

# Narrativas de experiências literárias no *YouTube*: uma análise do canal da *booktuber* Pam Gonçalves

## Andressa Souza Costa<sup>1</sup>, Inês Silvia Vitorino Sampaio<sup>2</sup>

**Resumo:** O *booktube* é uma comunidade formada majoritariamente por jovens que gostam de ler e compartilhar suas impressões sobre leituras em vídeos no *YouTube*. No Brasil, o grupo existe pelo menos desde 2007 e movimenta centenas de milhares de pessoas. Entendemos, portanto, que há uma potência colaborativa na articulação entre leitura, juventude e internet. Neste artigo, investigamos como tais vídeos postados no *YouTube*, em um cenário de incentivo à participação do consumidor como produtor de conteúdo, potencializam novas narrativas audiovisuais. Utilizamos a análise pragmática da narrativa (MOTTA, 2013) para a análise de três vídeos da *booktuber* Pam Gonçalves, uma das mais antigas e populares do nicho literário.

**Palavras-Chave:** *Booktube*; Narrativas; Experiências literárias; *YouTube*; Pam Gonçalves.

## 1. Introdução

Pouco mais da metade dos brasileiros são leitores, revela a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil* (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020). 52% da população (ou 100,1 milhões de pessoas) leram – inteiro ou em partes – um livro nos três meses anteriores à consulta, o que representa uma redução de 4,6 milhões de leitores em relação a 2015, quando o percentual era de 56%. O decréscimo foi generalizado e atingiu todas as faixas de escolaridade, renda familiar, classe social e idade (com exceção daqueles entre 5 e 10 anos).

Historicamente, a leitura encontrou no Brasil grandes obstáculos. Como habilidade de decifração e interpretação do código linguístico, ainda se confronta com a taxa de 6,6% de analfabetismo no País: em 2019, segundo a *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Educação* (IBGE, 2020), 11 milhões de pessoas com 15 anos ou mais não sabiam ler e escrever nem ao menos um bilhete simples. Como prática cultural, vivencia um contínuo desmonte das políticas públicas de incentivo (CORDEIRO, 2018), sofre medidas de censura<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [dressasouzaa@gmail.com](mailto:dressasouzaa@gmail.com).

<sup>2</sup> Docente na Universidade Federal do Ceará (UFC) e Professora associada ao Berkman Klein Center (2020-2021), na Universidade de Harvard. Doutora em Ciências Sociais (Unicamp) e vice-coordenadora do Laboratório de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (LabGRIM). E-mail: [ines@ufc.br](mailto:ines@ufc.br).

<sup>3</sup> Em setembro de 2019, o prefeito do Rio de Janeiro mandou recolher obras que abordassem a homossexualidade na Bienal do Livro, um dos maiores eventos literários do Brasil. Em fevereiro de 2020, 43 títulos foram considerados “inadequados às crianças e adolescentes” e deveriam ser recolhidos das escolas por orientação do governo de Rondônia, alguns escritos por autores clássicos como Machado de Assis e Franz Kafka. No mesmo mês, o governo de São Paulo vetou uma lista de livros do projeto de estímulo a leitura para remição da pena em presídios do estado, proibindo nomes como Harper Lee e Gabriel García Márquez.

e enfrenta uma crise econômica que atinge os mercados editorial e livreiro desde 2015, levando as duas maiores redes nacionais de livrarias à recuperação judicial<sup>4</sup>.

Apesar disso, há um aspecto que se destaca em todas as edições da *Retratos da Leitura no Brasil*: os jovens são os que mais leem no País<sup>5</sup>. Em 2020, a pesquisa trouxe um novo módulo dedicado aos hábitos em relação à literatura e apontou que há mais pessoas com 5 a 29 anos entre leitores de livros de literatura do que entre outros tipos de leitores. Ao mesmo tempo, a *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros* referente a 2019<sup>6</sup> (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020) revela quase uma unanimidade da presença da internet na vida dos jovens: o uso da rede chegou a 84% na faixa etária de 10 a 15 anos e 92% entre 16 e 24 anos. Portanto, além de serem os maiores leitores do país, os jovens são também os mais conectados.

A potencialidade da relação colaborativa entre leitura, juventude e internet se manifesta também em outros resultados. Dentre os leitores de literatura consultados pela *Retratos da Leitura no Brasil*, 29% postaram algum texto, imagem ou vídeo *online* sobre suas leituras nos últimos 12 meses e 25% tiveram esse interesse despertado por um influenciador digital (o índice sobe para 37% na faixa entre 14 e 17 anos).

É nesse contexto e por essa perspectiva que analisamos o *booktube*<sup>7</sup>, comunidade formada majoritariamente por jovens que gostam de ler e compartilhar suas impressões sobre leituras em vídeos no *YouTube*. No *booktube*, as relações se estabelecem a partir de leituras realizadas, autores preferidos, eventos literários frequentados e reflexões possíveis pelo contato com a literatura (JEFFMAN, 2017, p. 187). No Brasil, a comunidade *online* de jovens leitores engajados no incentivo à leitura existe pelo menos desde 2007, quando o mais antigo canal literário<sup>8</sup> foi criado. Trata-se de uma comunidade que movimenta centenas de milhares de pessoas, reunindo 911 mil inscritos no maior canal nacional<sup>9</sup> dessa modalidade.

---

<sup>4</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/01/livrarias-saraiva-e-cultura-acumulam-perdas-mesmo-apos-recuperacao-judicial.shtml>. Acesso: 7 jun. 2021.

<sup>5</sup> São leitoras 71% das pessoas na faixa etária de 5 a 10 anos, 81% na faixa de 11 a 13 anos, 67% na faixa de 14 a 17 anos, 59% na faixa de 18 a 24 anos, e 55% na faixa de 25 a 29 anos.

<sup>6</sup> Os dados da pesquisa *TIC Domicílios 2019* foram coletados em período anterior à pandemia de COVID-19. Até o momento da escrita deste trabalho, a pesquisa mais recente (*Painel TIC COVID-19*, publicada em 2020) conta com respondentes de 16 anos ou mais que já eram usuários de internet. Não foi possível, portanto, atualizar os índices específicos de jovens conectados no contexto pandêmico.

<sup>7</sup> O termo *booktube*, oriundo da junção entre *book* (livro em inglês) e *tube* (de *YouTube*), se refere à comunidade de leitores presentes na plataforma de vídeos, enquanto *booktuber* denomina apenas o criador de conteúdo.

<sup>8</sup> <https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin>. Acesso: 19 mar. 2021.

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/user/alguminfinito>. Acesso: 26 mai. 2021.

Em uma cultura de convergência (JENKINS, 2009), os *youtubers* literários ocupam uma posição híbrida na internet como *prosumers* (TOFFLER, 1980; AMARAL, 2012). Eles são, simultaneamente, consumidores de mídia tradicional (como os livros impressos) e produtores em uma mídia contemporânea, potencialmente mais interativa (como as redes sociais *online*). Nesse modelo de produção cultural em que “fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 378), esse novo perfil de leitor tende a um maior engajamento, produzindo novas narrativas sobre suas leituras e estimulando mudanças em toda a cadeia mercadológica do livro.

Assim, como rede social e plataforma de compartilhamento, o *YouTube* é potencialmente um espaço de cultura participativa. Por outro lado, como modelo de negócio baseado sobretudo em publicidade, a plataforma impõe uma “fórmula de sucesso” a ser espelhada pelos criadores de conteúdo. Desse modo, tende a diminuir o potencial de livre expressão condicionando, por sua natureza mercadológica, as formas de participação dos sujeitos e/ou grupos sociais aos seus parâmetros internos (SAMPAIO; CRAVEIRO, 2019). Afinal, há potencialidades e limites (explícitos ou não) que demarcam a participação dos indivíduos nessas plataformas, como discutiremos, neste artigo, ao abordar a comunidade de *booktubers*.

Se o *booktube* brasileiro fosse um livro, a *booktuber* Pam Gonçalves<sup>10</sup> seria uma de suas protagonistas. Em 2009, com 18 anos, ela criou um dos primeiros *blogs* literários do Brasil, onde escrevia principalmente sobre literatura para jovens. Em 2014, migrou definitivamente para o *YouTube* e hoje é uma das maiores e mais antigas *booktubers* nacionais, com 337 mil inscritos e mais de 15 milhões de visualizações<sup>11</sup>. Nesses mais de dez anos de presença *online* no nicho literário, a produção de Pam Gonçalves reflete não só o seu próprio ciclo como criadora de conteúdo, mas também a evolução da comunidade em que se insere. Por tudo isso, escolhemos o canal desta *booktuber* para análise.

Este artigo é fruto da pesquisa de mestrado intitulada “Não contem com o fim dos leitores: narrativas e mediação de leitura no canal da *booktuber* Pam Gonçalves”<sup>12</sup>, em que refletimos sobre esses sujeitos leitores, suas práticas de leitura e de produção de conteúdo, além de suas narrativas para mediação de leituras em vídeos publicados *online*.

---

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/user/TvGarotait>. Acesso: 7 jun. 2021.

<sup>11</sup> Dados coletados em 7 de junho de 2021.

<sup>12</sup> Dissertação de autoria de Andressa Souza Costa, orientada pela Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio, defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCom/UFC). Disponível em <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/52848>>. Acesso: 19 mar. 2021.

Neste texto, investigamos como vídeos postados no *YouTube*, em um cenário de incentivo à participação do consumidor como produtor de conteúdo, potencializa novas narrativas audiovisuais. O *booktube* é feito por histórias ligadas umas às outras. Leitores se conectam a uma narrativa literária e, por ela instigados, produzem outras narrativas conversacionais e midiáticas para compartilhar uma experiência de leitura e, assim, alcançar outros leitores. Por isso, nos parece lógico e natural analisar a produção audiovisual da comunidade por um olhar narrativo, visando a responder a seguinte questão: considerando os planos de estória/conteúdo e de expressão/linguagem, como se constroem as narrativas de experiências literárias no *booktube*?

Nesse artigo, utilizamos a análise pragmática da narrativa proposta por Motta (2013) como base metodológica para a análise de três vídeos da *booktuber* Pam Gonçalves. Como categorias de análise, nos detivemos em narrador, personagens, ações e espaço. O *corpus* foi selecionado segundo o critério de popularidade em número de visualizações, pela ferramenta de ordenação nativa do *YouTube*, de três tipos distintos de vídeos (listas, resenhas e *vlogs* de leitura). Esses formatos, comuns em canais do *booktube*, apresentam diferentes formas de narrar e níveis variados de aprofundamento das experiências literárias.

## **2. Uma câmera na mão, um livro na cabeça**

Como leitores, os *booktubers* apresentam práticas e competências específicas, que podem caracterizá-los como comunidade. Um desses comportamentos é a leitura não isolada na juventude, em que há “uma necessidade de não ler apenas para si mesmo, mas com outros jovens, compartilhando a leitura realizada, buscando identificações coletivizando a fruição” (CECCANTINI, 2016, p. 90). Ler torna-se, portanto, um ato de integração e pertencimento.

As práticas culturais dos jovens são hoje complexas, múltiplas, inter-relacionadas e se apoiam fortemente num processo lúdico e de socialização, que, por sua vez, adquire contornos cada vez mais globalizados. Em outras palavras, dificilmente um jovem lê um livro “de forma isolada”. E entenda-se essa expressão na sua ambiguidade: tanto no sentido de ler um livro e se restringir a ele ou de ler um livro na solidão e apenas para si mesmo. (CECCANTINI, 2016, p. 89)

De maneira semelhante, Arantes (2017, p. 28-29) destaca que, para os *booktubers*, ler é um processo que se inicia com o percurso pelo texto, mas só se completa com o compartilhamento digital da experiência de ler. Existe, portanto, um aspecto ao mesmo tempo

gregário e performático nessa dinâmica, em que não basta *ser* leitor: é preciso também se *mostrar* leitor.

Apesar disso, a leitura na comunidade se manifesta como um hábito voluntário que não se vincula a compromissos pedagógicos, institucionais ou corporativos. Ainda que muitos *booktubers* transformem o *hobby* em trabalho, a origem do ciclo leitura-internet é amadora e livre de imposições sobre *o que ler, como ler, quando ler, em que mídia ler*. Cabe destacar, no entanto, que há exceções ao respeito a esses critérios individuais de escolha (por exemplo, quando a popularidade de um livro “força” o *booktuber* a lê-lo para fazer parte da conversa coletiva na comunidade ou em ações publicitárias, em que a empresa contratante pode determinar a obra a ser lida, o prazo de entrega e o formato do vídeo, dentre outras possíveis obrigações contratuais).

A atuação desses leitores estimula transformações de produção, circulação e consumo de literatura. O cenário coletivo e participativo do *booktube* permite que seus participantes criem e compartilhem relatos audiovisuais de diferentes formatos que convidam à leitura e incentivam a interação entre leitores. Ler por hábito e/ou por prazer não depende somente do acesso material a livros (PETIT, 2009), mas também do incentivo de mediadores como os *booktubers*, capazes de conectar textos a pessoas, tornando a leitura viva, pessoal e ligada à realidade do leitor (LIMA, 2018).

Dos livros para a internet e da internet de volta a outros livros: a rotina produtiva no *booktube* é um fluxo cotidiano constante por mídias tradicionais impressas e contemporâneas audiovisuais, intermediado por um amplo leque de formatos narrativos e linguagens. Esse contexto de transição e coexistência entre as mídias mais restritas em suas possibilidades interativas, como as de massa, e mídias potencialmente mais participativas, como as atuais, reflete o que Jenkins (2009) caracterizou como cultura da convergência.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 27)

Pela perspectiva de rede social e plataforma de compartilhamento, o *YouTube* pode ser um espaço onde “fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação

e da circulação de novos conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 378), isto é, de cultura participativa<sup>13</sup>. Nesse novo modelo de produção cultural, as pessoas estão “moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 24). Há uma certa (mas não ampla) quebra de hierarquia entre as esferas de criação e consumo, com mais horizontalidade nos diálogos e nas relações, além da possibilidade de colaboração entre integrantes da comunidade.

Para Shirky (2011), a cultura da participação na internet é fruto de pessoas que usam tempo livre, conhecimento e informação para voluntariamente se engajar em atividades ou projetos que gostam ou se importam, conectando-se umas às outras. Esta é, em suma, a matéria-prima do *booktube*.

Num mundo com baixos custos de visibilidade, porém, pessoas que se dedicam a determinadas coisas podem se encontrar e interagir longe de todos nós que, simplesmente, não entendemos aquilo. Amadores geralmente usam o acesso público não para alcançar a mais ampla audiência possível, mas para alcançar pessoas como eles mesmos. (SHIRKY, 2011, p. 84)

No *booktube*, encontramos leitores que assumem o papel de *prosumer*, isto é, de produtor e consumidor de conteúdos. Várias plataformas digitais, como o *YouTube*, permitem que não-especialistas e amadores publiquem conteúdos em um alcance potencialmente global para grandes audiências, mudando a forma como as pessoas comunicam e interagem pela internet (AMARAL, 2012, p. 133). O *prosumer* é um agente representativo dessa mudança, em especial quando é visto como alguém que “produz, compartilha, dissemina conteúdos próprios e de seus pares, bem como os endossa perante suas audiências em *blogs*, *microblogs*, fóruns de discussão *on-line*, comunidades em *sites* de relacionamentos, *chats*, entre outros meios” (TERRA, 2011, p. 68).

As transformações tecnológicas das últimas décadas não inventaram as práticas *prosumers*<sup>14</sup>, mas as influenciaram profundamente. Tapscott (2010) associa o fenômeno majoritariamente à juventude criativa e ultraconectada que baseia suas interações cotidianas no compartilhamento *online*, que assimilou a tecnologia porque cresceu com ela. Assumindo o otimismo, o autor coloca que a juventude *prosumer* “está revolucionando a própria natureza da internet”.

---

<sup>13</sup> Expressão geralmente associada à ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuário e algum tipo de transformação nas relações de poder entre os segmentos de mercado da mídia e seus consumidores (BURGESS; GREEN, 2009).

<sup>14</sup> Alvin Toffler chama a atenção para os *prosumers* no livro *A Terceira Onda*, de 1980.

Essa geração está transformando a internet de um lugar no qual você encontra informações em um lugar no qual você compartilha informações, colabora em projetos de interesse mútuo e cria novas maneiras para resolver alguns dos nossos problemas mais urgentes. (TAPSCOTT, 2010, p. 54).

Ao mesmo tempo, os vídeos sobre experiências literárias refletem a inserção do *booktube* no campo midiático do consumo e do entretenimento *online*, assim como a profissionalização crescente do nicho. O status do que é realmente amador na internet, em especial no *YouTube*, está se alterando com rapidez e intensidade (CORUJA, 2017). Como lucrativo modelo de negócio baseado sobretudo em publicidade<sup>15</sup>, a plataforma estabelece uma “fórmula de sucesso” a ser reproduzida.

Para serem valorizados pelo algoritmo que entrega conteúdo ao público, *youtubers* de diferentes nichos, incluindo o *booktube*, se adequam a um modelo que impõe informalidade, carisma e intimidade para as performances em vídeo. Em oposição ao potencial democrático de expressão de sujeitos e grupos sociais na plataforma, “sua natureza mercadológica imprime uma lógica da autopromoção que condiciona, em larga medida, as formas de participação” (SAMPAIO; CRAVEIRO, 2019, p. 342). Isto é, a mesma estrutura que estimula a participação de pessoas comuns limita a inserção da subjetividade dos usuários na produção de conteúdo, contrariando os valores de autenticidade e criatividade tão presentes no discurso do *YouTube*.

A comunidade literária no *YouTube* reúne não só uma série de competências de leitura, como também midiáticas. Os *booktubers* apropriaram-se de referências anteriores de outros gêneros textuais, como a resenha literária, de outras linguagens, como o documentário, e até mesmo de outros nichos da plataforma, como os vídeos de recebidos e *tours* por ambientes, para criar formatos próprios e adequados aos objetivos da comunidade. Em nossa dissertação (COSTA, 2020, p. 82-83), identificamos pelo menos 15 tipos diferentes de vídeos em três categorias: comuns a outros segmentos do *YouTube*, adaptados de outros segmentos do *YouTube*, e singulares do *booktube*. São eles: resenha, listas, *unboxing*, *TAGs*, *vlogs/daily vlogs*, *book haul*, *bookshelf tour*, *book talk*, maratona literária, *vlog* de leitura, batalha de capas, clube de leitura, projeto de leitura, compilado de leituras e *to be read/TBR*.

Nesse contexto que é, ao mesmo tempo, rico em possibilidades narrativas e reprodutor de certos padrões, o *booktube* construiu uma identidade para si. Alguns ingredientes compõem

---

<sup>15</sup> Em 2019, o volume de vendas publicitárias no *YouTube* foi de US\$ 15,1 bilhões, o que representa uma alta de 35,8% no faturamento em relação ao ano anterior (GOOGLE, 2020).

a “fórmula *booktuber*” e podem ser encontrados na maior parte dos vídeos: relato que coloca o leitor como protagonista da experiência literária, mesclando elementos narrativos e argumentativos; envolvimento pessoal (por vezes até emocional) com a leitura; presença e materialidade do livro, seja no cenário com as estantes ao fundo e/ou no exemplar que é mostrado e manuseado durante o vídeo. Na próxima seção, vamos nos deter nesses e em outros componentes para compreender, por um viés narrativo de análise, como se configuram esses relatos de experiências literárias.

### 3. Narrativas *booktubers*

A capacidade natural de fabular é o que nos distingue como espécie: “a narrativa confere à nossa vida uma dimensão de sentido que os outros animais ignoram” (HUSTON, 2010, p. 20). O homem é o único animal para quem o mundo é feito de histórias (MANGUEL, 2017, p. 13): ao narrar, damos à luz nós mesmos, nossos costumes e valores, nossas tradições e instituições, nossos mitos coletivos. A narrativa é um modo de expressão universal e humano pelo qual aprendemos a viver em sociedade, que atravessa todas as eras e civilizações: como experiência humana e produto sociocultural, a narrativa é, assim, onipresente.

O *booktube* é feito por histórias enredadas umas às outras. Leitores se entrelaçam em uma narrativa literária e, por ela instigados, produzem outras narrativas conversacionais e midiáticas para compartilhar uma experiência (humana) de leitura e, assim, alcançar outros leitores. Por isso, nos parece lógico e natural analisar a produção audiovisual da comunidade por um olhar narrativo.

Unicamente para fins metodológicos (MOTTA, 2013), é possível separar duas instâncias de análise do texto narrativo: o plano do conteúdo narrado (história) e o plano da expressão desse conteúdo (discurso). Ambas as dimensões, contudo, devem ser compreendidas como correlatas e, por isso, mantêm entre si várias conexões e interdependências.

Para a narratologia<sup>16</sup>, a história corresponde à realidade evocada pelo texto narrativo e é composta por elementos do plano de conteúdo da narrativa, como ações, personagens e espaços (REIS, 2018, p. 196). Nessa dimensão, procura-se analisar as ações e o encadeamento de

---

<sup>16</sup> A narratologia é uma disciplina teórica focada na narrativa como modo de representação literária e não literária, assim como na análise de textos narrativos de diferentes naturezas e contextos. Investiga o que as narrativas têm em comum entre si e as propriedades que as distinguem como tais (REIS, 2018, p.333-335).

sequências que compõem o enredo, a caracterização das personagens, os conflitos principais e secundários (MOTTA, 2013). Já o discurso é o que constitui a comunicação narrativa entre o narrador que relata e o narratário a quem a história é contada, ou seja, o “modo como o narrador dá a conhecer ao leitor a realidade que quer evocar” (MOTTA, 2013, p. 136). Nesse plano é possível identificar os usos estratégicos da linguagem (visual, sonora, verbal, etc.) para criação de efeitos de sentido, as intenções do narrador e suas estratégias discursivas.

Como apontamos na seção introdutória deste artigo, a análise tem como foco o canal da *booktuber* Pam Gonçalves. A escolha se justifica por alguns pontos: tempo de atividade no *booktube*, popularidade do canal, nível de influência e diversidade de formatos de vídeos. A catarinense é uma das pioneiras na criação de conteúdo literário no Brasil, inicialmente como blogueira e hoje como *youtuber*. Já são mais de dez anos de atividade online, período em que Pam consolidou uma carreira comentando e escrevendo livros, assim como teve a influência legitimada pelo público leitor que a acompanha e pelo mercado editorial. Seus vídeos são exemplos não só de sua própria trajetória como leitora e *booktuber*, mas também espelham a evolução da comunidade literária presente na plataforma de vídeos.

O *corpus* de análise deste artigo foi selecionado segundo o critério de popularidade em número de visualizações<sup>17</sup>, pela ferramenta de ordenação nativa do *YouTube*, de três formatos diferentes de vídeos (listas, resenhas e *vlogs* de leitura). São eles: “LIVROS QUE TODOS OS JOVENS DEVERIAM LER”<sup>18</sup>, “todos deveriam ler Flores para Algernon”<sup>19</sup> e “o pior melhor livro que já li 🤔 | vlog de leitura uma vida pequena”<sup>20</sup>.

A escolha dessa tipologia de vídeos para análise parte do entendimento de que tais formatos possuem diferentes maneiras de narrar e de aprofundar as experiências literárias da *booktuber* (COSTA, 2020). As *listas* são vídeos mais curtos (5 a 10 minutos) que citam mais livros, esboçando comentários breves sobre cada um, mas com pouco detalhamento; as *resenhas* (5 a 20 minutos) se dedicam a uma única obra ou série em um relato roteirizado da experiência de leitura; e os *vlogs de leitura* (a partir de 15 minutos) documentam o processo de leitura, das expectativas às conclusões, e trazem momentos que seriam excluídos do corte final ou nem mesmo seriam gravados em outros tipos de vídeos.

---

<sup>17</sup> Os vídeos foram selecionados de acordo com os valores apresentados na busca feita em 7 de junho de 2021.

<sup>18</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=0\\_ar1uUXh6E](https://www.youtube.com/watch?v=0_ar1uUXh6E). Acesso: 7 jun. 2021.

<sup>19</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=k31O8QtBKPk>. Acesso: 7 jun. 2021.

<sup>20</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Spyv61i7aoA>. Acesso: 7 jun. 2021.

Toda narrativa pressupõe a existência de um narrador, “entidade ficcional que relata a história, enunciando uma narração balizada pela sua posição temporal e pela sua condição de existência em relação à referida história” (REIS, 2018, p. 287). Difere, portanto, do autor, alguém real e criador do texto.

No *YouTube*, a fronteira entre esses dois campos é muito tênue, visto que, na prática, autor e narrador são a mesma pessoa: o *youtuber*. Narratologicamente, porém, os papéis são distintos. O *youtuber autor* é o sujeito *prosumer* responsável material pela criação de conteúdo em vídeo, inserido em um sistema mercadológico, que orienta sua produção pela relação com este sistema e com seu público. Já o *youtuber narrador* é um personagem fictício, uma entidade projetada para contar a história que está circunscrita ao vídeo, existindo somente nele. Essa figura gerencia elementos narrativos (tempo, espaço, personagens, etc.) enquanto performa uma versão construída (planejada, roteirizada, gravada e editada) de si.

Assim, Pam Gonçalves ocupa, ao mesmo tempo, dois lugares narratológicos diferentes no *booktube*. A Pam *autora* é a Pam por trás das câmeras, pessoa física e real que trabalha no *YouTube*: é quem pensa a linha editorial do canal, planeja a rotina de produção do conteúdo, roteiriza, grava, edita, publica e divulga vídeos sobre cultura literária. A Pam *narradora* é uma personagem criada para a frente das câmeras, que pode até mesmo reproduzir a personalidade da jovem, mas é ficcional, performática e restrita aos vídeos. Essa figura é criada pela *autora* e projetada para existir somente à medida que narra. É uma construção com propósito: o de compartilhar experiências literárias.

Pam alterna-se entre as vozes de narradora-observadora e narradora-personagem. Na primeira, está por fora da história: são os momentos que independem da sua vivência como leitora, em geral mais genéricos, em que a *booktuber* apresenta pontos como sinopse, personagens e conflitos dos livros. Para isso, usa a terceira pessoa do singular e refere-se à obra como se fosse um personagem coadjuvante da narrativa do vídeo (“esse livro vai contar a história de...”, “esse livro fala sobre...”). Ressalvamos, porém, que mesmo nesse contexto ainda se encontram marcas da interferência da narradora-observadora no discurso, já que a própria seleção dos elementos de destaque reflete as suas preferências subjetivas. Já como narradora-personagem, Pam é a protagonista da história que narra e a experiência literária toma forma.

Usando a primeira pessoa do singular para se expressar, Pam relata suas impressões individuais de leitura, dividindo sua opinião e compartilhando suas ideias e emoções.

No plano do discurso do *booktube*, duas linguagens devem ser consideradas para análise: a audiovisual e a verbal. No que se refere à primeira, os vídeos são muito simples. A maior parte deles é gravada em um único plano, em que Pam aparece centralizada na tela e do tórax para cima, conversando diretamente com uma câmera fixa. O enquadramento e a fala direta funcionam convidam a uma relação de diálogo e intimidade entre quem grava e quem assiste.

Os canais no *YouTube* convidam aqueles que os assistem a uma reação, a uma relação estabelecida através da conversação. O enquadramento escolhido pelos *booktubers* alinha-se a esta característica, pois é um ângulo que transmite maior intimidade entre aquele que grava o vídeo e aquele que o assiste. O *booktuber* fala com a câmera como se estivesse falando com o seu seguidor, olhando-o no olho, cara a cara. É a partir dessa proximidade que o *booktuber* revela-se àquele que o assiste. A posição em que encontra na cena, para além daquilo que fala e faz, contribui para a construção de relações e afetividades. (JEFFMAN, 2017, p. 218)

Em geral, esse enquadramento muda em tipos específicos de vídeos, como os *vlogs* de leitura. Os *vlogs* possuem uma estratégia visual diferente por se proporem a registrar o processo completo de uma experiência, seja uma leitura ou um dia na vida do *youtuber*. Neles, Pam usa uma câmera menor e mais leve, que facilita o manuseio com uma mão só e permite que a gravação em movimento. Isso muda também o ângulo de captura: fora da estabilidade de um tripé, os movimentos oscilam tanto o foco quanto o posicionamento da *booktuber* em tela, aproximando-a demais e, em alguns momentos, cortando partes do seu corpo na moldura. As figuras 1 e 2 a seguir exemplificam isso.



Figura 1 – Captura de tela do vídeo do tipo lista “LIVROS QUE TODOS OS JOVENS DEVERIAM LER” (GONÇALVES, 2015)



Figura 2 – Captura de tela do vídeo do tipo *vlog* de leitura “o pior melhor livro que já li 🤔 | vlog de leitura uma vida pequena” (GONÇALVES, 2020a).

Quanto à linguagem verbal, Motta (2013, p. 142-143) recomenda reunir os recursos de linguagem utilizados, como metáforas, hipérboles, comparações, exclamações, interrogações, ironias e ritmos, além da seleção do léxico, ênfases, repetições, recorrências e frequência de palavras-chave capazes de produzir efeitos de sentido (AUSTIN, 2000; SEARLE, 2002).

Conforme apontado na seção anterior, um dos itens da “fórmula de sucesso do *YouTube*” é a informalidade. A estratégia é abraçada não só por Pam, mas também pela expressiva maioria de *booktubers*, mesmo que o assunto principal das conversas seja a experiência do contato com a literatura. O tom não é de aula, palestra ou exposição teórica, e sim de conversa, o que facilita a aproximação entre *youtuber* e audiência. Por mais que, na prática, ela grave um diálogo com uma câmera, o modo de se expressar reflete o caráter da comunicação interpessoal: a *booktuber* usa vocativos como “gente” e “vocês”, além de uma saudação padronizada (“Oi, gente, aqui é a Pam!”) no início de cada vídeo, para reforçar a ideia de conversa. Sua fala tem elementos típicos da oralidade e do discurso coloquial, com uso de palavras encurtadas (“tá”, “tô”, “pra”) e expressões que valorizam a função fática da linguagem (“sabe?”).

“Mostre, não conte” é uma conhecida técnica de escrita em que os personagens são caracterizados a partir de suas ações em vez de exposições descritivas. Por exemplo: o narrador não deve dizer que o personagem tem medo do escuro, mas descrever sua tensão ao apagar das luzes. O mesmo princípio pode ser aplicado à construção de Pam como personagem da

narrativa de experiência de leitura: a *booktuber* não fala de si mesma, mas se apresenta em relação aos outros.

A *booktuber* costuma se vestir de maneira informal, com camisetas e poucos acessórios (brincos, cordões, pulseiras, relógios). Os óculos de grau de armação preta e retangular são seu único adorno na maior parte do tempo. Exceto em alguns momentos dos *vlogs* de leitura, Pam costuma se maquiar para aparecer em frente às câmeras, como visto na Figura 1. Há, assim, um certo contraste: ao mesmo tempo em que a *booktuber* está no conforto de sua casa, usando roupas cotidianas e, assim, aproximando-se da audiência, ela também cede a uma pressão estética ou a um desejo de aparecer “mais bonita” ou “mais arrumada” em vídeo.

Pam escolhe apresentar-se como uma leitora interessada em dividir suas experiências e opiniões com outros leitores. Ainda que não saiba quem a está assistindo do outro lado da tela, fala em tom informal, próximo e em geral descontraído, como se fosse uma amiga ou alguém com afinidades em comum. Ela só assume tons mais sérios quando os livros são mais sombrios, trágicos ou dramáticos.

As narrativas em vídeo das experiências de leitura são fruto da interação entre Pam e os livros. O protagonismo é de quem narra o que viveu quando entrou em contato com a literatura, e não das obras literárias. Estas atuam como personagens coadjuvantes e catalisam as ações que a *booktuber*, como narradora, experimenta para criar seu relato – fazendo-a refletir, rir, chorar, criticar, comparar.

As ações narrativas, ou seja, os acontecimentos vividos pelos personagens durante certo período de tempo (REIS, 2018, p. 15), caracterizam a *booktuber* como protagonista de uma relação engajada com as narrativas literárias. “Os gestos, as expressões e a movimentação dos *booktubers* no vídeo nos dizem tanto sobre o seu ‘eu’ e sua relação com os livros e a leitura”, defende Jeffman (2017, p. 212). Ao falar sobre um livro, Pam procura tê-lo em mãos para segurá-lo e mostra-lo para a câmera; quando lê *e-books*, insere a capa da obra na edição do vídeo. A *booktuber* é enfática nos gestos e movimentos: agita a mão livre, alisa e abraça o livro, ri, suspira, franze a testa, fecha os olhos, cobre a boca, balança a cabeça; até já chorou. Não há passividade no seu modo de ler: ela se emociona, mas mantém uma postura ativa em relação

aos textos, interpelando, concordando ou discordando das ideias apresentadas, enfatizando suas questões e opiniões. As figuras 3 e 4, a seguir, são exemplos disso.



Figura 3 – Captura de tela do vídeo tipo resenha “todos deveriam ler Flores para Algernon” (GONÇALVES, 2020b).



Figura 4 – Captura de tela do vídeo do tipo *vlog* de leitura “o pior melhor livro que já li 🤔 | vlog de leitura uma vida pequena” (GONÇALVES, 2020a).

Além de catalisadores dos relatos de experiências literárias, os livros presentes nos vídeos são elementos para a construção da personagem. A escolha do que ler reflete gostos e preferências de leitura, fator fundamental para a criação de uma linha editorial no canal. Pam Gonçalves se destacou, desde o início de sua carreira no nicho literário, como blogueira e, em seguida, *booktuber* dedicada à literatura voltada para leitores jovens, mercadologicamente conhecida como literatura jovem-adulta ou *young adult* (YA). Com o passar do tempo e de

outras fases da vida, as preferências literárias acompanharam o amadurecimento da *booktuber* e também de seu público. Pam e seus inscritos cresceram e passaram a se interessar por outros tipos de leituras, inclusive alguns abominados anteriormente, como autoajuda e não ficção em geral. Hoje é possível afirmar que Pam é uma leitora mais aberta a outros gêneros literários e que a leitura não tem apenas uma função de entretenimento em sua vida, mas também de aprendizado e desenvolvimento pessoal.

A categoria narrativa do espaço constitui o cenário de enquadramento das ações. No *YouTube*, o outrora privado quarto de dormir torna-se público à frente da câmera, já que a “cultura do quarto” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 50) o transformou em um estúdio de gravação. A intimidade exposta do ambiente gera uma certa sensação de proximidade em quem assiste, embora seja uma intimidade planejada: há uma seleção prévia do *que* e do *como* mostrar. “O interlocutor é ao mesmo tempo ele mesmo e também sua persona. Trata-se de uma construção de si que quer comunicar algo, e que direta ou indiretamente expõe sua vida como relato” (SILVA, 2018, p. 95). Ou seja, este personagem-narrador, que convida desconhecidos a virtualmente “entrar em sua casa” e conhecer um aspecto de sua vida, é uma criação ficcional.

O espaço é um dos elementos mais característicos do *booktube*. Em geral, os vídeos são gravados em cenários que remetem a uma vida de leitura graças às prateleiras cheias de livros ao fundo do quadro. Às vezes, as estantes estão abarrotadas, envergadas pelo excesso de peso; algumas são organizadas cromaticamente, formando um arco íris com as lombadas, ao invés de seguirem um critério de gênero literário ou ordem alfabética. Há também outros itens de decoração, como bonecos colecionáveis ligados à cultura *pop/nerd*. Combinados, esses elementos expõem a biblioteca pessoal de cada *booktuber* de maneira mais informal e lúdica. Além disso, o acervo à mostra funciona como uma apresentação da pessoa em tela.

(...) percebo que os *booktubers* constituem os seus cenários ao mesmo tempo em que os cenários também constituem os *booktubers*. Compreendo que não há uma separação entre sujeito e objeto porque um constitui o outro na representação do “eu”, são elementos necessários na performance. Os “trecos” que os cercam também formam sua identidade, moldando seu comportamento ao compor sua representação. (JEFFMAN, 2017, p. 213-214)

A decisão de gravar em um espaço onde deliberadamente é exibida uma biblioteca pessoal, qualquer que seja o seu tamanho, remete a uma construção simbólica premeditada e consciente. O livro confere uma autoridade “intelectual” e “esclarecida” a quem com ele se associa (CHARTIER, 1998, p. 84) e a dimensão do acervo intensifica visualmente o peso desse

“saber”. Falar sobre literatura em um ambiente onde está rodeada por tantos livros que lhe pertencem evoca não apenas esse sentido de conhecimento, mas também elabora a personagem de Pam como narradora. Conforme ilustrado pela Figura 1, é possível saber, antes que ela diga uma única palavra, somente pela observação do cenário, que se trata de uma figura ligada à leitura. Por outro lado, o ambiente doméstico quebra a expectativa de rigidez associada a esse poder intelectual. A intimidade do quarto ou da sala que abriga a biblioteca pessoal contribui para a dessacralização simbólica do livro, assim como para a naturalização da leitura como prática cotidiana, banal e própria do lar.

É válido ressaltar também que, no *booktube*, a presença das estantes cheias pode aludir à ideia de consumismo, acúmulo e ostentação. “Os livros que compõem as bibliotecas dos leitores, além de serem a plataforma através da qual conectam-se à narrativa, são também objetos de desejo a serem apresentados”, aponta Jeffman (2017, p. 213). Portanto, no que se à criação de espaços narrativos, ou seja, à escolha de elementos para caracterizar os ambientes, ter e mostrar livros se mostra tão importante quanto, de fato, lê-los.

#### **4. Considerações finais**

Na trajetória de pesquisa, notamos que a abordagem narrativa é uma opção metodológica pouco aplicada para análise de vídeos no *YouTube*, menos ainda para um nicho tão específico quanto o *booktube*. Assim, grande dificuldade encontrada nesse processo foi adaptar etapas da análise narrativa – que a princípio prevê textos literários, cinematográficos ou, no máximo, jornalísticos como objetos – à produção *booktuber* e então expandir o olhar metodológico para o que aquele *corpus*, especialmente, demandava perguntar. Por outro lado, o viés narrativo permitiu a discussão de questões inerentes a essa perspectiva analítica, como a relação entre narrador e autor, aplicadas ao novo contexto do *YouTube*.

Neste artigo, investigamos como vídeos compartilhados no *YouTube*, inseridos na cultura de incentivo à participação do consumidor como produtor, formavam novas narrativas audiovisuais. Especificamente, examinamos como se configuravam as narrativas de experiências literárias na comunidade *booktube* a partir dos planos narrativos do discurso e do

conteúdo. Como categorias de análise, nos detivemos em narrador, personagens, ações e espaço. O *corpus* de vídeos explorados encontra-se no canal da *booktuber* Pam Gonçalves.

A forma como o narrador decide contar a história é fundamental para o narratário a quem essa história se destina, seja ele um leitor de literatura ou um observador no *YouTube*. No *booktube*, assim como na plataforma em geral, a informalidade se destaca como recurso de linguagem e se apresenta de maneiras verbal (coloquialidade na fala, encurtamento de palavras) e visual (roupas casuais, gestos enfáticos, enquadramento de conversa direta).

Como personagem narradora, a *booktuber* se mostra uma leitora sensível e ativa, que se emociona com as leituras, transitando por sentimentos como alegria, tristeza, raiva, decepção. Apesar disso, também consegue ser racional e objetiva, elaborar argumentos para interpelar o texto e tecer sua opinião para o público. As ações narrativas, ou seja, tudo que Pam vive em função das leituras (rir, chorar, concordar, discordar, se revoltar, se surpreender) reforça essa construção de leitora engajada e protagonista da experiência de leitura.

O espaço é um dos atributos mais próprios do *booktube*, já que quase todos os vídeos da comunidade são gravados em ambientes com estantes cheias de livros ao fundo. As escolhas de cenário reforçam, em suma, dois pontos: o personagem narrador tem uma vida de leituras pregressas ou, no mínimo, uma prática de consumo literário; como símbolo, os livros conferem uma certa “autoridade intelectual”, que é amenizada pela intimidade do espaço doméstico.

Por tudo isso, entendemos que as narrativas de experiências literárias da *booktuber* Pam Gonçalves, como exemplo do que é praticado no nicho ao qual pertence, obedecem a estruturas de linguagem e conteúdo não só do *YouTube* como plataforma, mas também do *booktube* como comunidade. Apesar dessa padronização narrativa no que se refere, principalmente, a formatos de vídeos e configuração de cenário, os relatos de experiências literárias conseguem comunicar e incentivar a leitura. Isso se dá, em nossa análise, pela conexão entre narradora e narratários, isto é, Pam e seu público: a protagonista que aparece em vídeo é uma personagem relacionável,

uma leitora engajada, sensível e envolvida com o que lê, com quem um leitor que a assiste consegue se identificar.

## 5. Referências

AMARAL, I. Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “*prosumer*”. **Revista Comunicação e Sociedade**, Minho, n. 22, p. 131-147, 2012. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1278>>. Acesso: 7 de maio de 2019.

ARANTES, Juliana Leite. **Leitores eloquentes: os *booktubers* e as novas práticas de leitura amadora na internet**. 2017. 190 f. Dissertação (Mestrado em Teoria da Literatura e Literatura Comparada) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

AUSTIN, J. Emisiones realizativas. In: VILLANUEVA, L. M. V. **La búsqueda del significado**. Madrid: Tecnos, 2000.

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

CECCANTINI, João Luís. Mentira que parece verdade: os jovens não leem e não gostam de ler. In: FAILLA, Z. (Org.) **Retratos da leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro - do leitor ao navegador**. Conversações com Jean Lebrun. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Editora UNESP, 1998.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2019** [livro eletrônico]. São Paulo: CGL.br, 2020. Disponível em <

[https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic\\_dom\\_2019\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf)>. Acesso: 19 mar. 2021.

CORDEIRO, Maisa Barbosa da Silva. Políticas Públicas de Fomento à Leitura no Brasil: uma análise (1930-2014). **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 43, n. 4, p. 1477-1497, out./dez. 2018.

CORUJA, Paula. *Vlog* como gênero no *youtube*: a profissionalização do conteúdo gerado por usuário. **Comunicologia (Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília)**, Brasília, UCB, v. 10, n. 1, p. 46 – 66, jan./jun. 2017.

COSTA, Andressa Souza; SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. *Booktubers* e construções narrativas no *YouTube*. **Anais do XI Simpósio Nacional da ABCiber**, Juiz de Fora, 2018.

COSTA, Andressa Souza. **Não contem com o fim dos leitores**: narrativas e mediação de leitura no canal da *booktuber* Pam Gonçalves. 2020. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Fortaleza, 2020.

GOOGLE divulga faturamento publicitário do YouTube pela primeira vez. G1, 2020. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/02/03/google-divulga-faturamento-do-youtube-pela-primeira-vez.ghtml>. Acesso: 19 mar. 2021.

GONÇALVES, Pam. LIVROS QUE TODOS OS JOVENS DEVERIAM LER. **YouTube**, 29 nov. 2015. Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=0\\_ar1uUXh6E](https://www.youtube.com/watch?v=0_ar1uUXh6E)>. Acesso em: 7 mar. 2020.

\_\_\_\_\_. o pior melhor livro que já li 🤔 | vlog de leitura uma vida pequena. **YouTube**, 09 mai. 2020a. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Spyv61i7aoA>>. Acesso em: 7 jun. 2021.

\_\_\_\_\_. todos deveriam ler Flores para Algernon. **YouTube**, 23 jun. 2020b. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=k31O8QtbKPk>>. Acesso em: 7 jun. 2021.

HUSTON, Nancy. **A espécie fabuladora**: um breve estudo sobre a humanidade. Porto Alegre: L&PM, 2010.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Educação 2019**. Disponível em <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101736\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101736_informativo.pdf)>. Acesso: 19 mar. 2021.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil – 5ª edição**. 2020. Disponível em <[https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a\\_edicao\\_Retratos\\_da\\_Leitura- IPL\\_dez2020-compactado.pdf](https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a_edicao_Retratos_da_Leitura- IPL_dez2020-compactado.pdf)>. Acesso: 19 mar. 2021.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*. 393 f. Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LIMA, Lidia Eugenia Cavalcante. Mediação da leitura e formação do leitor. In: NETTO, Raymundo; LIMA, Lidia Eugenia Cavalcante (orgs). **Curso Formação de Mediadores de Leitura**. 192 p. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 2018.

MANGUEL, Alberto. **O leitor como metáfora**: o viajante, a torre e a traça. São Paulo: Edições Sesc, 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UNB, 2013.

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

REIS, Carlos. **Dicionário de Estudos Narrativos**. Coimbra: Edições Almedina, 2018.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino; CRAVEIRO, Pâmela Saunders Uchôa. Dinâmicas de participação de crianças e jovens *youtubers*. In: COLAÇO, Veriana de Fátima Rodrigues; GERMANO, Idilva Maria Pires; MIRANDA,

Luciana Lobo *et al.* **Juventudes em movimento:** experiências, redes e afetos. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2019.

SEARLE, J. **Intencionalidade.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.

SILVA, Renata Prado Alves. **Livros e leitores nas redes de sociabilidade do YouTube.** 2018. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil, 2018.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital:** Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TERRA, C. F. **Mídias sociais... e agora?** - o que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

TOFFLER, A. A terceira onda. Trad. João Távora. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.