



ARTIGOS



BOOKTUBER: A ASCENSÃO DO LEITOR NO ESPAÇO DA RECEPÇÃO CRÍTICA LITERÁRIA BRASILEIRA*

DANIEL PRESTES DA SILVA**

Universidade Federal do Pará (UFPA), Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), Belém, PA, Brasil.

Recebido em: 5 nov. 2019. Aprovado em: 7 jul. 2020.

Como citar este artigo: SILVA, D. P. da. *Booktuber: a ascensão do leitor no espaço da recepção crítica literária brasileira*. *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*, v. 21, n. 2, p. 207-218, maio/ago. 2021. doi: 10.5935/cadernosletras.v21n2p207-218

Resumo

Neste trabalho, pretende-se discutir a emergência do *booktuber* como um agente que participa do campo literário brasileiro do século XXI, interferindo na recepção crítica de textos literários para o grande público. Por consequência, discutir-se-á a ascensão desse leitor à condição de crítico de textos literários junto à comunidade de leitores da plataforma de compartilhamento de vídeos

* As ideias aqui desenvolvidas foram apresentadas na Universidade Federal do Pará (UFPA), durante o VI Congresso Internacional de Linguística e Literatura na Amazônia, VI Ciella, em dezembro de 2018, e fazem parte da pesquisa “Booktubers e a recepção de prosa de ficção brasileira” desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da UFPA.

** E-mail: prestes.dan@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0001-5442-4405>

YouTube. Consideramos, assim, o gosto do público leitor mais amplo, de maneira a possibilitar uma forma menos monolítica de conceber o cânone literário nacional, de escrever as histórias literárias e de compreender a tradição literária e a produção e recepção de textos literários.

Palavras-chave

Recepção crítica. Leitores. *Booktuber*.

Robert Darnton (2010a) afirma que, de modo geral, os livros impressos estão sujeitos a um ciclo de vida comum, independentemente de quem os escreva, imprima, publique ou leia. Trata-se de um circuito comunicacional que se inicia com o escritor, passa pela figura do editor e de outros agentes editoriais, a depender do contexto social, cultural e histórico, até atingir o leitor. Este encerra o circuito não só por ser aquele para quem os livros são impressos, ou seja, seu consumidor final, mas também por exercer influência sobre os autores – leitores de outros autores –, e sobre outros leitores. Assim, poderíamos considerar que o circuito comunicacional do livro é muito mais que a saída de um ponto para outro, é uma rede de comunicações.

No interior desse circuito, o leitor foi, durante muito tempo, considerado um mero receptor que se deixa seduzir pelos últimos lançamentos do mercado editorial, escolhendo o que ler sem nenhum critério literário. Por conta dessa compreensão acerca do leitor na dinâmica do campo literário, pouco valor lhe foi dado nos estudos sobre literatura (ABREU, 2014).

As teorias literárias desenvolvidas no século XX privilegiaram a representação de um leitor ideal, que sempre se deixaria afetar pelo texto literário da mesma maneira, independentemente dos contextos em que se encontrasse (DARNTON, 2010a). Por consequência, o leitor real e suas práticas concretas de leitura, submetidas às determinações sociais e históricas, foram ignorados até mesmo pelas teorias literárias que pretendiam deles se ocupar.

Contudo, a pesquisa histórica sobre esse leitor comum, que geralmente não deixa rastros, costuma apresentar as mais diversas dificuldades no que diz respeito à investigação acerca das obras que leu e da forma como as interpretou (DARNTON, 2010b). Por essa razão, em pesquisas sobre as práticas de leitura e recepção de obras “não há como fazer uma abordagem direta dos ‘consumidores’ e ‘leitores’ de literatura, apenas lidar com os vestígios deixados por um público literário que não existe mais” (PAIXÃO, 2017, p. 23).

Em busca dos vestígios deixados pelos leitores do passado, pesquisadores¹ analisaram documentos das mais variadas naturezas, desde registros de empréstimos de obras em bibliotecas públicas, registros de vendas de obras por livrarias e editores, acervos de bibliotecas particulares, anúncios de venda de obras publicados em periódicos, tiragens de obras, entre tantos outros documentos, a fim de se definir quem eram esses leitores e quais eram suas preferências literárias (CHARTIER, 1999).

Embora se tenha conseguido obter, por meio desses documentos, importantes informações sobre os textos publicados em circulação, no que se refere à maneira como eram lidos e recebidos pelos leitores, as dificuldades eram maiores. Não bastasse isso, a aquisição ou posse do livro não significava que houvesse sido lido, e as diferentes estratégias de acesso ao material impresso, como empréstimos e leituras em voz alta, escapavam às fontes documentais mencionadas (PAIXÃO, 2017).

O advento da internet 2.0 possibilitou a circulação de conteúdos produzidos por qualquer pessoa com acesso à *web*, criando novas possibilidades de investigação no que diz respeito à recepção dos textos literários. Um volume muito maior de registros sobre a recepção crítica do leitor comum, ou seja, daqueles que não pertenciam a comunidades de leitores autorizadas a valorar o texto literário, permitiu aos pesquisadores saber o que leem e como leem esses leitores, questões essas caras à História do Livro e da Leitura.

Os testemunhos da recepção crítica por tais leitores podem ser encontrados em *blogs*, fóruns, listas de discussão, páginas no Facebook, no Instagram e em canais literários. É sobre estes últimos que o presente trabalho debruçar-se-á com o objetivo de compreender quais condições históricas e sociais permitiram o surgimento desses agentes no campo literário e qual sua relevância no interior do campo literário e editorial.

Investigar o surgimento desses agentes no campo literário e editorial significa considerar as preferências dos leitores comuns e as formas como leem como algo central nos estudos literários. É isso que sugere Marcia Abreu (2014) em investigação sobre os leitores do Oitocentos brasileiro. Neste trabalho, no

¹ De origem francesa, essa perspectiva de estudos desenvolvida por meio da pesquisa da materialidade dos documentos produzidos pelo mercado livreiro ficou conhecida como História Cultural francesa. São seus representantes franceses mais conhecidos Roger Chartier e Jean-Yves Mollier. No Brasil, essa linha de pesquisa ficou conhecida como História do Livro e da Leitura, e podem-se citar como representantes dela: Marcia Abreu, Marisa Lajolo, Regina Zilberman e Alessandra El Far.

entanto, será dada prioridade ao leitor contemporâneo, que manifesta suas escolhas em um suporte material muito específico: a *web*.

Para tanto, serão abordadas as seguintes temáticas: 1. uma breve trajetória da crítica brasileira no século XX; 2. as mudanças ocorridas na produção do mercado editorial no final dos anos 1990; 3. as plataformas digitais que permitiram a criação e o compartilhamento de conteúdo por qualquer pessoa na internet; e 4. o surgimento dos canais literários e dos *booktubers*.

A CRÍTICA LITERÁRIA NO SÉCULO XX

A crítica literária especializada e acadêmico-universitária é fruto de um processo iniciado no século XX, com a criação das universidades no Brasil e, com elas, das Faculdades de Letras. Nesse processo, também é importante considerar a reforma universitária ocorrida na década de 1970, que criou os cursos de pós-graduação. A fundação desse ambiente acadêmico possibilitou, como aponta Luís Costa Lima (1997, p. 130-131 *apud* MELLO, 2017, grifo nosso), a emergência de uma forma de abordar o texto literário que se propunha portadora de “um maior grau de ‘cientificidade’ [com a criação] de uma metodologia voltada para a linguagem, *baseada em noções, técnicas e princípios claramente definidos*”.

É nesse contexto de instituição dos estudos literários como ciência, cujo objetivo seria avaliar os textos literários por meio de “noções, técnicas e princípios claramente definidos”, que a crítica literária da segunda metade do século XX se distancia da análise comumente denominada “impressionista”. Para a crítica acadêmica então emergente, à crítica impressionista, comumente identificada como aquela publicada em periódicos, faltavam parâmetros bem definidos de composição estética e conceitual a serviço de suas análises. Assim, a fim de se firmar no espaço crítico-literário brasileiro, a crítica formada nos centros universitários confronta os críticos “impressionistas” em seu espaço de atuação, o jornal impresso, como aponta Flora Süssekind (2003).

Para Jefferson Agostini Mello (2017), a crítica que emerge do universo acadêmico passa a disputar o espaço do jornal utilizando uma linguagem especializada, supostamente menos acessível aos leitores não advindos desse meio. Os críticos, cooptados pelos veículos de comunicação dentro das universidades e demais instituições de ensino superior, criavam mecanismos e métodos de análise destinados à compreensão do literário e os divulgavam em colunas e

resenhas literárias, como é o caso do “Suplemento Literário da Folha de S. Paulo”, publicado de 1977 a 1989. Nesse suplemento, os críticos literários tinham liberdade para utilizar “o mesmo vocabulário e estilo que empregavam na produção de textos restritos aos pares” (MELLO, 2017). Então, como é possível compreender o declínio da participação dos críticos oriundos da academia nos debates literários publicados nos periódicos?

De acordo com Mello (2017), a participação da crítica acadêmica se dava em um espaço de restrição, considerando que “a escrita sobre literatura deve ser feita por profissionais experts [...] [que] optam por lançar mão da norma, do valor, em discursos de restrição e de elogio ao literário”. De seu ponto de vista, a fim de legitimar seu fazer enquanto prática autônoma, a crítica se fechou cada vez mais em si mesma, impedindo que se comunicasse com o *common reader* (MELLO, 2017). João Cezar de Castro Rocha (2011 *apud* MELLO, 2017) assinala, em contrapartida, que há uma “deserção desses [os críticos] do espaço do jornal devido tanto a sua reclusão aos muros universitários² quanto às transformações do próprio jornalismo, que se torna mais informativo e mais sintético”.

Destarte, parece haver entre parcela da crítica a impressão de que, ao longo do século XX, principalmente da sua segunda metade em diante, houve um esvaziamento da produção crítica de origem acadêmica nos veículos periódicos impressos. Credita-se esse esvaziamento ao uso de uma linguagem especializada, ao qual vieram se somar as mudanças sociais no âmbito comunicacional, que diminuíram a relevância do jornal impresso na vida das pessoas. Isso teria contribuído para o declínio do jornal impresso como espaço de divulgação das análises da crítica literária acadêmica, que deixou de ter “ascendência” sobre os leitores comuns.

MUDANÇAS NO MERCADO EDITORIAL

A segunda metade dos anos 1990 e os anos iniciais do século XXI assistiram, a nível mundial, ao incremento quantitativo do público leitor infantoju-

2 A reclusão dentro da universidade não pode ser vista aqui como uma rejeição do espaço público, há que se levar em consideração que, enquanto membros de uma instituição, os críticos literários, que também eram professores universitários, deviam, assim como ainda é hoje, exercer funções que não só as de ensino e a de produção acadêmica, mas também as atividades relacionadas à pesquisa, à extensão e à administração, tanto na graduação quanto nos demais níveis de pós-graduação, o que diminuiria o seu tempo de atuação externa. Também há que se levar em consideração que, na segunda metade do século XX, o Brasil viveu um estado de exceção, por conta de um Regime Ditatorial Militar.

venil. Muito embora esses leitores existissem desde pelo menos o século XIX, o mercado editorial passa a vê-los como uma categoria específica de consumidores. Isso se dá em decorrência da publicação da saga *Harry Potter*, da escritora inglesa J. K. Rowling.

“Harry Potter foi um dos grandes responsáveis por expandir o mercado editorial [...] foi a porta de iniciação para muitos não-leitores. Muitos jovens começaram e ainda começam a ler a partir dessa saga. A obra de J. K. Rowling impactou toda a cadeia” opina Luis Antonio Torelli, presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL) (NORONHA, 2017).

O grande sucesso de vendas de *Harry Potter*, que se tornou um *best-seller*, não é algo novo no mercado editorial (LYONS, 2002). Obras ficcionais destinadas a esses leitores e publicadas de forma seriada já haviam sido lançadas anteriormente, entre as quais citamos, a título de exemplo, *As crônicas de Nárnia*, de C. S. Lewis, ou *O Senhor dos Anéis*, de J. R. R. Tolkien, no século XX. O enorme feito de *Harry Potter*, de acordo com Luis Antonio Torelli, teria sido o de pôr em evidência um nicho de leitores carentes de publicações e ávidos por ter algo para ler. Ainda de acordo com o presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL), descobriu-se que crianças e adolescentes liam, e liam muito. Liam tanto que, na esteira de *Harry Potter*, não só houve a republicação de obras como as supracitadas, como a de novas séries dentro do gênero fantasia e de outros gêneros romanescos. São os casos, por exemplo, da saga *Crepúsculo*, de Stephenie Meyer, ou de *Jogos vorazes*, de Suzanne Collins. Na visão de Pedro Herz, presidente do conselho de administração da Livraria Cultura, “pareceram a continuação natural para fãs de histórias de fantasia, depois de Harry Potter” (NORONHA, 2017).

A distribuição das faixas etárias, dentro do escopo “ficção”, que se dividia entre literatura infantil, juvenil e adulta, foi reorganizada em novos segmentos. Para Carpintéro (2019), ainda que novas categorias como *young adult* (também referida como YA, e que significa “jovem-adulto”) e *new adult* (que significa “novo adulto”) tenham sido criadas, essas redistribuições não significam muita coisa para os leitores, que consomem essas obras independentemente da idade que tenham.

Com temáticas como primeiros amores, aventuras na escola, drama familiar, autoaceitação e descoberta de novos mundos (utópicos e distópicos), os leitores de *young adult* se identificam com a simplicidade e a dinamicidade da forma

e a potência do conteúdo dos livros. Em comunidades de leitores de ficção jovem adulto, que são muitas, é possível encontrar pessoas de 30, 40 e até 50 anos (CARPINTÉRO, 2019, p. 23).

Desse modo, no final do século XX, vê-se que o mercado editorial forja novas categorias classificatórias para segmentar suas publicações com vistas a atingir o que ele denomina público leitor infantojuvenil. Esses leitores, por se mostrarem ávidos por publicações ficcionais seriadas, se consolidaram, nos anos seguintes, como um público estável, haja vista o espaço cada vez maior dedicado dentro das editoras para publicações que os tinham e os têm como público-alvo.

O crescimento desse público solicita cada vez mais do mercado editorial leituras que estejam não só de acordo com os gostos, mas com as faixas etárias em que se encontram (CARPINTÉRO, 2019). No entanto, Carpintéro (2019) afirma que, ao criar novos segmentos etários, o mercado editorial passa não só a contemplá-los, como também a outras pessoas que acabam se identificando com a suposta “simplicidade” e “dinamicidade” dessas narrativas publicadas de forma seriada. Pode-se afirmar que a autora ignora o fato de esses exemplares de prosa de ficção seriada serem alavancados, em grande medida, pelas produções cinematográficas e pela criação de *games* e outro produtos a ela associados. Ou seja, para compreender a aceitação desse produto editorial, não basta pensar a problemática das faixas etárias, que a autora reconhece ser ignorada pelo público leitor, é preciso pensar como esses leitores estão se relacionando com uma velha conhecida do mercado editorial – a publicação seriada de ficção – e como esse produto se relaciona com outros produtos do mercado cultural, como é o caso do cinema e dos *games*.

O SURGIMENTO DOS BOOKTUBERS

De acordo com Natália Francis de Andrade (2017), é somente no início dos anos 2000 que a internet, denominada *web 2.0*, enquanto rede que conecta as pessoas, se torna uma realidade. Sua emergência possibilita a interação entre pessoas e conteúdos por meio da produção e publicação de conteúdos criados por qualquer usuário. Assim,

Se a internet em seus primórdios era um veículo de informações com as quais o usuário não podia interagir – ou podia fazê-lo tanto quanto diante de uma

televisão –, a partir de 2004 seus canais comunicativos entre usuários (e entre provedores de conteúdo) tornaram-se eficientes e estáveis ao ponto de transformá-la nesse ambiente de forte natureza social que agora frequentamos (ANDRADE, 2017, p. 89-90).

Se, como considera Andrade (2017), a internet tal qual a conhecemos é produto de uma estabilização das práticas comunicativas a partir de 2004, é preciso considerar que as possibilidades de produção de conteúdo independente e a interação entre pessoas com interesses em comum de forma mais simples têm sua gênese por volta de 1999, com a criação da plataforma de criação e publicação de textos *on-line*: o *Blogger*.³

O *Blogger*, desde suas origens, consistiu em uma plataforma que possibilitou a milhares de usuários construir suas páginas sem a necessidade de conhecimento prévio de linguagem HTML, pois fornecia modelos prontos, cuja alteração se dava de forma bastante simplificada. Vários *blogs* sob o domínio *blogspot* surgiram, abordando os mais variados assuntos, muito embora sua maioria fosse, a princípio, voltada para a prática testemunhal e autobiográfica dos diários. Em 2003, surge o *WordPress*,⁴ seguindo a mesma proposta do *Blogger* e de diversas outras plataformas de publicação de textos *on-line* sem grandes dificuldades.

Foram nesses espaços de produção de conteúdo de fácil acesso que os jovens leitores passaram a produzir e compartilhar os seus textos sobre as obras que liam, criando o que no Brasil se denomina *blogs literários*.

Nos anos iniciais do século XXI, criou-se e solidificou-se, nesse ambiente virtual, a figura do leitor que comentava e criticava as obras que lia, sem que houvesse, necessariamente, a pretensão de avaliar esteticamente o texto literário. Interessava, em contrapartida, compartilhar impressões e opiniões sobre as leituras pessoais.

Em 2005, foi criada a plataforma de vídeos YouTube, a mais famosa e mais utilizada ferramenta de postagem de vídeos na internet, que elevou a outro patamar a prática de comentar publicamente as publicações do mercado editorial, fossem elas literárias ou não. A partir de então, era possível não apenas saber a opinião dos leitores, mas vê-los falando a respeito delas, muitas vezes no espaço privado de suas casas. A esses criadores de conteúdo literário

3 Para mais informações, ver: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Blogger>. Acesso em: 10 jul. 2021.

4 Para mais informações, ver: <https://pt.wikipedia.org/wiki/WordPress>. Acesso em: 10 jul. 2021.

na plataforma YouTube se deu o nome de *booktubers*, termo criado pelo australiano de apelido Bumblesby (MANS, 2015), com o intuito de “descrever e diferenciar os produtores de conteúdo sobre literatura no YouTube” (TRINDADE, 2015). De acordo com Sherlock (2016, tradução nossa), “o coração do *Booktube* é a descoberta de livros por meio de recomendações e resenhas”.

A plataforma YouTube, quando utilizada para a divulgação de vídeos sobre livros, se configura como um espaço em que a autoridade do especialista em literatura, a quem habitualmente se atribui o papel de comentar os textos literários validando sua suposta excelência estética, não é necessária, uma vez que se constitui em um território de divulgação de leituras em que o principal critério é a preferência pessoal, compartilhada com outros leitores que frequentam a plataforma (CARPINTÉRO, 2019).

Assim, *booktubers* são os leitores que, dentro da comunidade digital *booktube*, compartilham suas opiniões acerca do que leem, ou seja, compartilham sua experiência pessoal de leitura, podendo ou não se apoiar em textos técnicos ou teóricos sobre literatura ou sobre a obra lida (CARPINTÉRO, 2019). Essa prática, oriunda dos Estados Unidos, ganha espaço no Brasil a partir de 2007, com a criação do canal de Tatiana Feltrin: “Quando comecei, em meados de 2007, fazia isso sozinha”, comenta. “Até 2011, eu conseguia estar inscrita em todos os canais brasileiros sobre livros. Cerca de 50, chutando alto. Hoje em dia, é impossível” (MANS, 2015).

Tauana Jeffman (2017) afirma terem sido criados 583 canais literários no Brasil entre os anos 2009 e meados de 2016. Juliana Arantes (2017), por sua vez, contabiliza a existência de 514 canais literários brasileiros em atividade até o ano de publicação da sua pesquisa em 2017. Embora haja certa disparidade quantitativa entre as duas pesquisas, que se justificam pelos critérios e métodos adotados, ambas ratificam a proliferação significativa dos canais literários no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho, pretendeu-se discutir sucintamente as transformações ocorridas no terreno da crítica literária no Brasil. Assinalou-se, assim, que o espaço ocupado pela crítica acadêmica nos periódicos sofreu decréscimo, enquanto o surgimento de ferramentas criadas na *web 2.0* possi-

bilitou a emergência de novos espaços voltados para a divulgação das opiniões dos leitores, especialistas ou não. Entre esses espaços, o YouTube tornou-se um dos mais relevantes, permitindo que a opinião dos leitores “comuns”, não especializados, ganhasse publicidade.

Considerando a relevância quantitativa dos *booktubers*, cabe aos pesquisadores compreender seu surgimento, assim como o papel que desempenham no campo literário, uma vez que, na plataforma YouTube, o leitor não apenas supre sua necessidade de compartilhar suas experiências de leitura, como também interage com outros leitores, que podem ou não compartilhar de sua preferência ou suas opiniões.

Por sua vez, o público leitor encontra nos canais de *booktubers* comentários sobre obras que a crítica especializada comumente se recusa a discutir, uma vez que as identifica com a produção cultural de massa, como é o caso dos romances seriados. Por consequência, parcela dos leitores encontram nos *booktubers* interlocutores privilegiados quando se trata de encontrar sugestões e avaliações acerca de obras recém-lançadas ou mesmo de sua preferência.

A atividade desses *booktubers* não passa despercebida das editoras, que tentam cooptá-los para analisar e, por consequência, divulgar suas publicações, graças a parcerias que estabelecem com eles.

Pode-se afirmar que os *booktubers* acabam participando de comunidades de leitores que compartilham preferências de leitura similares, que pouco interessam à crítica literária acadêmica discutir. Dessa forma, o mercado editorial encontra nesses agentes da *web* parceiros ideais para analisar e divulgar essas obras, a partir de critérios que não interessam ao polo da crítica, afeito a comentar e analisar tão somente obras que consideram, tendo em vista seus próprios critérios, de “excelência artística”.

Se partirmos das considerações de Pierre Bourdieu (1996) e de Chartier (1999), talvez possamos afirmar que o campo da avaliação das obras literárias, cuja legitimação se pauta na relação do crítico com o público que o legitima, encontra-se, pois, cindido: a crítica acadêmica fala a seus pares, interessados na obra de arte “pura”, ou seja, pautada unicamente pela estética e “afastada” do polo econômico, enquanto os *booktubers* interagem com um público ao qual pouco interessa os critérios de avaliação do mundo acadêmico. Por consequência, os *booktubers* garantem o diálogo entre o mercado editorial e o leitor não especializado, modificando as relações de poder dentro do campo literário (CHARTIER, 1999).

Booktuber: the reader's rise in the space of Brazilian literary critical reception

Abstract

This paper aims to discuss the emergence of booktuber as an agent that participates in the Brazilian literary field of the 21st century, interfering in the critical reception of literary texts for the general public. Consequently, we discuss the rise of this reader to the condition of text critics with the community of readers of the YouTube video sharing platform. Thus, we consider that the taste of the broader public reader in a way enables a less monolithic form of national literary conception or canon, of writing literary stories and of understanding literary tradition, the production and reception of literary texts.

Keywords

Critical reception. Readers. Booktuber.

REFERÊNCIAS

ABREU, M. Problemas de história literária e interpretação de romances. *Todas as Letras X*, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 39-52, nov. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15529/1980-6914/letras.v16n2p39-52>. Acesso em: 10 jul. 2021.

ANDRADE, N. F. Vida literária na web 2.0: uma análise panorâmica das recentes manifestações da crítica brasileira em rede. In: AGUIAR, C.; MAIA, E. C.; ANDRADE, F. (org.). *A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias*. Rio de Janeiro: Abralic, 2018. p. 89-102. (Série E-books Abralic).

ARANTES, J. L. *Leitores eloquentes: os booktubers e as novas práticas de leitura amadora na internet*. 2017. 190 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CARPINTÉRO, A. C. B. *Caminhos da literatura na internet: o booktube e a partilha de experiências de leitura*. 2019. 132 f. Dissertação (Mestrado em m Literatura, Cultura e Contemporaneidade) – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

CHARTIER, R. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Tradução Mary Del Priori. Brasília: Editora Universitária de Brasília, 1999.

DARNTON, R. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2010a.

DARNTON, R. *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010b.

JEFFMAN, T. M. W. *Booktubers: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube*. 2017. 393 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.

LYONS, M. Os novos leitores no século XIX: mulheres, crianças, operários. In: CAVALLI, G.; CHARTIER, R. (org.). *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática, 2002. p. 165-202.

MANS, M. “Booktubers” fazem sucesso na web. *Observatório da Imprensa*, ano 19, n. 987, ed. 855, 16 maio 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/booktubers-fazem-sucesso-na-web/1/4>. Acesso em: 16 maio 2018.

MELLO, J. A. *Literatura e crítica no Brasil hoje*. 1. ed. Brasília: Edições Carolina, 2017. *E-book*.

NORONHA, H. Fenômeno impulsionou o gênero “jovem adulto” nas livrarias. *Veja*, 25 jun. 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/fenomeno-impulsionou-o-genero-jovem-adulto-nas-livrarias/>. Acesso em: 16 maio 2018.

PAIXÃO, A. H. *Leitores de tinta e papel: elementos constitutivos para o estudo do público literário do século XIX*. Campinas: Mercado de Letras, 2017. (Coleção Histórias de Leitura).

SHERLOCK, A. An introduction to booktubers: YouTube’s book lovers – YouTube – Young Adult Literature. *Bookwitty*, 10 ago. 2016. Disponível em: <https://www.bookwitty.com/text/an-introduction-to-booktubers-youtubes-book/57ab5577acd000a24984548/1/>. Acesso em: 16 maio 2018.

SÜSSEKIND, F. Rodapés, tratados e ensaios: a formação da crítica brasileira moderna. In: SÜSSEKIND, F. *Papéis colados*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. p. 15-36.

TRINDADE, D. Booktubers: como o Youtube está revolucionando o mercado literário. *Diga aí*, 31 ago. 2015. Disponível em: <http://www.digai.com.br/2015/08/booktubers-como-o-youtube-esta-revolucionando-o-mercado-literario/>. Acesso em: 16 maio 2018.