

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicação e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

Jonas Maria Siqueira Vilela

**A crítica literária amadora entre
criadores de conteúdo LGBT**

São Paulo
2024

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicação e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

A crítica literária amadora entre criadores de conteúdo LGBT

Jonas Maria Siqueira Vilela

Orientadora: Prof(a). Dr(a). Issaaf Karhawi

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista Mídia,
Informação e Cultura.

São Paulo
2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço a professora Issaaf, por sua didática, cuidado com os alunos e paixão pela área, que tem me inspirado desde o primeiro dia de aula; agradeço ao Alec, Izabela e Tales por terem sido tão generosos em cederem seu tempo para essa pesquisa e, por fim, agradeço a Nátaly, minha namorada, pelo amor e apoio de sempre.

A CRÍTICA LITERÁRIA AMADORA ENTRE CRIADORES DE CONTEÚDO LGBT¹

Jonas Maria Siqueira Vilela²

Resumo:

O objetivo dessa pesquisa é compreender como criadores de conteúdo LGBT+ entendem seu papel ao resenhar criticamente obras com o mesmo recorte e como lidam com questões envolvendo credibilidade e conflitos de interesse. Também buscaremos refletir sobre como esse movimento de resenhas literárias digitais realizadas por criadores pode ou não ser inserido dentro da crítica literária tradicional. Para isso, realizamos uma entrevista semiestruturada com três criadores de conteúdo e investigamos a trajetória da crítica literária. Para nos auxiliar neste estudo, recorremos à noção de cultura de participação de Clay Shirky (2011). Assumimos também uma perspectiva *queer* para analisarmos a prática amadora dessas críticas literárias, recorrendo ao conceito de fracasso de Jack Halberstam (2020). Como resultado, foi possível identificar uma ética de trabalho assim como similaridades com a crítica tradicional.

Palavras-chave: Crítica literária. Crítica amadora. Criadores LGBTs. Redes sociais.

AMATEUR LITERARY CRITICISM AMONG LGBT CONTENT CREATORS

Abstract:

The objective of this research is to understand how LGBT+ content creators perceive their role in critically reviewing works with the same focus and how they handle issues involving credibility and conflicts of interest. We also aim to reflect on how this movement of digital literary reviews conducted by creators may or may not be incorporated into traditional literary criticism. To achieve this, we conducted a semi-structured interview with three content creators and investigated the trajectory of literary criticism. To assist us in this study, we drew upon Clay Shirky's (2011) notion of participatory culture. We also adopted a queer perspective to analyze the amateur practice of these literary critiques, using Jack Halberstam's (2020) concept of failure. As a result, we were able to identify a work ethic as well as similarities with traditional criticism.

Keywords: Literary Criticism. Amateur Criticism. LGBT Creators. Social media.

LA CRÍTICA LITERARIA AMATEUR ENTRE CREADORES DE CONTENIDO LGBT

Resumen:

El objetivo de esta investigación es comprender cómo los creadores de contenido LGBT+ entienden su papel al reseñar críticamente obras con el mismo enfoque y cómo manejan cuestiones relacionadas con la credibilidad y los conflictos de interés. También buscaremos reflexionar sobre cómo este movimiento de reseñas literarias digitales realizadas por creadores puede o no ser inserido dentro de la crítica literaria tradicional. Para ello, realizamos una entrevista semiestructurada con tres creadores

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Graduado em Letras pela UFSJ.

de contenido e investigamos la trayectoria de la crítica literaria. Para ayudarnos en este estudio, recurrimos a la noción de cultura de participación de Clay Shirky (2011). También asumimos una perspectiva queer para analizar la práctica amateur de estas críticas literarias, recurriendo al concepto de fracaso de Jack Halberstam (2020). Como resultado, fue posible identificar una ética de trabajo así como similitudes con la crítica tradicional.

Palabras clave: Crítica literaria. Crítica amateur. Creadores LGBT. Redes sociales.

Introdução

As redes sociais possibilitaram o surgimento dos criadores de conteúdo, que falam não apenas sobre si, mas também sobre variados temas, em especial seus hobbies, gostos e paixões. Dentre os conteúdos produzidos, há as resenhas, que podem ser de produtos de beleza, de tecnologia, de filmes ou de livros. *BookTok* é o nome dado ao nicho de literatura do *TikTok* (a combinação de palavras vem do inglês, *book*: livro e *tok* de *TikTok*, podendo variar conforme a rede social em questão, de modo que também existem o *booktube* e o *instabook*) e cujo conteúdo gira em torno do universo literário, que vai desde curiosidades, dicas de leitura e recomendações, até as críticas propriamente ditas. O mercado editorial, por exemplo, tem visto um grande crescimento de vendas nos últimos anos por conta disso. Em uma entrevista dada ao jornal O Tempo, Rafaella Machado (2023), editora executiva da Galera Record, selo do Grupo Editorial Record, relata que em 2020 as vendas aumentaram em 167% devido aos vídeos publicados pelos criadores de conteúdo do *BookTok*. Outro dado interessante, também atrelado às redes sociais e emitido em um relatório de 2022 pela Nielsen, é o aumento de venda de livros infanto juvenis, em sua maioria livros que se enquadram na categoria jovem adulto e que tenham personagens LGBTs.

O impacto desses conteúdos tem sido considerável e tem-se levantando o questionamento se esses criadores seriam os novos críticos literários. Em uma matéria do site Uol, Rodrigo Casarin (2015) traz justamente essa pergunta em sua manchete: "Mercado Literário: os booktubers vão substituir os críticos especializados?". O jornalista Cauê Muraro (2018), para o G1, também nos indaga na matéria "*Booktubers* são os novos críticos literários, 'jabazeiros' ou só *youtubers* que falam de livros?".

No entanto, uma crítica comum a esse movimento, é que essas críticas não seriam confiáveis ou boas o suficientes, uma vez que muitas vezes partem de pessoas sem formação na área e que estariam apenas dando opiniões pouco embasadas ou enviesadas por interesses comerciais. A exemplo disso, em um texto n'O Globo, Paulo Roberto Pires (2018) diz que *booktubers* e seus apologistas (sic) orgulham de sua ignorância e defendem o amadorismo, sendo necessário "uma generosa suspensão do espírito crítico para levar a sério, cultural ou intelectualmente, os chamados *booktubers*".

Diante disso, essa pesquisa busca compreender como os criadores de conteúdo entendem seu papel ao criticar uma obra literária. É possível pensar que a crítica amadora possui um caráter especialista? Como esses criadores-críticos lidam com a questão da credibilidade, com os conflitos de interesse e a parcialidade? Nosso foco será em criadores LGBTQs, não apenas devido ao aumento expressivo de vendas de livros representativos, mas também por nos possibilitar a refletir a crítica literária a partir de uma perspectiva *queer*. Para tal, realizamos uma entrevista semiestruturada com três criadores e lançamos mão da análise de conteúdo como metodologia de análise.

1. A crítica literária

No ensaio "Rodapés, tratados e ensaios: a formação da crítica brasileira moderna", Flora Sussekind (2022) faz um breve percurso histórico da crítica literária no Brasil, retomando alguns marcos e transformações pelas quais ela passou. Nele, ela fala sobre as décadas de 1930 e 1940, quando houve uma tensão entre o crítico que estava vinculado ao jornal, não especializado e denominado de "homens de letras", que realizava uma crítica mais subjetiva, classificada como crítica impressionista, e o crítico universitário, que trazia consigo uma especialização acadêmica e condenava os impressionistas, alegando que lhes faltava uma investigação mais científica, sendo contrários aos amadorismos desses críticos de rodapé³. Sobre esse tópico, em seu ensaio de 1958, Crítica Impressionista, Antônio Cândido, sociólogo e crítico literário, nos mostra que, mesmo naquela época, essa discussão já não é recente. Ele menciona Capistrano de Abreu, historiador brasileiro do século XIX, que estabeleceu dois tipos de crítica, a qualitativa e a quantitativa, sendo que a primeira refletia a opinião pessoal e a segunda baseada no conhecimento de fatores externos. No entanto, Cândido questiona se a crítica pode, ou deve, estar isenta das impressões individuais.

Para escândalo de muitos, digamos que a crítica nutrida do ponto de vista pessoal de um leitor inteligente, — o malfadado "impressionismo", — é a crítica por excelência e pode ser considerada, como queria um dos seus mais altos e repudiados mestres, aventura do espírito entre os livros. Se for eficaz, estará assegurada a ligação entre a obra e o leitor, a literatura e a vida quotidiana, — sem prejuízo do trabalho de investigação erudita, análise

³ A crítica de rodapé era assim chamada pelo espaço que ocupavam no jornal e era assinada por intelectuais que tinham um tom mais subjetivo e pessoal. Ver Literatura nos Jornais: crítica literária dos rodapés às resenhas, de Cláudia Nina (2007).

estrutural, filiações genéticas, interpretação simbólica, atualmente preferidas pelo investigador da literatura, prestes a envergar de novo a toga do retórico. Inversamente, se ela não existir, perder-se-á este ligamento vivo, e os críticos serão especialistas, no sentido que a palavra assumiu na ciência e na técnica. Ora, isto poderia ser riqueza de um lado, mas, de outro, empobrecimento essencial, pois as águas ondulantes da literatura revelam muitos dos seus arcanos aos barcos ligeiros, que as singram familiarmente, mais do que à perspectiva solene dos couraçados. (CÂNDIDO, 1999, p. 1)

Claudia Nina (2007) também realiza um breve apanhado histórico das críticas nos jornais e diz que a partir dos anos 1940 começam a surgir as primeiras turmas dos cursos de Letras, os *scholars*⁴, que passam a reivindicar para si o direito de escrever as críticas. Paralelo a isso, o jornalismo se organizou como profissão e cada vez mais os editores eliminavam os rodapés dos jornais. Como resultado, ao fim dos anos 1980, entraram em cena os *releases*⁵, que levam a crítica do jornal para um aspecto cada vez mais superficial e focado em lançamentos.

Atualmente, é possível pensar a prática da crítica literária a partir dos criadores de conteúdo. No artigo "Cibercaminhos da crítica: prolegômenos para pensar a crítica brasileira literária em ambiente virtual", Karl Erik Schollhammer e Juliana Gervaso Defilippo (2019) estabelecem um diálogo com Flora Sussekind e criam paralelos entre os críticos de rodapé e o atual movimento dos *booktubers*. Para os autores, há aproximações e distanciamentos suficientes para que eles sejam abordados com mais atenção.

A booksfera, nos últimos anos, estaria gerando uma nova tensão, portanto, no próprio conceito de crítica. Mas sua aproximação, ainda neste primeiro momento de análise, com a crítica de rodapé dos anos 1940 e 1950, alerta para a necessidade de compreendê-la com mais cuidado, validando o que talvez hoje já tenha lhe sido outorgado com maestria pelos leitores: espaço legítimo de formação de uma nova crítica literária brasileira. Não mais aquele metodológico e estilístico ocupado pela academia e pelos jornais, mas um novo propiciado, proporcionado e possibilitado pela Internet (SCHOLLHAMMER e GERVASO, 2019, p. 92)

Proposta semelhante é realizada por Cristhiano Aguiar (2024), que considera que as resenhas realizadas por influenciadores literários podem se enquadrar dentro da crítica literária e compartilha de semelhanças em relação a crítica impressionista. Para o pesquisador, "a crítica contemporânea em meios digitais responde a uma dupla necessidade social: mediação cultural e formação de leitores" (AGUIAR, 2024,

⁴ *Scholars*, em tradução, estudiosos, usado em contraste com os autodidatas. Ver Literatura nos Jornais: crítica literária dos rodapés às resenhas, de Cláudia Nina (2007).

⁵ *Releases*, em tradução, lançamentos, produzidos pela as assessorias de imprensa.

p. 3). Ao falar sobre a mediação dos influenciadores, Aguiar retoma o que é dito por Rocha (2011) e relembra que "qualquer reflexão acerca da figura histórica do mediador precisa levar em consideração as modificações ocasionadas especialmente nas formas de recepção e, hoje em dia, de interação" (apud AGUIAR, 2024, p.5). A indagação, portanto, sobre um novo sujeito crítico, agora na figura do influenciador, não é leviana, pois a prática de uma produção cultural está intimamente ligada às transformações pelas quais os meios de comunicação têm passado nos últimos anos.

2. Criadores e as críticas amadoras

O que levou as pessoas a consumirem e produzirem conteúdo na internet? Ao pensar sobre o nascimento do influenciador, Camargo, Estevanim e Silveira (2017) argumentam que é o contexto da cultura da participação e da convergência, ambas formuladas por Henry Jenkins, que "os sujeitos passam a se comportar de diversas formas no ambiente digital e uma delas é de usuário que não só consome como também produz conteúdo" (CAMARGO, ESTEVANIM E SILVEIRA, 2017, p. 109). As autoras ainda mencionam e complementam que as novas tecnologias facilitam "(...) a apropriação, o arquivamento, a produção e a distribuição da produção amadora. Ao se apropriarem de algum conteúdo e darem a ele um uso diferente ou não previsto, os sujeitos estão inventando, sendo criativos, produzindo cultura e sociabilidade (CAMARGO, ESTEVANIM E SILVEIRA, 2017, p. 109). Tal visão entra em consonância com o proposto por Clay Shirky (2011), citado por Karhawi (2017) no conceito de Cultura da Participação, onde é dito que "(...) o choque de inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público" (apud KARHAWI, 2017, p. 48). Esse cenário, portanto, permite que sujeitos comuns, ou seja, pessoas que não teriam acesso aos meios de comunicação formal ou cujos interesses são esporadicamente abordados por mídias tradicionais e que raramente têm suas vidas representadas, tenham a possibilidade de falarem sobre seus gostos e suas opiniões, de compartilharem suas impressões, leituras e criarem uma comunidade com interesses em comum, tornando-se assim referências em determinados assuntos.

Ao se tornarem reconhecidas e acumularem milhares de seguidores, os influenciadores, de modo geral, são frequentemente associados ao seu poder de influenciar pessoas a realizar uma determinada compra, de impulsionar vendas. Não por acaso, fala-se hoje em "mercado de influência", ou "*creator economy*", termos utilizados para se referir aos aspectos comerciais da criação de conteúdo. O destaque que regularmente recebem é econômico, mas é sabido que sua influência não se reduz ao capital econômico que fazem circular, para Issaaf Karhawi (2017, p. 48) eles têm "(...) poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daquele que estão em sua rede". Para a pesquisadora, hoje em dia qualquer pessoa pode ter um perfil em uma rede e se tornar um produtor de conteúdo, embora nem todos consigam criar suas comunidades, pois para tal, é preciso que ele tenha algo a ser dito, é preciso ter as "características que o leitor julgue relevantes (e com as quais se identifique) tanto do ponto de vista pessoal quanto do de conteúdo e informação" (KARHAWI, 2016, p. 6).

Quando pensamos sobre uma possível crítica literária realizada por criadores, adentramos um campo que muito tem sido questionado sobre sua validade, que perpassa e contesta justamente a ausência de uma instituição que valide o que é dito e por quem é dito. Em um artigo que buscou compreender quais os discursos acerca dos *booktubers*, do livro e da leitura, Vizibeli (2016, p. 7) nos mostra como a crítica literária realizada por um influenciador é percebida dentro do campo da popularidade, de um conhecimento superficial e comum de leitura, ao passo que, a crítica especializada, entendida no artigo como aquela que é composta por estudiosos da literatura e que publicam em jornais, revistas ou TVs, é percebida como mais prestigiosa, que possui um conhecimento acadêmico e profissional de leitura. Mas será que o aval institucional é o único caminho para o reconhecimento de uma produção crítica? Como trazido anteriormente por SCHOLLHAMMER e GERVASO (2019), os leitores já parecem conceder um tipo de aprovação.

3. O fracasso queer

Associar a produção de crítica literária dos criadores de conteúdo com o fracasso parece contra intuitivo, afinal, como foi debatido na introdução, muitas vezes parte-se do princípio de que essas críticas não seriam boas, o amadorismo do criador de conteúdo é frequentemente tópico de discussão, sendo criticado e visto

como negativo. Mas em tempos onde questiona-se se a crítica literária não morreu, não estaria a própria crítica fracassando? A decisão de se pensar sobre crítica a partir de criadores de conteúdo LGBTQ+ se dá porque, para Jack Halberstam, fracassar é algo que pessoas *queer* fazem e sempre fizeram excepcionalmente bem (HALBERSTAM, 2020), e talvez elas possam nos ajudar a pensar sobre o fazer da crítica atual.

Em *A Arte Queer do Fracasso*, Halberstam (2020) busca formas alternativas de produção de conhecimento, intencionalmente se desviando do que seria o conhecimento apropriado, daquele saber que não situa seu sujeito, que fala de uma suposta neutralidade e que requer validação de instituições. O livro busca desorganizar a lógica de sucesso e fracasso, analisando, inclusive, obras que podem ser consideradas por algumas pessoas como bobas, como filmes de animação da Pixar e comédias norte-americanas. O autor se mostra ciente que tais escolhas podem fazer com que ele não seja levado a sério, e afirma ser esse seu objetivo.

O desejo de ser levado a sério é precisamente o que faz as pessoas seguirem os já testados e comprovados caminhos da produção do conhecimento a partir do qual eu gostaria de mapear alguns desvios. De fato, termos como "sério" e "rigoroso" tendem a ser códigos, tanto na academia quanto em outros contextos, para a correção disciplinar; eles assinalam uma forma de treinamento e aprendizagem que confirma o que já é sabido, de acordo com métodos aprovados do saber, mas não permitem ideias visionárias ou viagem da imaginação (HALBERSTAM, 2020).

Halberstam tece uma crítica aos saberes disciplinares e ao fato de, muitas vezes, o pensamento criativo e original ser antes podado do que cultivado pelas universidades e escolas. Para isso, ele fala de Michel Foucault, uma vez que o filósofo francês irá declarar o fim das teorias abrangentes e globais, possibilitando um caráter mais local de crítica ou, como sugerido por Foucault (1998), "algo semelhante a um tipo de produção autônoma e não centralizada ou, em outras palavras, uma produção teórica que não precisa de autorização de algum regime comum para estabelecer sua validade" (apud HALBERSTAM, 2020, p. 32).

Ao invés, portanto, de se pensar a partir das teorias abrangentes e globais, Foucault (1998) irá incentivar a pensarmos sobre os saberes subjugados, que são "formas de produção de conhecimento que foram enterradas ou mascaradas em coerências funcionais ou sistematizações formais" (apud HALBERSTAM, 2020,

p.32). Segundo Halberstam, esses saberes não foram apenas perdidos ou esquecidos, mas sim "desqualificados, não conceituais ou insuficientemente elaborados" (HALBERSTAM, 2020, p.32), são esses os saberes que vêm de baixo. Pensar o conhecimento que é validado é também pensar em quem tem acesso à educação formal e ao ensino superior. Quando estamos falando sobre a população LGBTQ+, o preconceito está muito presente durante a vida escolar, como revela a pesquisa *Juventudes na Escola, sentidos e buscas: por que frequentam?* (2015), onde 19,3% dos estudantes de escola pública afirmam que não gostariam de ter um colega LGBTQ+. Tal discriminação pode resultar em abandono escolar, menor aproveitamento e em um menor interesse em seguir os estudos. Em pesquisa realizada pela ANDIFES (2019), para identificar o perfil socioeconômico e cultural dos estudantes das instituições federais de ensino superior, constatou-se que apenas 0,2% dos estudantes se identificavam como trans, em uma amostragem de 424 mil pessoas matriculadas. Tais dados nos permitem colocar em perspectiva quem são as pessoas que produzem conhecimento e conseguem acessar as instituições que os legitimam.

Halberstam, portanto, busca formas alternativas de saberes, e o fracasso, noção que ele trabalha no decorrer de todo o livro, apesar de ser um espaço de negatividade e estar associado ao que é fútil, vazio e inadequado, é também um modo de ser no mundo, e de deixar de ser, e essa inadequação nos possibilita estabelecer uma relação diferente com o saber, fugindo e apresentando alternativas (HALBERSTAM, 2010). Pode haver algo de frutífero no erro, naquilo que foge da hegemonia do saber, na crítica ingênua e despretensiosa.

4. Metodologia

Para a realização dessa pesquisa de caráter qualitativo, lançamos mão da análise de conteúdo, conforme posto por Franco e Bardin.

A análise de conteúdo pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens... A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e de recepção das mensagens, inferências esta que recorre a indicadores (quantitativos, ou não) (BARDIN apud FRANCO, 2018, p. 26)

O procedimento para sua análise foi realizado em duas etapas:

primeiramente, mapeou-se os perfis de criadores de conteúdo que realizassem críticas literárias em seus perfis, para isso, foram usadas as *hashtags* #booktuberlgbt e #booktoklgbt, nas plataformas do Youtube e do TikTok. Ambas *hashtags* nos possibilitaram encontrar perfis que não apenas fazem parte do nicho literário das plataformas, como também categorizam o conteúdo em questão dentro da temática LGBTQ+.

Utilizar tais *hashtags*, contudo, não necessariamente implica que o usuário se identifique como LGBTQ+, uma vez que elas podem se referir ao livro sendo resenhado ou a um vídeo que de alguma forma fala desse tema, a utilização de mais de uma *hashtag* é prática comum dentro da criação de conteúdo e elas muitas vezes são usadas para que o conteúdo seja encontrado por pessoas que possam se interessar por ele. Nesse sentido, como se trata de uma pesquisa que leva em consideração a orientação sexual e a identidade de gênero dos entrevistados, o critério de seleção dos criadores, portanto, não se deu primariamente por conta dos número de seguidores, ou por sua popularidade em *views*, mas sim se o criador em questão já havia declarado publicamente ser LGBTQ+ em algum dos seus vídeos ou perfil e se ele realiza críticas literárias de livros que abordam essa questão em alguma de suas redes.

Após essa segunda filtragem, selecionamos três criadores de conteúdo: Alec Costa, @umbookaholic, pessoa masculina, negro e gay que produz conteúdo para o Youtube, Instagram e Tiktok. Ao todo, Alec contabiliza 47.084 seguidores. Izabela Lopes @bellslopes, mulher branca, cis e bissexual, produz conteúdo para Youtube, Instagram e Tiktok, ao todo contabilizando 332.700 seguidores. Por fim, @talesnasir, homem branco, trans e bissexual. Tales também produz para Youtube, Instagram e Tiktok e ao todo soma 42.962 seguidores. Dos três, apenas Izabela é formada em Letras, Alec não fez faculdade e Tales iniciou Letras, mas não finalizou.

No segundo momento, foi aplicado um questionário semi-estruturado, disponível no Apêndice, p. 24, através de uma entrevista em videochamada com cada um dos criadores. As perguntas foram divididas em três momentos, sendo o primeiro para que falassem sobre si e sua relação com a literatura, o segundo sobre suas afinidades com a crítica e o seu fazer crítico, e o terceiro sobre a criação de conteúdo. Durante as conversas, foi utilizado um diário de campo, de modo a nos auxiliar com anotações extras que pudessem ser úteis, como o uso de expressões não verbais. Posteriormente, a conversa foi submetida a análise.

5. Análise e discussão dos resultados

Todos os criadores de conteúdo disseram que a literatura esteve presente no seu processo de autodescoberta de sua sexualidade e/ou identidade de gênero e essa ligação está associada aos seus objetivos e motivações em realizar suas críticas.

Tales: Eu quero que cada vez mais pessoas sintam isso que eu senti quando eu encontrei esses livros, apesar de eu ter encontrado com já quase 30 anos. Antes disso eu nunca tinha visto livros com protagonistas LGBTs e quando eu comecei a ver e comecei a sentir isso tipo cara que legal tem histórias que eu consigo me incluir, consigo me ver ali, consigo me sentir representado. Eu acho que trazer isso com conteúdo, com resenhas e tudo mais a gente estimula outras pessoas também e a gente ajuda a normalizar de certa forma.

Nessa fala, há dois pontos interessantes trazidos por Tales. Primeiro, a compreensão de que sua experiência, de até então não se ver representado em livros, não é isolada, pois ele deseja que "mais pessoas sintam isso que eu senti". O segundo é que o sentimento que o motiva a compartilhar e produzir conteúdo também está atrelado a um certo compromisso social, já que ele diz que "a gente ajuda a normalizar de certa forma". Algo semelhante parece estar na fala de Alec quando ele diz que a literatura foi uma aliada e suas críticas talvez possam ajudar outras pessoas a se entenderem também.

Alec: A literatura foi uma aliada muito grande pra mim nessa época de descobrimento, de autopercepção e auto entendimento, e eu gosto muito de compartilhar esse ponto de vista, sabe? Muita gente quando você vai ver produzindo conteúdo elas falam muito sobre a sinopse do livro, e não é isso que eu tenho o rolê, no meu de 15 minutos é 1 minuto contando a história do livro e nos outros 14 minutos eu vou ficar lá divagando sobre as coisas que vieram na minha cabeça por causa daquela leitura. E eu acho que isso pode ser também de apoio pra muita gente. Da mesma forma que demorou pra chegar pra mim, talvez não demore pra chegar para outras pessoas.

A fala de Alec também já revela um pouco sobre o seu processo de produzir um vídeo, que foi o foco da segunda parte da entrevista, que buscou entender se os criadores consumiam críticas literárias, como percebiam suas próprias e como as produziam. Nenhum deles tinham o hábito de ler críticas de jornais ou acadêmicas, porém todos disseram consumir críticas realizadas por outros criadores.

Izabela: A crítica oficial eu evito. Crítica de jornais, revistas, da mídia tradicional assim. E isso pra

livros, pra filmes, pra séries. Claro que uma vez ou outra eu esbarro. Eu tenho pra mim que literatura é uma coisa muito fluída. É uma coisa que é muito pessoal principalmente. Porque eu posso ler o mesmo livro que você, mas eu nunca vou ler o mesmo livro que você. Todas as nossas vivências, todas as nossas bagagens, conhecimentos de mundo e bla bla bla fazem com que a gente interprete aquilo de um jeito diferente. Por mais que eu seja formada em Letras, e trabalhe com livros, seja uma empresa de leitura de livros, eu ainda leio por prazer (...) porque querendo ou não, toda forma de arte está muito ligada a uma paixão, então crítica, seja ela mais engessada, a gente tenta tirar um pouco disso, a gente tenta tirar um pouco dos nossos sentimentos para fazer uma análise. Eu gosto da crítica que fala esse livro me fez bem, esse livro me tirou o chão, esse livro me fez falar dele na terapia, esse livro me fez ligar pra uma amiga chorando, esse livro me fez perceber que eu tava num relacionamento meio assim... essa crítica que faz eu me identificar que faz eu ler um livro, é o que faz eu querer falar sobre um livro e que fala comigo. Eu entendo que a crítica mais fechada seja necessária em alguns momentos, mas eu acho que ela já não conversa com o grande público hoje em dia.

Quando Izabela diz que na crítica mais engessada "a gente tenta tirar um pouco dos nossos sentimentos para fazer uma análise" sua impressão vai de encontro com Cândido (1999) quando ele fala sobre "suprimir a impressão pessoal em benefício de uma rigorosa objetividade". É possível perceber nas falas dela, assim como nas de Alec, uma diferença estabelecida. Há, de um lado, os críticos formais, que fazem a crítica mais engessada, mais impessoal e que destrincha o livro. De outro, estariam eles, que trazem mais humanidade, que exploram as emoções. Para a criadora, toda forma de arte está ligada a uma paixão e isso resulta em uma crítica que traz as sensações que o livro provocou, no impacto que a leitura teve na pessoa e o que ela sentiu. Tales também diz considerar em especial a emoção e a experiência em seus critérios de análise, assim como Alec, que acredita que um crítico formal e heterossexual não irá fazer uma análise mais cuidadosa e delicada de um livro com a temática LGBT+, mas abordá-lo de maneira fria e impessoal.

Tales: Eu considero um pouco de tudo, mas pra mim é mais importante a emoção, o sentimento. Eu foco mais na experiência, e acho que isso vai muito do público que você tá buscando atrair com a sua criação de conteúdo. No meu caso, eu quero um público que goste de ler esse tipo de livro que é um tipo voltado para um público mais jovem e tudo mais, então pra mim é mais importante essa lado da conexão com a história porque é o público que eu quero me acompanhando, não é tanto o público mais acadêmico nesse sentido, eu acho que é mais isso e mais natural pra mim.

Alec: Eu acho que não, principalmente se a gente fala de crítica mais formal. Eu acho que não. Porque normalmente o que esse crítico mais formal vai fazer é fazer uma análise muito impessoal

da literatura, sabe, vai botar uma lupa mesmo em cima daquilo ali e vai destrinchar meio que friamente o que ele tá lendo, a qualidade do texto e tudo mais. E eu acho que isso diferente muito da gente que não só é LGBT, mas principalmente que produz conteúdo para a internet porque a gente traz essa humanidade pra coisa, sabe, então eu não vou ficar ali analisando friamente o texto sendo que quem vai ler não é uma pessoa fria, é uma pessoa que tem seus próprios gostos, que sinceramente nem vai ligar para esse tipo de coisa. A gente tem essa aproximação com o público. Por isso eu acho que de repente um crítico mais especializado, mais formal assim, não vai analisar com esse cuidado, com essa delicadeza.

Ao dizer que "da gente que não só é LGBT, mas principalmente produz conteúdo para a internet porque a gente traz essa humanidade pra coisa", Alec traz dois apontamentos importantes. O primeiro, que também reflete a opinião dos demais criadores, que o crítico não é um sujeito neutro, isento e sem identidade, ser hétero ou LGBT traz uma perspectiva de leitura, situa o sujeito socialmente. Isso, inclusive, fica bastante explícito quando ele relata que no começo do canal ele sentia que precisava se adequar.

Alec: Eu sou um boiola muito desbocado, só que eu acho que no canal por ter esse peso de estar falando sobre literatura, que é uma coisa que as pessoas têm com mais apreço, acham que é outro patamar, eu era muito mais contido no meu jeito de gravar vídeo, tanto que os meus inscritos quando entravam no meu clube de apoiadores, eles estranharam, porque no canal eu era uma coisa, não que eu não fosse eu, mas era uma outra versão de mim, muito mais didática, muito mais polida, e quando elas me conhecem pessoalmente, eu sou muito espalhafatoso, tá ligado? E é uma coisa recente, de uns dois anos pra cá, que eu tenho me sentido a vontade 100%, não só de falar as coisas que eu quero, mas de ser quem eu sou.

Falar sobre literatura, na sua concepção da época e do público, não condizia com ser "um boiola muito desbocado" e "espalhafatoso". Como apontamos no início do texto, Halberstam (2020) diz que querer ser levado a sério faz as pessoas reproduzirem aquilo que já é conhecido e como o sério já um código para uma correção disciplinar. Para Alec, e para as pessoas no geral, não havia uma referência boiola, *queer*, para que ele pudesse ver no seu jeito um jeito que também versa sobre tópicos de outro "patamar", tópicos literários.

O segundo apontamento é quando ele sinaliza a produção de conteúdo como um espaço que possibilita trazer humanidade para a crítica, uma vez que ele conhece seu público e o que eles desejam.

Nesse sentido, quando indagados sobre suas comunidades, todos os

criadores disseram que conhecem seu público (que se dá através das interações, de enquetes, formulários dos próprios criadores etc). No caso de Alec e Tales, ele é composto majoritariamente por pessoas LGBTQ+, enquanto Izabela acredita ser composto pela maior parte por pessoas heterossexuais, por volta de 40/50. O conhecimento desse dado possibilita aos criadores adequar sua linguagem para fidelizar e atrair novas pessoas. Todos eles também acreditam que o fato de ser LGBTQ faz com que o público confie mais em suas análises de livros que também abordam essa temática.

Tales: Sim, principalmente quando é um livro que está dentro das minhas letrinhas no caso. Eu já vi inclusive pessoas falando contra, tanto autores que não são lgbt e só escrevem livros lgbs, ou a pessoa só resenha livros LGBTQs e a pessoa não é, isso acaba às vezes trazendo um pézinho atrás, a pessoa que está só pelo *hype* ou pelo *pink money*, as pessoas ficam um pouco mais distante.

Em termos de profissionalismo e credibilidade, que foi explorado na terceira parte da entrevista, onde o foco foi a criação de conteúdo, os criadores disseram possuir mais de 10 anos de experiência e relatam seguirem uma ética de trabalho onde não apenas deixam em evidência que não estão dispostos a vender ver suas opiniões e trabalham apenas com aquilo que estão alinhados, como também sempre sinalizam para o público quando se trata de uma publicidade. Esse posicionamento reflete dados recentes de um estudo realizado pela SQUID e divulgado pelo Digitalks (2023) que buscou entender o perfil dos influenciadores. Na pesquisa, 80% dos criadores afirmaram que o fator mais importante na decisão de fazer uma publicidade com marcas é se eles gostam ou não do produto ou serviço oferecido. 64% alegaram que o que fazem negarem é a falta de alinhamento com seus valores pessoais ou se as marcas estiverem envolvidas em escândalos de desastres ambientais, homofobia e racismo.

Os três entrevistados também acreditam que o nicho literário não é o nicho mais lucrativo da produção de conteúdo, que há mais interesse em parcerias de permuta. Outro ponto pertinente é quando os criadores dizem estabelecer outras relações e trabalhos a partir do seu trabalho na internet, Alec diz que "ao longo dos últimos tempos eu tenho desenvolvido uma certa autoridade que vai para fora do canal, que me deixa muito feliz".

Izabela: Todas as vezes que mando meu mídia kit para as editoras, eu deixo registrado que a opinião é minha. Vocês estão pagando pela entrega de uma resenha, não pela minha opinião. Então se eu não gostar, eu vou voltar atrás, a gente nem vai postar nada, a gente vai fingir que isso nunca aconteceu. Nunca aconteceu, mas eles sabem que existe essa possibilidade. Não vai ser legal pra mim, não vai ser legal pra vocês, vamos deixar baixo. Só que as editoras hoje em dia, depois de 12 anos trabalhando, elas sabem o que esperar de Bells Lopez. Elas sabem o que vou entregar, o que vou comunicar, sabem meu público, então hoje em dia com todas que eu trabalho, que são as maiores do país, não tem nem *briefing* mais. (...) Então quando chega uma publicidade meu público já sabe que eu queria ler aquele livro, ele sabe que os comentários ali são verdadeiros. Sempre aviso também que se trata de uma publicidade, nunca escondi. (...) É tudo explicado porque eu entendo a importância disso, segundo porque tem uma lei pra isso e terceiro porque o dinheiro das pessoas não é capim, porque o meu não é.

Tales: Não. Não é o mais lucrativo. Porque assim, a maioria das editoras querem fazer parcerias enviando livros, não querem pagar pela parceria. E ok, a gente gosta de receber livros, mas não paga conta de luz, então já temos esse problema. Autor independente não tem dinheiro, autor independente quando faz alguma coisa paga é muito pouca. (...) Então lucrativo nesse sentido não vejo muita possibilidade.

Alec: Eu faço muito bem. E eu acho também que ao longo dos últimos tempos eu tenho desenvolvido uma certa autoridade que vai para fora do canal, que me deixa muito feliz, então sei lá, desde 2020 eu to trabalhando com uma editora para trazer uma edição brasileira do meu livro favorito (...) a editora me chamou para prestar uma consultoria técnica. Ano passado na Bienal do Livro do Rio de Janeiro eu entrevistei a Cassandra Claire, uma das minhas autoras preferidas.

Há um consenso da parte de todos de que há uma descredibilização em relação ao criador de conteúdo, mas Tales traz o questionamento: quem são as pessoas que estão descredibilizando? Para ele, se trata de um público mais velho e conservador.

Tales: Descredibilizados por quem? Acho que até existe, mas por um público mais velho, mais conservador, mais pra esse lado. Na última Bienal de São Paulo foi recorde de vendas e os livros que foram recordes de vendas foram os livros que foram indicados pelos criadores de conteúdo. Então tá descredibilizando mas está vendendo? Não faz sentido. Acho que depende, está sendo descredibilizado por quem? Porque o público que se interessa pelo assunto e que vai comprar, que é a galera que de fato vai fazer a roda girar dá bastante crédito para eles e é o que importa. As pessoas também como um todo eu acredito que veem os criadores como a galera que de fato vai indicar os livros que elas querem ler, ou vai escrever um livro que de repente nunca pensaria em ler um livro sobre aquele assunto mas gosta daquele criador, então acaba que eu vejo os criadores de conteúdo muito inseridos nessa parcela de pessoas que vai comprar.

Tales cita a Bienal de São Paulo como exemplo e vale-se do fator vendas para argumentar. De fato, a pesquisa #Publi: o impacto da *Creators Economy* entre os internautas brasileiros, da IAB Brasil em parceria com a Offerwise (2023), revelou que 82% dos respondentes já haviam comprado algum produto ou serviço por recomendação de criadores e entre os formatos que mais impactam na decisão de compra estão as resenhas, que equiparam-se aos descontos e sorteios de produtos.

No que tange ao nicho literário, Diana Passy (2022), curadora da Bienal de São Paulo de 2022, em entrevista para O Globo, diz que o *TikTok*, acima de qualquer outra rede social, foi a bem mais sucedida em "formar leitores e alavancar a venda de livros". Segundo a matéria, diversas editoras tinham sessões em seus estandes classificadas como "bombou no *TikTok*". Na edição de 2024 foi anunciado no Instagram oficial da Bienal de São Paulo⁶ o 1º Encontro de Influenciadores, ocorrido no dia 18 de agosto, onde os criadores estavam presentes como uma espécie de embaixadores do evento.

Os dados e relatos indicam como os influenciadores podem ser notórios vendedores e ajudar a manter o mercado aquecido, mas como discutido anteriormente e trazido por Karhawi (2017), eles também têm o poder de colocar discussões em circulação e a movimentação do mercado também pode apontar para uma validação por parte do público, que não simplesmente só consome, como também confia nas indicações e nas análises que foram feitas.

6. Considerações finais

Neste trabalho buscamos compreender como os criadores de conteúdo LGBTQTs entendem seu papel ao resenhar criticamente obras literárias com o mesmo recorte e como lidam com questões de credibilidade e com conflitos de interesses.

Contrariando a percepção que de que muitas pessoas têm de que criadores de conteúdo literários não são confiáveis, profissionais e estão buscando apenas a popularidade e dinheiro, podemos observar no recorte desta pesquisa como os criadores entrevistados se veem especialistas no seu meio, todos apontando como já fazem isso há mais de uma década, construindo assim sua expertise e autoridade, e organizam seu trabalho de maneira profissional, adaptando seu modo de falar e produzir conteúdo conforme seu objetivo, público-alvo e plataforma. Quando realizam trabalhos com autores independentes ou editoras, deixam claro para seu público que se trata de um conteúdo pago, assim como também buscam se manter fiéis aos seus gostos e princípios, recusando falar de livros que não tenham gostado ou que não possam apontar problemas. Para eles, a popularidade não é o foco, uma vez que compreendem que realizam um trabalho nichado e buscam construir um público interessado no que propõem. Há um consenso por parte de todos eles que

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C92U1i3OTzw/?igsh=MThrNXpvZnBqbXRzdg==>. Acesso em 5 set. 2024.

ainda existe um estigma em torno do criador de conteúdo, que é descredibilizado por uma parcela que consideram mais velha e conservadora, sobretudo quando o tema em questão é a literatura, por ser vista como culta, mas que não representam o público, que está interessado em outra abordagem.

Os relatos que apresentamos nos mostram como a dinâmica das redes sociais influenciam no fazer da crítica. Se antes os críticos não tinham informações sobre quem eram os seus leitores e não tinham uma interação direta com eles, hoje isso é o oposto. O crítico está sujeito ao diálogo com quem o consome, possibilitando que reflita sobre sua escrita, sobre quais livros irá ler e quais pontos irá destacar. Se por um lado essa abordagem pode ser questionada, uma vez que o contato com o público pode afetar negativamente o juízo frente a obra, por outro, esse movimento também revela um possível caráter profissional que há nessa produção, que é pensada e analisada considerando também aqueles que consomem. Diante disso, nos perguntamos: o que faz com que esses profissionais que possuem critérios, experiência, expertise, ética de trabalho e público não sejam vistos como críticos? O espaço onde se publica, quem fala e sobre quais livros se fala, talvez tenha um papel em como essas críticas são percebidas. A democratização dos espaços de fala, dentro da cultura participativa, possibilitou que esses ditos amadores pudessem compartilhar seus conhecimentos e paixões, e apesar de vermos aproximações deles com a crítica impressionista do século passado, há ainda certa resistência em legitimá-los enquanto tal, enquadrando-os como menores e superficiais, desconsiderando outros saberes possíveis que não são validados por instituições ou pelas mídias tradicionais.

Acreditamos que essa pesquisa auxilia na ampliação da compreensão do uso das redes pelos criadores de conteúdo, sua profissionalização e, em especial, sobre a relação que pode ser estabelecida entre eles e a crítica literária. Outras pesquisas podem ser realizadas a fim de aprofundar os tópicos aqui trabalhados e explorar mais aspectos da produção e recepção das críticas realizadas.

Referências bibliográficas

AGUIAR, C. M. **Booktubers e o legado da crítica de rodapé: mediação cultural e impressionismo crítico**. In: Todas as Letras – Revista de Língua e Literatura, São

Paulo, v. 26, n. 1, p. 1-13, jan./abr. 2024. DOI: <https://doi.org/10.5935/1980-6914/eLETDO16848>.

CAMARGO, I.; ESTEVANIM, M.; SILVEIRA, S. C. da. **Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o surgimento dos influenciadores digitais**. In: Revista Comunicare, São Paulo: Cásper Líbero, v. 17, p. 96-118, 2017.

CANDIDO, Antonio. **Crítica Impressionista**. In: Remate de Males, número especial, Campinas, SP: Unicamp, 1999.

CASARIN, R. Mercado literário: Os booktubers vão substituir os críticos especializados? **Uol Entretenimento**. 2015. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2015/08/15/mercado-literario-os-booktubers-vaao-substituir-os-criticos-especializados.htm>. Acesso em: 01 abr. 2024.

DIGITALKS. Estudo inédito traça raio-x dos criadores de conteúdo. **Digitalks**. 2023. Disponível em: <https://digitalks.com.br/noticias/estudo-inedito-traca-raio-x-dos-criadores-de-conteudo/>. Acesso em: 30 ago. 2024.

GABRIEL, Ruan. Bienal do Livro de São Paulo mostra força do TikTok entre jovens leitores. **O Globo**. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/noticia/2022/07/bienal-do-livro-de-sao-paulo-mostra-forca-do-tiktok-entre-jovens-leitores.ghtml>. Acesso em: 30 ago. 2024.

GERVASON, J. ; SCHLLHAMMER, KARL E. **Cibercaminhos da crítica: prolegômenos para pensar a crítica brasileira literária em ambiente virtual**. In: VERBO DE MINAS, v. 20, p. 9-26, 2019.

FLACSO. **Juventudes na escola, sentidos e buscas: por que frequentam?**. Brasília. 2015. Disponível em: https://flacso.org.br/files/2015/11/LIVROWEB_Juventudes-na-escola-sentidos-e-buscas.pdf Acesso em: 2 ago. 2024.

FONAPRACE/ANDIFES. **V Pesquisa Nacional de Perfil Socioeconômico e Cultural dos Graduandos da IFES**. Brasília: FONAPRACE/ANDIFES, 2019. Disponível em: <https://www.andifes.org.br/wp-content/uploads/2019/05/V-Pesquisa-Nacional-de-Perfil-Socioeconomico-e-Cultural-dos-as-Graduandos-as-das-IFES-2018.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2024.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 5. ed. Campinas: Editora Autores Associados, 2018.

HALBERSTAM, Jack. **A arte queer do fracasso**. Recife: CEPE, 2020.

IAB BRASIL. **#Publi: o impacto da creators economy entre os internautas brasileiros**. 2023. Disponível em: https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2023/06/Pesquisa_Creators_Economy-1.pdf. Acesso em: 30 de ago. 2024.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. In: **Revista Comunicare**, v. 17 - Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017.

KARHAWI, Issaaf. **A percepção do público sobre a profissionalização dos blogs de moda: um estudo exploratório**. Intercom, 2016.

MALTA, Jessica. Entenda o que é o BookTok e como o TikTok tem impulsionado a leitura no país. **O Tempo**, 2023. Acesso em: 29 abr. 2024.

MURANO, Cauê. Booktubers são os novos críticos literários jabazeiros ou só youtubers que falam de livros?. **G1**. 2018. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/10/01/booktubers-sao-os-novos-criticos-literarios-jabazeiros-ou-so-youtubers-que-falam-de-livros.ghtml>. Acesso em: 20 jun. 2024.

NIELSEN. **Um novo capítulo na inclusividade: como o público LGBTQ+ está revitalizando a mídia tradicional**. Disponível em:

<https://www.nielsen.com/pt/insights/2022/a-new-chapter-in-inclusivity-how-lgbtq-audiences-are-reviving-traditional-media/>. Acesso em: 30 mai. 2024.

NAVARRO, Victoria. Influenciadores são importantes na decisão de compra. **Meio e Mensagem**. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/influenciadores-ganham-importancia-na-decisao-de-compra>. Acesso em: 04 jun. 2024.

NINA, Cláudia. **Literatura nos jornais. A crítica literária dos rodapés às resenhas**. São Paulo. Summus Editorial, 2007.

PIRES, Paulo. A impostura booktuber. **Época**. 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/paulo-roberto-pires/a-impostura-booktuber-23004427>. Acesso em: 25 mai. 2024.

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

SÜSSEKIND, Flora. “Rodapés, tratados e ensaios: a formação da crítica brasileira moderna”. In: **Papéis colados**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2002.

VIZIBELI, D. **Contrastes entre a crítica literária especializada e amadora: os booktubers e os discursos sobre o livro e a leitura**. In: *Texto Livre*, Belo Horizonte-MG, v. 9, n. 2, p. 1–12, 2016. DOI: 10.17851/1983-3652.9.2.1-12. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/16723>. Acesso em: 22 jun. 2024.

APÊNDICE – Roteiro com as perguntas da entrevista

1. Qual a sua relação com a literatura? Ela te ajudou no seu processo de autoconhecimento?
2. O que te motivou a fazer críticas aos livros LGBTs?
3. Com qual objetivo você realiza suas críticas sobre livros LGBTs?
4. Ao realizar uma crítica, o que você leva em consideração?
5. Existem diferenças de critério ou de atenção ao realizar a crítica de um livro LGBT para outro que não seja LGBT?
6. Você tem formação em qual área?
7. Você acha que criadores de conteúdo, mesmo quando especialistas, são descredibilizados?
8. Você acredita que ser LGBT influencia na maneira como você interpreta uma obra (LGBT ou não)?
9. Seu público é majoritariamente LGBT?
10. Você acha que os comentários te auxiliam também na forma de ler e interpretar a obra?
11. Você acredita que o fato de ser LGBT faz com que o público LGBT confie mais nas suas resenhas críticas? Por quê?
12. Como você lida com questões éticas envolvendo resenhas que são pagas?
13. Você se considera um especialista no seu nicho?
14. O que diferencia um crítico profissional de um amador?