre.

À Lígia, minha querida irmã, por ser minha melhor amiga, minha primeira inspiração acadêmica e pelas inúmeras ligações.

Ao Renato, meu querido irmão, por ser um dos meus referenciais de cultura e por ter me deixado mais próxima dos livros.

Ao Andrei, por acreditar em mim, ouvir todas as minhas ideias e ter as melhores palavras de incentivo do mundo. Nosso amor é pra sempre.

Ao Erick, meu amado sobrinho, que insiste em bater as mãozinhas e balbuciar sons em minha porta, por ser a melhor visita e distração em meio a um dia de estudo.

À Thaiz, pelo incentivo e pelos almoços em família partilhados.

Ao Julio Linhares, que tanto me ensinou sobre alegria, bom humor, esperança e pragmatismo. Por ter sido um esperançoso lutador pela educação brasileira. Sua memória vive!

À Stela, pelo incentivo e pelos momentos bons.

Ao Bryan, pela amizade e por me escutar nos momentos caóticos da vida.

A Augustina, Nina e Flora, por tornarem a vida muito mais feliz.

À Patrícia, pela orientação, gentileza e imenso cuidado. Por me ensinar que rigor e amorosidade podem existir juntos no ambiente acadêmico. Você é uma inspiração.

Às professoras Andrea Saad Hossne e Adriana de Fátima Alexandrino Lima Barbosa, por aceitarem compor a banca e pela leitura do meu trabalho.

Ao Professor Anderson Luís Nunes da Mata, pelos excelentes ensinamentos no estágio docente, por aceitar compor a banca e pela leitura do meu trabalho.

A Ana Clara, Ivanilde, Letícia, Rebeca, Sofia e Thainá, pelas conversas no grupo, pelos cafés, e pela partilha das alegrias e angústias acadêmicas.

À CAPES, pelo apoio financeiro que foi essencial para a realização deste trabalho.

RESUMO

Esta dissertação busca compreender as transformações que têm se estabelecido dentro do campo literário devido à articulação entre leitura, cibercultura e redes sociais. Visando investigar a irrupção da literatura em espaços inesperados, são enfocadas as práticas de leitura literária em perfis de beleza, os ambientes virtuais voltados ao público feminino que não têm a literatura como temática central na produção de conteúdo, mas que têm demonstrado grande potencial na formação de comunidades de leitoras. Para tanto, é apresentado um panorama de aspectos da história da leitura que culminaram em mudanças nos modos de partilhar experiências de leitura. Seguida pela análise minuciosa do funcionamento de dois clubes de leitura virtuais, o *#Clube do livro do Marinão* e o *#Clube do livro Chata de Galocha*, são propostas reflexões sobre a atuação das influenciadoras digitais como mediadoras de leitura e os aspectos simbólicos que incidem sobre tais comunidades de leitoras. Com isso, são questionados os tensionamentos existentes entre os ambientes de beleza e intelectualidade, muitas vezes vistos como incompatíveis. Assim, apontam-se resultados sobre como a literatura adentra no nicho de beleza e quais as práticas e os sentidos de leitura disseminados nesses ciberespaços.

Palavras-chave: Práticas de Leitura; Clube de Leitura; Mediação de Leitura; Redes Sociais; Cibercultura; Influenciadoras Digitais;

ABSTRACT

This dissertation seeks to understand the transformations that have been established within the literary field due to the articulation between reading, cyberculture and social networks. Aiming to investigate the irruption of literature in unexpected spaces, we focus on literary reading practices in beauty profiles, virtual environments aimed at female audiences that do not have literature as a central theme in the production of content, but that have demonstrated great potential the formation of reading communities. To this end, we present an overview of aspects of the history of reading that culminated in changes in the ways of sharing reading experiences. Followed by a thorough analysis of the functioning of two virtual reading clubs, the #Marinão Book Club and the #Chata de Galocha Book Club, reflections are proposed on the role of digital influencers as reading mediators and the symbolic aspects that affect such communities of readers. With this, we question the existing tensions between the environments of beauty and intellectuality, often seen as incompatible. Thus, results are presented on how literature enters the beauty niche and what reading practices and meanings are disseminated in these cyberspaces.

Keywords: Reading Practices; Book Club; Reading Mediation; Social media; Cyberculture; Digital Influencers;

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	49
FIGURA 2	51
FIGURA 3	64
FIGURA 4	65
FIGURA 5	66
FIGURA 6	67
FIGURA 7	68
FIGURA 8	69
FIGURA 9	73
FIGURA 10	74
FIGURA 11	79
FIGURA 12	81
FIGURA 13	83

SUMÁRIO

RESUMO	7
ABSTRACT	8
INTRODUÇÃO	12
CÁPÍTULO I	
LEITURA, LEITORES E A PRÁTICA DE PARTILHAR EXPERIÊNCIAS DE LEITURA	18
1.1 Clubes de leitura.....	26
1.2 Dos lugares tradicionais às novas mídias.....	27
1.3 Novos tempos, novos formatos, novos espaços.....	35
1.4 Comunidades virtuais típicas e atípicas de leitores.....	39
CÁPÍTULO II	
PERFIS DE BELEZA E LITERATURA	42
2.1 Breve história dos perfis de beleza.....	43
2.2 De blogueiras a influenciadoras digitais.....	46
2.3 Dos batons aos livros.....	49
2.4 O método e os passos.....	53
2.5 Clubes de leitura virtuais.....	61
2.5.1 #Clube do Livro do Marinão.....	62
2.5.2 #Clube do Livro Chata de Galocha.....	77
CÁPÍTULO III	
BATONS E LIVROS, FUTILIDADE E INTELECTUALIDADE	87
3.1 Influenciadora, mediadora e formadora de leitoras?	94
3.2 A categoria café com leite	99
3.3 Articulações de uma comunidade leitora.....	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
REFERÊNCIAS	113

“O — onde — da leitura é mais importante do que se pode pensar, porque a contextualização do leitor em seu espaço pode fornecer indícios sobre a natureza de sua experiência.”

Robert Darnton

“Todas as lutas são, essencialmente, lutas por poder.”

Octavia E. Butler

INTRODUÇÃO

A imagem de que a literatura pode ser como a grama verde que nasce nos jardins, nas fissuras do asfalto cinza, nos buracos de uma calçada com rachaduras, ou nas bordas da tampa de um bueiro, resurgiu inúmeras vezes durante a elaboração desta dissertação. No início, parecia tratar-se de um pensamento original, mas logo na primeira busca deparei-me com Jonathan Culler, na obra *Teoria literária: uma introdução*, discutindo sobre o que é literatura. Um dos argumentos usados por ele é uma metáfora sobre a literatura e as ervas daninhas: “Como se reconhece uma erva daninha? Bem, o segredo é que não há um segredo. As ervas daninhas são simplesmente as plantas que os jardineiros não querem que cresçam em seus jardins.” (Culler, 1999, p.30). O autor diz que investigar as diferenças da natureza botânica dessa espécie e de suas semelhantes seria uma perda de tempo e sugere “Em lugar disso, você teria de realizar investigações a respeito dos tipos de plantas que são julgadas indesejáveis por diferentes grupos em diferentes lugares.” (p.30). Essas plantas nascem onde não se deseja que elas cresçam. Onde o solo está preparado para outras espécies, elas brotam, mesmo que não sejam convidadas. E o seu dano é surgir onde não é esperada. A metáfora parece ser adequada para o tema desta dissertação: a irrupção da literatura em espaços inesperados. Batons e livros são os símbolos da relação que há entre beleza e literatura defendida neste trabalho.

Diferente das ervas daninhas, a literatura é quase sempre bem-vinda. No “quase”, se escondem algumas singularidades, alguns entraves. A relação metafórica entre literatura e essa planta está também no aspecto inesperado e de resistência que essa espécie produz. Ela está onde não se espera e precisa de muito pouco para germinar e prosperar. Pensamos aqui em novas práticas de leitura literária surgindo em ciberespaços, em contextos pouco usuais, como o objeto desta pesquisa: os clubes de leitura virtuais em perfis de beleza.

Com a disseminação da internet modificando as experiências sociais e criando novos modos de socialização entre os leitores, a comunidade literária pôde usufruir da multiplicidade de ciberespaços e plataformas que abrigam suas manifestações. Isso se vê em plataformas multitemáticas como *Blogs*, comuns nos anos 2000, em redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, e também em redes específicas, como é o caso do *Skoob*, rede brasileira criada para o público leitor e que conta com mais de 9 milhões de participantes, e a plataforma americana *Goodreads*, criada em 2007 e hoje considerada a maior do mundo com cerca de 125 milhões de usuários entre autores e leitores. Os espaços virtuais para que o leitor expresse suas vivências de leitura e consuma as expressões dos outros estão se ampliando.

As repercussões dessas transformações vêm afetando diretamente a formação dos leitores. A quinta edição da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, realizada pelo Instituto Pró-livro em 2019, revela diversos dados sobre o perfil do/a leitor/leitora em âmbito nacional. Um dos resultados que chama a atenção é que, quando os entrevistados foram questionados sobre como começaram a se interessar por literatura, 25% deles responderam: com um influenciador digital, como um *youtuber*, pela Internet.¹ Esse resultado aponta para um cenário de crescente e relevante importância dos influenciadores digitais na vida dos leitores.

A figura do influenciador digital, ou do produtor de conteúdo, se popularizou em diversos setores, inclusive na comunidade literária virtual, sendo composta principalmente pelos *booktubers* e *bookstagrammers*, termos usados para nomear os influenciadores que produzem conteúdo direcionado ao universo literário por meio das respectivas redes, *Youtube* e *Instagram*. Essas figuras conquistaram prestígio e notoriedade nos ciberespaços, de modo que aqui no Brasil, por exemplo, há canais no *Youtube* com mais de 600 mil inscritos e perfis no *Instagram* que ultrapassam 500 mil seguidores. Com isso, eles se tornaram referência para o público nas indicações de leituras, nas resenhas, na promoção de debates e na criação de desafios de leitura conjunta. Eles também se transformaram em peças importantes nas novas movimentações do ecossistema dos livros, sendo cada vez mais visados pelo mercado editorial nos processos de divulgação das obras, clubes de assinaturas de livros, e até na publicidade de links de vendas de determinados *e-commerces*.

Frente às múltiplas novidades do universo literário, em meio ao que as redes sociais possibilitam, fica evidente a existência de uma crescente comunidade formada por influenciadores digitais do nicho literário, que encontra internautas dispostos a congregarem os mesmos interesses. Porém, há uma distinção necessária a ser feita: os influenciadores que fazem conteúdo voltado especificamente a esse tema, os *Booktubers* e afins, não são o objeto deste trabalho. Essas comunidades literárias, que chamaremos de típicas, são o pontapé para que enxerguemos outro fenômeno e a lacuna que nos interessa: as comunidades literárias atípicas, compostas por internautas que não se reúnem nos espaços virtuais propriamente literários, mas sim em outras bordas desse mar de informações virtuais, como nos perfis de beleza.

¹ Como o(a) sr.(a) começou a se interessar por literatura como contos, crônicas, romance ou poesia?.

Os perfis de beleza são ciberespaços onde são propagados assuntos voltados às práticas sociais de embelezamento, como maquiagem, cosméticos, moda e dicas de cuidados pessoais. Outros temas também são abordados, categorizados como “estilo de vida”, em que muitas demandas pessoais das influenciadoras são usadas como pauta, sendo intermediárias das relações entre elas e o seu público. Na mescla entre vida real e publicidade, cria-se um diálogo dessas temáticas privadas, que são comuns às outras mulheres. Surgem, então, assuntos como: viagens, gastronomia, maternidade, saúde, sexualidade, hábitos saudáveis, e, o que é foco da nossa análise: consumo cultural. A leitura é um deles, como afirma Pierre Bourdieu: “a cada vez que a palavra leitura for pronunciada, que ela pode ser substituída por toda uma série de palavras que designam toda espécie de consumo cultural - isto para desparticularizar o problema.” (2011, p.231). O sociólogo chama a atenção para o fato de que “[...] este consumo cultural, que é apenas um entre outros, tem suas particularidades.” (*ibidem*). A leitura literária, que reivindica espaço na vida privada das influenciadoras, irrompe em seus ciberespaços. E passa a ser compartilhada não apenas como um despejamento de experiência, ou um hábito a ser retomado, mas como um meio de vínculo e engajamento com uma comunidade disposta a partilhar as experiências de leitura. A influenciadora passa a agir, então, também como mediadora.

Para observar esse fenômeno, escolhemos analisar dois perfis de beleza: o perfil de Marina Smith, com o *#Clube do livro do Marinão*, e o de Luísa Ferreira, com o *#Clube do livro Chata de Galocha*. Esses perfis surgiram como *blogs* de beleza em 2007 e, ao longo dos anos, passaram por transformações de conteúdos até que a literatura se tornou um assunto frequente e os clubes de leitura se estabeleceram.

Parece haver um entrave nessa junção entre ambientes de beleza e literatura, já que, nas vezes em que esse tema de pesquisa foi mencionado foram constantes reações como desconhecimento, dúvidas e incredulidade, algo que também nos leva a refletir. Supomos que essas reações negativas possam vir por dois motivos: o primeiro, pelo desconhecimento quanto à existência de comunidades de leitores fora das comunidades literárias virtuais típicas, já que estamos falando de um fenômeno que acontece em um nicho específico das redes; o segundo, pela estranheza quanto à junção das temáticas embelezamento feminino e intelectualidade, que parecem operar no imaginário coletivo como discrepantes. Uma de nossas hipóteses é que justamente essa incongruência temática possibilita a formação de uma comunidade leitora que talvez não encontre o mesmo espaço nas comunidades virtuais típicas de leitores.

Em uma tentativa de síntese desse cenário, usaremos uma explicação singela partindo de noções geográficas: o continente em que esta pesquisa se localiza é a *teoria da recepção*, morando no país *cibercultura*, em uma cidade chamada *comunidade literária virtual*, dentro de um bairro periférico: *clubes de leitura em perfis de beleza*. As ruas, vielas, cruzamentos, esquinas e lombadas são as especificidades, aprofundamentos, reflexões e tensões que compõem os objetivos aqui propostos, sendo eles: compreender a irrupção da literatura nos perfis de beleza; mapear o funcionamento dos clubes de leitura, os modos de interação e as obras lidas; e discutir aspectos simbólicos que incidem sobre as influenciadoras e a comunidade de leitoras do fenômeno analisado.

No Capítulo I, apresentamos considerações sobre a história da leitura, que ao longo dos séculos abrigou oscilações das práticas de leitura, que foi ora mais coletiva, ora mais solitária. Traçamos aspectos sobre o surgimento dos clubes de leitura, apontando como eles estão presentes desde lugares tradicionais a novos espaços com diferentes formatos. Indicamos ainda alguns exemplos dessas novas modalidades de clubes de leitura e também esclarecemos a diferença entre o que nomeamos como comunidades virtuais típicas e atípicas de leitores.

O Capítulo II é composto por uma breve apresentação da história dos perfis de beleza, apontando o processo de transformação das blogueiras em influenciadoras digitais, que culminou em uma ampliação temática dos conteúdos produzidos, o que fez com que os livros surgissem entre os batons. Fazemos também uma descrição do passo a passo da coleta de dados por meio do método da netnografia e apresentamos descrição e análise do *Clube do Livro do Marinão* e do *Clube do Livro Chata de Galocha*.

O Capítulo III é dedicado às discussões de aspectos simbólicos que geram estigmas que recaem sobre as mulheres tanto como escritoras quanto como leitoras, e também sobre as obras lidas por elas. Enfocamos como isso se desdobra na comunidade de leitura analisada e nas influenciadoras de beleza exercendo a tarefa de mediação de leitura. São apontados ainda os aspectos positivos das articulações dessa comunidade de leitoras.

Uma das profecias negativas que as pesquisas que envolvem redes sociais recebem é a de que, em breve, estarão ultrapassadas, já que as mídias digitais mudam em uma velocidade exorbitante. Roger Chartier em uma entrevista em que discutia como as questões contemporâneas afetam a Literatura, afirma: “Também deixa vestígios a leitura digital (por exemplo as anotações compartilhadas, as discussões dos *blogs* ou dos ‘*youtubers*’, ou o que se

escreve sobre as leituras nas redes sociais), mas é verdade que estes vestígios também são ameaçados pelo apagamento.” (Oliveira, 2016). Ao apontar a possibilidade de apagamento dos vestígios computadorizados, Chartier indica a necessidade de multiplicar pesquisas, dados estatísticos e observações etnológicas sobre os leitores da atualidade. Tratar de um fenômeno em rápida transformação não torna a pesquisa obsoleta, mas impõe a tarefa do registro.

Na tentativa de fugir dessa ameaça de apagamento pela instabilidade que os vestígios digitais geram, esta pesquisa se justifica por registrar dados relevantes da leitura, buscando contribuir para as produções científicas da área. Ainda assim, mesmo que esta dissertação tenha como tema central o aparecimento da literatura em espaços inesperados, como os clubes de leitura em perfis de beleza, a discussão não se detém apenas em elementos das inovações funcionais que a virtualidade desses clubes proporciona. Centra-se, principalmente, em outras discussões, que não mudam na rapidez que as redes sociais mudam, como os papéis simbólicos socialmente atribuídos às mulheres e aos produtos culturais que elas produzem e consomem, e as permissões e interdições valorativas a elas impostas no âmbito da leitura e da escrita. Dessa maneira, esperamos contribuir para uma reflexão de que, para pensarmos a invenção de um mundo comum, em que a literatura é para todos, é necessário olhar para os novos modos de circulação e socialização da leitura assim como para os pesos que recaem sobre os leitores (e sobre as leitoras principalmente!).

CAPÍTULO I

Leitura, leitores e a prática de partilhar experiências de leitura

Ao adentrar na história da leitura, há diversos caminhos possíveis a serem percorridos para compreendermos seu desenvolvimento. Desde as formas arcaicas passando por todas as transformações milenares da leitura, uma série de acontecimentos sucedeu até a atual conjuntura, em que as histórias da escrita, da leitura e do livro estão intimamente entrelaçadas e parecem cada vez mais indissociáveis. Em *Uma história da leitura*, Alberto Manguel fala sobre a dificuldade que encontra em impor à história da leitura a mesma ordem cronológica de outros tipos de história, afirmando que “Em última instância, talvez, a história da leitura, é a história de cada um dos leitores.” (p.36, 1997). Essa afirmação leva em consideração uma minúcia importante dessa atividade, a esfera mais íntima, de um para um que o leitor estabelece com os seus atos de leitura.

Todavia, é necessário observar o que Guglielmo Cavallo e Roger Chartier apontam na obra *História da leitura no Mundo Ocidental*, em que é proposta uma reconstrução dos diversos modos de ler que representaram as sociedades ocidentais desde a Antiguidade. Nela, os autores afirmam:

Toda história das práticas de leitura é, portanto, necessariamente uma história dos objetos escritos e das palavras leitoras. É preciso observar, também, que a leitura é sempre uma prática encarnada por gestos, espaços e hábitos. Longe de uma abordagem fenomenológica que apaga as modalidades concretas da leitura, considerada como um invariante antropológico, é preciso identificar as disposições específicas que distinguem as comunidades de leitores, as tradições de leitura, as maneiras de ler. (Cavallo e Chartier, 1998, p.6)

Assim, para refletir sobre as especificidades que compõem e distinguem as comunidades de leitores e as práticas de leitura nas redes sociais, começaremos dando alguns passos para trás na trilha de um breve panorama de aspectos que se mostraram relevantes por reverberarem na contemporaneidade e nos temas discutidos neste trabalho. É importante ter em vista que a história da leitura, assim como a leitura, “salta capítulos, folheia, seleciona, relê, recusa-se a seguir uma ordem convencional.” (Manguel, 1997, p.38)

Os atos de leitura e as práticas ao seu redor alteraram-se ao longo dos séculos. Na Antiguidade Clássica, Cavallo e Chartier (1998) apontam que as últimas décadas do século V a.c “parecem delimitar as fronteiras entre o livro destinado quase somente à fixação e conservação do texto e o livro destinado à leitura” (p.11). Os autores citam que as ilustrações feitas em vasos dessa época revelam os livros sendo usados para fins educativos e os leitores “não são solitários, em geral, aparecem em contextos representativos de entretenimento e de conversação, sinal de que a leitura era vista sobretudo como prática de vida em sociedade (ou

no interior de uma associação). Embora conhecida, a leitura solitária era rara [...]” (1998, p.11).

A predominância da escuta de leitura vigorou durante séculos já que até a Idade Média: “a alfabetização era rara e os livros, propriedade intelectual dos ricos, privilégio de um pequeno punhado de leitores” (Manguel, 1997 p.138). Desse modo, Manguel menciona que “as pessoas que queriam familiarizar-se com determinado livro ou autor tinham amiúde mais chance de ouvir o texto recitado ou lido em voz alta do que de segurar o precioso volume em mãos” (1997, p.138). Ouvir a leitura de uma obra é uma experiência diferente da leitura solitária e silenciosa que conhecemos hoje, visto que esse primeiro formato, visando à oratória, mais privilegiava atributos de uma representação teatral, pois costumava contar com uma plateia pública de leitores (ouvintes). Porém, existiam também outras modalidades de leitura conjunta, mais íntimas e com aspectos menos teatrais, como revela Manguel:

Nas cortes, e às vezes também em casas mais humildes, os livros eram lidos em voz alta para familiares e amigos, tanto com finalidade de instrução quanto de entretenimento. As leituras ao jantar não tinham a intenção de distrair das alegrias do paladar; ao contrário, pretendiam realçá-las com diversão criativa, uma prática trazida dos tempos do Império Romano. (Manguel, 1997, p.139)

Seja na esfera mais íntima ou mais pública, as leituras em que o eco das palavras era partilhado em voz alta se mantiveram por muitos anos até que alguns fatores surgiram para influenciar a expansão da leitura silenciosa ou murmurada. Um exemplo são os gestos realizados dentro dos ambientes sagrados: “a vida comunitária dos círculos religiosos em que muitas vezes se realizava o ato de leitura obrigava a falar em voz baixa.” (Cavallo e Chatier, p.22, 1998). Assim a transição entre os modos de leitura começou a ocorrer e a invenção da prensa veio para pouco a pouco fixar mudanças.

A página impressa, sem dúvida, é um dos marcos mais revolucionários no universo da leitura, pois os livros, antes escritos à mão, passaram a ser impressos, estabelecendo, assim, a Era do papel e deixando para trás a Era do pergaminho. O linguista Steven Roger Fischer aponta que “com o empurrão inicial de Gutenberg inaugurando a prensa de parafuso, os materiais, os temas, a linguagem e a prática da leitura começaram a mudar” (2006, p.187). Essa criação, que transformou toda a sociedade europeia e posteriormente se alastrou para os outros continentes, é vista por Fischer como a invenção que “anunciou uma das maiores rupturas intelectuais e sociais da história” (2006, p. 187). Ele cita que o livro sempre foi

mercadoria, mas antes era um objeto mais exclusivo devido aos custos que a produção da escrita à mão e no pergaminho como suporte significavam, o que também marcava a riqueza de uma classe que tinha condições de possuí-los. Assim, quando a produção de livros impresso passou a ser feita em massa, devido ao barateamento e facilidade de reprodução, o livro perdeu o caráter de peça de exclusividade, pois passou a ser um objeto substituível. (Fischer, 2006)

Além de contribuir para a disseminação e acessibilidade ao livro como mercadoria, a revolução da imprensa reverberou na emancipação dos leitores, que durante muitos séculos estavam, em grande parcela, em posição de leitores passivos, pois eram condicionados à leitura oralizada, dado que:

Até o final do século XV, a hierarquia “autor > comentador > bispo > mestre > discípulo >” foi, mais ou menos, mantida em todos os lugares, com o leitor passivo escutando, na ordem de cima para baixo, não só o que ler, mas também como interpretar cada texto, seguindo uma ortodoxia predeterminada. Contudo, a segunda metade do século XV presenciou leitores cada vez mais responsáveis por aquilo que liam: eles, pouco a pouco, tornavam-se leitores ativos. Com o prolongamento das listas de títulos proporcionado pela impressão, um crescente público lia o que lhe agradava. E, em silêncio e reclusão, esse público também passava a avaliar e interpretar o tema escolhido da leitura segundo critérios pessoais, embora ainda enraizados na educação cristã de caráter clássico. (Fischer, p.187, 2006)

A disseminação de conhecimento por meio da leitura silenciosa e individual, e também mais autônoma, abriu caminhos para as transformações que a palavra escrita proporciona, ampliando os impactos culturais dessa aprendizagem nas artes, filosofias e ciências. Nesse sentido, Fischer afirma “acima de tudo, foi a capacidade de ler que deu origem ao homem moderno. [...] a disseminação da alfabetização foi sobretudo um fenômeno geoeconômico” (2006, p. 233).

Assim, se estabeleceu entre os séculos XV e XVII o que Roger Chartier, ao estudar as leituras e leitores populares da Renascença, chama de concorrência, que “é uma trajetória entre leitura em voz alta e leitura silenciosa. [...] A leitura em voz alta é então qualificada como o modo corrente, esperado, visado, da apropriação das obras, qualquer que seja seu gênero” (1999, p.124). Já a leitura silenciosa, que estava em processo de se difundir, ainda era vista como um encantamento perigoso por algumas instâncias sociais, mas já passava a ser tida como mais vantajosa ao leitor: “Os autores a representam como mais apta que a palavra viva, recitante ou leitora, a tornar crível o incrível. [...] como se a imaginação do leitor pudesse ser mais facilmente arrebatada por uma leitura silenciosa” (Chartier, 1999, p.125).

Nessa disputa entre dois modos de ler, que é também de dois modos de sentir e de exercer poder, a leitura silenciosa, já sabemos, foi se consolidando nas civilizações modernas. Mas apesar da concorrência entre elas, Chartier reforça ser um erro estabelecer uma dicotomia rígida entre as duas formas, já que elas sempre existiram e existirão concomitantemente, mesmo que em diferentes proporções de uso.

Lajolo e Zilberman (2019) definem “ser leitor, papel que, enquanto pessoa física, exercemos, é função social, para a qual se canalizam ações individuais, esforços coletivos e necessidades econômicas” (p.24). As pesquisadoras defendem que a história do leitor enquanto uma categoria pode ser determinada com seu princípio aproximadamente no século XVIII, pelo fato de “convergirem fatores que vinham tendo desdobramento autônomo” (p.24). Esses fatores, que possibilitaram que leitor se desenvolvesse cada vez mais, foram essencialmente “graças à ampliação do mercado do livro, à difusão da escola, à alfabetização em massa das populações urbanas, à valorização da família e da privacidade doméstica, e a emergência da ideia de lazer” (2019, p.23). Esse último, um dos mais pertinentes, pois “a propagação da leitura depende ainda de uma valorização positiva do lazer, já que os livros constituíram uma das primeiras manifestações baratas e acessíveis de entretenimento” (2019, p.26).

No início do século XIX, muitas mudanças continuaram favorecendo a expansão da leitura, como a popularização do sistema de iluminação e a crescente expansão do mercado editorial. As primeiras versões dos livros de bolso, ainda encadernações de tecido, foram essenciais, pois seu barateamento possibilitou que classes populares os adquirissem, o que “modificou a imagem pública do livro, que passava de uma refinada obra de arte para uma mercadoria normal e comum. O valor intrínseco do livro passou a ser associado ao seu conteúdo [...]” (Fischer, 2006, p.254). Esses são alguns dos fatores que contribuíram para a progressão da leitura e facilitavam a vida dos leitores da época, principalmente dos leitores do continente europeu.² Porém, no cenário mundial, existiram inúmeros contrastes e interdições a alguns leitores, como os escravos que eram proibidos de aprender a ler, visto que seus algozes sabiam o potencial revolucionário da difusão de conhecimento advinda da leitura. E ainda as mulheres que, por exemplo, “Na Inglaterra e na América do Norte no início do século XIX ainda se considerava impróprio uma mulher ser vista lendo, uma vez que a leitura continuava

²Lajolo e Zilberman (2019) expõem que o Brasil se manteve como uma colônia sem imprensa até 1808. Somente com a transferência da Corte portuguesa para o Brasil foi trazida uma tipografia encomendada da Inglaterra por d.Rodrigo de Sousa.

sendo prerrogativa masculina” (Fischer, 2006, p.249). Diante disso, não se pode perder de vista que os direitos dos leitores não ocorreram de modo uniforme e que os das mulheres, como leitoras e escritoras, só foram conquistados bem depois, algo relevante para nosso trabalho.

Diante de acontecimentos marcantes da história de leitura, que mostram como os atos de leitura se transmutaram ao longo do tempo, outro elemento que se modificou foi o olhar e a importância que os leitores têm tido perante a teoria e crítica literária. Na obra *Teoria da literatura: uma introdução*, Terry Eagleton percorre caminhos sobre a história da teoria literária. Ele afirma que de modo sucinto “poderíamos periodicizar a história da moderna teoria literária em três fases: uma preocupação com o autor (romantismo e século XIX); uma preocupação exclusiva com o texto (Nova crítica) e uma acentuada transferência da atenção para o leitor, nos últimos anos” (Eagleton, 2019, p. 113). Esses últimos anos a que ele se refere correspondem às correntes críticas que se firmam na década de 1970. Eagleton ainda chama atenção para o fato de que “O leitor sempre foi o menos privilegiado desse trio – estranhamente, já que sem ele não haveria textos literários. Esses textos não existem nas prateleiras das estantes: são processos de significação que só se materializam na prática da leitura” (Eagleton, 2019, p. 113).

A estética da recepção é um marco na atenção dos estudos literários à leitura. É a partir dela que há uma sistematização de conceitos sobre o leitor, que passa a ser visto não mais como um figurante, mas como uma peça central do sistema literário na construção dos sentidos das obras. Os principais nomes que fundam essa corrente crítica são Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser. É um marco inaugural de 1967 na Universidade de Constança, *A história da literatura como provocação*, em que Jauss discorre sobre questões errantes da história literária, às quais ele propõe novos olhares para reescrevê-la. Logo Jauss afirma:

Considerando-se que, tanto em seu caráter artístico quanto em sua historicidade, a obra literária é condicionada primordialmente pela relação dialógica entre leitura e leitor – relação esta que pode ser entendida tanto como aquela da comunicação (informação) com o receptor quanto como uma relação de pergunta e resposta – há de ser possível, no âmbito de uma história da literatura, embasar nessa mesma relação o nexo entre as obras literárias. E isso porque a relação entre literatura e leitor possui implicações tanto estéticas quanto históricas. A implicação estética reside no fato de já a recepção primária de uma obra pelo leitor encerrar uma avaliação de seu valor estético, pela comparação com outras obras já lidas. A implicação histórica manifesta-se na possibilidade de, numa cadeia de recepções, a compreensão dos primeiros leitores ter continuidade e enriquecer-se de geração em geração, decidindo, assim, o próprio significado histórico de uma obra e tornando visível sua qualidade estética. (Jauss, 1994, pág. 23).

Em consonância com a defesa de Jauss sobre as implicações por meio de duas vias, tanto estéticas quanto históricas, nota-se que a recepção das obras e as práticas de leitura podem se dar por muitas vias. Há vários pontos de intersecção no sistema literário entre a tríade autor, obra e leitor e outros pontos que variam de acordo com o tempo histórico em que se apresentam, já que a interpretação, a construção de sentidos, a fruição e a valoração literária realizam-se mediante o contexto cultural em que os leitores estão inseridos.

Na obra *Práticas de Leitura*, existe um debate entre Roger Chartier e Pierre Bourdieu em que eles se debruçam na discussão de alguns elementos, já assumindo desde o início que a leitura é uma prática cultural. Pierre Bourdieu chama atenção para o fato de que:

Parece-me muito importante, quando abordamos uma prática cultural qualquer, interrogarmo-nos como praticantes, nós mesmos, dessa prática. Creio que é importante sabermos que somos todos leitores e que, a esse título, corremos o risco de atribuir à leitura multidões de pressupostos positivos e normativos. (Bourdieu, 2011, p.232)

O sociólogo cita o exemplo da oposição medieval entre *auctor* e *lector* para estabelecer que: “O *auctor* é aquele que produz ele próprio e cuja produção é autorizada pela *auctoritas*, a de *auctor*, o filho de suas obras, célebre por suas obras. O *lector* é alguém muito diferente, é alguém cuja produção consiste em falar das obras dos outros.” (p.232). Após esse exemplo, Bourdieu afirma que “Esta divisão, que corresponde àquela de escritor e crítico, é fundamental na divisão do trabalho intelectual.” (p. 232). Essa afirmação é interessante pois relembra que o crítico é, antes de ser crítico, leitor. Mas é ainda mais importante ressaltar que “esse ato de fala sobre as obras dos outros” não é restrito ao crítico em sua tarefa como crítico, mas uma possibilidade de todo leitor. Aliás, tal definição do *lector*, como um produtor de falas sobre as obras, faz jus ao que encontramos como um pilar fundamental das práticas partilhadas nos clubes de leitura, em que os participantes se reúnem, primordialmente, para falar sobre a experiência de leitura.

Um dos temas abordados por Gisèle Sapiro, na obra *Sociologia da literatura*, são as várias instâncias de mediação que existem na recepção das obras. Ela aponta que aspectos como a publicação, a difusão, o mercado editorial, o meio de suporte, a tradução, a apresentação da obra (levando em consideração a capa, o título, os paratextos, como prefácio e posfácio), assim como a crítica literária e a publicidade, contribuem para a experiência do leitor e para a legitimação, ou não, de uma obra. (2019). Ela revela que os levantamentos sobre a leitura e as trajetórias de leitores que surgiram como demandas do Estado e dos

editores “evoluíram da sociografia dos leitores para as práticas.” (2019, p.124). Esses levantamentos sociológicos³ sobre a leitura não estariam mais focando somente nas abordagens quantitativas, mas também estariam investigando pela via qualitativa as trajetórias dos leitores. A autora mostra que diversos ambientes são propícios para isso, entre eles: “Os clubes de leitura constituem igualmente um lugar de observação privilegiado não somente das formas de sociabilidade em torno da leitura, mas também das trocas que ela proporciona e de sua dimensão de gênero.” (Sapiro, 2019, p.126). Assim, refletiremos sobre esses espaços de mobilizações das práticas de leitura literária e de troca de experiências entre os leitores, os clubes de leitura, que são nosso principal foco de observação.

³ Regina Zilberman (1989) aponta na obra *Estética da recepção e história da Literatura*, que a sociologia da literatura surge como um segmento da sociologia do saber. Tendo como “objetivo estudar o público enquanto fator ativo no processo literário, já que as mudanças no gosto e preferências interferem não apenas na circulação, e portanto na fama, dos textos, mas também em sua produção. (Zilberman, 1989 p.17)

1.1 Clubes de leitura

Não há unanimidade sobre a origem dos clubes de leitura, mas o século XVIII é visto como um dos primeiros momentos de propagação dessa prática. Diversas pinturas que retratam o Iluminismo, como *A leitura de Molière*, de Jean-François de Troy (1728), e *No Salão de Madame 'Geoffrin'*, de Anicet Charles Gabriel Lemonnier (1755), exibem os salões literários franceses, ambientes onde grupos de homens e mulheres eruditos se reuniam para leitura e debates filosóficos e literários. Os Puritanos norte-americanos também são considerados percussores de comunidades literárias devido às reuniões em que se juntavam para ler e discutir a bíblia.

Ao tentar estabelecer as origens do clube de leitura, Noë Richter (1977), referindo-se à história da França, defende que a leitura pública em voz alta, uma tradição da cultura popular, seria um dos formatos mais incipientes, já que em dado momento a contação de história oral teria dividido espaço com a leitura de obras literárias e essas práticas teriam coexistido. Citando algumas circunstâncias específicas, Richter dá exemplos, entre os anos 1830 a 1860, de como a leitura literária em voz alta, de modo mais intimista, era praticada em ambientes urbanos e rurais entre familiares, grupos de amigos, e até mesmo entre operários, costumeiramente liderada por quem possuía a melhor alfabetização. (Richter, 1977)

Cabe salientar que há uma diferença essencial entre a leitura coletiva como instrumento informativo de textos de qualquer ordem e a leitura coletiva com intenção de promover o prazer da leitura literária. Nesse sentido, Richter cita uma circular do Ministério da Educação pública francesa em 1848 que, para tentar ampliar o acesso à leitura, estabeleceu como uma nova medida educativa sessões de leitura pública:

Nas raras oportunidades que até agora lhe foram oferecidas, o povo mostrou quão sensível ele era aos mais delicados prazeres da inteligência e do gosto; é hora de ele ser chamado a participar amplamente nesses nobres prazeres do espírito que são hoje uma necessidade geral e parecem destinados a permanecer como parte exclusiva de uma classe privilegiada. Para satisfazer o que se poderia chamar de dívida da República para com o povo, o Ministro da Educação Pública já decidiu criar bibliotecas populares nos vários bairros de Paris privados desta fonte de ensino. Esta primeira medida será ampliada e complementada por sessões públicas, onde os leitores, escolhidos entre as mais ilustres letras e professores da universidade, darão a conhecer ao seu público o conhecimento das obras-primas da nossa literatura nacional. Não serão cursos, mas simples leituras noturnas, às quais serão acrescentados

apenas os detalhes históricos essenciais sobre o autor e a obra. A monarquia já havia estabelecido os leitores do rei; a República hoje estabelece os leitores do povo. As leituras noturnas durarão uma hora; acontecerão duas vezes por semana, em doze lugares localizados, na medida do possível, nos bairros mais populosos de Paris. (Richter, 1977, tradução nossa)

Tal medida, que dava diretrizes para implementar as sessões de leitura pública visando propiciar o acesso do povo à literatura, possuía um teor normativo de exaltação das obras nacionais, pois estabelecia uma lista de obras de prosa, poesia e história que deveriam ser lidas. Nem os especialistas que promoviam as leituras, nem os participantes eram livres para decidir quais obras seriam lidas. Também havia certa delimitação dos ânimos dos participantes, pois havia recomendações de que as prefeituras, responsáveis por organizarem tais eventos, “garantissem que as sessões de leitura nunca perdessem o seu caráter próprio, que não houvesse polêmica, nem discussão, seja literária ou política” (Richter, 1997, tradução nossa).

É possível notar que essa atividade apontada como uma das que compõem a trilha das origens do clube de leitura em seu país tem características diferentes dos modelos de clubes atuais. Apesar disso, é possível reparar em algumas similaridades, como a figura de um instrutor, que possuía algum grau de conhecimento prévio e exercia a função de conduzir os encontros de leitura, o que se assemelha à tarefa dos mediadores. Além disso, as reuniões contavam com a convocação do público aos eventos noturnos realizados em ambientes como bibliotecas, semelhante ao desenho de muitos clubes de leitura da atualidade. Tendo tais aspectos em vista, discutiremos o desenvolvimento dessa prática de leitura no cenário brasileiro.

1.2 Dos lugares tradicionais às novas mídias

Devido às suas particulares condições desde a colonização, o Brasil tem uma história da leitura mais tardia se comparada a da Europa. Dentre os vários motivos que dificultaram a disseminação das práticas de leitura no país, um deles era a inexistência da imprensa. Isso porque durante um longo período a impressão de livros na colônia era proibida. Robert Walsh, missionário americano que peregrinou na época pelo país, comenta:

Nesse primeiro ano também foi introduzida essa poderosa máquina de conhecimento e poder, a impressora. Durante três séculos esse instrumento estivera proibido no Brasil por causa dos efeitos supostamente perigosos, e só em 1808, segundo fui informado, é que esse grande país teve permissão de imprimir a página de um livro [...] Talvez nada possa ser mais indicativo do deplorável estado de ignorância em que esse lindo país se encontra, ou do rápido progresso que o povo fez desde a difusão do conhecimento, que esse fato. (Walsh, notícias do Brasil, p.81-2, *apud* Lajolo e Zilberman, 2019, p.165)

Perante o relato de Walsh sobre a proibição a que os povos dessa nação foram submetidos, Lajolo e Zilberman, na obra *A formação da leitura no Brasil*, ao apresentarem a trajetória de construção de leitores no país, afirmam:

Só por volta de 1840 o Brasil do Rio de Janeiro, sede da monarquia, passa a exibir alguns dos traços necessários para a formação e o fortalecimento de uma sociedade leitora: estavam presentes os mecanismos mínimos para a produção e circulação da literatura, como tipografias, livrarias e bibliotecas; a escolarização era precária, mas manifestava-se o movimento visando à melhoria do sistema; o capitalismo ensaiava seus primeiros passos graças à expansão de cafeicultura e dos interesses econômicos britânicos, que queriam um mercado cativo, mas em constante progresso. (Lajolo e Zilberman 2019, p.29).

Tais fatores relatados pelas autoras, em conjunto com muitos outros de ordem econômica e social, influíram ao longo das décadas no modo que a educação e a leitura literária se desenvolveram no país.

Na atualidade, a escola é o principal ambiente em que se dá o início da formação dos leitores. Da alfabetização à apresentação da literatura por meio de obras infanto juvenis, passando pelo típico ensino das correntes literárias e dos clássicos de relevância nacional, é comum se estabelecer na escola o amor ou a aversão à leitura literária. Muitas vezes a aversão se instala, pois, como pontua Todorov: “Na escola, não aprendemos acerca do que falam as obras, mas sim do que falam os críticos” (2014, p.27). Assim, é recorrente que sejam oferecidas poucas oportunidades aos alunos de experienciar as leituras em si, pois é dado mais foco no ensino de aspectos formais deslocados, ou em análises críticas e interpretativas que orbitam as obras.

Remando contra a maré da aversão à leitura, vários instrumentos didáticos podem ser mobilizados, incluindo os círculos de leitura, nomenclatura usada por Cosson (2018) para se referir aos clubes de leitura no ambiente escolar. Cosson propõe em sua obra *Círculos de leitura e letramento literário* uma série de reflexões e orientações para a instauração dessa

experiência com estudantes. Ele pontua que no ambiente escolar os círculos precisam de um gerenciamento maior, pois além de terem como objetivo o despertar do apaixonamento da leitura nos estudantes, também devem cumprir aspectos de ensino demandados pelos currículos, assim necessitando de maior cerceamento e intencionalidade do profissional de educação que o coloca em prática. Ele reitera que “Se na escola e em ambientes similares, a ênfase é sobre o caráter formativo dos círculos de leitura, fora da escola o traço que mais distingue é a socialização que proporciona” (Cosson, 2018, p.148).

Apesar dos esforços ainda incipientes e insuficientes que se tem feito para mudar o cenário da leitura no país, pouco se pensa a respeito do fato de que os alunos de hoje em breve se tornarão adultos e que, se tiverem sorte, levarão o hábito de leitura do ambiente escolar para a vida; se tiverem azar, possivelmente irão compor os desanimadores índices de baixa leitura no país.⁴ É incontestável que a juventude e o tempo no ambiente escolar são fundamentais para o desenvolvimento do letramento literário, mas eles são atravessados por múltiplos fatores sociais, culturais, educacionais e econômicos, que podem ser também limitadores da autonomia leitora. Desse modo, se almejamos uma população com mais autonomia, acesso e, principalmente, vontade de ler, as estratégias de formação de leitores devem ser aprimoradas no ambiente escolar, mas sem se restringir a ele. Deve-se olhar também para os leitores adultos, pensando em um letramento literário contínuo, que tem como objetivo a formação de sólidas e duradouras comunidades leitoras. À vista disso, refletindo sobre o quão essenciais elas são para que a promoção dos hábitos de leitura, Cosson faz uma pontuação interessante ao afirmar que:

[...] uma comunidade de leitores é definida pelos leitores enquanto indivíduos que, reunidos em um conjunto, interagem entre si e se identificam em seus interesses e objetivos em torno da leitura, assim como por um repertório que permite a esses indivíduos compartilharem objetos, tradições culturais, regras e modos de ler. Desse modo embora o processo físico do texto seja essencialmente individual, a leitura como um todo é sempre social porque não há leitor que não faça parte de uma comunidade de leitura, ainda que nem sempre seja reconhecida como tal.[...] Em outras palavras, a relação aparentemente simples entre autor, obra e leitor encontra-se permeada pelas instituições, pelo mercado e pelo repertório que não apenas sustentam como também determinam em grande parte as práticas de leitura de uma comunidade. (Cosson, 2018, p.138)

⁴ O Centro de Pesquisas em Educação, Interdisciplinaridade e Evidências no Debate Educacional (Iede), revelou que para 66,3% dos alunos brasileiros de 15 e 16 anos, o texto ou livro mais extenso não passou de 10 páginas.

Compreender que as relações desenvolvidas pelas pessoas com a leitura literária são permeadas por muitos fatores além da tríade autor-obra-leitor é fundamental para que se possa enxergar as diferentes práticas de leitura e o poder das novas maneiras de socialização da leitura. Para além dos tradicionais ambientes de letramento literário, os clubes de leitura fora do ambiente escolar têm mostrado potencial para viabilizar a leitura ao formar e promover a manutenção de comunidades de leitores dentro e fora da internet.

A pesquisadora americana DeNel Rehberg Sedo (2003), no artigo intitulado “Leitores em grupos de leitura: Uma pesquisa on-line de clubes de livro presenciais e virtuais”⁵, comenta que a academia por muito tempo ignorou os clubes de leitura, visto que no início dos anos 2000 as pesquisas sobre a temática eram raras. Eram ainda mais incipientes as pesquisas que abordavam os clubes de leitura virtuais. São eles que a autora se dedica a investigar em diferentes regiões do mundo, levantando dados interessantes. Um deles revela a predominância da participação feminina compondo os clubes de leitura. Passados 20 anos da pesquisa de Sedo e vivenciado um gigantesco desenvolvimento dos ambientes virtuais que influíram nos formatos de clubes de leitura presenciais e virtuais, a predominância das mulheres nesses ambientes parece permanecer, como veremos no capítulo II. A autora também chama a atenção para o fato de que esses espaços são marcados pela importância em serem recintos em que as mulheres podem exercitar a liberdade de expressão e desenvolvimento intelectual a partir das obras literárias. (Sedo, 2003)

Os estudos sobre os clubes de leitura do Brasil, se comparados a outros países, ainda estão dando seus primeiros passos. É possível que isso se deva ao fato de que, apesar de aqui existirem clubes de leitura dispersos há bastante tempo, como é o caso do *Clube do livro número 1 de Brasília*⁶, que está há 43 anos em funcionamento, somente nas últimas duas décadas projetos de alcance nacional começaram a se popularizar no país. Reis e Musse (2021), ao realizarem um levantamento sobre as pesquisas dos clubes de leitura no Brasil, revelam que elas estão dispostas em diversas áreas de conhecimento, pois lidam com discussões que englobam várias áreas, como Letras, Sociologia, Saúde e Ciências da Informação. O período em que foi identificada uma ascensão das pesquisas, entre 2011 e 2021, corresponde justamente ao momento em que os clubes de leitura ganharam um impulso de popularização e ampliações de formatos tanto presenciais, quanto virtuais. Dois projetos

⁵ Título no idioma original: *Readers in Reading Groups An Online Survey of Face-to-Face and Virtual Book Clubs*.

⁶ Nascido em março de 1980 o clube de leitura conta com 24 participantes fixas e já ultrapassam as 335 leituras. (Peres, 2022)

que atingiram repercussão nacional podem ser vistos como responsáveis por começar programas de incentivo a clubes de leitura pelo território brasileiro, os *Clubes de leitura Penguin-Companhia* e o *Leia Mulheres*.

Em 2010, a Companhia das Letras e a *Penguin*⁷ firmaram uma parceria comercial, lançando o selo *Penguin Classics* com foco em versões traduzidas para o português. No mesmo ano, foi colocada em prática a execução dos *Clubes de Leitura Penguin-Companhia*. O projeto inaugurava reuniões em espaços como livrarias, bibliotecas públicas, ONGs, penitenciárias e etc. Os encontros eram guiados por mediadores que costumeiramente atuavam como vendedores de livrarias, bibliotecários, funcionários da editora, voluntários etc., e demonstrassem interesse na leitura literária e no projeto. Aos mediadores⁸ responsáveis pela realização dos encontros, a editora ofertava exemplares das obras lidas e mais um exemplar do catálogo a livre escolha, um modo de incentivo à continuidade do projeto que não contava com remuneração financeira.

O projeto também iniciou clubes de leitura de caráter social, como os realizados em penitenciárias⁹. Inicialmente conduzidos na penitenciária feminina de San'Anna, neles eram delimitados um número de participantes aos quais os livros eram disponibilizados por meio de empréstimos circulantes e doações da editora. Após a leitura, as participantes se reuniam em debates mediados por funcionárias da editora. Essa iniciativa se desenvolveu de modo tão positivo que alçou novas proporções e, em 2015, o projeto passou a se vincular à remição de pena, atividade que pode reduzir a sentença dos presidiários em 4 dias, a cada obra lida, desde que seja feita a leitura e comprovada por meio de um resumo avaliado por pareceristas, limitada a 12 obras por ano, possibilitando até 48 dias de remissão.

De tal modo, o projeto *Clubes de leitura Penguin-Companhia* servia como uma faca de dois gumes. Por um lado, era uma ferramenta de ampliação de acesso à leitura atuando em ambientes de carência, como as penitenciárias; por outro lado, a promoção de clubes em diversas cidades do país era também uma estratégia de publicidade de vendas, visto que os livros que podiam ser lidos no projeto se limitavam aos que compunham o catálogo da editora, condicionando, indiretamente, que os leitores que quisessem participantes dos

⁷ Penguin Books é uma editora britânica que ficou conhecida pela proposta de fornecer livros clássicos por preços populares. É uma das principais referências na comercialização de livros de bolso do mundo.

⁸ É importante esclarecer que atuei como mediadora desse projeto no Clube de leitura Casa Park, em Brasília, de 2013 a 2020. O clube continua em funcionamento, mas não possui vínculos com a editora.

⁹ Em 2015, Vanessa Ferrari uma das mediadoras em penitenciárias faz um relato sobre os três anos de sua participação nos clubes promovidos em São Paulo. O relato pode ser acessado em: < www.revistatrip.uol.com.br/tpm/vanessa-ferrari-fala-da-experiencia-nos-clubes-de-leitura-nas-prisoes >

encontros adquirissem as obras vendidas pela editora. Só após alguns anos essa limitação se extinguiu.

Em 2014, existiam 45 unidades de *Clubes de leitura Penguin-Companhia* espalhadas por 10 cidades do país (São Paulo, Jundiaí, Cotia, Campinas, Rio de Janeiro, Brasília, Fortaleza, Recife, Florianópolis e Porto Alegre). O núcleo de incentivo à leitura do departamento de educação da editora promoveu uma pesquisa para mapear o perfil dos leitores participantes e o impacto do programa que estava em curso.¹⁰ Alguns dados que se mostraram relevantes sobre o perfil dos leitores são: 76,7% dos participantes gerais eram do gênero feminino, confirmando o que Sedo (2003) constatou em sua pesquisa, ao observar a predominância de participantes mulheres em clubes de leitura. Ao se tratar da escolaridade dos participantes que frequentavam os clubes realizados em ambientes como livrarias e similares, 50% possuíam ensino superior e 43% pós-graduação. Já nos clubes sociais que ocorriam em penitenciárias, ONGs e similares, a maior parcela dos participantes, 54,6%, possuíam ensino médio e 19,7% ensino fundamental. A discrepância vista nos níveis de escolarização entre os leitores em situações de restrição de liberdade e vulnerabilidade social são mais um termômetro que mostra como as desigualdades econômicas e sociais impactam no acesso à educação e aos livros no país.

Nas perguntas que se dedicavam às práticas de leitura, quando questionados sobre se a participação no clube de leitura teria aumentado o interesse de leituras anuais, 89% do total de entrevistados afirmou que sim, 40,6% deles afirmando que leu, nos últimos 3 meses, de 4 a 6 livros. Esses dados, apesar de já não serem tão recentes, são um indicativo que reforça a importância e o papel dos clubes como ambientes que melhoram os hábitos de leitura. O projeto *Clubes de leitura Penguin-Companhia* se encerrou em 2020, mas a editora mantém parcerias com alguns clubes de leitura espalhados pelo país¹¹ e com o projeto de remissão de pena pela leitura.

O *Leia Mulheres* é outro projeto de clubes de leitura que impactou o cenário nacional. Ele foi inspirado no movimento representado pela hashtag *#readwomen2014*, criada pela escritora e ilustradora britânica Joanna Walsh¹², que a postou no *Twitter*, junto com cartões de

¹⁰ Os dados foram retirados de um folheto que traz os resultados da pesquisa realizada em 2014. A pesquisa geral contou com 372 respostas, sendo divididas em quatro categorias: Livrarias e outros, Sindiclube, Sociais e Geral.

¹¹ Lista dos clubes que tem parceria com a editora pode ser consultada em:
< <https://www.companhiadasletras.com.br/sobre.php> >

¹² O texto em que Joanna Walsh explica o que ocorreu podem ser lidos em:

< www.theguardian.com/books/booksblog/2014/dec/08/readwomen2014-year-discoveries-writing-campaign >

ano novo com ilustrações feitas por ela de escritoras que havia lido, pedindo a contribuição de indicações de escritoras mulheres. Foi assim que Walsh viu nascer em suas redes sociais uma enorme repercussão de outros usuários respondendo, reivindicando a mesma causa e fomentando o projeto. Lousa e Santos apontam que:

A pedido de seus seguidores, Walsh transformou as postagens em listas para serem compartilhadas. Nesse ínterim, muitas livrarias gostaram da ideia e criaram espaços dedicados a livros escritos por mulheres. Escritoras passaram a usar a *hashtag* para divulgar seus lançamentos, e leitores postaram sobre seus livros preferidos. Então, o espaço de emancipação virtual se expandiu para o espaço físico. (2016, p.65)

Inspiradas pelo movimento virtual, as brasileiras Juliana Gomes, Juliana Leuenroth e Michelle Henriques criaram no ano de 2015, em São Paulo, um clube com o objetivo de ler mais obras produzidas por mulheres. De lá para cá, o clube foi implementado em todos os estados brasileiros e também em algumas cidades interioranas, contando com mais de 400 mediadoras espalhadas por mais de 100 cidades.¹³ A popularização da iniciativa mostrou a carência e as restrições ainda presentes no mercado editorial quando se trata da publicação de escritoras mulheres, e a crescente dos clubes foi um importante motor para que o mercado olhasse para essa demanda. Além disso, é possível apontar que a ampla adesão é um sinal de que o projeto tem produzido espaços de socialização de leitores.

Apresentados alguns exemplos de clubes de leitura que na última década movimentaram o país, é importante ressaltar que explicar o funcionamento dos clubes de leitura não é uma tarefa fácil e possui poucas margens para generalizações, visto que eles possuem, e é nisso que está sua potência, atividades e funcionamentos orgânicos e cheios de peculiaridades, que refletem as intimidades e dinâmicas de cada uma das comunidades literárias. Nessa impossibilidade de definições muito enrijecidas, estabelecer algumas diferenciações estruturais se mostra útil para compreendermos aspectos dos múltiplos tipos de clubes de leitura, ou clubes do livro, que vêm surgindo. Apesar de ser comum a utilização dos termos como sinônimos é necessário notarmos que às vezes os termos guardam também distinções no funcionamento de alguns formatos. Na obra *Book Clubs and Book Commerce*, a autora Corinna Norrick-Rühl (2019) mostra que em vários idiomas há expressões que separam os diferentes tipos de clubes do livro, mas em inglês, assim como em português, os termos são usados na maioria das vezes como sinônimos, o que dificulta as definições. A autora mostra que o termo clube do livro pode ser usado para denominar, por exemplo,

¹³ Informações retiradas do site:< www.leiamulheres.com.br/ >

instituições de distribuição de livros, clubes de discussões de livros, sociedades bibliofílicas, e etc. Para as discussões dispostas neste trabalho, é importante pontuar duas diferenças estruturantes: os clubes que são voltados para a comercialização de produtos e os clubes voltados para a reunião de leitores.

O primeiro trata-se dos clubes de assinatura que visam angariar clientes para a venda de livros. Um dos clubes de assinatura pioneiros no Brasil foi o *Círculo do Livro*, fundado em 1973 em uma parceria entre a editora Abril e a editora alemã Bertelsmann, que atingiu 800 mil assinaturas pelo país. (Reis e Musse, 2021). Na atualidade, o exemplo mais proeminente da categoria é a *TAG- experiências literárias*¹⁴, que se destacou por promover a venda de caixas entregues em domicílio, contendo edições de livros com capas personalizadas, revistas com informações adicionais sobre a obra e autoria, marcadores de páginas e outros “mimos literários”. A depender da categoria de assinatura, as obras são selecionadas pela curadoria de grandes nomes do cenário cultural como escritores, filósofos e outras personalidades. Esse tipo de clube do livro tem sido usado com frequência pelo mercado editorial e pode contar, ou não, com encontros de debate sobre as obras, pois, o foco está no serviços de assinatura e venda de livros.

O segundo formato, o mais tradicional, é o dos clubes de leitura ou do livro (presenciais ou virtuais) que possuem diferentes modelos de funcionamento, porém, são mais autênticos em sua missão de promover encontros entre leitores interessados em debater as obras. Nessa modalidade, o foco está na disseminação de informações e na escuta e compartilhamento das experiências individuais dos leitores. Eles são os mais frequentes e majoritariamente gratuitos, havendo, no entanto, algumas questões monetárias, como a divulgação de uma editora (o caso dos *Clubes de Penguin-companhia*), a publicização de um autor, entre outras. Ainda assim, o que estrutura a existência desses clubes é a socialização das práticas de leitura.

Apresentada essa diferenciação, a definição proposta por Schmitz-Boccia (2012) se mostra uma maneira adequada de olhar para essa segunda modalidade, que mais interesse a essa pesquisa.

Clubes de leitura, círculos de leitura, tertúlias literárias e grupos de leitura são algumas das nomenclaturas que identificam espaços de leitura e discussão de

¹⁴ Fundada em 2014, a marca se consolidou como um dos maiores clubes de assinatura do país, comercializando uma média de 35 mil caixas por mês. Informações disponíveis em: <https://taglivros.gupy.io/>

livros. Não seria possível generalizar as regras de funcionamento dos inúmeros clubes de leitura existentes, uma vez que são produtos de agregamentos sociais com necessidades ou propósitos próprios e até, não raramente, únicos. No entanto, em comparação com a leitura e o estudo literário escolarizados – normalmente visando à leitura de textos canônicos, guiados muitas vezes por roteiros de compreensão, ou com o objetivo de classificar as obras em períodos ou estilos – os clubes de leitura buscam, em geral, a fruição da leitura e a discussão de aspectos relevantes para o grupo. (Schmitz-Boccia 2012, p.98-99)

Os espaços com tais características, em que são possibilitadas discussões e socializações em torno da leitura literária, estão se expandindo com as transformações vividas na era digital. Agora que já trilhamos breves contextualizações de aspectos da história da leitura e das origens dos clubes de leitura nos países, vamos olhar com atenção para as transformações surgidas na era digital. O digital não foi responsável apenas por alterar o modo de ler e oferecer possibilidades de virtualização dos encontros, mas também modificou profundamente as maneiras de exprimir experiências e o modo como elegemos e olhamos para figuras de referência e autoridade em diversas áreas. Assim, direcionamos nosso olhar dos lugares tradicionais de formação de leitores às novas mídias.

1.3 Novos tempos, novos formatos, novos espaços

Assim como a invenção da imprensa reverberou mudanças extraordinárias na história da humanidade, a revolução digital já garantiu um capítulo especial em qualquer livro de história. A era da informação é o que Pierre Lévy chama de segundo dilúvio, fazendo uma referência ao conto bíblico da arca de Noé. Lévy argumenta que “O dilúvio informacional jamais cessará. A arca não repousará no topo do monte Ararat. O segundo dilúvio não terá fim. Não há nenhum fundo sólido sob o oceano das informações. Devemos aceitá-lo como nossa nova condição.” (1999, p. 15), indicando que a internet transformou o desenvolvimento cultural, social e econômico de maneira robusta e em ritmo vertiginoso. Lévy define que a rede, também chamada de ciberespaço “é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores.” (p. 17), e aponta que esse termo não especifica apenas “a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.” (p.17). As práticas humanas na internet são denominadas cibercultura, definida

como “o conjunto de técnicas (matérias e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.” (p. 17).

Ao abrir o site da *Amazon*, uma das maiores potências em vender livros do mundo, é comum que o internauta observe quantas estrelinhas o produto recebeu e os comentários deixados na aba de avaliações dos clientes. Quando se trata de livros, é recorrente que existam extensos comentários contendo experiências dos mais variados tipos de leitores, que se dedicam a partilhar experiências de compra e de leitura, fazendo comparações com outras obras, indicando se tal tradução é boa ou não, e ainda, expondo intimidades de sua experiência estética, tudo isso na caixinha inferior do site destinada aos comentários dos compradores. Esse tipo de situação, talvez, deva ser vista com maior atenção, pois o ciberespaço parece possibilitar um tipo de crítica literária feita pelos leitores, que distancia-se da crítica convencional, mas que é também importante. Isso pode ser visto, por exemplo, na obra *Torto Arado* de Itamar Vieira Junior, que acumulou no site mais de 36 mil avaliações globais (as estrelinhas, usadas como um instrumento de avaliação), e possui 2.748 mil avaliações escritas.¹⁵ Isso vai de acordo com o que Henry Jenkins fala sobre como “o consumo tornou-se um processo coletivo”(2022, p.32) e que na cultura da participação, “a convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima pra baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo pra cima”(2022, p.48).

Se durante muito tempo a leitura oscilou entre ser um ato coletivo ou solitário, na contemporaneidade as reverberações no leitor têm ganhado espaços e expressões diversas, uma vez que as práticas de partilhamento de experiência têm se amplificado. Em clubes de leitura presenciais e virtuais, relatos nas redes sociais, comentários em sites de compra às plataformas e aplicativos de interação entre leitores, vivemos uma época muito propícia à partilha, pois é a exposição que estrutura o funcionamento das redes sociais, onde deixamos o tempo todo vestígios digitais. É o que Jenkins chama de cultura participativa que afasta a ideia de espectadores passivos. (Jenkins, 2022)

Cavallo e Chartier defendem que, para que se alcance um olhar sólido na história da leitura e dos leitores, é necessário que se dê atenção em dupla perspectiva: “para com as materialidades dos textos e para com as práticas de seus leitores” (1998, p.7). Nesse sentido, é

¹⁵As avaliações podem ser vistas em: < www.amazon.com.br/Torto-arado-Itamar-Vieira-Junior/dp/6580309318/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85C5%BD%C3%95C3%91&keywords=TORTO+ARADO&qid=1704406239&sr=8-1 >

inegável que no século XXI, as materialidades do texto têm passado por momentos de transformação, impactadas pela revolução digital e a disseminação da internet. Esse novo modo de inscrição abre a possibilidade para o leitor de: “embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler” (Chartier, 1998b, p.13). Junto com tudo isso, se altera também as figuras de mediação entre livros e leitores.

O fenômeno do *Oprah's Book Club* sem dúvida é um dos maiores marcos de novos formatos de incentivo à leitura que surgiram nos últimos tempos. Iniciado em 1996, como um segmento do popular programa de televisão *The Oprah Winfrey Show*, a apresentadora americana passou a promover conversas sobre obras cuidadosamente selecionadas e recomendadas por ela, discutidas ao vivo em seu *talk-show*, muitas vezes com a presença de autores e de leitores selecionados. Nos anos 2000, iniciou-se o primeiro grupo de discussão online para o clube do livro da Oprah, o que possibilitou a expressão dos leitores-espectadores sobre as obras.¹⁶ O clube impactou estrondosamente o mercado editorial, que passou a chamá-lo de *Oprah Effect*, pois estima-se que as obras escolhidas para compô-lo venderam mais de 22 milhões de cópias¹⁷ nos últimos anos, sem contar a circulação desses exemplares em sebos ou bibliotecas. Nas mais de duas décadas de sua existência, já foram lidos mais de 103 livros, de ficção e não ficção¹⁸, nos diferentes momentos e formatos que o clube atravessou.

R. Mark Hall (2003) afirma que a cada obra debatida Oprah expunha pouco a pouco aspectos de sua intimidade, o que gerou uma aproximação dos telespectadores por meio da partilha de vulnerabilidades, culminando em um clima de amizade e confissão, característica sempre presente em seu *talk-show*. O autor também chama a atenção para o fato de que o clube alcançou sucesso graças à relação sólida que Oprah já havia construído com o público. Sendo uma das figuras mais influentes do país na época, ela impactou como ninguém o letramento literário dos Estados Unidos. Isso atesta a afirmação feita por Pierre Lévy de que “Nenhuma reflexão séria sobre o devir da cultura contemporânea pode ignorar a enorme incidência das mídias eletrônicas (sobretudo a televisão) e da informática.” (1993, p. 17).

¹⁶ Informações retiradas do site: < www.fastercapital.com/pt/contente/Mudanca-de-vidas--a-revolucao-do-clubedo-livro-de-Oprah.html#O-poder-dos-Oprahs-influencia >

¹⁷ Fonte: *Nielsen BookScan*, um provedor americano de dados para a indústria editorial de livros. Disponível em: < www.nielsen.com/pt/insights/2011/the-oprah-effect-closing-the-book-on-oprahs-book-club/ >

¹⁸ A lista com as obras pode ser consultada em: < www.oprahdaily.com/entertainment/books/g23067476/oprah-book-club-list/ >

Após alguns anos de pausa, em 2019 a apresentadora retomou o *Clube do Livro da Oprah Winfrey* em um projeto junto com a *Apple*. A frase usada como tema da campanha foi: “Leia na *Apple Books*, veja na *Apple Tv+* e discuta no *Instagram*”. Esse *slogan* é representativo do modo como se estabelecem novas maneiras de incentivo à leitura e como os *streamings*, junto com as redes sociais, têm performado e lucrado com essas práticas. A assinatura do *streaming* dá acesso ao programa do clube produzido por Oprah, pelo aplicativo *Apple books* se adquire o livro digital, e o *Instagram* vira ambiente de debate.¹⁹ Tudo transformado para atender as novas demandas. Assim, expandem-se as conceituações de clube de leitura para se adequar às exigências criadas pelas mídias e o ciberespaço.

O fenômeno da Oprah representa o início de uma era de ascensão de novos formatos de clubes de leitura, novas práticas de leitura e também novas figuras de mediação. O professor, o bibliotecário, o livreiro, o crítico literário ou o jornalista de coluna de jornal cada vez mais dividem os espaços de indicações literárias com as celebridades e influenciadores digitais. Os clubes mediados por figuras que possuem popularidade são cada vez mais frequentes. A atriz Emma Watson lançou, em 2016, um clube do livro feminista, usando a plataforma *Goodreads* e o *Instagram*. A cantora Florence Welch criou a conta *@betweentwobooks* no *Instagram* em que posta uma série de recomendações literárias suas e de outros artistas reunindo 140 mil seguidores. Outro exemplo proeminente é o Clube do Livro da Reese Witherspoon, ganhadora do Oscar de melhor atriz, que no perfil *@reesesbookclub* reúne mais de 2,7 milhões de seguidores, e onde todo mês ela indica um livro com uma mulher no centro da história e promove encontros virtuais.

Quando olhamos o cenário nacional, a principal diferença é que os clubes de leitura virtuais mais proeminentes daqui costumam não ser gratuitos. A maior parte deles é pago, de modo que as reuniões são o produto comercializado. Nesses casos, o capital cultural do mediador agrega valor às reuniões e é oferecido como algo a ser comprado, como é o caso do Clube do livro Priori e Karnal, com a advogada Gabriela Prioli e o historiador Leandro Karnal, figuras que se destacaram na mídia. Esses clubes costumam ter uma mescla de obras de ficção e não-ficção e adotam um viés de leitura como instrumento que irá somar e produzir aprimoramento intelectual. Outro exemplo que tem o mesmo formato é o Clube da Manuela d’Ávila, que se tornou conhecida por ser integrante da política brasileira e que passou a ter amplo alcance nas redes sociais. Apesar de nesses exemplos haver fatores monetários

¹⁹ A conta *@oprahbookclub* dedicada a isso possui 835 mil seguidores.

envolvidos, ainda assim a socialização da leitura e o capital cultural em jogo é o que se mantêm em primeiro plano como produto.

1.4 Comunidades virtuais típicas e atípicas de leitores

Néstor García Canclini, na obra *Leitores, espectadores e internautas*, discute como as inovações tecnológicas possibilitaram que nos misturássemos a outras culturas por meio da portabilidade cultural, alterando a dinâmica do mundo das artes. Ele propõe várias reflexões, que vão desde a utilidade dos livros frente aos mecanismos de busca da *web*, até discussões que englobam os limites de direitos autorais remexidos pela internet. O autor afirma:

Numa época de empréstimos e negociações entre várias línguas, entre língua e imagens, não captamos os significados se não observarmos as peripécias das palavras, o modo como deslizam pelas ações daqueles que lêem, são espectadores e navegam pelo ciberespaço. Uma vasta bibliografia discute o que é um leitor, outra, o que é um espectador, começamos agora a entrever o que pode ser um internauta. (Canclini, 2008, p.13)

Canclini aponta como se esfumam os limites entre essas três categorias, pois quando falamos de internauta “fazemos alusão a um agente multi-mídia que lê, ouve e combina materias diversos, procedentes da leitura e dos espetáculos” (2008, p.22). Ao defender que o internauta agrega em si as outras categorias, ele pontua: “Ser internauta aumenta, para milhões de pessoas, a possibilidade de serem leitores e espectadores” (2008, p.54)

Dentre a vastidão de possibilidades encontradas nos ciberespaços, como as práticas de leitura literária que estão anunciadas desde o título deste trabalho, vimos alguns acontecimentos que impactaram as práticas de leitura ao longo da história e oferecemos exemplos de como eles se modificaram junto com a virtualização e o desenvolvimento da cibercultura. Mas ao falarmos da junção entre literatura e redes sociais, o fenômeno do *Booktube* não pode ser ignorado, visto que frequentemente é ele o que costuma ser notado quando se pensa em comunidades virtuais formadas em torno da literatura. Os *Booktubers* são os influenciadores digitais que criam conteúdos sobre livros e afins nos canais do *Youtube* e reúnem uma comunidade que partilha dos mesmos interesses. A influência deles na formação de leitores repercute tanto nos ciberespaços como fora deles. Como pode ser notado,

inclusive, dentro dos ambientes escolares que têm sido diretamente afetados pelas transformações difundidas nas redes.²⁰

Além do *Youtube*, outras redes comportam figuras que conquistaram prestígio e notoriedade na internet se tornando referências nas indicações de leituras e na movimentação dos leitores-internautas. No *Instagram*, os *Bookstagrammers*, no *Tiktok*, os *Booktokers*, entre outras junções da palavra *-book* e dos sufixos correspondentes às redes que representam, cada um deles possui suas variações de linguagem, formatos e públicos. Assim como o fenômeno da Oprah, mas em diferentes proporções, esses canais e perfis literários têm operado como ambientes alternativos de incentivo aos hábitos de leitura, sendo eles responsáveis por influenciar no consumo de livros.

Não podemos deixar de citar as plataformas direcionadas à avaliação de livros e interação entre leitores, como a americana *Goodreads* e a brasileira *Skoob*. Todos esses ambientes virtuais citados, dadas suas diferenças, partilham do propósito de falar sobre literatura e assim ocupam um nicho, pois têm regularidade temática. Eles possuem comunidades que partilham gostos e interesses, sendo capazes de desenvolver também suas próprias maneiras de valoração. Por isso as chamaremos aqui de comunidades virtuais típicas, pois nelas as expectativas temáticas são correspondidas.

Mas não é sobre *Booktubers* e derivados que iremos falar daqui para frente. E essa é uma separação importante para que possamos avançar para o capítulo II, a diferenciação do que chamaremos aqui de comunidades virtuais típicas e atípicas de leitores dentro dos ciberespaços. Essa diferenciação poderia ser aplicada a qualquer recinto, inclusive fora dos ciberespaços, já que ela se estabelece em cima de dois critérios simples: a regularidade temática e as expectativas criadas. E é justamente por trair esses dois critérios que as comunidades de leitores que exploraremos daqui para frente podem ser descritas como atípicas. Primeiro porque elas surgem em ambientes em que não há a regularidade, nem o compromisso temático que acontece nas comunidades típicas. Segundo, pois se encontram

²⁰ Um exemplo de como os *Booktubers* podem atuar na difusão de leitura de livros clássicos é o experimento proposto pela pesquisadora Diane Barbosa. Ao promover oficinas e debates de leitura com os estudantes, ela exibiu vídeos de *booktubers* falando sobre as obras literárias que estavam sendo trabalhadas. A pesquisadora afirma que tal atitude gerou um impacto positivo na recepção dos jovens às obras, pois funcionaria como um “quebra gelo” que possibilitou maior participação dos alunos. Informações disponíveis em: < <https://jornal.usp.br/diversidade/comunidade-booktube-pode-aumentar-interesse-de-jovens-pela-literatura-classica/> >

numa localização incomum, não correspondem às expectativas que criamos ao pensar em comunidades virtuais de leitores.

Nas comunidades virtuais atípicas, como os perfis de beleza, a literatura aparece como coadjuvante, brotando pelos cantos, surgindo como ervas-daninhas, que ao invés de serem arrancadas, encontram solo fértil e são aguadas. E assim nascem as comunidades de leitores que se reúnem nas bordas dos ciberespaços. Elas se estruturam ali, onde não são esperadas, (talvez a próxima frase seja uma afirmação apaixonada) porque a literatura está sempre dando um jeito de reexistir, e na verdade, deve ser sempre esperada. Assim se lá atrás o surgimento da internet abalou algumas estruturas e gerou até as profecias sobre o fim do livro, arriscamos também afirmar que não haverá fim das comunidades de leitores, pelo contrário, elas estão surgindo em muitos lugares.

CAPÍTULO II

Perfis de beleza e literatura

2.1 Breve história dos perfis de beleza

Em tempos em que os *smartphone* saem do bolso e parecem estar sempre colados nas mãos, as notificações de e-mails e redes sociais chegam na tela dos relógios de pulso, os filmes estreiam nos *streamings* e cinema ao mesmo tempo, com apenas alguns cliques é possível adquirir um livro e ler em formato digital, ou até mesmo escutar em *audiobook*, parece uma memória perdida no fundo da gaveta relembrar o funcionamento do mundo sem conexão com a internet. É estranho pensar que, faz menos de duas décadas que a internet começou a se popularizar no Brasil. Os computadores, que antes eram item de luxo que integrava apenas as bibliotecas, salas de estudo, *Lan houses*, ou a casa de um parente rico, se popularizaram e paulatinamente se tornaram mais acessíveis. Da mesma forma, o acesso à internet, que antes era restrito aos fins de semana e madrugadas acompanhados pelo zumbido e lerdice da internet discada, agora é mais veloz e cada vez menos restrito.

A conexão à rede de internet discada no Brasil passa a ser uma possibilidade limitada a um pequeno grupo de usuários em 1995, o mesmo ano em que nasci.²¹ Em 2007 há um marco temporal significativo em minha vida: minha irmã, ao completar 15 anos, ganhou de presente de aniversário um computador. O aparelho acompanhava um estabilizador de picos de energia e uma capa plástica para proteger das goteiras que poderiam danificá-lo, tudo que fosse capaz de diminuir as chances de colocar em risco um investimento tão significativo para a época, que só era acessível para muitos brasileiros devido às opções de parcelamento. O computador de nossa família tinha funções bem limitadas durante a semana, como fazer capas de trabalhos escolares e currículos pelo *Word*, desenhos abstratos no *Microsoft Paint* e jogar *The Sims*, já que somente aos fins de semana era possível utilizar a internet discada de modo acessível. Apenas quando a internet banda larga se popularizou no país, acompanhada pela lenta inclusão digital dos brasileiros, começaram a aumentar as possibilidades disponíveis na *web* e se proliferar o número de *blogs* e de leitores interessados em diversos conteúdos.

²¹ Marcelo Sávio Revoredo Menezes de Carvalho mostra que a Embratel começou testes de serviço de acesso a internet em 1994, mas que “A segunda fase do projeto compreenderia a distribuição gradativa da conexão à rede aos cerca de quinze mil usuários antecipadamente cadastrados para participar. O plano da Embratel era atender, em média, quinhentas pessoas por semana até suprir toda a demanda. A segunda fase do projeto começou efetivamente em maio de 1995, quando a Embratel passou a oferecer o serviço de acesso à Internet através do acesso ao Global Internet Exchange (GIX) que provia acesso CIX nos Estados Unidos.” (2006, p. 137).

Cito esses aspectos pessoais por dois motivos: para revelar que, ao fazer parte de uma geração que viveu todo o desenrolar de um mundo sem internet para um mundo dependente dela, pude presenciar essas mudanças de perto, sendo uma usuária-leitora assídua dos *blogs* de beleza, que posteriormente se tornaram os perfis de beleza em múltiplas redes. E também para exemplificar o que mostram os dados sobre uso de internet no Brasil. As estatísticas sobre o ano de 2007 mostram que seus usuários representavam 21,9% da população brasileira acima de 10 anos de idade,²² número tímido se comparado aos 79% dos brasileiros que ainda não eram usuários frequentes, mas bastante significativo sobre a expansão do acesso à internet, que vai de encontro a um movimento exponencial de surgimento de *blogs* na época.

Segundo Amaral, Recuero e Montardo (2009), o lançamento do *Blogger*, em 1999, foi responsável por proporcionar mais facilidade na publicação de sites variados, sendo que a posterior integração da ferramenta de comentários também teria ajudado a popularizar o sistema. Dentre as muitas definições conceituais de *blog*, temos a de artefato cultural, em que se uniriam artefatos tecnológicos, a saber: “Um artefato cultural, para evitar qualquer confusão, pode ser claramente definido como um repositório vivo de significados compartilhados produzido por uma comunidade de ideias.”(Shah, 2005 *apud* Amaral, Recuero e Montardo 2009, p.31). Para falarmos sobre os perfis de beleza engajando leitores literários na atualidade, é preciso retroceder e compreender alguns aspectos da história e do desenvolvimento desses perfis, que estão diretamente ligados às transformações de acesso e inclusão digital do país²³.

Os perfis de beleza são ambientes virtuais em que são propagados conteúdos voltados às práticas sociais de embelezamento. Cosméticos, maquiagem, dicas de cuidados pessoais, informações de moda, entre outros assuntos, conteúdos que são cultural e historicamente voltados principalmente às mulheres. Até o início dos anos 2000, as revistas, os jornais impressos e os programas de televisão eram as principais mídias para o mercado publicitário, mas, com a expansão da internet no Brasil, na primeira década dos anos 2000, esse cenário começou a se transformar. Por meio dos *blogs* as consumidoras encontraram espaço para falar

²² Dados disponíveis em: <www.avellareduarte.com.br/fases-projetos/conceituacao/demandas-do-publico/pesquisas-de-usuarios-atividades-2/internet-no-brasil-2015-dados-e-fontes/internet-no-brasil-2007-dados-e-fontes/>

²³ Como revela o levantamento do Módulo de Tecnologia de informação e comunicação (TIC), realizado pelo IBGE em 2021, o Brasil chegou a marca de 90% dos lares brasileiros com internet. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/educacao-e-pesquisa/2022/09/internet-chegou-a-90-dos-domicilios-brasileiros-no-ano-passado>>

de suas experiências com os produtos de beleza, surgindo os hoje chamados de perfis de beleza, que na atualidade se ancoram em diferentes mídias e redes sociais.

Não há consenso sobre qual teria sido o primeiro *blog* de beleza do Brasil, mas os primeiros que se destacam surgem entre 2006 e 2007. A maioria começou como espaços de *hobby* em que mulheres comuns partilhavam ideias, testavam e contavam as experiências no uso de produtos, com críticas ou elogios, demonstravam na pele as tonalidades, os famosos *swatches*, falavam sobre novidades da indústria, ensinavam técnicas de maquiagem, dicas de estilo, informações de moda entre outras coisas, muitas vezes, inspirados em *blogs* americanos com a mesma temática. Os assuntos, em estilo de diário e partilha de experiência, se desdobravam dentro do espectro categorizado como nicho de beleza. A princípio, esses espaços surgem sem qualquer vínculo ou compromisso com o mercado publicitário, sendo um lugar de troca confiável entre mulheres e servindo também para as seguidoras como um local de diálogos. A relação entre as seguidoras e as blogueiras se estabelecia principalmente por meio dos comentários feitos nos *posts*. Essas transformações, que são tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, são descritas por Henry Jenkins como convergência. O autor defende que “[...]a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos. (Jenkins, 2022, p.32)

À medida que os usuários e os acessos aumentaram, e a internet se transformou, ficou evidente que o ambiente online exercia uma forte influência nas consumidoras, e que as novas mídias estavam alterando as dinâmicas de comportamento, incluindo o de compra, o que chamou a atenção do mercado de *marketing*. Os *blogs* começaram a ser visados como espaços para a publicidade e o que antes era apenas recintos de *hobby*, tornou-se pouco a pouco espaço de trabalho, as blogueiras se transformaram em uma nova categoria profissional. Simultaneamente novas mídias surgiram e se tornaram ambientes produtivos para as comunidades online, como o *Youtube*²⁴ e o *Instagram*²⁵. Apesar de outras mídias, como *Tiktok* e *Twitter*, também terem destaque, o *Youtube* e *Instagram* superaram os *blogs* e atualmente se firmaram como as principais mídias que abrigam os perfis virtuais, utilizadas pelos influenciadores digitais para a propagação de seus conteúdos.

²⁴ O *Youtube* é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, criada em 2005 pelos americanos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Em 2006 foi comprada pelo *Google* quando passou a se popularizar.

²⁵ A rede social *Instagram*, produzida em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, atualmente é uma rede que abarca o compartilhamento de fotos, vídeos curtos e longos, *lives* ao vivo, entre outras funcionalidades.

2.2 De blogueiras a influenciadoras digitais

A mudança de blogueira a influenciadora digital pode parecer uma mera variação de nomes, mas não é. Os blogueiros e blogueiras surgiram quando a escrita em *blogs* se atinha a um passatempo e não se imaginava que essa prática se tornaria uma profissão. Mas à medida que eles começaram a se destacar em números de acesso e movimentação monetária, as disputas de espaço entre os *blogs* e as mídias tradicionais começaram a surgir. O impacto da influência exercida por esses indivíduos começou a se mostrar atrativa para o mercado, especialmente para o publicitário, que pouco a pouco começou a enxergar relevância nesses indivíduos que se tornavam cada vez mais proeminentes.

Como toda mudança, junto com seus avanços e ganhos, surgem também as tensões. Uma marca explícita de como as novidades das comunidades eletrônicas incomodavam foi a campanha *Por onde você tem clicado, hein?*, promovida pelo *Estadão* em 2007, que questionava a credibilidade dos *blogs*. A campanha gerou tamanho burburinho que foi retirada do ar na primeira semana de publicação. Para tentar mediar a situação, o *Estadão* promoveu um debate com jornalistas, blogueiros, publicitários e professores em que discutiram sobre responsabilidade e conteúdo digital²⁶. O que esse tipo de campanha sinaliza são as tensões que passaram a surgir com as novas mídias e os novos modos de produzir informação e conteúdo, em que personalidades desconhecidas ascendiam.

Essas tensões, que estão longe de serem superadas, expõem uma disputa que atinge múltiplas esferas sociais, na qual muito está em jogo no conflito entre a manutenção do estável e as possibilidades do novo, com afirmações e redefinições de credibilidade. Uma das grandes mudanças das redes sociais é a democratização de espaços, pois as comunidades online têm múltiplos modos de valoração e credibilidade, o que muitas vezes favorece a visibilidade de não especialistas, como muitos influenciadores digitais. Os questionamentos de legitimidade de influenciadores digitais representam um conflito crescente entre o especialista e o amador. Isso será retomado no Capítulo III, em que discutiremos a figura da influenciadora de beleza exercendo a função de mediadora de leitura, sem ter capacitação específica na área.

²⁶ O debate foi promovido em 29 ago.2007. Um recorte da gravação está disponível em: < www.youtube.com/watch?v=-gK5Chpj4-g >. Acessado em 15 set. 2023.

A mudança de nomes revela uma transição em várias esferas. A primeira se dá pelo surgimento e ascensão de novas redes sociais, já que apesar de os *blogs* terem sido o local de nascimento dessa possibilidade profissional, as blogueiras passam a transitar por outras redes, em que surgiram palavras de designação correspondentes às plataformas em que atuavam, como *youtuber* para as criadoras da plataforma *Youtube* e *Instagramer* para as do *Instagram*. Assim, o termo blogueira passou a não dar conta da atuação nas múltiplas plataformas.

A segunda transição é referente ao processo de transformação do *hobby* em carreira. Esse processo acontece de forma gradual, como mostra a pesquisadora Issasf Santos Karhawi (2018)²⁷, que defende a tese de que a passagem de profissionalização das blogueiras ocorreu em quatro etapas: 1) De vanguarda: quando despontaram os primeiros *blogs*, não existia vislumbre de ganhos monetários e ainda havia anonimato frente à mídia tradicional e o grande público; 2) De legitimação: momento de ascensão e consolidação, em que as blogueiras definiram seus espaços digitais, por meio da construção de relacionamentos de credibilidade com as leitoras gerando uma reputação que refletiu no mercado de moda e beleza; 3) De institucionalização: durante a migração de *hobby* para negócio, uma série de práticas de produção e monetização se transformam, de modo que as blogueiras passam a responder à exigências do mercado; 4) De Profissionalização: o amadorismo ficou para trás, pois a consolidação das profissionais gerou mudanças no *status quo* de campos como moda, varejo e comunicação. (Karhawi, 2018). Ao passarem por essa sucessão de mudanças, algumas antigas blogueiras alcançam a profissionalização, de modo que a produção de conteúdo digital se torna um trabalho de tempo integral.

A terceira transição é a que mais interessa a essa pesquisa está no fato de que a alteração das denominações sinaliza uma metamorfose temática dos perfis de beleza. Se antes exploravam os conteúdos de modo mais limitado aos seus nichos, apenas ocasionalmente falando de outras temáticas, atualmente esses outros conteúdos despontaram e passaram a fazer parte da construção dessas comunidades online. Karhawi afirma: “A abrangência da designação influenciador digital é mais ampla. O influenciador é aquele sujeito que produz conteúdo nas mídias sociais digitais sobre quaisquer assuntos, não apenas moda e beleza.”

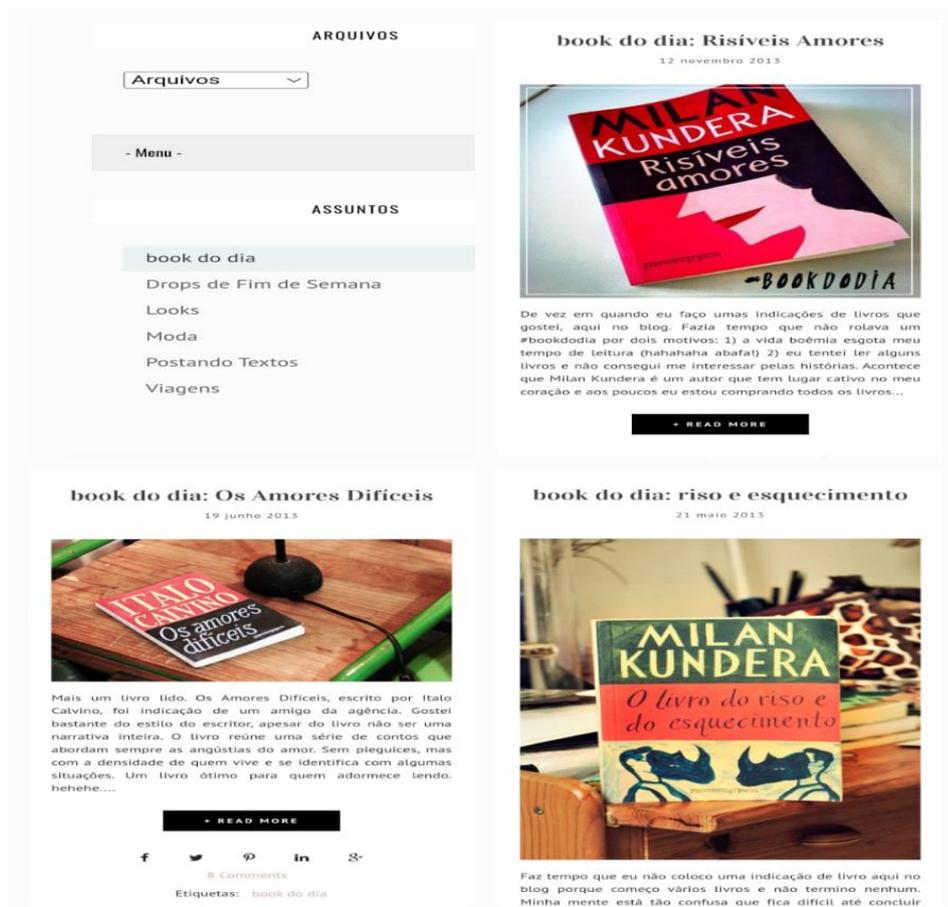
²⁷ Na sua tese defendida em 2018, a autora se aprofunda em discutir os processos de profissionalização dessa categoria usando as nomenclaturas *blogs de moda* e *blogueiras de moda* para se referir ao mesmo tipo de objeto que discutimos aqui. Apesar de as nomenclaturas terem passado por disputas, na atualidade outros nomes se firmaram, por isso optamos por utilizar *perfis de beleza*, *influenciadoras de beleza* e *influenciadoras digitais*, pois são as nomenclaturas que estão em uso recorrente e melhor descrevem o atual estado da profissão e o *corpus* analisados por nós.

(Karhawi, 2018, p. 251). Quando as influenciadoras de beleza começam a abordar outros assuntos com frequência, como os livros, que passam a surgir entre batons, nasce esta pesquisa.

2.3 Dos batons aos livros

Para compreender o aparecimento gradual das obras literárias em espaços de beleza, podemos observar como as categorias internas de alguns *blogs* expandiram-se para abarcar novos assuntos. Um exemplo disso é o *blog* de moda *Carol Burgo*,²⁸ fundado em 2010. Utilizando um trocadilho com a categoria *Look do dia*, na qual se mostravam as combinações de roupas, sapatos e acessórios, foi criada a categoria *Book do dia*, que se dedicava às leituras. Mesmo contando com um número de postagens bem inferior aos de *looks*, a categoria é uma amostra de como os livros foram surgindo nesses espaços. Entre as indicações de livros, aparecem obras sobre artes, biografias, história do Brasil e feminismo, já nas voltadas para literatura encontramos: Milan Kundera, Italo Calvino e Gabriel Garcia Marquez, como é possível ver na Figura 1:

Figura 1



Mescla de capturas de telas. Fonte: *Blog Carol Burgo*.

²⁸ O blog foi criado em 2010, pela publicitária Carolina Burgo. Inicialmente era intitulado *smallfashiondiary*, mas em 2015 muda o nome para *carolburgo*.

Uma postagem intitulada *mais que sapatos*²⁹ inaugura a categoria *Book do dia*, que passa a contemplar ideias sobre livros. Carol Burgo começa o *post* contando a seguinte história:

Um dia desses, conversando com Danilo, meu chefe e querido amigo, ele me fez uma pergunta que me deixou meio reflexiva: "*Carol, como é que você, uma menina tão inteligente, que escreve bem, lê bons livros, e etc e tal, tem um blog tão fútil que fala sobre moda?*" (não vou iniciar um debate sobre a importância da moda tá? eu entendi a visão masculina dele embutida na pergunta. :P) (Burgo, 2011)

O questionamento do chefe demonstra um ponto de vista frequente no senso comum, que enxerga práticas de embelezamento, costumeiramente exercidas por mulheres, como fúteis. Em contraposição a isso, a leitura seria um ato de superioridade intelectual, desde que fosse, claro, relacionada a "bons livros", que correspondem a uma imagem idealizada de literatura.

Após comentar a fala do chefe e destacar o que ela chama de visão masculina embutida, que também pode ser descrita como machismo, Burgo defende o espaço do *blog* como um lugar ideal de escape, onde ela encontra uma dose de leveza e pode falar besteiras. E completa:

O fato é que sim, eu tenho um blog de moda, gasto meu dinheiro com roupas e sapatos, mas este post é para eu "exibir" o meu bem mais precioso: meus livros (~~não dou, não vendo, não empresto~~). Depois que eu consegui a tão almejada "independência financeira" não foi para a Arezzo que eu corri. Meu blog de moda poderia esperar. Eu corri pra Livraria Cultura e me dei ao luxo de comprar uns 5 livros de uma vez. Por que para cada salto 15cm onde eu me equilíbrio de um lado, do outro se equilibram o triplo de livros. E no mesmo quarto onde eu conto pares de sapatos, eu tenho o triplo de histórias pra contar. (Burgo, 2011)

A postagem é finalizada com Burgo expressando seu orgulho sobre os livros novos adquiridos e a biblioteca pessoal que está, em suas palavras: "(rumo aos 300 livros!! YRRULLL ~~grandes merdas!~~)", e falando, em tom de ironia, que aquele era o novo *look* do dia de sua estante. Essa postagem ilustra uma das fagulhas que está socialmente posta, que mostra a existência de um dilema de suposta incompatibilidade entre práticas femininas de

²⁹ A postagem completa está disponível em: < <http://carolburgo.blogspot.com/2011/10/mais-do-que-sapatos.html> >. Acessado em 16 set. 2023.

embelezamento que, ao incluírem as mulheres no campo simbólico da futilidade, as afastariam das produções de valor remetidas à intelectualidade.

Uma das riquezas possibilitada pela pesquisa baseada em trabalho de campo online, que recupera e investiga dados de interações virtuais, é a chance de flagrar situações relevantes com um tipo de precisão que nem sempre é possível recuperar num discurso oral. Foi o que aconteceu ao destrinchar os 19 comentários nessa publicação. Dentre vários comentários interessantes, de mulheres defendendo como é possível amar múltiplas coisas, sem serem deslegitimadas por isso, um deles em especial, visto na figura 2, chama a atenção:

Figura 2



Micheline Verunschik

7.10.11

Carol, de vez em quando passo pelo seu blog e por outros de moda. Sou escritora, mestre em teoria e crítica literária e, sim, me dou ao luxo de gostar de coisas múltiplas, desde arte, teatro e política passando por moda e coleções de bonecas. Existe um preconceito grande sobre as tais coisas ditas "de mulher". Por que é fútil? Porque é, supostamente, de mulher. E não, não é. No caso da moda, ela é expressão, um fenômeno de comunicação, um código social extremamente complexo. Esse tipo de pressão é machista e superficial. Se você é bonita tem que provar a todo instante que também é inteligente. Se é inteligente não pode cultivar o lado lúdico da vida. Se não é bonita, danou-se, tem que ser PHD em Física Nuclear pra te levarem a sério. Enfim, comentei porque creio que seja relevante saudar a multiplicidade feminina e concordo com o que Paula falou logo atrás: podemos ser quem quisermos. É isso.

RESPONDER

Fonte: *Blog Carol Burgo*.

Declarando-se leitora de *blogs* de moda, a historiadora, crítica literária e escritora Micheline Verunschik, que em 2022 foi ganhadora do prêmio Jabuti por sua obra *O som do rugido da onça*, fez um comentário que aponta para um dos pontos centrais desse trabalho: o preconceito com o que é consumido e produzido por mulheres. Micheline mostra suas credenciais ao apresentar sua consistente formação acadêmica, para então defender que pode se dar o direito de gostar de ocupações múltiplas. Talvez esse gesto de demonstrar as competências intelectuais para garantir legitimidade de fala seja um dos sintomas da necessidade enfrentada pelas mulheres de comprovarem constantemente o seu valor intelectual. Ao citar os múltiplos interesses que aprecia, Verunschik coloca em pé de igualdade o gosto por arte, teatro, política, moda e coleção de bonecas, essas duas últimas, constantemente associadas às mulheres. Como afirma a autora, são coisas ditas como de mulheres, mas mesmo que saibamos que elas não são restritas ao sexo feminino, é o fato de que são as mulheres as maiores consumidoras um dos motivos que justifica seu desprestígio.

Em seguida, a autora fala sobre as cobranças infundáveis que recaem sobre as mulheres, que estão sempre em falta no quesito de beleza ou de inteligência. O preconceito com o que é consumido e produzido por mulheres reverbera em várias instâncias, inclusive na literária. Nesse sentido, um esclarecimento se faz necessário: ao ter como objeto de pesquisa a aparição da literatura em ambientes inesperados, como é o caso dos perfis de beleza, não pretendemos defender que a aparição da literatura transforma o valor desses espaços. Isso seria cair na mesma cilada do comportamento passivo-agressivo presente na fala do chefe, citado na postagem de Burgo, que fingiu elogiar Carol por sua inteligência ao associá-la à boa escrita e às boas leituras, para na verdade utilizá-las como parâmetro de superioridade enquanto rebaixava a atividade de produção do *blog* de moda a algo fútil. Identificamos os perfis de beleza como um solo fértil para a promoção de práticas de incentivo à leitura, sem, no entanto, a intenção de colocar a leitura acima das práticas de embelezamento ou de outros consumos culturais, mas olhando com atenção às suas especificidades, de modo a refletir sobre as instâncias simbólicas ocupadas pela leitura. Assim, nas seções a seguir, será apresentado o método de coleta de dados, e as escolhas perante o *corpus* delimitado para a pesquisa.

2.4 O método e os passos

Um prego requer um martelo, os parafusos demandam uma chave de fenda própria para cada modelo e a furadeira exige uma broca apropriada para diferentes furos. Cada peça requer uma ferramenta adequada para seu bom desempenho, e de acordo com o ditado popular, “mais importante do que dar a martelada é saber onde bater com o martelo”. Quando nos debruçamos sobre um assunto que está dentro do escopo dos estudos literários, mas não tem como foco a obra em si, alguns desafios surgem. É preciso tentar alcançar o rigor científico e encontrar os caminhos metodológicos certos para dar conta da singularidade do objeto. No início desta pesquisa, a coleta de dados era uma preocupação, pois seria necessário um método que pudesse se adequar às especificidades de um objeto virtual, por tratar-se de um fenômeno que se manifesta por meio das redes sociais. Foi necessário compreender as peculiaridades de uma pesquisa que lida com: o surgimento da literatura em perfis de beleza, a formação de clubes de leitura, a consolidação de uma comunidade leitora nesses espaços e a atuação das influenciadoras digitais como mediadoras de leitura. Por isso, foi indispensável encontrar um método de coleta de dados que viabilizasse o recolhimento de informações de acordo com o ambiente.

Ao falarmos de clubes de leitura virtuais, algumas diferenças precisam ser apontadas: existem os clubes que surgem como presenciais e que, devido às restrições de deslocamento impostas pela pandemia, ou por outros motivos, migram para o online e utilizam ferramentas de transmissão como suporte.³⁰ E há os clubes que têm seu nascimento nas redes sociais e que utilizam as próprias funções disponíveis nas redes para suas transmissões. Outro ponto crucial que diferencia esses clubes é a figura da mediação: no primeiro caso, costuma ser um leitor(a) comum (ou especializado), que tem uma boa aptidão de organização e conhecimentos específicos que justifiquem sua posição no papel de mediação; no segundo, na maioria das vezes, é a figura de um(a) influenciador(a) digital que tem a relevância e o aval para ocupar essa posição de influenciador-mediador construída em cima de pilares próprios dessa figura, seja das comunidades virtuais típicas de leitores ou das comunidades atípicas. Esse último corresponde aos perfis de beleza e aos clubes de leitura que analisaremos, no qual a totalidade

³⁰ É o caso dos clubes de leitura estudados por Rossi e Brignol que compõem o projeto *leia mulheres*, que surge em 2015 com reuniões presenciais por vários estados do país, mas a partir de março de 2020 uma parcela dos núcleos passa a se reunir em modalidade remota.

de suas atividades e interações são operadas online. Esse é um dos motivos que justificam a escolha do método de coleta de dados empregado: a netnografia.

O pesquisador Robert V. Kozinets, especialista em mídias sociais e marketing, cunhou o termo netnografia e é considerado um dos percussores do método, que pode ser descrito como um modelo de pesquisa etnográfica para estudar as comunidades e culturas digitais. Se a etnografia se faz por meio da coleta de dados através de interação face a face, a netnografia faz essa função por meio de interações online. É empregada a pesquisa observacional participante, baseada em trabalho de campo online e, quando necessário, são incluídas outras técnicas, como entrevistas, estatísticas descritivas, coleta de dados arquivais, etc. Apesar de compartilhar um campo teórico comum com a etnografia, a netnografia:

[...] essa pesquisa em particular segue um conjunto comum distinto e especificado de procedimentos e protocolos metodológicos que foram acordados por uma comunidade de estudiosos. Como a própria etnografia, ela tem uma flexibilidade intrínseca e necessária. Contudo, também como a etnografia, ela objetiva a legitimidade e busca a confiança de seus constituintes por uma cuidadosa atenção a práticas investigativas compartilhadas, detalhadas e rigorosas. (Kozinets, 2014, p. 62)

Os procedimentos usados pela netnografia se dividem em seis passos: planejamento de estudo, entrada, coleta de dados, análise de dados, padrões éticos, e representação e avaliação da pesquisa. Começaremos relatando os dois primeiros passos.

Kozinets defende que “a essência da netnografia – o que a diferencia de uma coleta e codificação de dados online qualitativos – é que ela é uma abordagem participativa para o estudo de culturas e comunidades online.” (2014, p.74). O enfoque no participativo ocorre porque, somente por meio da imersão aprofundada em uma comunidade, os dados podem sair da esfera apenas da descrição e chegar nos *insights*. Entendendo essa necessidade de aprofundamento, durante a etapa de planejamento de estudo, refletimos sobre as condições desta pesquisa e tomamos algumas decisões que serão descritas a seguir.

Passo um e dois: planejamento de estudos e entrada

A localização do campo de pesquisa apropriado é uma decisão essencial para o planejamento de estudos. Ela se deu na elaboração do projeto de pesquisa, quando o *corpus* foi selecionado e os perfis da @Marina2beauty e da @Lutsferreira foram escolhidos. O recorte se justifica principalmente pelo fato de que, apesar de haver vários perfis de beleza que abordam a leitura de obras literárias como um assunto coadjuvante, os dois perfis demonstraram estar além da fala sobre livros como algo apenas ocasional, mas sistematizavam os livros como parte integrante de suas produções de conteúdo ao passarem a promover clubes de leitura virtuais com números expressivos de participantes. Os perfis selecionados também correspondem aos seis critérios que Kozinets elenca como diretrizes importantes para a escolha de entrada numa comunidade online, que segundo ele devem se mostrar: relevantes, ativas, interativas, substanciais, heterogêneas, e ricas em dados. (2014, p. 87). Apesar de o processo de familiarização com o objeto se dar anteriormente aos estudos, essa familiaridade não se dava pelas lentes e pelo rigor exigido pela pesquisa científica. Assim, nessa transição, alguns cuidados foram tomados para estar em contato com os dados da maneira mais completa possível.

Ao optarmos pela interação observacional e coleta de dados, não utilizamos o anonimato ou pseudônimo, visto que se trata de uma comunidade com milhares de seguidores, o que dificulta a diferenciação individualizada. Não havendo nenhum tipo de interação direta com os seguidores, nem intervenções que me diferenciasses como pesquisadora, não houve ônus à pesquisa por minha permanência como seguidora qualquer, utilizando a minha identidade por meio dos dados das minhas redes sociais, que já acompanhavam anteriormente os perfis. Algo diferente disso se tornaria artificial e sem propósito, já que, ao contrário de alguns estudiosos que se aproximam do objeto a partir do surgimento da pesquisa e que podem causar alterações no ambiente (mesmo online), acompanho os dois perfis de beleza escolhidos para este estudo desde 2008, momento em que eles eram apenas em formato de *blogs*, até sua migração e crescimento para outras redes sociais. O que me dá o mérito de leitora-seguidora raiz, indo de encontro com o que Kozinets reivindica: “Não podemos escrever sobre culturas que realmente não entendemos. E o credo do etnógrafo é que não podemos compreender verdadeiramente a cultura se não tivermos passado tempo suficiente dentro dela para entender o que significa adesão.” (Kozinets, 2014,

p.169) Apesar de ser seguidora de longa data dos perfis analisados e já ter bastante conhecimento sobre as estruturas e transformações que se fundaram na última década, eu nunca havia participado dos clubes de leitura produzidos por eles. Assim, passei a acompanhar de perto os clubes e a integrar um grupo no *Telegram* que reúne leitores para adentrar nesse universo.

Passo três: coleta de dados

Ao falar sobre os termos: dados e coleta, Kozinets afirma que para a netnografia “[...] na verdade são lastimáveis e não muito úteis. Eles parecem implicar que essas coisas, “dados”, estão espalhados, como folhas no chão ou documentos sobre uma mesa, e que sua tarefa é simplesmente juntá-los e “coletá-los”. (Kozinets, 2014, p.92) O autor usa os termos, porém faz essa crítica por enfatizar a necessidade de não apenas descrever dados como se fossem meros objetos recolhidos, mas coletá-los de modo em que se estabeleça uma comunicação aprofundada com a comunidade e cultura do fenômeno online que se está analisando. Para isso, ele aponta que interação, engajamento e comunhão com membros da comunidade são aspectos importantes. Respeitando as singularidades de cada pesquisa, esse aprofundamento interativo para coletar dados de modo significativo pode se desenrolar de muitas maneiras.

Nesta pesquisa, apesar de os aspectos de interação das participantes entre si e com as influenciadoras digitais serem levados em consideração na análise, eles não são o foco, pois nos concentramos nos aspectos práticos e simbólicos que tornam o ambiente de beleza um lugar frutífero para a aparição da leitura literária. De tal modo, a interação se deu em compreender como o comportamento nas redes sociais também movimenta o ecossistema da leitura literária, por meio da observação dos mecanismos e regras implícitas que regem as formas de interação e como se dá a troca de experiências nos clubes de leitura. Optamos por não usar técnicas de contato direto com membros da comunidade ou mesmo com as influenciadoras, previstas na netnografia, pois esse tipo de aprofundamento não se mostrou relevante para esse momento de pesquisa e não correspondia aos objetivos traçados. Os elementos principais que compõem a pesquisa são dados que mostram informações sobre: o aparecimento dos livros nos perfis de beleza; os clubes de leitura virtuais que se formam; a

interação estabelecida entre seguidoras com os conteúdos literários; e a relação de mediação das influenciadoras digitais que se estabelece.

Uma característica constante das plataformas virtuais é a mutação e atualização das ferramentas frente à transformação dos consumidores. As comunidades dos ambientes virtuais também têm o hábito frequente de agregação e migração para diferentes espaços e plataformas utilizadas para que as interações aconteçam. Devido a isso, havia múltiplas áreas de observação e coleta de dados possíveis, fazendo-se necessário um recorte: dois *blogs*, dois canais na plataforma de vídeos *Youtube*, duas contas na rede *Instagram* e um grupo no aplicativo de comunicação *Telegram* foram enfocados. Por meio dessas quatro plataformas e dos mecanismos de interação que cada uma delas viabiliza foi possível adentrar no universo de interação virtual dessas leitoras.

Um olhar minucioso e atento foi o que guiou essa investigação, que ocorreu por meio da observação, tida como “crucial à consideração da perícia netnográfica é a consciência de que o que é tratado como ‘dados’ ou ‘resultados’ é inseparável do processo de observação (Emerson *et al.*, 1995 *apud* Kozinets, 2014, p.109).” A observação constante em tempo real e a investigação em retrospectiva eram essenciais, assim foram usadas duas estratégias na coleta de dados: acompanhar em tempo real o que se sucedia, usando mecanismos de alerta de postagens, sinalizando interesse ao algoritmo, acompanhando simultaneamente o conteúdo e assistindo sempre que possível as *lives* ao vivo dos encontros de leitura. A segunda estratégia foi visitar em retrospectiva o que já havia acontecido, por meio do exame das postagens que se transformam em uma espécie de arquivo nas plataformas. Sempre tendo como horizonte que “O que estamos estudando não são textos online, mas as interações das pessoas pelo uso de diversos meios mediados por tecnologia.” (Kozinets, 2014, p.109).

A investigação foi feita de modo manual e, por haver grande quantidade de dados que possuem estímulos visuais, áudios, vídeos e imagens, a captura de tela foi utilizada frequentemente para salvar e reproduzir as informações neste trabalho. Isso se deu principalmente para registrar *Stories*, vídeos curtos produzidos no *Instagram* que só duram no ar por 24 horas, mas que são uma das principais formas de comunicação cotidiana das influenciadoras com seu público. Em conjunto, foram usadas notas de campo que foram importantes no recolhimento das minhas impressões e expectativas de significados subjetivos, pois como afirma Kozinets: “Embora a própria natureza visual de nossa experiência comunitária online possa erroneamente nos fazer pensar de outra forma, a interação social

online é mais um processo do que um evento.” (2014, p. 110). Após a coleta de dados partimos para o próximo passo.

Passo quatro: análise de dados

O produto da análise dos dados se encontra na seção *Clubes de leitura virtuais*. Aqui trataremos brevemente do processo de transformação da coleta de materiais à análise. Para trabalhar um fenômeno que está sendo estudado, Kozinets fala que “analisar significa o exame detalhado de um todo, decompondo-o em suas partes constituintes e comparando-as de diversas formas” (2014, p. 113). Por tratar-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, a netnografia tem uma abordagem indutiva na análise dos dados, que é “[...] uma forma de raciocínio lógico em que observações individuais são construídas a fim de fazer afirmações mais gerais sobre um fenômeno.” (Kozinets, 2014, p.113).

Desse modo, a análise se sustenta na exposição dos dados, que foram categorizados seguindo escolhas lógicas de codificação, levando em consideração que o ambiente online é parte de um mundo social, com suas especificações de contexto em que cada comunidade tem suas próprias regras de funcionamento. Foram estabelecidas comparações com questões do mundo social dentro e fora do ambiente virtual, em especial com aspectos da estrutura de clubes presenciais, pretendendo ir ao encontro de que: “Como uma abordagem indutiva, a netnografia estuda o mundo dos fenômenos em busca de oportunidades para construir proposições teóricas ou ricas e densas descrições, comparações e classificações.” (Kozinets, 2014, p.127). As suposições que emergem da análise dos dados coletados pelo método netnográfico mesclam-se e são regidos por conhecimentos adquiridos mediante aos estudos da teoria e crítica literária, que se voltam principalmente para aspectos da recepção e dos estudos da história da leitura, sendo essas as principais bases que guiaram a pesquisa.

Passo cinco: padrões éticos

Apesar de às vezes parecer, a internet não é terra sem leis e é necessário responsabilidade no ambiente virtual. Quando se pesquisa com seres humanos os padrões éticos não poder ser perdidos de vista. Para garantir que estávamos dentro das diretrizes de ética de pesquisa do país optamos pela coleta apenas de materiais disponibilizados na internet que se enquadram como de acesso público, disponíveis para qualquer cidadão consultar.

Foram seguidas as diretrizes da lei de tratamento de dados pessoais nos meios digitais, garantindo que os dados usados foram tornados manifestadamente públicos pelas titulares nas redes sociais disponibilizadas e que o risco de danos são praticamente inexistente, já que são usados apenas para fins acadêmicos considerando a finalidade e boa fé.

Passo seis: representação e avaliação da pesquisa

O último passo previsto nessa metodologia é o da avaliação da pesquisa, pois uma das preocupações de Kozinets é quanto aos critérios de qualidade apresentados, já que não é apenas o fato de estudar um fenômeno online que garante sua relevância. Para possibilitar uma espécie de autoanálise da pesquisa, e partindo de uma reflexão histórica sobre critérios de qualidade etnográficos, ele propõe para as pesquisas netnográficas dez normas de avaliação, chamadas de “kit de ferramentas” para que o pesquisador possa refletir sobre a qualidade de sua produção e iniciar discussões acadêmicas, são elas:

Coerência: cada interpretação reconhecidamente diferente é livre de contradições internas e apresenta um padrão unificado; Rigor: o texto reconhece e adere às normas procedimentais de investigação netnográfica; Conhecimento: o texto reconhece e é conhecedor da literatura e das abordagens de pesquisa relevantes; Ancoramento: a representação teórica é respaldada por dados, e as ligações entre dados e teoria são claras e convincentes; Inovação: os construtos, ideias, estruturas e forma narrativa fornecem maneiras novas e criativas de compreensão dos sistemas, estruturas, experiência ou ações; Ressonância: uma conexão personalizada e sensibilizadora com o fenômeno cultural é adquirida; Verossimilhança: um senso de verossimilhança crível e realista de contato cultural e comunitário é alcançado; Reflexividade: o texto reconhece o papel do pesquisador e está aberto a interpretações alternativas; Práxis: o texto inspira e fortalece a ação social; Mistura: a representação leva em conta a interligação dos vários modos de interação social – online e offline – nas experiências diárias vividas do membro da cultura, bem como em sua própria representação. (Kozinets, 2014, p.152)

Pensando nesses critérios, é possível compreender as possibilidades e limites existentes neste recorte de pesquisa. Tentando equilibrar “A tensão entre a preocupação com a validade, a autenticidade e a certeza no texto será sempre contrariada em uma conversa constante com a afirmação de que todos os textos são política, histórica, social e culturalmente situados.” (Kozinets, 2014, p.153). Assim, nos guiamos pela coleta netnográfica, por esse método possibilitar a apresentação de um fenômeno em formato novo que se realiza por meio dos mecanismos e possibilidades proporcionados pelas redes sociais. Como um dos objetivos dessa pesquisa é mapear o funcionamento dos clubes de leitura, apresentaremos na próxima sessão os ciberespaços analisados.

2.5 Clubes de leitura virtuais

Agora que já apresentamos breves explicações sobre o surgimento dos perfis de beleza, a transição da figura de blogueira à influenciadora digital culminando em expansões de conteúdos de modo a abarcarem os livros, iremos adentrar no *corpus* de análise dessa pesquisa. Os dois perfis selecionados são consagrados no mundo da beleza e têm se mostrado importantes disseminadores de incentivo à leitura, mesmo não fazendo parte das comunidades virtuais típicas de leitores, como os *Booktubers*. Para compreender como os perfis de beleza passam a promover clubes de leitura, é necessário entender como os assuntos literários surgem e se estabelecem em cada um deles e, a partir disso, adentrar no funcionamento desses clubes, já que o formato tradicional de clubes de leitura presenciais, em que os leitores se reúnem em espaços como livrarias ou bibliotecas, sentados em rodas e fazendo um revezamento das falas, não é o dos clubes virtuais. Eles possuem dinâmicas próprias de funcionamento e enfoques de acordo com a função de mediadora adotada por cada influenciadora para tratar das leituras. Assim, esta seção será composta pela apresentação do *Clube do livro do Marinão* e do *Clube do livro Chata de Galocha*.

2.5.1 #Clube do livro do Marinão

Em 2007 Marina Smith criou o *blog 2beauty*, um dos pioneiros no Brasil a falar sobre maquiagem. Em uma época em que a produção desse tipo de conteúdo ainda engatinhava, a criadora formada em publicidade e propaganda se dividia entre seu emprego tradicional em um grande site de *webdesigner* e a escrita em seu *blog*, um *hobby* que crescia e ganhava cada vez mais seguidores. Marina se firmou no espaço dos *blogs* de beleza com conteúdos como: consumo investigativo, em que mostrava produtos e dava suas impressões de uso; passo a passo, ensinando detalhadamente tutoriais de maquiagem, e reproduzindo maquiagens usadas por ícones *fashions*; dicas de cuidados com a pele; resenhas de produtos nacionais e internacionais, etc. Todos esses conteúdos eram escritos de modo que parecia conduzir uma conversa entre amigas, e incluía até postagens bem-humoradas como *Ô, lá em casa*, em que mostrava uma seleção de fotos de homens famosos bonitos. Apesar de se assemelhar aos conteúdos das revistas femininas, os *blogs* se diferenciam não só por ter postagens mais singelas em termos de produção, com escritas mais intimistas e informais e por serem virtualizados, mas principalmente por apresentarem o olhar da consumidora, já que havia ali uma blogueira assumindo o papel da exposição e criação de um conteúdo gratuito, sem um grupo editorial nos bastidores, o que permitia menos artificialidade e mais honestidade e pessoalidade.

A qualidade das postagens sobre maquiagem mesclada à exposição de recortes da vida pessoal de Marina Smith cativou um público fiel, tornando seu *blog* um dos mais conceituados do país na época. Como resultado dessa ascensão, houve inúmeras parcerias, publicidades e campanhas com marcas importantes, participação em outros portais de beleza e o lançamento em 2013 de uma marca própria, a linha Marina Smith, que conta com produtos de *Skincare* e maquiagem e tem distribuição pela *Sephora*, uma das principais redes de cosméticos do mundo.

Apesar de os temas de beleza serem os principais pilares da produção de conteúdo de Marina Smith, o tom de humor e a diversidade de assuntos sempre estiveram presentes em seu *blog*. À medida que os assuntos de *lifestyle* foram ganhando espaço, uma sessão intitulada: *Não é make, mas é demais*, passou a abrigar essa miscelânea de temáticas. As séries, os filmes e livros passam a aparecer, sendo que as primeiras menções a livros são os direcionados a técnicas de maquiagem, e ao longo dos anos, paulatinamente os de literatura surgem. Em

2012, em uma postagem,³¹ Marina Smith se dedica a falar sobre obras literárias pela primeira vez. Em uma mescla de assuntos que vão desde comentários sobre um convite para ser madrinha de casamento, o desejo de emagrecer 1,5kg, a compra de um *sneaker* com salto embutido, a beleza do ator Jason Momoa e a confissão de seu amor pela série de televisão *Game of the Thrones*, ela coloca na postagem uma foto que mostra a coleção de livros e conta que ficou tão curiosa com o fim da primeira temporada da saga televisiva que comprou os dois primeiros volumes da obra de George R.R. Martin apenas para saber os próximos acontecimentos, e finaliza o *post* comentando sobre a rotina de ler um pouco toda noite.

Ao longo dos anos, as postagens sobre livros aconteciam, de maneira bastante despretensiosa, ocorrendo vez ou outra por meio de *posts* em que Marina Smith mostrava livros novos que havia comprado, repostava *links* de outras blogueiras que faziam listas de indicações de leituras, fazia menções a canais de *Booktubers*, ou ainda comentários esporádicos em seus próprios vídeos no *Youtube*, como na resposta a uma *TAG* sobre anos 90, que questionava sobre seus livros favoritos da época, e ela revela como na infância ficou aficionada por ler Agatha Christie, algo que deixou marcas em seu clube de leitura.

Assim, no perfil de Marina, como em tantos outros, vai acontecendo uma expansão de assuntos abordados e surgindo uma diversidade de assuntos que podem ser caracterizados como *lifestyle*. As experiências pessoais das influenciadoras passam a ser consumidas pelo público em múltiplas frentes, não mais apenas nas de beleza. Viagens, reforma de apartamento, comidas, hábitos, assuntos de sexualidade, entretenimento cultural como séries e filmes, e outros temas começam a aparecer e se tornar centrais nas contas de Marina Smith. Nessa expansão, os livros apresentam-se com maior frequência, não só nas postagens no *blog*, que foi perdendo espaço à medida que a figura de blogueira se transformou na de influenciadora digital e se fortaleceu em outras redes sociais, mas também nos vídeos no *Youtube* e postagens no *Instagram*. Em vista disso, é possível eleger como sendo um dos marcos da crescente dos livros, quando em 2018, a categoria de vídeos chamada: *Favoritos aleatórios* começam a abrigar, de modo recorrente, os relatos de Marina Smith sobre suas leituras do momento, a maioria livros policiais e de suspense. E é nesse mesmo período em que há um aumento significativo de vídeos postados em seu canal do *Youtube* mencionando literatura, que surge seu clube de leitura.

³¹ Postagem disponível em: www.2beauty.com.br/blog/2012/06/o-la-em-casa-kahl-droho-jason-momoa/

Figura 3



Fonte: *Blog 2 Beauty*.

A primeira edição do #Clube do livro do Marinão aconteceu em julho de 2018. Na postagem em que anuncia o início do clube, Marina Smith relata que desde que passou a devorar livros de suspense e investigação ficou motivada a fazer algo mais interativo com as seguidoras, que não fosse somente uma postagem no *blog* ou resumo das histórias nos *stories* do *Instagram*,³² já que ela recebia diariamente comentários de suas seguidoras,³³ com dicas de novos títulos para ler e reações referentes aos livros que ela lia e mostrava. Dessas interações, surgiu a ideia do clube do livro para o qual as seguidoras são convidadas: “Esta é a primeira edição e eu espero que dê certo, porque conversar sobre livros é quase tão bom quanto à própria leitura.”³⁴ A postagem é seguida de instruções sobre o funcionamento dos encontros virtuais, e apresentação de uma pequena sinopse com descrição da primeira leitura sugerida, a obra *Flores Partidas* de Karin Slaughter.

³² *Stories* é um recurso da rede social *Instagram* voltados para a criação de publicações temporárias que ficam disponíveis para visualização apenas por 24 horas.

³³ Ao nos referir as participantes dos clubes de leitura optamos por usar o feminino, já que a constituição majoritária do público é de mulheres.

³⁴ Postagem disponível em: < www.2beauty.com.br/blog/2018/06/clube-do-livro-do-marinao-primeira-edicao/ >

Como se reúnem?

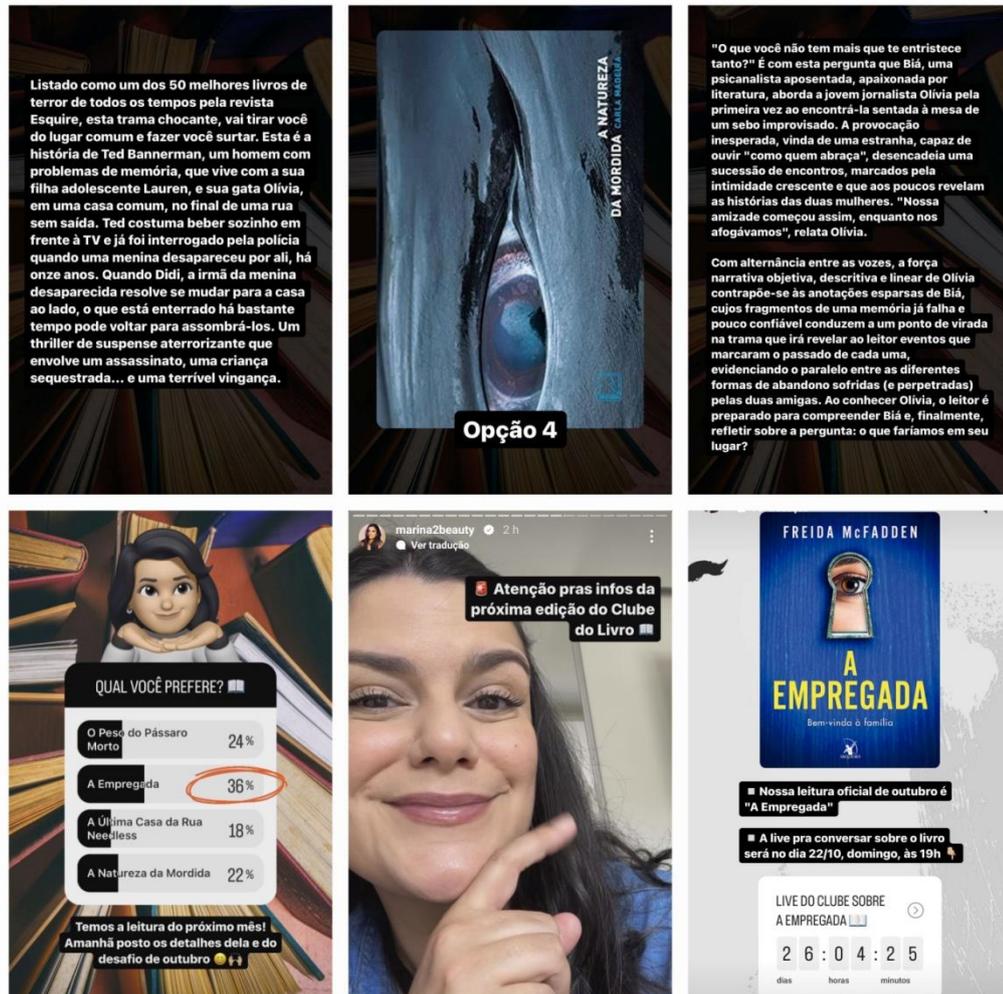
Desde seu início, o *Clube do livro do Marinão* tem se estabelecido de modo bastante consistente, já são mais de 70 encontros de leitura ao longo dos últimos cinco anos e há um público fiel de seguidoras participantes. Os encontros virtuais acontecem mensalmente por meio de *lives* no *Instagram* do perfil *@marina2beauty*. A escolha da leitura de cada mês é feita por meio de uma votação em conjunto, em que Marina Smith usa os *stories* para apresentar breves sinopses da seleção que costuma variar entre três a quatro obras, e abre uma caixa de votação, recurso da plataforma que computa o número de cliques e mostra a obra mais votada. A disputa literária fica disponível por 24 horas, e após esse período a influenciadora divulga a obra escolhida e a data do encontro, como as Figuras 4 e 5 ilustram:

Figura 4



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram @marina2beauty*.

Figura 5



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram* @marina2beauty.

A partir da data anunciada, a influenciadora cria um evento por meio de um mecanismo oferecido pela plataforma *Instagram* gerando um lembrete, que pode ser visto na imagem acima. Ao ser ativado pelos usuários, inicia uma contagem regressiva até a data escolhida, gerando notificações de aviso sobre a aproximação do evento, um mecanismo que ajuda a garantir o engajamento. As informações de divulgação também são postadas em um grupo que reúne leitoras no aplicativo *Telegram*, que trataremos mais à frente, assim é firmado um compromisso entre as participantes, com data estabelecida para compartilharem as impressões de leitura.

Existe um apelo humorístico muito forte no conteúdo desenvolvido por Marina Smith, que é uma característica presente em suas produções desde os primórdios do *blog* e que se

mantém fazendo sucesso. Nas postagens em que convida os leitores aos encontros, a influenciadora utiliza artifícios de edição visual para criar montagens engraçadas que incluem seu rosto na capa das obras, faz alusões a fatos das narrativas, e expressa sentimentos experimentados durante a leitura a fim de criar atratividade na divulgação dos encontros, como é possível ver nas Figuras 6, 7 e 8:

Figura 6



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram* @marina2beauty.

Na primeira imagem da Figura 6, Marina Smith está vestida de noiva em meio a sete atores famosos, Tom Hiddleston, Benedict Cumberbatch, Rége- Jean Page, Robert Downey Jr., Kit Harington, Chris Evans e Wagner Moura, para fazer uma alusão ao título do livro *Os sete Maridos de Evelyn Hugo* de Taylor Jenkins Reid, e com a localização marcando como

local a Basílica Nossa Senhora das Dores. Na segunda imagem Marina está caracterizada com trajes típicos de uma camareira em referência ao título da obra.

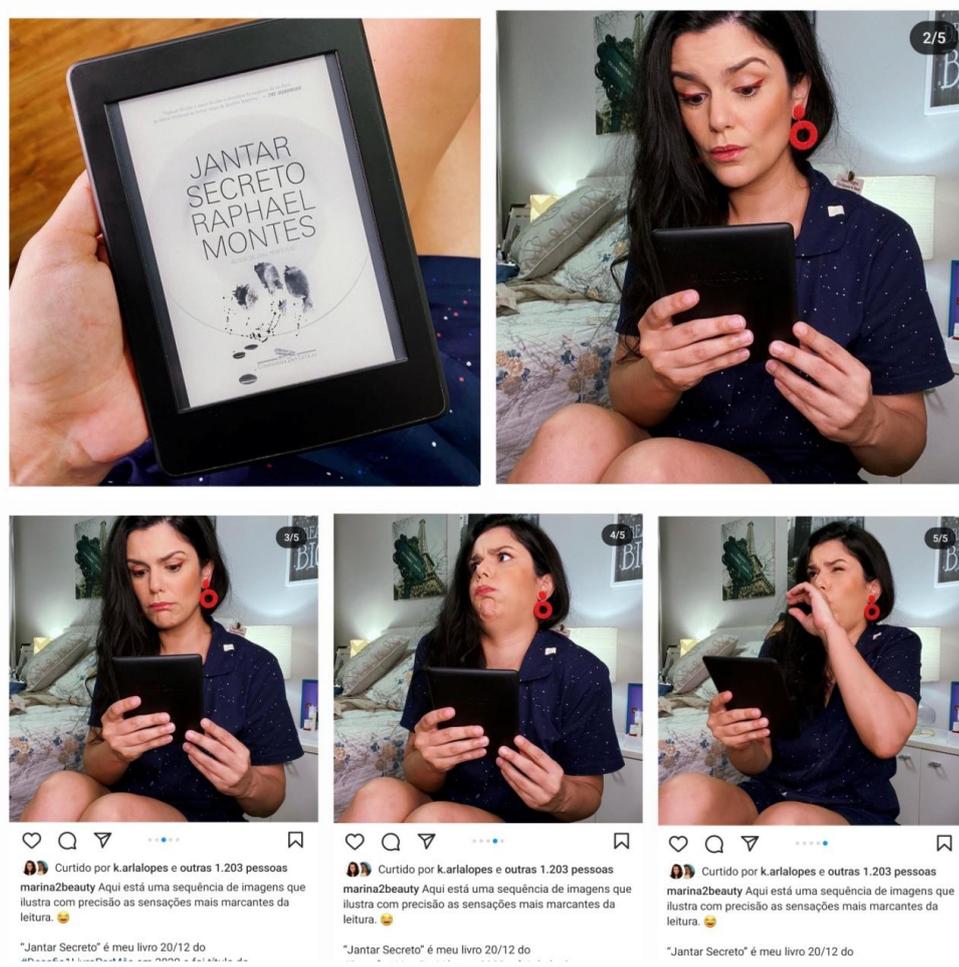
Figura 7



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram* @marina2beauty.

Na Figura 7 podemos ver uma sequência de montagens com fotografias do ator Chris Evans, supostamente, segurando a obra escolhida para aquele mês: *Tudo o que eu sei sobre o amor* de Dolly Alderton. As imagens do ator também são mescladas às informações do evento e o link do grupo no clube no *Telegram*.

Figura 8



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram* @marina2beauty.

Na Figura 8 é apresentada uma sequência de fotos que se inicia com a capa da obra *Jantar Secreto* de Raphael Montes, no aparelho de leitura *Kindle*, seguida de fotos contendo as reações de Marina Smith evocadas durante a leitura, que indicam uma mescla de curiosidade, nojo e desconforto. Além desses exemplos citados nas figuras acima, existem diversas comunicações visuais criadas pela influenciadora para promover os encontros de leitura, reunidos por meio da *hashtag*³⁵ #ClubeDoLivroDoMarinão. Esse tom divertido que Marina Smith usa na divulgação dos encontros reflete bastante o olhar de entretenimento e

³⁵ *Hashtag* é um indexador das redes sociais usado para facilitar a busca por assuntos e reunir postagens com temas em comum.

troca que transparece nos encontros e no modo que ela se posiciona como uma agente promotora de leitura. A diversão e o prazer são o fio da meada.

As reuniões do clube têm duração média de 40 a 50 minutos e costumam ser iniciadas com Marina Smith cumprimentando os usuários que entram nas *lives*, pois o nome dos usuários sobe na tela à medida que eles ingressam. Enquanto aguarda alguns minutos, até que outros usuários adentrem, ela vai expressando opiniões sobre a sua experiência de leitura de modo mais amplo, fazendo uma explanação sobre o que apreciou ou não na leitura. Em seguida Marina Smith costuma contar os acontecimentos da obra de modo linear, descrevendo pormenores dos acontecimentos, capítulos e tudo que se passa na narrativa. As análises de Marina se concentram primordialmente em contar os fatos da obra mesclados às suas sensações de leitura, algumas curiosidades sobre a autoria, e vez ou outra apresenta comparações com outras obras, séries e filmes, ou a aspectos culturais de modo geral. Não há aprofundamento de análise literária das obras debatidas, pois ela se baseia em sua bagagem como leitora, resultando em encontros que são guiados de modo desprezioso, como uma conversa de amigos que partilham o interesse pela leitura.

Após aspectos das obras serem apresentados pela influenciadora, as discussões se iniciam e os comentários feitos no *chat* da *live* pelas participantes são lidos por Marina Smith em voz alta. É estabelecido um ciclo de diálogo em que ela vai lendo, reagindo, e as leitoras respondendo. Uma porção de perguntas são conduzidas às participantes e vão guiando o desenrolar da conversa e produzindo especulações sobre os personagens e os acontecimentos debatidos. É essa a dinâmica que se estabelece na maioria das *lives*, e a extensão e o aprofundamento delas depende do nível de participação das seguidoras.

Como interagem?

Ao observarmos as interações nos clubes virtuais, é difícil não ter como referência o modo de interação dos tradicionais clubes de leitura presenciais. Se a virtualidade, por um lado, facilita a participação por não depender de deslocamento, permitindo que pessoas de qualquer localização geográfica com acesso à internet possam se reunir, as dinâmicas de participação dos leitores nessa modalidade de encontro são bem diferentes. Uma das principais diferenças é a ausência de troca verbal entre participantes. Como as interações se

estabelecem por meio de comentários escritos, mudam as possibilidades de comunicação. O fato de os clubes presenciais comportarem um número menor de participantes gera um tipo de interação mais intimista, face a face, em que o foco da escuta se direciona a ouvir uma a uma as impressões de leitura. Já em clubes online para públicos mais amplos, como os que analisamos, as opiniões dos participantes se estabelecem pelos comentários nos *chats*, o que resulta em uma mescla extensiva de comentários sendo feitos ao mesmo tempo, devido ao número extenso de integrantes, o que algumas vezes corta o fluxo de encadeamento de discussões e impossibilita que se dê atenção individual a cada participante.

Os clubes podem ser assistidos de duas maneiras, de modo síncrono, ingressando no encontro pela *live* ao vivo, ou de modo assíncrono, vendo as gravações disponibilizadas na aba de vídeos do perfil no *Instagram*. Esses dois jeitos de acompanhar interferem diretamente na maneira de interação dos espectadores. Perante as especificidades das interações virtualizadas, as dinâmicas de entrosamento referentes ao *#ClubedolivrodoMarinão* se estabelecem de três modos principais: interações síncronas, interações assíncronas e interações no grupo do *Telegram*. Nas *lives*, a aba de comentários fica ativada durante as reuniões e é nela que vão acontecendo as interações síncronas, em que as participantes vão reagindo às falas da influenciadora e também aos comentários umas das outras. Existe um momento específico da reunião em que Marina Smith se dedica a interagir com os comentários de modo direto, criando um ciclo de respostas. Esses comentários feitos pelas participantes no *chat* durante as *lives* ao vivo do *Instagram* não ficam armazenados, se perdem assim que elas são finalizadas, entretanto a gravação das reuniões é disponibilizada para acesso posterior, gerando outra categoria de interação: as visualizações e os comentários assíncronos dos usuários que acessam as gravações a posteriori.

Os comentários assíncronos representam uma parcela relevante dos diálogos, pois apontam para uma peculiaridade do *#ClubedolivrodoMarinão*, já que a maior parte das visualizações não se dá pelas participantes que acompanham os encontros enquanto eles acontecem ao vivo, que costumam ser de 100 a 300 participantes. A maioria das visualizações acontece de modo assíncrono, especialmente na primeira semana de publicação, momento que acumulam uma média de 2 a 14 mil visualizações. Assim, nos vídeos gravados se encontram uma série de comentários de leitoras que não puderam participar ao vivo ou que terminaram a leitura com atraso, mas vão lá expressar suas opiniões, dúvidas e sugestões. Apesar de haver essa possibilidade de comunicação tardia, é preciso notar que há uma desconexão nesse tipo de contato, já que ao assistir a gravação perde-se a possibilidade da interagir ao vivo, o

entrosamento se torna mais unilateral, em que a espectadora-leitora escuta a *live* e, quando comenta, algumas vezes encontra pares de interação com outras espectadoras ou com a influenciadora, mas na maioria das vezes fica sem resposta, sendo um comentário mais solitário. É preciso considerar ainda que nas redes sociais as interações acontecem de múltiplas maneiras, não apenas por comentários, mas também por curtidas, visualizações, reações, compartilhamentos e etc.

É possível afirmar que o grupo no *Telegram* é o canal mais produtivo de interação dessas leitoras. O grupo tem mais de 4 mil membros e é predominantemente composto por mulheres, apesar de haver uma pequena parcela de homens. Algumas regras ficam fixadas no tópico de informações como: título do mês, data e horário da *live*. As regras de interação também ficam claras, sendo permitido: “contar o que está achando do livro do mês, trocar dicas de leituras e etc”; mas não: “soltar *spoiler* sem tarja, compartilhar pirataria.” A tarja que protege contra os *spoilers* é um recurso do *Telegram*, em que o usuário escreve uma mensagem na íntegra e seleciona o trecho que deve ser escondido, que fica borrado garantindo aos outros usuários a opção de revelar ou não, evitando comprometer a experiência do leitor desavisado. Esse recurso se mostra muito útil na interação entre os participantes e é frequentemente utilizado, como é possível ver na Figura 9:

Figura 9



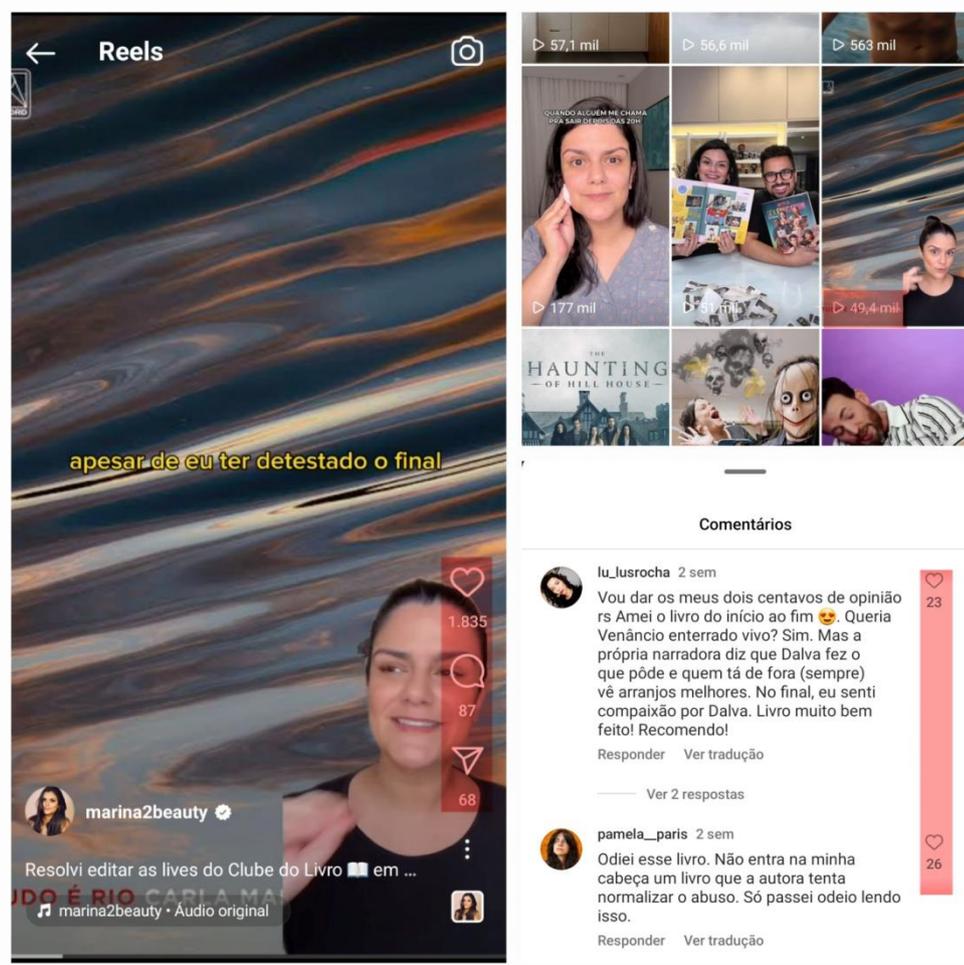
Mescla de capturas de tela. Fonte: Grupo no *Telegram*.

A Figura 9 ilustra o mecanismo de tarja que é muito utilizado pelos membros do grupo à medida que compartilham suas impressões de leitura sem gerar revelações antecipada para os outros membros. Existe uma rotatividade grande de mensagens diariamente e é possível notar uma rede bastante forte de relações entre os membros, que desenrolam conversas sobre as obras que estão sendo lidas e também sobre múltiplas leituras, trocando indicações, informações sobre promoções de livros, entre outras coisas do universo de leitores. Por vezes, há, discussões mais complexas sobre diversas temáticas, como feminismo, notícias do mundo, fofocas da atualidade e etc.

Além do clube do livro, outra manifestação sobre literatura no perfil *@marina2beauty* são as mini resenhas, em formato de *Reels* com duração de 1 minuto e 30 segundo que tentam engajar a atenção dos internautas em um período curto. Nelas a influenciadora faz uma

edição de momentos das *lives* do clube do livro que resumam a história e cria uma avaliação disponível na descrição da mini resenha, baseada em emojis (😍 amei / 😊 gostei / 😐 +ou- / 😞 chato), que descrevem sua relação com a leitura de modo bastante sintético. São resenhas bem simplificadas e feitas para um consumo ligeiro, mas que respondem a uma demanda de linguagem cada vez mais acelerada que a plataforma *Tiktok* tem difundido. Talvez por isso apresente um número de visualizações bem superior, girando em torno de 24 a 45 mil visualizações. Para o leitor que fica interessado em saber mais, há o direcionamento das mini resenhas para a *live* completa sobre a obra.

Figura 10



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Instagram* @marina2beauty.

Na Figura 10 vemos uma amostra do engajamento que a mini resenhas alcança ao reunir 45 mil visualizações, a reação de muitas leitoras nas 1.835 curtidas e também nos comentários e compartilhamentos. Assim, essa junção de clube de leitura e de outros formatos como os *Reels* são as principais formas de divulgação de leitura e de interações virtuais entre leitores promovidos pelo perfil @marina2beauty.

O que leem?

O tipo de obra lida nos clubes de leitura costuma apontar alguns aspectos da preferência do público leitor, mas não só. A depender da categoria de obra que o leitor consome, recai sobre suas costas uma série de julgamentos simbólicos, positivos ou negativos, que podem remeter a um leitor visto como de maior ou menor intelectualidade, e que apontam para como são valoradas as categorias literárias. Essas valorações também refletem no modo como esses clubes são vistos pela crítica.

No #ClubedolivrodoMarinão a predileção de Marina pelas leituras de suspense e investigação foi o pontapé inicial para reunir outros adeptos do gênero. Nas mais de 70 edições nos últimos cinco anos, apesar de as obras de suspense e investigação serem as mais recorrentes no início, nota-se que uma variedade de categorias literárias vão se inserindo ao longo do tempo. Nos primeiros anos, as leituras se voltam a obras de suspense e policiais como: *E Não Sobrou Nenhum* (Agatha Christie), *Confie em mim* (Harlan Coben), *Garota Exemplar* (Gillian Flynn), *Por Trás de Seus Olhos* (Sarah Pinborough), *Contos de Terror, de Mistério e de Morte* (Edgar Allan Poe), o autor brasileiro contemporâneo mais proeminente do gênero: Raphael Montes, etc.

Alguns romances *best-sellers* como *É assim que acaba* (Colleen Hoover), *Mulherzinhas* (Louisa May Alcott), *O Duque e Eu* (Julia Quinn), *Teto Para Dois* (Beth O'Leary), *Melancia* (Marian Keyes), *A Última Carta de Amor* Jojo Moyes, *Os Sete Maridos de Evelyn Hugo* (Taylor Jenkins Rego) entre outros, também integraram a lista de leituras frequentes. Posteriormente passa a ser incluída a leitura de biografias de figuras icônicas como Michelle Obama, Matthew Perry, Viola Davis, Príncipe Harry e Rita Lee, e de vez em quando obras com temáticas mais austeras como *Vozes de Tcherrnóbil* de Svetlana Alexijevich. Outros tipos de leituras que têm aparecido frequentemente são as de

literatura brasileira contemporânea, que têm sido divulgadas com assiduidade nas redes sociais, como: Itamar Vieira Junior, Carla Madeira, Andrea Del Fuego, Jeferson Tenório e Aline Bei.

#Desafio de leitura

O desafio de leitura é uma ramificação dentro do clube, em que é proposta uma leitura extra para as participantes dispostas a ler um pouco mais ou que não tenham se interessado pelas obras escolhidas para o clube oficial. Ele começa em 2021 e até o momento já conta com 18 edições. A seleção das obras do desafio é mais unilateral, costumeiramente sendo escolhida pela Marina Smith, por vezes sendo um título que ficou acirrado nas disputas da votação e que tenha atraído a atenção do público. A dinâmica é a mesma, tendo uma data à parte para a discussão do livro-desafio e mantendo o mesmo tipo de interação. É possível notar que, apesar de os *best-sellers* serem as leituras mais frequentes, existe abertura e aceitação por parte das integrantes do clube em experimentar tipos diversos de leitura, passeando em diferentes nacionalidades, gêneros literários, e diferentes tipos de escrita.

2.5.2 #Clube do livro Chata de Galocha

O *blog* Chata de Galocha criado em 2007 por Luísa Ferreira, designer de formação, começou como um *hobby* produzindo postagens de *reviews* gastronômicos de restaurantes da sua cidade natal, Belo Horizonte. É dessa intenção em fazer pequenas críticas gastronômicas que deriva o nome Chata de galocha, mas pouco tempo depois, inspirada nos ainda escassos *blogs* de beleza na época, Luísa passou a focar o conteúdo em postagens sobre maquiagem, moda e beleza, temáticas que fizeram o *blog* se popularizar e se firmar na corrente dos primeiros desse nicho no país. Havia *posts* que mesclavam categorias como Chatômetro, no qual, fazendo jus ao nome, era descrita de modo minucioso e áspero a qualidade de produtos de beleza, Desafios de *Make* em que reproduzia maquiagens, e também postagens em que comentava o estilo de famosas e outras em que fazia resenhas gastronômicas. Tudo se dava com muitas publicações e com caráter intimista, com assuntos da sua vida pessoal. Por dividirem a mesma época e fazerem parte de uma corrente de influenciadoras digitais que surgem de contextos semelhantes, o início do perfil de Luísa Ferreira como blogueira tem traços em comum aos de Marina Smith.

Com o passar dos anos, o *blog* integrou a lista dos 99 *blogs* de moda e beleza mais influentes do mundo³⁶ e, mediante sua expansão, firmou parcerias publicitárias com muitas empresas e lançou inúmeros produtos associados à marca Chata de galocha como: linha de roupas femininas, linha de bolsas, cosméticos vendidos na *Sephora*, entre outros. O trajeto de blogueira à influenciadora dona de uma marca foi similar às transformações que já foram citadas anteriormente, mas com um detalhe relevante: além de sua marca ter criado diversos produtos, Luísa Ferreira também publicou pela Editora Gente em 2017, um livro intitulado *Chata de galocha - um guia para aproveitar as coisas boas da vida*, no estilo guia de vida, que integrou a lista de mais vendidos do Brasil nas primeiras semanas de lançamento. A publicação do livro corresponde a uma época em que o mercado editorial brasileiro³⁷ descobriu o potencial monetário de venda gerado pelos influenciadores digitais e passou a publicar em larga escala obras com diversas temáticas, criando até mesmo selos editoriais que abrigassem as produções dos influenciadores digitais, que foram desde as obras voltadas a criação ficcional, até obras de não ficção, como é o caso do guia de Luísa Ferreira.

³⁶ Ranking da *Signature9* intitulado *Style99 - The 99 Most Influential Fashion & Beauty Blogs*³.

³⁷ No texto *Estantes líquidas: o influenciador digital como agente de leitura na civilização do consumo, do espetáculo e do entretenimento*, as autoras falam sobre essa transformação do mercado editorial brasileiro.

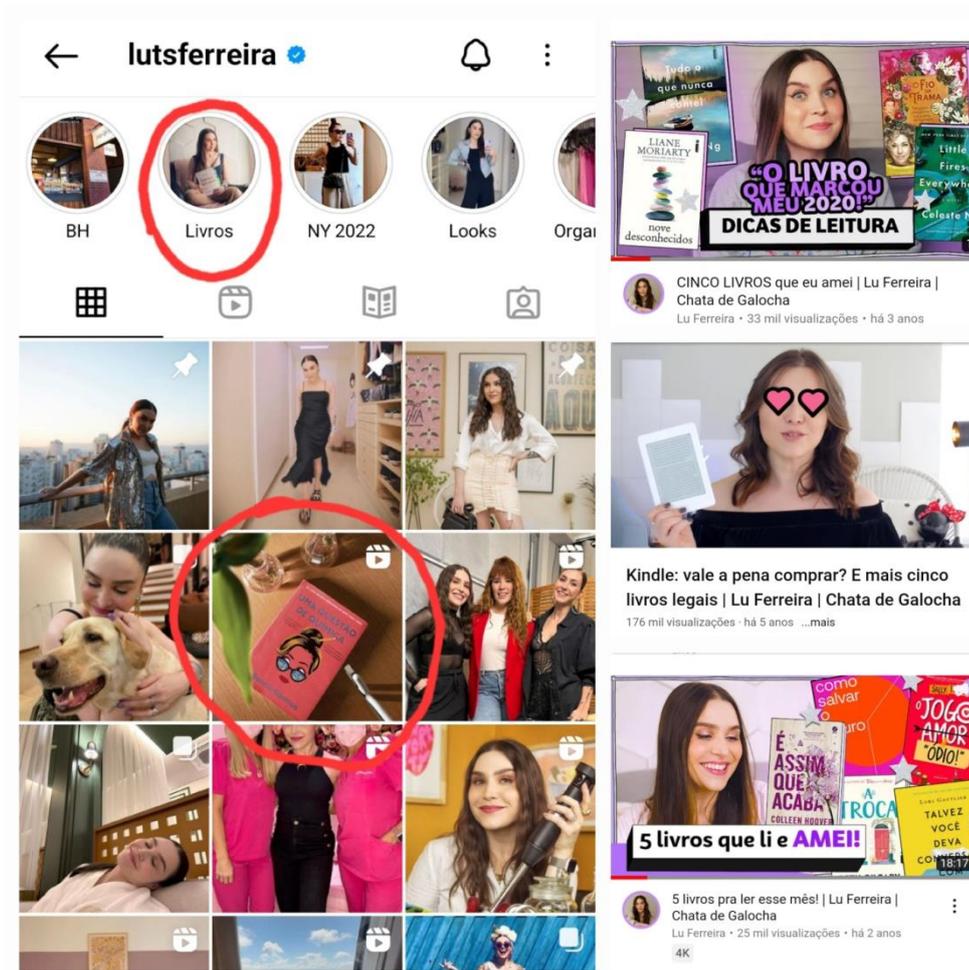
As menções a livros, especialmente os de moda e a afins são abundantes e aparecem desde o início do *blog*. Também estavam presentes com frequência referências às obras que se transformaram em adaptações cinematográficas, como *Alice no País das maravilhas*, *Harry Potter* e vários livros de romance que ganharam versões em filmes. Em uma postagem intitulada: *63 horas de rehab*³⁸, Luísa fala sobre sua relação de amor com a internet, mas também de vício, e divide o fato de que em um fim de semana ficou 63 horas desconectada e uma das coisas que ela fez nesse período foi ler. Ao encorajar as pessoas a se desconectarem, ela cita uma campanha da MTV: “*Desliga a TV e vai ler um livro*” e sugere que todos façam o mesmo. Já era possível notar nessa postagem em 2009 que a leitura era associada a hábitos saudáveis para Luísa, e veremos que anos depois isso reverbera no modo como passa a conduzir o conteúdo literário que promove.

Contudo, as postagens que abordam diretamente a leitura literária surgem de modo mais contínuo em 2013 quando Luísa cria a categoria: *Eu li*, em que passou a comentar livros por meio de resenhas que contavam aspectos das obras mesclados ao seu relato de leitura. Nos anos que se seguem, as leituras aparecem sem frequência fixa, já que essas postagens nunca foram o foco principal de sua produção de conteúdo, apenas um dos assuntos que integravam as postagens sobre *lifestyle*. Posteriormente as publicações passam por um período de escassez que é concomitante ao aumento de postagens sobre outros assuntos como casamento, maternidade, viagens, reforma. Somente um tempo depois as postagens sobre livros voltam a aparecer.

Esse retorno dá início a uma série de publicações sobre leituras em várias redes sociais, num momento em que a figura de blogueira já havia ficado para trás e a de influenciadora digital estava firmada. Nota-se que entre publicações sobre *skyncare*, maketerapia, moda, viagens, maternidade, culinária e hábitos saudáveis, os livros voltam a germinar, passando a ocupar uma seção de *stories* fixos no *Instagram* e aparecendo com mais frequência em vídeos no *Youtube*, como pode ser visto na Figura 11:

³⁸ Publicação disponível em: < <https://chatadegalocha.com/2009/04/63-horas-de-rehab/>. >

Figura 11



Mescla de capturas de tela. Fontes: *Instagram* @lutsferreira e *Youtube* @LuFerreira.

Na figura acima vemos os livros garantindo um lugar em meio ao *feed* com postagens diversas, também ocupando *stories* fixos e vídeos no *Youtube*. Frente ao ressurgimento das obras literárias como um assunto presente nas redes sociais de Luísa Ferreira, em 2021, em meio ao cenário pandêmico, a influenciadora cita que a leitura estava sendo uma distração bem-vinda naquele momento, e então inaugura o *Clube do livro da Chata de Galocha*, ou *#ClubedolivroCDG*.

Como se reúnem?

No primeiro encontro virtual realizado em fevereiro de 2021, Luísa anuncia que criou o clube espontaneamente, sem nunca ter participado de nenhum outro clube do livro antes e sem saber se existem regras. Ao demonstrar empolgação com o projeto, afirma estar fazendo do jeito que acha legal. A influenciadora cita o fato de sempre ter gostado muito de ler na infância e adolescência, mas nos últimos anos, devido à vida atarefada, acabou tendo pouco tempo para ler e perdendo o hábito. Ela declara que nos últimos meses trouxe de volta à rotina o hábito da leitura e que isso teria ajudado muito a se distrair, ficar menos tempo em tela, relaxar. Ao defender que a leitura só traz coisas positivas, diz: “Mesmo lendo livros leves e românticos, que não tenham uma super lição por trás, mesmo que seja só entretenimento, acho que é um hábito que faz muito bem para a gente, e se esse clube do livro ajudar alguém a engatilhar esse hábito na rotina, eu já vou ficar muito feliz, pois é algo que estamos buscando agora nesse momento.”³⁹ O momento citado é o contexto pandêmico, que impactou também os hábitos de leitura de muitas pessoas e, ao se referir aos livros lidos como leves, românticos e categorizando-os como “só entretenimento”, Luísa reproduz adjetivos muito usados para se referir a obras *best-sellers*, que tem ampla adesão dos leitores, especialmente do público feminino, mas que costuma ser visto como de pouco valor pela crítica literária.

Os encontros do #ClubedolivroCDG têm duração média de 25 a 45 minutos, ocorrem por meio de transmissões ao vivo em seu canal no *Youtube*,⁴⁰ que conta com mais de 1 milhão de inscritos. Porém a escolha da obra é feita por meio de votação no perfil do *Instagram*,⁴¹ no mesmo formato já mencionado no clube da Marina Smith, em que a seleção se dá por meio de uma enquete que computa os votos das seguidoras, uma data é acordada, a leitura é feita ao longo das semanas e no fim do mês as leitoras se reúnem para compartilhar as impressões. As *lives* costumam começar com cumprimentos, seguida da leitura da sinopse da obra para dar um panorama e adentrar na trama. Pouco a pouco vão se desenrolando comentários sobre os personagens, os acontecimentos, os desfechos enquanto a influenciadora vai revelando sua experiência, elaborando críticas, apontando furos de construção, pontas soltas, e mostrando os aspectos que considera bons e ruins da narrativa.

³⁹ Fala presente no vídeo:

www.youtube.com/watch?v=O8KOeMb2h7Q&list=PLRRAdPbAa-KWLKV6RTC3j7ZXW3HJnpMIL

⁴⁰ Canal no *Youtube*: @LuFerreira

⁴¹ Perfil no *Instagram*: @lutsferreira

Um dos ganhos de clubes virtuais é a possibilidade de inserir elementos visuais que servem como instrumento interativo nos encontros. Luísa faz uso frequente desse recurso para mostrar na tela imagens de lugares que o livro menciona, para exibir possíveis caracterizações dos personagens, como corte de cabelo e estilo de roupas, e ainda para mostrar trechos de citações que tenham marcado sua leitura, como é possível ver na Figura 12:

Figura 12



Mescla de capturas de tela. Fonte: *Youtube @LuFerreira*.

Essas referências a lugares, figurinos e descrições visuais do que ela depreendeu por meio da leitura são um modo de materializar sua relação com a obra e compartilhar visualmente com os outros participantes que opinam se também imaginaram daquele modo ou não. Ter os aspectos visuais suscitados pela obra como um ponto de debate entre seus leitores mostra a diversidade imaginativa que uma narrativa pode suscitar, bem como reforça que

parte do quebra-cabeça composicional de uma obra depende do leitor e de suas referências de mundo. Em um dos encontros, a influenciadora também criou e disponibilizou uma *playlist* inspirada na leitura. O processo de seleção de artistas e músicas que combinam com a temática, a atmosfera e o lugar em que se passa a obra, exprimem uma interação ativa, demonstrando que existem reverberações nos leitores que podem se transformar em uma criação que contempla outras expressões artísticas, revelando novos modos de se relacionar com os livros.

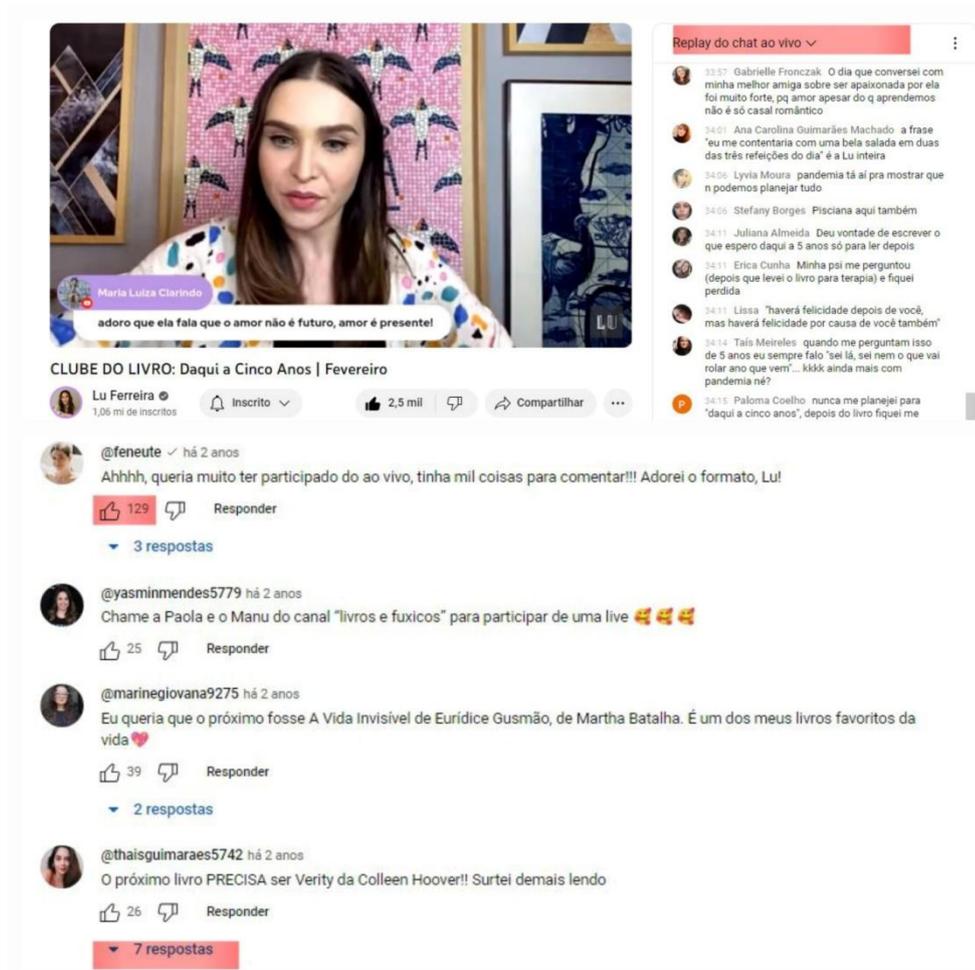
Como interagem?

Os encontros virtuais do *#ClubedolivroCDG* tem números notáveis, variando entre 7 a 23 mil visualizações. Ao compararmos com a lista de vídeos mais assistidos do canal, que tem no topo um relato de parto que acumula 2,7 milhões de visualizações e um tutorial de como fazer o delineado perfeito que acumula mais de 900 mil visualizações, o interesse pela literatura está longe de ser a pauta mais acessada, o que talvez seja reflexo da ainda frágil formação de leitores do país. Apesar disso, há um nicho significativo do público engajado com os conteúdos de leitura compartilhados, ainda mais quando levamos em consideração que eles não são o foco da produção desse perfil.

Durante os encontros, uma ferramenta eficaz é utilizada para dar mais evidência à participação das leitoras durante as transmissões ao vivo. Por meio dela, os nomes e os comentários feitos pelas participantes no *chat* ao vivo são selecionados pela influenciadora e vão aparecendo na tela à medida que a *live* vai acontecendo, artifício bastante funcional por permitir que quem está assistindo consiga acompanhar as interações na própria tela. O *Youtube* também se mostra vantajoso já que, diferente das *lives* no *Instagram* do *Clube do livro do Marinão*, em que as mensagens sincrônicas se perdem após o encerramento, a plataforma do *Youtube* disponibiliza os dois tipos de interações para serem consultados a posteriori. As interações que aconteceram sincronicamente ficam disponibilizadas por meio de um *replay* do *chat* ao vivo, podendo ser vistas de acordo com a minutagem da *live*, e também são disponibilizados, na aba tradicional de comentários os que são feitos depois, quando a *live* se torna um vídeo disponibilizado no canal e várias leitoras deixam lá suas

opiniões. Essas duas modalidades de comentários são os principais meios de interação durante os encontros, como é possível ver nas marcações vermelhas na Figura 13:

Figura 13



Captura de tela. Fonte: *Youtube* @LuFerreira.

Os comentários da imagem correspondem a um dos encontros que acumula milhares de mensagens no chat ao vivo e 249 comentários das internautas que assistiram posteriormente. Há opiniões sobre a leitura, sugestões de próximos livros, e nota-se que também acontece uma interação das participantes entre si, que vão reagindo e respondendo aos comentários umas das outras. É importante apontar que o *#ClubedolivroCDG* só possui esse meio de interação, visto que não tem outros canais que promovam diálogos produtivos entre as participantes. Apesar de existir uma conta na plataforma *goodreads*⁴² direcionado

⁴² Conta *Goodreads* disponível em: < www.goodreads.com/group/show/1160805-clube-do-livro-cdg >

para isso, ela não obteve a mesma aderência e relevância como é o caso, citado anteriormente, do *#Clube do livro do Marinão* que tem tido bastante êxito nas relações desenvolvidas no grupo no *Telegram*.

O que leem?

Nas sete edições do *#ClubedolivroCDG*, as obras lidas foram: *Daqui a cinco anos* de Rebecca Serle, *Todas as suas imperfeições* de Colleen Hoover, *Sem ar* de Jennifer Niven, *A lista de convidados* de Lucy Foley, *Vermelho, Branco e sangue azul* de Casey McQuiston, *Torto Arado* de Itamar Vieira Junior, *Um lugar bem longe daqui* de Delia Owens. Nota-se que as leituras ficam mais restritas a *best-sellers*, com predominância de obras estrangeiras, em especial as de autoria norte-americana. A única obra brasileira presente é *Torto arado*, que se mostrou um fenômeno de vendas, o que talvez indique que as próprias redes sociais têm soprado ventos favoráveis para a difusão dos autores contemporâneos junto a leitores talvez improváveis.

Também é importante notar a presença massiva de autoria feminina, já que a maior parte das obras lidas são escritas por mulheres. Além disso, fora do clube de leitura, nos momentos em que a influenciadora apresenta indicações de leituras, é frequente a aparição da autoria feminina, especialmente de suas autoras favoritas, Colleen Hoover e Elena Ferrantes, essa última, rendeu até uma série de vídeos na Itália, pois Luísa fez questão de visitar diversos pontos turístico de Pompéia e Nápoles, citados nas obras de Ferrante.⁴³

⁴³ Vídeo disponível em: < www.youtube.com/watch?v=2pXxRDLnd3M >

Comunidades pagas

As pesquisas com fenômenos que acontecem em tempo real ficam passíveis de lidar com transformações e imprevisibilidades, e as mudanças no *#ClubedolivroCDG* foram algumas delas. No início desta pesquisa os encontros virtuais estavam em curso, mas no decorrer dos dois anos que o estudo se desdobrou, o clube não manteve a mesma estabilidade apresentada pelo clube promovido por Marina Smith. Algumas transformações foram colocadas em prática, algo muito comum nas redes sociais que tantas vezes alteram os formatos mediante as demandas de engajamento ou monetização. À vista disso, o clube do livro promovido por Luísa Ferreira passou por duas transições.

A primeira ocorreu quando Luísa criou a *Looy*, uma marca publicizada como incentivadora de hábitos saudáveis. A marca comercializava roupas *fitness*, acessórios de exercício físico, diários, entre outros produtos, e uma de suas reivindicações era não apenas vender produtos, mas promover uma comunidade de trocas. Os encontros do *Clube do livro CDG* continuaram sendo de acesso gratuito, mas passaram a acontecer no *Instagram* da marca, numa clara tentativa de angariar seguidores, estratégia bastante utilizada pelo *marketing* digital, que ensina que mais importante do que vender produtos de modo avulso, é construir uma comunidade sólida que se identifique com valores das marcas. Sobre isso, Henry Jenkins na obra *Cultura da convergência* aponta: “Segundo a lógica da economia afetiva, o consumidor ideal é ativo, comprometido emocionalmente e parte de uma rede social. Ver o anúncio ou comprar o produto já não basta; a empresa convida o público para entrar na comunidade da marca.” (2022, p.51). Nessa transição, o perfil das leituras e dos encontros se manteve quase o mesmo, mas após sete edições nesse novo espaço Luísa se desvinculou da marca.

Foi então que a segunda mudança ocorreu e o clube do livro foi incorporado a uma nova proposta, o *Habra- Hábitos que abraçam*, um espaço idealizado para promover bem-estar por meio de conteúdos informativos e da interação e conexão com uma comunidade interessada em construir e partilhar experiências buscando uma vida equilibrada e com hábitos saudáveis.⁴⁴ O projeto de uma assinatura paga não é voltado a produtos físicos, mas conteúdos virtuais. Nessa assinatura, a vinculação e o relacionamento dessa comunidade ao redor de conteúdos promovidos por Luísa viram o produto. As comunidades pagas são uma

⁴⁴ Informações retiradas do *Instagram* @habitosomeabraçam.

tendência recente que têm proliferado nas redes sociais, sendo um modo de os influenciadores venderem diretamente para os seguidores um tipo de conteúdo, que já não é mais monetizado apenas por meio da publicidade. Nesse tipo de serviço, o conteúdo varia de acordo com as produções de interesse e nicho de cada influenciador. No caso de Luísa Ferreira, a comunidade paga recebe *podcast* e cartas produzidas por ela, curadoria de produtos de beleza e de saúde, *happy hour* virtual, encontros presenciais e o que mais nos interessa: clube do livro.

A associação da leitura como um hábito de bem-estar, que já estava presente desde os primórdios nas postagens do *blog*, se solidifica nesse projeto ao ser vendido como parte desses “hábitos que abraçam”. A transformação do *Clube do livro Chata de galocha* em um produto pago é um indicativo de que os espaços de socialização da leitura, em alguns casos, têm se transformado em um produto. Esse acontecimento merece um olhar atento das pesquisas em torno dos leitores contemporâneos, pois é mais uma mostra (assim como alguns clubes de leitura pagos mencionados no Capítulo I) de que está em curso um processo de monetização de espaços de socialização da leitura.

A expansão da internet, o surgimento dos *blogs* de beleza, a transformação da figura de blogueira em influenciadora digital e o advento de novas plataformas digitais, conforme vimos, foram fatores que impactaram na formação de comunidades virtuais e na aparição da leitura literária em espaços inesperados. Se no passado os estudiosos da história da leitura durante muito tempo precisaram encarar as dificuldades na obtenção de registros de experiências de leitura, que costumavam ser adquiridos por informações exteriores à leitura e por meio de documentos indiretos, os dados apresentados nesta pesquisa estão em consonância com o que alegam Fraga e Oliveira (2020). Eles chamam atenção para as novas possibilidades desses meios: “A conjuntura atual, no entanto, parece favorecer as tentativas de se observar a leitura. [...] com a internet e a sociedade em rede, os leitores têm produzido fartos registros sobre suas práticas e impressões de leitura.” (2020, p.121).

Agora que foi possível compreendermos os caminhos que viabilizaram a formação dessa comunidade de leitura em ambientes atípicos, que mapeamos o funcionamento dos clubes de leitura, os modos de interação e as obras lidas, avançaremos para a discussão de aspectos simbólicos que incidem sobre as figuras de mediação, assim como sobre as leitoras e suas leituras.

CAPÍTULO III

Batons e livros, futilidade e intelectualidade

Você é “moralmente” tão antiquada a ponto de considerar vaidade feminina uma frivolidade? Você já devia saber que as mulheres querem se sentir bonitas para se sentirem amadas. E querer se sentir-se amada não é frivolidade.⁴⁵ — Continue, você continua lendo a mesma dissertação. — Por favor, não use: Cinto largo, de qualquer espécie, nem faixas, se você não tem cintura fina. Muitas mulheres pensam que eles fazem cintura. Engano. Cinto e faixa nunca foram objetos de talha num corpo feminino.⁴⁶ — Há mulheres que leem avidamente os romances em quadrinhos das revistas femininas mensais; outras preferem os contos dos suplementos femininos e um número menor se dedica a leituras sérias, a romances de bons autores e a biografias de valor.⁴⁷ — Tente adivinhar de quem são as palavras que você acaba de ler. Não, não desça ainda para as notas de rodapé onde estão as referências dessas citações. Tente exercitar seu poder imaginativo e descobrir quem escreveu as frases acima, você terá alguns segundos para pensar

- - - - -

Bom, vamos lá, os trechos são partes de textos publicados nos jornais: *Diário da Noite*, *Comício* e *Correio da Manhã*, entre os anos 1952 e 1961. O primeiro foi assinado por Ilka Soares⁴⁸, o segundo foi assinado por Teresa Quadros⁴⁹, e o terceiro por Helen Palmer. Apesar de tais textos serem atribuídos a esses nomes, na verdade você acaba de ler Clarice Lispector. Não, isso não é uma das falsas autorias que atribuem para ela frases perdidas da internet e em breve você entenderá o porquê. Mas diga-me, querido leitor/leitória, você adivinhou? Ou Lispector não era nem de perto o primeiro nome que passou pela sua cabeça?

Clarice Lispector, sem dúvidas, é uma das escritoras que revolucionou a literatura brasileira. Compositora de obras primorosas, cheias de autenticidade tantas vezes expressa pelos momentos de epifania das personagens, suas produções ficcionais possuem retratos de diferentes mulheres e seus dilemas existenciais. Lispector tornou-se um símbolo importantíssimo de autoria feminina do país e, apesar do seu sucesso na literatura, ela não abarca a totalidade da trajetória da escritora. Ela atuou também na escrita de páginas femininas em periódicos de jornais, em que, sendo uma mulher de classe média de seu tempo, seguiu muitos dos paradigmas da imprensa feminina da época escrevendo conselhos para

⁴⁵ *Aparência: tudo tem jeito* (Lispector, 2008, p.6).

⁴⁶ *Por favor, não use* (Lispector, 2008, p.46).

⁴⁷ *Eva e a leitura* (Lispector, 2008, p.30).

⁴⁸ Atriz e modelo brasileira considerada uma das mulheres mais belas do Brasil nas décadas de 1950 e 1960.

⁴⁹ Clarice criou uma personalidade para esse pseudônimo, comentada em carta com Fernando Sabino: “Ela é disposta, feminina, ativa, não tem pressão baixa, até mesmo às vezes feminista, uma boa jornalista enfim” (Cartas perto do coração. Rio de Janeiro: Record, 2002 *apud* Lispector, 2006.p.8)

mulheres em que ela abordava assuntos como relacionamento, papéis de mãe, cuidados domésticos e principalmente embelezamento.⁵⁰ É o que a pesquisadora Renata Neiva (2021) nomeia de *pedagogias da beleza*, ao apontar uma história da educação do corpo feminino no Brasil por meio da análise de suplementos femininos do *Correio da Manhã*, jornal que Clarice foi uma das colaboradoras.

Não parece mero acaso que a escritora tenha optado por usar pseudônimos em seu encargo como colunista de páginas femininas em que escrevia tais conselhos, receitas e segredos às mulheres. Nas mais de 450 colunas produzidas pela Clarice jornalista, os pseudônimos de Tereza Quadros, Helen Palmer e Ilka Soares foram adotados como sua voz, mas também como seu escudo. A pesquisadora Aparecida Maria Nunes afirma que Clarice “temia, por aqueles anos, comprometer seu nome mediante a produção de textos menos elaborados para jornais e afetar a imagem de esposa de diplomata.” (Lispector, 2006, p.7). Alberto Dines, jornalista que dirigia o tabloide *Diário da Noite* e a convidou para escrever nele, afirma “Imaginei que não aceitaria. Escritora conhecida e sofisticada, certamente recusaria ser *ghost-writer* numa página feminina diária, assinada pela linda estrela de cinema e TV, Ilka Soares. Para minha surpresa, aceitou com entusiasmo[...]” (Lispector, 2006, p.5)

O uso do pseudônimo como escudo manteve tais textos desvinculados da imagem da escritora por muitos anos, de modo que somente algumas décadas depois, quando já havia falecido, eles foram recuperados, reunidos e publicados como coletânea de sua autoria em 2006, pela editora Rocco. Ao optar pela escolha de separar os dois ofícios da escrita, Clarice pareceu sinalizar que compreendia as regras do jogo postas para que ela fosse levada a sério, visto que ela também estava submetida aos padrões hegemônicos da época, compreendendo o que poderia lhe dar ou tirar poder. Assim, o anonimato parece ter sido uma maneira de não se associar a esses conhecimentos e assuntos tidos como fúteis, sendo um modo de conseguir manter, frente à sociedade e às instituições legitimadoras, os atributos de intelectualidade que uma mulher precisava possuir para ser levada a sério como escritora de literatura.

Tal condição foi alcançada por Lispector, que se tornou um importante símbolo de escritora e intelectual feminina do país. Apesar disso, Clarice rejeitava esse título, como é possível ver na obra *Descoberta do mundo*, em que estão reunidos textos publicados no *Jornal do Brasil* entre 1967 e 1973, assinados com seu nome. Nos textos de temáticas

⁵⁰ Tania Sandroni (2019) defende que entre as três personalidades criadas, Teresa Quadros é a que mais subverteria o discurso dominante da imprensa destinada às mulheres pois, possibilitava maiores questionamentos acerca dos papéis sociais femininos, citando nas colunas inclusive textos de Simone de Beauvoir.

variadas não há mais o tom instrutivo, nem a presença de assuntos como os visto nas colunas femininas. Assim, na crônica *Intellectual? Não*, ela afirma:

Outra coisa que não parece ser entendida pelos outros é quando me chamam de intelectual e eu digo que não sou. De novo, não se trata de modéstia e sim de uma realidade que nem de longe me fere. Ser intelectual é usar sobretudo a inteligência, o que não faço: uso é a intuição, o instinto. Ser intelectual é também ter cultura, e eu sou tão má leitora que, agora já sem pudor, digo que não tenho mesmo cultura. Nem sequer li as obras importantes da humanidade. Além do que leio pouco: só li muito, e lia avidamente o que me caísse nas mãos, entre os treze e quinze anos de idade. Depois passei a ler esporadicamente, sem ter a orientação de ninguém. Isto sem confessar que – dessa vez digo-o com alguma vergonha – durante anos eu só lia romance policial. Hoje em dia, apesar de ter muitas vezes preguiça de escrever, chego de vez em quando a ter mais preguiça de ler do que de escrever. (Lispector, 1999, p.149)

Como é possível notar no exemplo exposto, a figura do intelectual é constantemente associada à imagem de um leitor ávido e a altos conhecimentos culturais. No dicionário, uma das acepções para o termo é “Que ou quem tem grande cultura”.⁵¹ O “ter cultura”, mencionado por Clarice, corresponde a um tipo específico de cultura, assim como um tipo específico de leitura, “as obras importantes da humanidade”, vulgo canônicas. Tais elementos referidos, estabelecidos pelo *status quo*, correspondem aos atributos que chancelam a intelectualidade. Clarice admite, então, seu ato derradeiro: ter passado anos lendo apenas romances policiais, algo que a condenaria como uma má leitora. Mas mesmo que Clarice negue, sua posição se mantém sólida como uma intelectual e talvez por isso ela possa ter sentido liberdade para fazer tais confissões.

O batom vermelho nos lábios de Clarice é um adorno constante, junto com o cigarro entre os dedos nas fotografias que a registraram e compõem as capas de seus livros e biografias. O batom é um cosmético emblemático de feminilidade, podendo ser visto tanto como símbolo de opressão, quanto símbolo de resistência⁵² e subversão feminina.⁵³ Ele é também um *slogan* e produto muito usado nos perfis de beleza nas redes sociais. Ao nomear este capítulo, tomamos os batons e os livros como representantes do tensionamento simbólico

⁵¹ INTELLECTUAL, In: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2024. Disponível em: < <https://dicionario.priberam.org/intelectual> >

⁵² Por muito tempo o uso de batom foi proibido para as mulheres cristãs, pois a igreja católica enxergava o batom como item de vaidade e luxúria, seu uso então passou a ser símbolo de rebeldia.

⁵³ Em 2021, após André Ventura, candidato à presidência de Portugal atacar a adversária política Marisa Matias pelo uso de batom vermelho, o item virou símbolo de luta contra o machismo no país, levando milhares de pessoas a aderirem ao movimento de uso do cosmético junto com a *hashtag* #VermelhoEmBelem.

entre futilidade e intelectualidade que existe em espaços de socialização feminina. Tal incongruência existia antes de Clarice e segue persistindo de novas maneiras no mundo de hoje. Nesse sentido, Campos (2010) afirma que “a beleza é um valor central na definição de uma “identidade de mulher”, por isso elas “vivem simultaneamente a cobrança social difusa destas duas identidades: a de “mulher” e de “intelectuais”, as quais, a princípio, aparentam o cultivo de valores contraditórios.” (Campos, 2006, p. 40). Os ambientes da beleza, então, nas colunas femininas de jornais, nos perfis de beleza nas redes sociais, ou em outras instâncias, seguem sendo tidos como produtores de futilidade.

Invocamos esse detalhe da trajetória de Clarice Lispector como pontapé nas discussões, pois parece ser um exemplo apropriado das contradições enfrentadas pelas mulheres. Mesmo possuindo respaldo e sendo reconhecida como uma figura relevante das produções literárias ficcionais brasileiras, os conselhos femininos publicados em jornais, tidos como fúteis e inesperados à sua figura, ficaram por muito tempo mascarados e nas sombras dos pseudônimos. A leitura de romances policiais é vista como de menor valor, apesar de terem relevância em sua trajetória como leitora, sendo confessada como um pecado que a afasta da intelectualidade e do posto de boa leitora. Essas figurações de valor estão interligadas, sendo primeiramente necessário negar e se afastar do que supostamente é fútil, depois sendo preciso manter-se na régua das expectativas da boa leitora e do que a aproxima de intelectual.

De modo semelhante, os clubes de leitura em perfis de beleza que analisamos são rodeados por aspectos simbólicos que os desacreditam como locais adequados para a frutificação de comunidades e práticas de leitura literária. Tal discussão não existiria nesta dissertação se tivéssemos alcançado, como sociedade, um olhar de igualdade para as diferenças de gênero, e não seria necessário, nem relevante justificar e problematizar como os espaços de socialização feminina ainda são inferiorizados. Essa inferiorização também se aplica às produções escritas por mulheres e aos espaços de práticas de leitura literária, que alguns segmentos da crítica literária por vezes insistem em julgar como de menor valor. As escritoras e leitoras seguem menosprezadas em suas singularidades e diferenças.

Expondo as circunstâncias de desvalorização social enfrentada pelas mulheres, Mary Ann Sieghart em *Lacuna de autoridade* investiga porquê as mulheres não são levadas tão a sério quanto os homens. A autoridade é contextualizada na obra por meio de duas definições:

A primeira é a influência da pessoa como resultado de seu conhecimento e expertise – em outras palavras, de ser considerada uma referência em sua área de atuação. A segunda é a autoridade como resultado de estar no comando – ou seja, em termos de exercer poder e liderança. (Sieghart, 2022, p.30)

A lacuna de autoridade se estabelece principalmente no fato de que a competência masculina é imanente, enquanto às mulheres a incompetência é a norma, até que elas sejam capazes de provar o contrário. (Sieghart, 2022). Mesmo que a princípio tal afirmação pareça exagerada, como a autora mostra, “incontáveis estudos científicos mostram que todos nós – mulheres e homens – temos vieses inconscientes, mesmo contra o nosso próprio gênero.” (p.25).

Ao afirmar que “a lacuna de autoridade é a mãe de todas as lacunas de gênero” (p.21), a autora mostra como isso se instala na sociedade. Dentre as inúmeras áreas em que o descrédito se manifesta, o ambiente literário é um deles. Sieghart defende que “os homens [...] nem chegam a se expor às vozes femininas, em todo o espectro cultural, sejam as mulheres falando nas redes sociais, escrevendo livros ou aparecendo em filmes.” (2022, p.196). Isso fica evidente quando ela cita uma pesquisa feita em Londres por Lisa Jardine e Annie Watkins, na Universidade Queen Mary, no qual foi realizada uma entrevista com cem acadêmicos, críticos e escritores sobre seus hábitos de leitura de obras de ficção. Nas respostas coletadas: “quatro em cada cinco dos homens entrevistados disseram que o último romance que leram foi escrito por um homem, enquanto as mulheres apresentavam as mesmas chances de ter lido um romance escrito por homem ou mulher” (2022, p.197). Dentre as inúmeras respostas analisadas, os resultados da pesquisa apontaram: “Os homens que leem ficção tendem a escolher obras de ficção escritas por homens, ao passo que as mulheres leem obras de ficção escritas tanto por mulheres quanto por homens” (2022, p.197). Citamos esse resultado não como um modo de defender a leitura obrigatória de mulheres, apesar de a incentivarmos, mas para lembrar que os homens ainda são maioria ocupando os espaços de poder e de produção cultural, assim como as instituições de valoração literária. Nesse sentido, como aponta Sieghart, “Consequentemente, as obras de ficção escritas por mulheres continuam sendo de ‘interesse especial’, enquanto a ficção escrita por homens ainda define o padrão de qualidade, narrativa e estilo.” (2022, p.197). Tal despreço reverbera também no modo como são vistas algumas classes de leitoras, em especial as que consomem obras não-cânicas. Trataremos sobre isso com mais profundidade na próxima seção.

À medida que esta dissertação se desenvolvia em interface com as discussões que envolvem questões de gênero, foi possível notar um olhar de estigma negativo por três vias:

em primeiro lugar, era colocado em questão o local onde a literatura aparece, os perfis de beleza, pois ao mesmo tempo em que a beleza é um capital feminino cobrado, é também desvalorizado e rechaçado. Os recintos de práticas de embelezamento seguem sendo banalizados, mesmo que eles sejam importantíssimos para socialização feminina e correspondam a um dos maiores mercados de consumo do mundo.⁵⁴ Poderíamos tecer críticas a esses espaços, visto que o campo da beleza pode oscilar muito sutilmente entre a opressão e a emancipação, mas esse não é o foco deste trabalho, pois optamos por observar as possibilidades produtivas desse ambiente, principalmente na disseminação da leitura literária.

A segunda via de estigma se dá pelo fato de que os clubes de leitura analisados são liderados por influenciadoras digitais de comunidades virtuais atípicas de leitores. Por não fazerem parte das comunidades virtuais típicas, que correspondem à regularidade temática e às expectativas de um nicho, como os *Booktubers*, elas não possuem a valoração, que lentamente já se atribui aos *Booktubers e afins*. Além disso, essas influenciadoras de beleza não possuem formação em estudos literários, exercendo a função de mediadoras sem especialização, o que poderia indicar que elas seriam inaptas a qualquer tipo de indicação literária.

A terceira via de estigma sucede-se pelos tipos de obras que são consumidas por esse público leitor. Ao lerem obras não canonizadas, como *best-sellers* e livros que são associados ao público feminino, como é o caso do gênero ficcional *chick-lit*, tais leituras, ao mesmo tempo em que são consideradas leves, produzem sobre essas leitoras um peso simbólico. A seguir nos aprofundaremos nas discussões dessas vias de estigma.

⁵⁴ Dados apontados por Forbes em 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>>

3.1 Influenciadora, mediadora e formadora de leitoras?

No capítulo anterior foi esmiuçado como se deu a irrupção da literatura nos perfis de beleza e a solidificação das práticas de leitura nesses ambientes por meio da realização de clubes de leitura. Um aspecto que merece destaque nesse fenômeno é o fato de as influenciadoras digitais de beleza estarem desempenhando também o papel de agentes fomentadoras de leitura.

A mediação é uma tarefa frequentemente tida como ponte necessária para a formação de leitores. Ter um intermediário que apresente livros a um leitor em potencial é uma peça importante no quebra cabeça da formação dos hábitos de leitura. No ambiente familiar e escolar, onde costumeiramente se desenvolvem os primeiros contatos com a leitura, os pais e professores costumam assumir, com diferentes papéis, esse posto. Mas à medida que os indivíduos se afastam do ambiente escolar e ingressam na vida adulta, outros lugares como as bibliotecas, livrarias, grupos de amigos, a mídia e agora, com visto, as redes sociais, vão se tornando os territórios de promoção da leitura e novos agentes fomentadores também passam a ocupar esse posto.

A mediação possui diferentes dimensões, mas por muito tempo se manteve associada à figura de um especialista com maior conhecimento sobre determinado assunto, tendo autoridade para instruir os mais incipientes. Tania Rosing, ao falar sobre a necessária ação de mediadores de leitura, afirma:

Quanto mais avançado for o estilo do autor, quanto mais arrojadas forem as obras em apreciação, análise, interpretação, e quanto menos entendidos e competentes em arte forem os sujeitos receptores, tanto maiores, diversas e importantes terão de ser as “mediações”. Mais bem preparado deve ser o mediador, pressupondo apresentar em suas atuações uma identidade leitora. (Rosing, 2014, p.213)

A colocação de Rosing é pertinente à medida que uma das tarefas da mediação pode ser apresentar um aprofundamento teórico de determinado conhecimento a um público que os tenha como demanda, para iluminar enigmas e percepções que muitas vezes só são acessadas a partir de um estudo teórico e crítico. Entretanto, essa é só uma das maneiras de mediação possíveis. Ela é benéfica quando desejada, mas, a depender de como é aplicada, ao invés de fornecer caminhos de aprimoramento, pode acentuar as desigualdades das inteligências, que

Rancière denomina de embrutecimento explicador: “Há embrutecimento quando uma inteligência é subordinada a outra inteligência.” (2002, p.25). A imposição de uma mediação explicadora, em que o conhecimento incide de cima para baixo, como modo de tornar competente o receptor incompetente, guarda em si a desigualdade como caminho. Além do mais, existem ainda outras modalidades de mediação que não se restringem a esse caráter didático, que não é necessário ou desejado por todos os leitores. Isso se ajusta às múltiplas funções da leitura literária e à imensa variedade de livros que conformam a literatura.

Como já mencionado, uma importante característica dos ciberespaços é a democratização de vozes. Neles, poucos recursos são necessários para que se crie um espaço de autonomia para produzir conteúdos que outros internautas poderão consumir ou não. Com isso, há espaço para que os especialistas, caso queiram, usem as plataformas digitais para alcançar um número maior de adeptos interessados nos conhecimentos oferecidos. Mas há, principalmente, espaço para que outras maneiras de comunicação e troca se estabeleçam. Nota-se na dinâmica difundida nas redes sociais um movimento em que a fala especializada parece estar em declínio e a partilha de experiência em ascensão. Isso não significa que o especialista não tem valor, mas sim que a dinâmica das redes, de modo geral, sustenta maior engajamento para partilha de experiência mais intimista. Assim, as possibilidades e as figuras de mediação têm se ampliado, de modo que novas vozes ocupem o papel de mediação nas redes sociais.

Neiva (2021) mostra que fora da educação escolarizada “um conjunto excessivo de espaços e instâncias sociais exercita pedagogias, ao nos ensinar forma de ser e de estar no mundo, marcando, dessa forma, posições de sujeito.” (p.21) As redes sociais são uma dessas instâncias, e o modo como se estrutura a dinâmica entre as internautas e as influenciadoras digitais analisadas, como já visto no Capítulo II, favorece que a figura da influenciadora ocupe a posição de expositora de suas vivências, numa pedagogia para o outro e também com o outro. Partilha-se a intimidade, pois ela é tanto a moeda de troca que faz o algoritmo rodar, visto que “mais do que códigos matemáticos, os algoritmos são responsáveis pelo processamento de grandes volumes de dados e metadados, seja via seleção, hierarquização e recomendação (os mais evidentes), mas, sobretudo, via controle dos fluxos de informação” (Karhawi; Prazeres 2022, p. 807), quanto gera aprendizado mútuo ao produzir um efeito de pertencimento. Os perfis de beleza com várias formas de ensinamentos femininos estimularam também a leitura literária.

As influenciadoras analisadas, no exercício da tarefa de mediadoras dos clubes de leitura, exercem funções como a organização dos encontros nas plataformas, a ordenação das datas, a seleção das obras sugeridas para a votação, a manutenção dos grupos de debate, bem como o andamento, a articulação e a relação com as participantes durante os encontros de leitura. Apesar de não possuírem formação em Letras, como muitos *Booktubers*, as influenciadoras já contam com autoridade frente ao público que as acompanha, ao exercerem poder e liderança em seus nichos de atuação (Sieghart, 2022). É por meio desse quesito, como também pelo vínculo criado com a comunidade de seguidoras a partir da exposição de suas personalidades, que elas são capazes de reunir um número tão significativo de leitoras, mesmo se posicionando apenas como leitoras comentadoras assim como as outras participantes. Ao estarem em um lugar de não especialistas, elas se colocam em uma posição de proximidade com as internautas-leitoras, que estão ali para partilhar as sensações e vivências geradas pela leitura. Defendemos a hipótese de que está nessa circunstância um dos motivos do sucesso e da ampla adesão desses clubes de leitura.

Ao usarem uma linguagem acessível e cotidiana, notou-se que o primeiro plano das mediações de Marina Smith e Luísa Ferreira centra-se em informações básicas sobre as obras e os enredos, seguido por troca de experiências. Ao não assumirem uma posição de mediadoras especialistas, há ganhos e aprendizagens que resultam do ambiente de partilha de experiência de leitura que as mediadoras criam. Se tomarmos a formação de leitores como um movimento contínuo, sempre inacabado e que precisa ser regado ao longo da vida, podemos supor que qualquer pessoa que realize a função de mediação nesse processo está, de algum modo, colaborando para a formação de leitores. No caso dos clubes que analisamos, com destaque especial para o de Marina Smith que funciona há mais de cinco anos, nota-se que há muita firmeza no modo como essa comunidade de leitoras se reúne e que há um processo de formação em constante curso.

A defesa de um indivíduo sem especialização como um agente fomentador importante na formação de leitores pode soar ingênua. Para defender essa posição, convocamos a noção de mestre ignorante elaborada por Rancière, já citado anteriormente. O filósofo recorre a essa ideia partindo da exemplificação de questões referentes a ambientes pedagógicos escolares, mas ela é uma metáfora adequada para ser usada em outras situações, como a aqui discutida, visto que existem várias instâncias sociais que exercitam pedagogias (Neiva, 2021). Na acepção de Rancière (2002), o mestre ignorante é aquele capaz de ensinar o que ignora desde que emancipe o outro. A sua função está em ajudá-lo a percorrer um caminho ainda

desconhecido. O filósofo justifica que o mestre ignorante não é nomeado desse modo por nada saber, mas por dois fatores: “porque abdicou do ‘saber da ignorância’ e assim dissociou sua qualidade de mestre do saber”, e pelo fato de que “o que ele ignora é a desigualdade das inteligências” (2012, p.15-16). Nesse sentido, ele afirma:

Mestre é aquele que encerra uma inteligência em um círculo arbitrário do qual não poderá sair se não se tornar útil a si mesma. Para emancipar um ignorante, é preciso e suficiente que sejamos, nós mesmos, emancipados; isso é, conscientes do verdadeiro poder do espírito humano. O ignorante aprenderá sozinho o que o mestre ignora, se o mestre acredita que ele o pode, e o obriga a atualizar sua capacidade: círculo da potência homólogo a esse círculo da impotência que ligava o aluno ao explicador do velho método [...]. Mas a relação de forças é bem particular. *O círculo da impotência está sempre dado, ele é a própria marcha do mundo social*, que se dissimula na evidente diferença entre ignorância e a ciência. O círculo da potência, quanto a ele, só vigora em virtude de sua publicidade. Mas não pode aparecer senão como uma tautologia, ou um absurdo. Como poderá o mestre sábio aceitar que é capaz de ensinar tão bem aquilo que ignora quanto o que sabe? Ele só poderá tomar essa argumentação da potência intelectual como uma desvalorização de sua ciência. E o ignorante, por sua vez, não se acredita capaz de aprender por si mesmo – menos, ainda, de instruir um outro ignorante. Os excluídos do mundo da inteligência subscrevem, eles próprios, o veredicto de sua exclusão. Em suma, o círculo da emancipação deve ser começado. (Rancière, 2002, p.27-28 grifo nosso)

As influenciadoras não possuem um aval simbólico de “mestre sábio” de quem possui a expertise da teoria literária e que poderia exercer a tarefa de explicadoras sapientes. Isso não parece importar para a comunidade de leitoras que ali se reúne justamente porque ali não se estabelece a lógica da explicação embrutecedora. Há horizontalidade e gentileza na partilha e na escuta-leitura das palavras escritas umas para as outras. Há interesse genuíno nessas trocas, o que parece estar sendo buscado e ensinado são estratégias para a manutenção do desejo pela leitura, e é nisso que acreditamos se estabelecer um círculo de emancipação.⁵⁵

É importante ressaltar que o problema não é a existência da teoria e do especialista, pois como afirma Terry Eagleton “a teoria literária tem em suas bases um impulso democrático, nunca elitista” (2019, p.3), mas sim o modo que se deposita nele, e somente nele, a potência e a autorização para o aprimoramento do outro, quando na verdade o bom especialista é aquele que é capaz de responder a uma demanda, sem deixar de reconhecer a igualdade das inteligências (Rancière, 2002). A troca de conhecimento do leitor, apenas como leitor, pode ser a medida exata necessária para um ambiente se tornar frutífero para com as competências da socialização em que a escolha coletiva, a leitura, o debate e a partilha de

⁵⁵ Termo cunhado por Rancière.

experiência são suficientes. Os clubes de leitura que analisamos se mostram um desses recintos. Assim, as influenciadoras de beleza na função de leitoras e agentes fomentadoras da leitura executem a tarefa de mediação, olhando com precisão para as demandas específicas dessas comunidades de leitoras, o que justifica a adesão de um grupo grande e multiforme de mulheres adultas lendo e se reunindo nos ciberespaços, e torna as influenciadoras importantes aliadas na formação de leitores.

3.2 A categoria café com leite

A fotografia de uma mulher idosa enrolada em um xale preto e sentada em uma cama instigou Alberto Manguel. Trata-se de um registro feito pelo fotógrafo André Kertész em um asilo na França, em que uma mulher pequenina está pousada com o tronco inclinado à leitura de um livro. O ângulo capturado na foto não permite, nem com o uso da melhor lupa de aumento existente, que se descubra o que ela lê. Manguel então supõe que caso a natureza da obra seja de viés religioso “a imagem seria de algum modo coerente, completa, o livro definindo a leitora e identificando a cama como um lugar espiritualmente tranquilo”; por outro lado, se em suas mãos tivesse uma obra de Racine ou Corneille, poeta e dramaturgo franceses, haveria ali “uma leitora sofisticada, culta – ou, mais surpreendente ainda, Voltaire?”(1997, p.241-242). A depender do que ela segura em suas mãos, sua imagem vai oscilar entre muitas possibilidades, indo de leitora do espírito tranquilo ao espírito inflamado de curiosidade. Nesse sentido, ele afirma:

A associação de livros com seus leitores é diferente de qualquer outra entre objetos e seus usuários. Ferramentas, móveis, roupas, tudo tem uma função simbólica, mas os livros infligem a seus leitores um simbolismo muito mais complexo do que o de um mero utensílio. A simples posse de livros implica uma posição social e uma certa riqueza intelectual. (Manguel, 1997, p.242)

Ao longo da história é possível que a literatura tenha sido uma das artes mais utilizada por pensadores e estudiosos de diferentes áreas para desenvolverem suas análises e teorias sobre a alma humana. Ela é tida como um produto cultural que possui propriedades curativas para muitos males, inclusive contra a suposta incultura que aflige alguns. O usual imperativo *vá ler um livro!* é uma prova disso. Essa visão se dá porque os livros são instrumentos de poder, estreitamente relacionados ao nível de cultura do indivíduo. Uma prova que corrobora a simbólica riqueza intelectual que os livros podem proporcionar foram as notícias expondo o uso de fundos falsos, as “bibliotecas fakes” durante as reuniões online na pandemia. Aprisionadas em suas casas e sendo obrigadas a trabalhar e estudar dali, algumas pessoas optaram por usar fundos falsos que simulavam bibliotecas como cenário de fundo das chamadas de vídeo. Esses fundos falsos podiam ser físicos, papelões com estampas de livros,

que às vezes traíam os donos ao despencarem em pleno uso,⁵⁶ ou filtros virtuais. Isso parece dizer muito sobre uma sociedade preocupada com as aparências, que se viu obrigada pela pandemia a ter a casa exposta para os outros, e diz principalmente sobre o desejo de se associar ao simbolismo que colocam os indivíduos em uma posição social de intelectualidade.

Todavia, a visão dos livros como um símbolo de elevação cultural não é atribuída a qualquer obra literária. Apesar de elas sempre serem instrumentos de poder, há uma régua ideológica em que, ao olharmos a capa de um livro, com muita velocidade assumimos características sobre o leitor que o está portando. É o que deixa Manguel tão curioso ao se deparar com a fotografia da senhora leitora de um livro sem rosto, sobrando para ele apenas a possibilidade de devanear sobre a obra e o espírito da leitora. A verdade é que tal qual julgamos um livro pela capa, julgamos o leitor pelo que ele lê. E o problema não parece estar em fazer algumas suposições sobre a identidade do leitor baseada na identidade do livro, mas em achar que o leitor se resume a isso enclausurando-o em uma reputação de maior ou menor prestígio.

Ao vivenciarem situações sociais, os leitores vão adquirindo noção, mesmo que inconscientemente, dos julgamentos que produzem distinções de valor as suas identidades. Referente a isso, Bourdieu (2011) faz uma colocação indispensável:

De fato, evidentemente, a mais elementar interrogação da interrogação sociológica ensina que as declarações concernentes ao que as pessoas dizem ler são muito pouco seguras em razão daquilo que chamo de efeito de legitimidade: desde que se pergunta a alguém o que ele lê, ele entende "o que é que eu leio que mereça ser declarado?" Isto é: "o que é que eu leio de fato de literatura legítima?" Quando lhe perguntamos "gosta de música?", ele entende "gosta de música clássica, confessável?". E o que ele responde não é o que escuta ou lê verdadeiramente, mas o que lhe parece legítimo naquilo que lhe aconteceu de ter lido ou ouvido. (Bourdieu, 2011, p.236)

Não se pode ignorar que os leitores estão submetidos a condicionamentos sociais e circunstâncias legitimadoras, que variam a depender do ambiente, existindo recortes do que se pode confessar perante as expectativas que permeiam o corpo social.

Esse estado de valoração que incide sobre as obras e recai sobre as costas dos leitores como um fardo de prestígio ou desprestígio, se manifesta, muitas vezes, de modo oculto, mas

⁵⁶ Um exemplo disso foi o ocorrido durante uma audiência online com um desembargador do Amazonas. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2022/02/03/biblioteca-fake-de-desembargador-cai-durante-audiencia-online.htm>. >

também de modo intencional pelas instituições.⁵⁷ Fatores sociais, externos aos aspectos literários entram em jogo e também refletem, em via de mão dupla, no modo que se olha para as obras e os leitores. Eagleton ao falar sobre a literatura, afirma:

[...] os juízos de valor que a constituem são historicamente variáveis, mas esses juízos têm, eles próprios, uma estreita relação com as ideologias sociais. Eles se referem, em última análise, não apenas ao gosto particular mas aos pressupostos pelos quais certos grupos sociais exercem e mantêm o poder sobre outros. (Eagleton, 2019, p.24)

Assim como Clarice Lispector admitiu ler romances policiais, ato supostamente de uma má leitora, as participantes dos clubes de leitura analisados, que leem policiais e similares, são vistas por parte da crítica literária e da sociedade como más leitoras pelo tipo de obras que consomem. Como foi esmiuçado no Capítulo II, nas seções *O que leem*, os dois clubes de leitura analisados têm muitos tipos de leitura em comum — *best-sellers*, *chick-lit*, “romance água com açúcar”, “livros de mulherzinha”, literatura de entretenimento, são alguns dos nomes costumeiramente usados para se referir as obras consumidas por elas, que as colocam numa posição que chamaremos aqui de leitoras “café com leite”.

A expressão “café com leite” é muito usada na infância quando um grupo de crianças está brincando e outra criança quer se juntar à brincadeira. Normalmente se essa outra for mais jovem ou não possuir condições de acompanhar as regras do jogo, ela é aceita como “café com leite”. Para pensar o mundo da leitura, tomaremos aqui emprestada tal expressão, pois ela corresponde a categoria de leitoras que é vista como “não é para valer”. Elas até leem, até têm algumas capacidades de jogar, mas não dominam e nem correspondem às regras do jogo e por isso não são levadas a sério e nem lhes é conferida autoridade de boas leitoras.⁵⁸

Uma parcela da crítica nem reconhece como literatura algumas das obras que elas leem.⁵⁹ Tal atitude sinaliza um elitismo cultural que não aceita alteridade nos espaços de produção, leitura e valoração da literatura. Existe ainda outra parcela da crítica que admite tais obras desde que sinalizando uma plena distinção entre elas e a chamada Alta literatura. Essa questão ficou em evidência em 2020 quando o prêmio Jabuti criou uma nova divisão de

⁵⁷ Sobre isso Patrícia Trindade Nakagome na tese *A vida e a vida do leitor: um conceito formado no espelho* aponta: “[...] o crítico é essencialmente um leitor, cujas experiências e valores se fazem presentes na avaliação de um texto. Quando tais referenciais são mobilizados para tratar de livros não canônicos, frequentemente constrói-se uma imagem negativa de seu público.” (2015, p.1)

⁵⁸ Isso reforça a hipótese sobre a lacuna de autoridade defendida por Mary Ann Sieghart (2022).

⁵⁹ Sobre isso, Jonathan Culler defende que ao pensar sobre literatura a pergunta correta deveria ser deslocada de “O que é literatura?” para “o que faz com que nós (ou alguma outra sociedade) tratemos algo como literatura?” (Culler, 1999, p.29)

categorias em suas premiações, instituindo as categorias “romance literário” e “romance de entretenimento”.⁶⁰ Isso indica certa valorização dessa subcategoria literária, justificando que ela é uma boa porta de entrada para o mundo da leitura e para o entretenimento do leitor iniciante. Ainda que isso seja verdadeiro, tal postura revela que as categorias literárias não canonizadas continuam sendo vistas como menores, reforçando a ideia de que o ponto de chegada para alcançar a sabedoria continua sendo o cânone, ou as obras contemporâneas que merecem o título de “romances literários”. Fica reforçada, assim, uma divisão que separa alguns leitores como incipientes, buscando apenas entretenimento, e outros leitores como complexos, aptos para a fruição literária de bom gosto.

Nota-se que muitos produtos culturais, com ênfase nos consumidos pelo público feminino, ocupam um lugar de inferioridade. Consideramos que, apesar de o valor estético das obras, como de quaisquer outras, poder ser questionado, uma grande parte das vezes que estas são condenadas é por aspectos estigmatizados que, de saída, essas obras carregam. Isso pode ser visto, por exemplo, entre os *chick-lits* e os *best-sellers* em geral, que, além de rotulados como bobos e fúteis, com frequência ocupam também o lugar de “não é pra valer”, que respinga nas leitoras.

Além do mais, é um erro incorrer no julgamento de que a comunidade de leitoras analisadas só se detém nos chamados livros de entretenimento, embora eles apareçam com maior frequência nos dados coletados. Ficou claro durante a observação dos clubes que ao longo das mais de 70 edições do *Clube do Livro do Marinão*, as leituras se diversificaram, os gêneros literários expandiram e variadas obras foram integradas. Se no início o clube enfocava em leituras de cunho policial ou de suspense, logo surgiram, por exemplo, romances e biografias de figuras emblemáticas. Com o passar do tempo, várias nacionalidades e autorias despontaram, com lugar garantido para as obras de literatura brasileira, em especial os expoentes contemporâneos.

Não consideramos que o aparecimento de nomes como Svetlana Aleksievitch, Elena Ferrante, Jeferson Tenório, Itamar Vieira Junior, Andrea Del Fuego, que possuem maior credibilidade junto à crítica, deva ser usado para mostrar “maior valor” do clube de leitura. Trata-se antes de notar que, se por um lado as leitoras do clube correspondem a uma expectativa depositada nelas de preferências de consumo relativas a um perfil de mulheres,

⁶⁰ O autor Raphael Montes, que teve sua obra *Uma mulher no escuro* como vencedora dessa última categoria expõe sua opinião sobre o assunto. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/coluna/raphael-montes/literatura-ou-entretenimento> >

por outro fica comprovado que há abertura para leituras variadas, que recebem aceitação positiva. Os ganhos da leitura diversificada estão na própria diversificação das possibilidades de sentir e de refletir a partir do contato com os múltiplos modos de criação literária, que podem ser ampliadores do olhar para o mundo e para si.

Essas comunidades de leitoras estão cumprindo vários imperativos sociais que sustentam a ideia de aprimoramento intelectual. “Vá ler um livro”, elas estão lendo vários. “Leia mulheres”, elas estão e também leem homens. “Faça da leitura um hábito”, elas fizeram. Mas ainda assim, elas permanecem simbolicamente na posição de leitoras “café com leite”, afastadas da promessa de ganho simbólico que a leitura supostamente daria. Ser leitora assídua e estar bem acima dos parâmetros de leitura do país não basta. Talvez porque, como lembra Bourdieu:

Terminamos por esquecer que, em muitos meios, não é possível falar de leituras sem ter um ar pretensioso. Ou leituras de que não podemos falar, inconfessáveis, que fazemos às ocultas. Dito de outra forma, há uma oposição entre os leitores dessas coisas de que não podemos falar, os leitores de coisas que não merecem a leitura, e os outros, que praticam a única leitura verdadeira, a leitura do não perecível, a leitura do eterno, do clássico, do que não pode ser jogado fora. (Bourdieu, 2011, p.238)

As leitoras estão sujeitas à condição do que pode ser jogado fora. A questão, como vimos, está nas marcas das leituras, já que, ratifica Bourdieu “um livro não chega jamais ao leitor sem marcas. Ele é marcado em relação a sistemas de classificação implícitos [...]” (2011, p.248). Além disso, as instâncias literárias não estão desassociadas do mundo e refletem também problemas que são basilares da sociedade. Provavelmente o problema está no sexo ao qual elas pertencem, pois seja a leitora ficcional, seja a leitora empírica, elas sempre ocupam o *banco dos réus*, expressão cunhada por Marisa Lajolo e Regina Zilberman (2019). Torna-se necessário, portanto, defender o direito das leitoras lerem o que quiserem e que isso não seja um impeditivo para serem consideradas leitoras “pra valer”.

3.3 Articulações de uma comunidade leitora

Agora que já foram apontados os fatores de estigma que incidem sobre as influenciadoras e as leitoras, é hora de superá-los para olhar os aspectos positivos das comunidades de leitura. Dos principais efeitos gerados, a promoção da leitura e a perpetuação do hábito são talvez os mais relevantes. Para além dos aspectos sociológicos e simbólicos discutidos anteriormente, fatores pragmáticos precisam ser notados, pois ao pensar sobre a formação de leitores, é importante considerar, como explicitado por Oberg (2014), que para que ela aconteça “é necessário que toda uma engrenagem se movimente, acionada por várias *chaves*: livros, mediações, mediadores, contextos socioculturais favoráveis, entre outras. Pois os livros sozinhos, à disposição nas estantes, não fazem, necessariamente, o milagre da leitura” (2014, p, 203).

A articulação de uma comunidade de leitores, ou o incentivo aos hábitos de leitura, necessita às vezes de atitudes de ordem prática. Há uma falsa crença de que os maus hábitos são um traço da juventude e que os indivíduos, ao se tornarem adultos, desenvolveriam uma espécie de autodeterminação para os bons hábitos. Veja bem, não é bem assim que acontece. É consenso que ler é bom, importante, regenerador, faz bem para a memória e todo um enorme arsenal de ganhos, mas tal qual fazer exercício físico e a alimentação saudável, os índices estão aí para denunciar que saber e fazer são, muitas vezes, ações opostas. Assim, talvez, enxergar a realidade do cenário de leitura no país é ver que existem muitos fatores de acesso material que precisam ser superados, mas aceitar que não só as crianças e os jovens podem precisar de um “empurrãozinho” em suas trajetórias de leitores, mas os adultos, vez ou outra, também precisarão de incentivo e motivação para a manutenção do hábito de leitura.

O tempo transcorre para homens e mulheres de modos diferentes devido às divisões de tarefas atribuídas socialmente, mas a queixa de falta de tempo para leitura incomoda ambos. Esse não é um problema apenas da nossa sociedade, como podemos notar no fato curioso relatado por Martyn Lyons, ao falar sobre a trajetória das leitoras na conquista de um espaço autônomo:

Os estudiosos de história oral que entrevistaram mulheres acerca de seus hábitos de leitura antes de 1914 familiarizaram-se com algumas atitudes bem comuns. A resposta feminina mais frequente entre mulheres, ao recordarem as leituras de sua vida, consistia em lamentar que nunca tinham tido tempo para ler. Diziam sobre si próprias e suas mães: "Eu estava ocupada em demasia com minhas obrigações" ou "Minha mãe nunca se sentava sem ter o

que fazer". Descascar batatas, bordar, fazer pão e sabão eram tarefas que não deixavam tempo livre para a recreação, na lembrança de muitas mulheres de classe operária. Recordavam ainda que, quando crianças, tinham medo de castigo se fossem apanhadas lendo. Os afazeres domésticos vinham em primeiro lugar, e admitir que liam equivalia a confessar que estavam negligenciando suas responsabilidades familiares de mulher. A imagem idealizada da boa dona-de-casa parecia incompatível com a leitura. Entretanto, como os estudiosos de história oral também descobriram, as mulheres da classe operária não deixavam de ler — revistas, ficção, receitas, moldes de costura — mas elas insistem em não dar crédito a sua própria cultura literária. As entrevistadas, com frequência, descrevem sua leitura de ficção como "lixo" ou "baboseira". A leitura era condenada como desperdício de tempo, que ofendia uma ética de trabalho bem exigente. Tais mulheres[...] renegavam sua própria competência cultural. Elas aceitavam as expectativas convencionais, que faziam das mulheres donas-de-casa intelectualmente inferiores e de pouca leitura. As que violavam esses padrões estereotipados liam em segredo. (Lyons, 2011. p. 173-174)

Apesar de muitas das dificuldades citadas pelas mulheres do século passado continuarem as mesmas, algumas coisas mudaram: as mulheres formam agora a maior parcela do público leitor em vários lugares do mundo. No Brasil, como demonstra a pesquisa *Retratos da Leitura*, o público feminino corresponde a 54% do número de leitores estimado. Sendo elas maioria também em outros recintos de leitura, como na função de alfabetizadoras e em posições de magistério, assim como a maior parcela de participantes dos clubes de leitura. Isso mostra que talvez o futuro dos livros dependa do futuro das mulheres⁶¹.

Cabe ressaltar que mesmo com tais mudanças, a escassez de tempo para leitura e a dificuldade em fazer dela um hábito persiste. É o que vimos nas falas expressa pelas influenciadoras Marina Smith e Luísa Ferreira, pois ambas relataram ter sido crianças leitoras, mas que isso foi algo que se perdeu com a vida adulta. O mesmo dilema foi expresso por internautas inúmeras vezes nos comentários das *lives* dos clubes do livro e em conversas no grupo do *Telegram*, mostrando que todas ali queriam retomar um desejo adormecido ou passar a cultivá-lo. Percebe-se que os dois clubes do livro surgiram do desejo de retomar o amor pela leitura.

Nesse sentido, é possível afirmar que os clubes de leitura são fortes aliados nesse contexto pois, como vimos no Capítulo II, desenvolvem diversos mecanismos de engajamento que podem ajudar a adesão desse hábito. Assim como a neurociência já comprovou que ter

⁶¹ Tal afirmação é uma referência ao que afirma Michèle Petit: “[...] iniciadores de livros são em muitos casos as mulheres, a tal ponto que alguns se perguntaram se o futuro dos livros dependeria do futuro das mulheres” (2013, p.36)

companhia na execução de uma atividade física impacta positivamente na continuidade da atividade a longo prazo, supomos, a partir do que foi notado, que o mesmo princípio se aplica à leitura partilhada. Nos clubes se instala um pacto de comprometimento em ler e se reunir com seus pares para ouvir/ler o que eles têm a dizer, o que gera resultados positivos. As comunidades que ali se formam, de diferentes modos e com diferentes proporções, ficam mais engajadas na leitura.

As práticas de leitura conjunta são modos de socialização em que se partilha um *hobby*, mas também experiências íntimas. Falar das obras é sempre também, em alguma esfera, falar de si. É ler, elaborar e apresentar para os outros como foi sua decodificação do que estava dentro do livro, guiado pelo *background* cultural e principalmente pelo âmago de cada um. E essa é uma das utilidades e das belezas dos clubes de leitura. É interessante ainda notar que a literatura surge para muitos indivíduos como uma necessidade, uma falta, um desejo que requer dedicação para ser satisfeito. Nesse sentido, Michèle Petit afirma:

A relação com a leitura também tem a ver com a estrutura psíquica e com certa maneira de atuar em relação à falta e à perda. Sem dúvida a leitura, e em particular a leitura das obras literárias, tem a ver com a experiência de falta e da perda. Quando a pessoa pretende negar a perda, evita a literatura. Ou procura dominá-la. (2013, p.37)

Defendemos até aqui que os clubes do livro estudados são uma possibilidade de caminho na manutenção do hábito da leitura, tanto pelos aspectos práticos que eles delimitam (sugestões de leitura, datas fixas, votação coletiva, *etc.*), quanto pela disponibilidade de espaços de socialização e troca. Agora que já foram apresentadas essas chaves que se mostram produtivas na adesão da leitura, uma pergunta precisa ser lançada: é possível ensinar o amor pela leitura?

Quando se trata da promoção da leitura, amor é sempre sugerido como uma chave para o incentivo e ensino dela, apontado como o melhor jeito de converter alguém, um clichê que oscila entre a breiguice e a veracidade. Mas, na realidade, nem sempre a literatura é envolta por afeição ao ser anunciada, por vezes ela é apresentada como um produto cultural asséptico, difícil, acessível só para alguns, sobre o qual poucos possuem cacife para falar,⁶² sendo assim afastada de seu potencial democrático. A esse respeito, lembremos das limitações quanto à difusão, tal como aponta Michèle Petit: “promover a leitura é uma ideia recente. Durante

⁶² Sobre a discussão “Quem tem cacife para falar de literatura?” há uma série de vídeos no *Youtube* com diversos posicionamentos a esse respeito.

muito tempo, em diversos países, a preocupação se voltou principalmente para os perigos que uma ampla difusão da leitura poderia acarretar.” (2013, p.21)

Nos anos 2000, a antropóloga Michele Petit foi convidada para palestrar na conferência “*Estratégias para a construção de leitores*”⁶³, durante um congresso internacional de editores. Ao iniciar sua fala, ela revela de imediato um constrangimento quanto ao tema, já que considera que o objetivo de suas pesquisas não teria como foco “‘construir’ leitores[...] mas principalmente [mostrar] como a leitura pode ajudar as pessoas a se construírem, a se descobrirem, a se tornarem um pouco mais autoras de suas vidas, sujeitos de seus destinos, mesmo quando se encontram em contextos sociais desfavorecidos.” (2013, p.31) Em outro texto, ao se debruçar sobre uma ideia similar, a de promoção de leitura, a autora demonstra inicialmente certo desconforto com a ideia e indaga: “Há algo na leitura que não é compatível com a ideia de programação, de promoção. Ocorreria a alguém promover o amor?” (2013, p. 23).

É possível compreender sua indagação, pois a leitura literária envolve questões profundas e, como todo amor, não é passível de decodificação plena, sendo por vezes inalcançável por palavras. Porém, só nos contos de fada o amor é algo do campo plenamente mágico. Na realidade, o amor possui uma parcela de alquimia inexplicável, entretanto só se realiza a partir de ações se não, fica apenas na idealização. Para que o amor pela literatura deixe de ser platônico, há de se ter a vontade do leitor (assim como, claro, condições materiais), e estratégias de promoção, pois elas são capazes de despertar um amor adormecido pela leitura ou apresentar um novo amor possível para as pessoas.

Posteriormente, Michèle Petit admite então que há alguns fatores propícios ao desenvolvimento da leitura, mas com a ressalva de que “nenhuma receita poderá nos garantir a conversão das pessoas a essa atividade” (p.37). Ela sugere então que os iniciadores de livros criem espaços de liberdade “onde os leitores possam traçar caminhos desconhecidos onde terão disponibilidade para discutir com eles sobre as leituras, se assim o desejarem, sem que ocorram intromissões caso esses leitores queiram guardar suas descobertas para si.” (2013, p.37). A sugestão de Petit mostra-se moderada e assertiva, já que estimula caminhos para a partilha de experiências, sem que ela seja invasiva e impositiva.

Daniel Pennac aponta: “O verbo ler não suporta o imperativo.” (1993, p.13), o mandamento da leitura, ou do amor pela leitura, quando se torna algo dogmático é por vezes

⁶³ A palestra está publicada em forma de texto no livro: *Leituras: do espaço íntimo ao espaço público*.

um modo de afastar o leitor. Por isso, se por um lado acreditamos que a promoção da leitura e as estratégias de adesão a esse hábito são possíveis, como mostra o objeto desta dissertação, acreditamos também que isso não é a totalidade do que compõe uma comunidade de leitores engajados. Assim como mencionamos os aspectos práticos e a necessidade de atos que nos direcionem à literatura, há aspectos individuais na relação com ela que estão no campo do indizível. A escritora Patti Smith, para falar de sua relação com a escrita, afirma: “Posso examinar como, mas não porquê, escrevi o que escrevi. [...] Será que alguém consegue, depois de perseguir e de capturar um criminoso, finalmente compreender a mente infratora? Será que de fato conseguimos separar o como do porquê?” (2019, p.43). Essa analogia parece adequada para a questão posta anteriormente. Não parece ser possível ensinar o amor pela literatura, porque talvez buscar isso seja um equívoco. A resposta correta, talvez venha do que Pennac sugere: “É preciso ler, é preciso ler... E se, em vez de exigir a leitura, o professor decidisse de repente partilhar sua própria felicidade em ler?”. (p.80). Isso que o autor sugere para os professores parece se enquadrar também a outros ambientes que promovem a leitura: partilhar o prazer, o amor e a felicidade em ler é o modo mais efetivo de instigar e arrebatador leitores, pois ao invés de inquirir o outro, o que fica em evidência é a própria relação com a leitura, o que parece ser o melhor caminho para afetar quem está ao redor.

Consideramos que a promoção de leitura feita pelas influenciadoras digitais Marina Smith e Luísa Ferreira, em seus ciberespaços, tem seguido exatamente o papel apontado por Petit e Pennac. A ação surgiu pela vontade de retornar o amor pela literatura e depois encontrou nas redes sociais a possibilidade de partilha junto a tantas outras leitoras. Assim, influenciadoras e internautas passam a promover a leitura por meio da manifestação dos seus relatos de leitura (de apreciação ou não das obras) nos encontros virtuais, nas mini resenhas, nas postagens e nos comentários. Acreditamos que a junção de estratégias que parecem triviais, mas que se mostraram significativas na adesão da leitura, como estabelecer prazos e momentos de encontro, as divulgações criativas, ou mesmo a promoção de um modo afetivo pela leitura, se torna uma poderosa contribuição na articulação de algumas comunidades de leitoras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As práticas de leitura não são constantes, há oscilações nas situações de leitura e nos modos de partilhar essas experiências ao longo da história. A internet mudou de modo radical muitas interações humanas, e vários atos que envolvem o mundo literário transmutaram-se com o surgimento das redes sociais. A vontade de compreender como a literatura irrompe em espaços inusitados foi o que guiou esse trabalho. Por isso, acompanhamos o surgimento da leitura literária em ambientes virtuais originalmente voltados apenas a conteúdos de beleza feminina, e que depois passaram a ter livros surgindo entre os batons, movimentando comunidades de leitoras.

Apesar de não nos centrarmos em números, vimos que visualizações e curtidas serviram como ótimos indicativos para medir o nível das interações, que se mostraram robustas. Mesmo que dentro dos perfis analisados os conteúdos de literatura não sejam os principais e nem os que possuem o engajamento mais alto, foi evidenciada a existência de uma demanda e da proliferação da literatura em espaços diversos, inclusive fora do nicho esperado ou das comunidades virtuais típicas de leitores. Isso parece ser uma prova de que a literatura está resistindo e reexistindo em novos tempos e lugares.

Frente ao objetivo proposto de mapear as estruturas dos clubes de leitura virtuais foi notado que os dois clubes do livro apresentam bastante efetividade na propagação da leitura, sendo feita por meio do uso de recursos e ferramentas das redes sociais que ajudam no engajamento das participantes, na manutenção do hábito e em novos modos de interações.

No *Clube do Livro do Marinão*, o viés de entretenimento e prazer pela leitura está posto desde o seu surgimento e se revela na divulgação dos encontros que são envoltos por um tom de humor. Constatamos que os encontros ao vivo são frequentados por um número mais restrito de participantes, mas que recebem muitas visualizações ao serem postados, algo que contraria nossas suposições iniciais. Notamos que, se por um lado os encontros gravados flexibilizam o acesso e fazem com que a internauta-leitora possa acompanhar a qualquer momento, por outro lado modificam as formas de interação, o que resulta em perdas interativas, já que muitas vezes os comentários ficam sem retorno. Também foi possível evidenciar a abertura a uma multiplicidade de obras nos cinco anos de existência do clube mediado por Marina. O aprofundamento das relações virtuais também se mostrou uma característica forte desse clube, pois o grupo no *Telegram* revelou-se um lugar de participações intensas para além dos encontros de leitura, sendo um espaço para

compartilhamento de informações sobre livros, discussões mais desenvolvidas e o estabelecimento de vínculos entre as participantes.

O *Clube do Livro Chata de Galocha* realizou menos encontros, mas alcançou os maiores números de visualizações. Por terem ocorrido no *Youtube*, as ferramentas de seleção dos comentários e espelhamento do *chat* para a tela tornaram as interações ao vivo mais proveitosas, já que a foto e o nome das internautas que tinham seus comentários selecionados apareciam para toda a audiência, deixando o diálogo mais fluido. Por outro lado, essa comunidade mostrou-se mais dispersa, já que não possuía um grupo ou espaço voltado apenas para as interações entre si. Tal espaço foi criado posteriormente, quando o clube deixou de ser de acesso gratuito e tornou-se um dos conteúdos que compõe uma assinatura paga de conteúdos virtuais. A leitura como um hábito prazeroso a ser incorporado à rotina se mostrou como um dos grandes objetivos da existência desse clube que transitou entre formatos, o que fez com que a nossa análise se ativesse a mostrar o primeiro formato, gratuito, e a apontar suas novas configurações. Nesse caso, foi possível notar que está em curso um processo de monetização de alguns espaços virtuais de socialização da leitura, o que parece ser um acontecimento que merece estudos futuros. Esperamos que a exibição dos vestígios dessas comunidades de leitura reunidos neste trabalho sirva para incentivar outras pesquisas a olharem para os múltiplos campos que a leitura literária se realiza.

O lugar onde esses clubes se estabelecem, as figuras de mediação e as obras lidas por essas leitoras nos encaminharam às discussões dos aspectos simbólicos que são direcionados a elas, e aos tensionamentos existentes entre os campos vistos como de futilidade e intelectualidade. Apesar de as transformações estruturais dos formatos dos clubes de leitura serem relevantes por representarem nova formas de interações sociais entre as leitoras, mais do que olhar para elas isoladamente, é necessário questionar os estigmas que recaem sobre tais comunidades. Como foi visto, mesmo que as leitoras realizem uma série dos imperativos direcionados ao ideal de bom leitor, elas continuam recebendo olhares de desprestígio frente a uma parcela da crítica literária. Esperamos, mesmo que de modo singelo, ajudar a combater essa visão e propagar um olhar mais ameno e justo sobre as leitoras e sobre as novas agentes propagadoras de leitura. Assim, sempre que estivermos falando de formação de leitores é preciso que se questione: queremos formar leitores autônomos, que possam transitar entre múltiplos caminhos literários e diferentes espaços ou aprovamos apenas a formação de um tipo idealizado de leitores?

Defendemos ainda que a revolução gerada pela internet nos obriga a repensar as novas relações de poder que se estabelecem em torno do literário, como as relações dos leitores com os escritos multifacetados, as formas de comungar a leitura e de se relacionar com as figuras de autoria contemporânea. Mais do que tudo, nos interessam as novas vozes que enunciam a literatura nos ciberespaços, alcançando novas formas e espaços.

Para que seja possível pensar a invenção de um mundo com mais leitores, em que a literatura é para todos, é necessário olhar para os novos modos de circulação e socialização da leitura. Retomando a metáfora apresentada na introdução sobre a literatura germinar como ervas daninhas, observamos que os perfis de beleza são apenas um dos espaços em que ela floresce. Há centenas de lugares inesperados em que a literatura está presente. Talvez o erro seja achar que há lugar inesperado para literatura, já que tanto ela quanto as ervas daninhas não precisam de um solo regado de autorizações ou determinações para aparecer. Ela pode florescer em qualquer cantinho em que existam condições mínimas para seu desenvolvimento. Há sempre uma obra literária perdida por aí, esperando para ser citada em um *blog* de beleza ou em uma mesa de bar, para, assim, cativar o próximo leitor que cruzar o seu caminho, e quem sabe reunir grupos de leitores ao seu redor.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. *Blogs: mapeando um objeto*. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra (Orgs). *Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. A leitura: uma prática cultural: debate entre Pierre Bourdieu e Roger Chartier. In: *Práticas de leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.
- BRIGNOL, Liliane Dutra; ROSSI, Jean Silveira. Etnografia com leitores: Desafios e possibilidades de pesquisa sobre clubes de leitura em contexto digital. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 63–85, 2022. Disponível em:
<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27936. >
- BUTLER, Octavia E. *Kindred: Laços de Sangue*. São Paulo: Editora Morro Branco, 2019.
- CAMPOS, Veridiana Pereira Parahyba. *Beleza, feminilidade e reflexividade: um estudo sobre a mediação agência estruturada por mulheres intelectuais*. 2011. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco.
- CANCLINI, Néstor García. *Leitores, espectadores e internautas*; São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes. *A trajetória da internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança*. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciências de Engenharia de Sistemas e Computação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. Introdução. In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. *História da Leitura no Mundo Ocidental*. vol. I. Editora Ática: São Paulo, 1998.
- CELESTE, Jennifer da S. G.; DEFILIPPO, Juliana G. Estantes líquidas: o influenciador digital como agente de leitura na civilização do consumo, do espetáculo e do entretenimento. **Revista do Curso de Letras da UNIABEU Nilópolis**, v.10, Número 2, maio-agosto, 2019.
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Editora UNESP, São Paulo : 1998.
- CHARTIER, Roger. Leituras e leitores "populares" da Renascença ao período clássico. In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. *História da Leitura no Mundo Ocidental*. vol. II. Editora Ática: São Paulo, 1999.
- COSSON, Rildo. *Círculos de leitura e letramento literário*. São Paulo: Contexto, 2018.

- CULLER, Jonathan. *Teoria literária: uma introdução*. São Paulo: Beca Produções Culturais, 1999.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- EAGLETON, Terry. *Teoria da literatura: uma introdução*. São Paulo: Martins Fontes, 2019.
- FERRARI, Vanessa. Cadeia do Livro. **Revista Trip Uol**. 2015. Disponível em: < www.revistatrip.uol.com.br/tpm/vanessa-ferrari-fala-da-experiencia-nos-clubes-de-leitura-nas-prisoas >. Acesso em: 31, dez, 2023.
- FISCHER, Steven Roger. *História da leitura*. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- FRAGA, E. K. C.; OLIVEIRA, P. H. Práticas de leitura e seus registros na internet: novas possibilidades para a história da leitura. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la comunicación*, [s. l.], v. 19, n. 34, 2020. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/643>. Acesso em: 12 mar. 2023.
- HALL, R. M. The “oprahfication” of literacy: Reading “Oprah’s book club”. *College English*, v. 65, n. 6, p. 646, 2003.
- INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 5. ed. 11 set. 2020. Disponível em: < https://prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/09/5a_edicao_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_IPL-compactado.pdf >. Acessado em: 19 mar. 2022.
- JAUSS, Hans Robert. *A História da Literatura como provocação à teoria literária*. São Paulo: Ática, 1994.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 3ª ed. São Paulo: Aleph, 2022.
- KARHAWI, Issaaf Santos. De blogueira à influenciadora: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira. 2018. Tese (Doutorado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Acesso em: 2023-09-01
- KARHAWI, Issaaf; PRAZERES, Michelle. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. Disponível em: < <https://www.reciis.iciet.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378> > . Acessado em: 11 Jan. 2024.
- KOZINETS, Robert V. *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999. 3ª ed.

LISPECTOR, Clarice. *A descoberta do mundo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

_____ *Correio feminino*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____ *Só para mulheres: conselhos, receitas e segredos*.

Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

LOUSA, P. L.; SANTOS, M. C. D. Leia mulheres: literatura, empoderamento e divulgação da autoria feminina em Goiânia. **Em Tese**, Belo Horizonte, v. 22, n. 3, p. 62-77, out. 2016.

Disponível em: < <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/emtese/article/view/11417>> Acessado 27 de dez. 2023.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MONTES, Raphael. Literatura ou entretenimento. 16 dez. 2020. **Veja**, 16 de dez de 2020, edição nº 2717. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/coluna/raphael-montes/literatura-ou-entretenimento> > Acesso em: Jan. 2024.

NAKAGOME, Patrícia Trindade. A vida e a vida do leitor: um conceito formado no espelho. 2015. 397f. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

NEIVA, Renata. *Pedagogias da beleza: as páginas femininas do Correio da manhã*. Uberlândia: EDUFU, 2021.

OBERG, Maria Silva Pires. Onde estão as chaves? Considerações sobre a formação do leitor e a fruição literária. In: BELMIRO, Célia Abicalil et al. *Onde está a literatura? Seus espaços, seus leitores, seus textos, suas leituras*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

OLIVEIRA, Cinthya. ‘A resposta está nos nativos digitais’ diz o historiador Roger Chartier. **Hoje em dia**, 22 ago. 2016. Disponível em: < <https://www.hojeemdia.com.br/entretenimento/a-resposta-esta-nos-nativos-digitais-diz-o-historiador-roger-chartier-1.408767> > Acessado em: 19 mar. 2023.

PENNAC, Daniel. *Como um romance*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

PERES, Edis Henrique. Primeiro clube do livro de Brasília reúne mais de 40 anos de histórias. **Correio Braziliense**. 2022. Disponível em: < www.correiobraziliense.com.br/cidades-df/2022/05/5006543-primeiro-clube-do-livro-de-brasilia-reune-mais-de-40-anos-de-historias.html#google_vignette > Acesso em: 31 dez 2023.

PETIT, Michèle. *Leituras: do espaço íntimo ao espaço público*. São Paulo: Editora 34, 2013.

RANCIÈRE, Jacques. *O mestre ignorante: cinco lições sobre a emancipação intelectual*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

_____. *O espectador emancipado*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

REIS, S. A. ; MUSSE, C. F. O estado da arte de pesquisas sobre Clube do livro ou Clube de leitura?.. In: 44 congresso brasileiro de ciências da comunicação, 2021, Recife. **Anais do 44 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2021. v. 1. Disponível em: < <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-pe/susana-azevedo-reis.pdf> . > Acessado 01 de dezembro de 2023.

REIS, S. A. ; Musse, Christina Ferraz . Círculo do livro: os rastros de memória do maior clube de assinatura de livros brasileiro no séc. xx. In: **Comunicon 2021**. São Paulo, 2021. Anais Comunicon, 2021. Disponível em: < <https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/REIS--MUSSE.pdf> >

RICHTER, Noë. Aux origines du club de lecture. Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 1977, n° 4, p. 207-221. Disponível em: <<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1977-04-0207-002> . Acesso 29 novembro de 2023.

RÖSING, Tania Mariza Kuchenbecker. Onde estão os Leitores?. In: BELMIRO, Celia Abicalil et al. *Onde está a literatura?: seus espaços, seus leitores, seus textos, suas leituras*. Belo Horizonte : Editora UFMG, 2014.

RÜHL–NORRICK, Corinna. *Book Clubs And Book Commerce*. Cambridge: Cambridge University Press. 2019

SANDRONI, T. A transgressão do discurso hegemônico da imprensa feminina nas colunas de Tereza Quadros, máscara de Clarice Lispector. **FronteiraZ**. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Literatura e Crítica Literária, [S. l.], n. 23, p. 74–87, 2019. Disponível em: < www.revistas.pucsp.br/index.php/fronteiraz/article/view/43284 > Acesso em: 12 jan. 2024.

SAPIRO, Gisèle. *Sociologia da Literatura*. Belo Horizonte, MG: Moinhos; Contafios, 2019.

SCHMITZ-BOCCIA, Andréa. Clubes de leitura: a construção de sentidos em situações de leitura colaborativa. *Revista Veras*, São Paulo, v. 12, n. 1, 2012. p. 97 113. Disponível em: < <http://site.veracruz.edu.br/instituto/revistaveras/index.php/revistaveras/article/view/8>. Acesso em: 20 novembro de 2023.>

SEDO, Denel Rehberg. Readers in reading groups: An online survey of face-to-face and virtual book clubs. *Convergence*, v. 9, n. 1, p. 66-90, 2003.

SIEGHART, Mary Ann. *A lacuna de autoridade*. Saraiva Educação SA, 2022.

SMITH, Patti. *Devoção*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

TODOROV, Tzvetan. *A literatura em perigo*. 5ª ed- Rio de Janeiro: DIFEL, 2014.

WEBER, Mariana. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. **Forbes**, 4 jul. 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>> Acessado em: 7 Jan. 2024.

ZILBERMAN, Regina. *Estética da recepção e história da literatura*. Editora Ática, 1989.