

CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE JUIZ DE FORA

ANA PAULA CRUZEIRO

iBOOK:

ESCRITAS DE SI NA LITERATURA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

Juiz de Fora
2019

ANA PAULA CRUZEIRO

iBOOK:

ESCRITAS DE SI NA LITERATURA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras, do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, CES/JF, área de concentração: Literatura Brasileira. Linha de pesquisa: Literatura Brasileira: enfoques transdisciplinares e transmidiáticos.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Juliana Gervason Defilippo

Juiz de Fora
2019

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca CES/JF

C957

Cruzeiro, Ana Paula,
Ibook: escritas de si na literatura brasileira contemporânea / Ana
Paula Cruzeiro, orientadora Dr^a. Juliana Gervason Defilippo.- Juiz de Fora:
2019.

112 p., il.color.

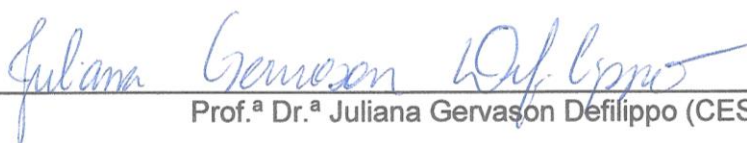
Dissertação (Mestrado – Mestrado em Letras: Literatura brasileira) –
Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, 2019.

1. Literatura Brasileira Contemporânea. 2. Autobiografia. 3. Biografia.
4. Internet. 5. Youtubers. I. Defilippo, Juliana Gervason, orient. II. Título.

CDD: B869.1

CRUZEIRO, Ana Paula. **iBOOK**: narrativas do eu na literatura brasileira contemporânea. Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras, do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, CES/JF, área de concentração: Literatura Brasileira. Linha de pesquisa: Literatura Brasileira: enfoques transdisciplinares e transmidiáticos, realizada no 2º semestre de 2019.

BANCA EXAMINADORA


Prof.ª Dr.ª Juliana Gervason Defilippo (CES/JF)


Prof. Dr. Rogério de Souza Sérgio Ferreira (UFJF)


Prof. Dr. Edmon Neto de Oliveira (CES/JF)

Examinada em: 23 / 09 / 2019.

Dedico este trabalho com muito amor ao meu querido marido, Paulo Ricardo Coelho Guimarães.

Dedico-o também aos jovens *youtubers* e escritores que, por meio de suas obras, nos possibilitaram as discussões e reflexões que compõem este estudo.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por ter iluminado minha mente e me dado inspiração nos dias mais fáceis e especialmente nos mais difíceis.

Aos meus familiares, aos amigos, colegas que torceram sempre pelo meu sucesso. Essa vitória também é de vocês!

À minha orientadora Prof.^a Dr.^a Juliana Gervason Defilippo, pelo carinho, pela paciência, compreensão e amizade nesse período. Por ter me apresentado de forma muito inspiradora esse tema, que nos é tão caro. Obrigada por compartilhar comigo seus conhecimentos, especialmente da relação entre Literatura e Ciberespaço.

Aos professores do Programa de Mestrado em Letras (Literatura Brasileira) do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, pelos conhecimentos transmitidos, por mudarem minha formação acadêmica e me fazerem amar, ainda mais, a Literatura. Vocês são exemplos para mim. À Prof.^a Dr.^a Moema Rodrigues Brandão Mendes, que me recebeu de braços abertos e me fez acreditar que uma jornalista era sim capaz de se tornar Mestre em Literatura. Obrigada por me fazer sentir tão especial.

Ao Prof. Dr. Rogério de Souza Sérgio Ferreira e ao Prof. Dr. Alex Sandro Martoni, meu sincero agradecimento pelo apoio, acolhimento, indicações literárias e entusiasmo que ambos demonstraram pelo tema exposto nesta pesquisa. O olhar atento, especializado e crítico de vocês mudou o percurso desse trabalho e o levou para um caminho ainda mais produtivo. Agradeço ainda o Prof. Dr. Edmon Neto de Oliveira por aceitar o convite para compor a banca de defesa.

Ao meu marido, Paulo Ricardo Coelho Guimarães, pelo amor, apoio e incentivo. Por acreditar em minha capacidade e jamais ter desistido deste que se tornou também um sonho seu. Divido como você, mesmo que de forma simbólica, esse título. Obrigada!

A literatura é um bem imaterial que se concretiza em qualquer suporte, caro ou barato. Todas as pessoas alfabetizadas podem chegar a ela.

Leyla Perrone-Moisés

RESUMO

CRUZEIRO, Ana Paula. ***iBOOK***: escritas de si na literatura brasileira contemporânea. 111 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Letras). Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019.

Publicações oriundas do contexto de autoexposição proporcionado pelo ambiente virtual se transformaram em uma oportunidade no estudo da Literatura Brasileira Contemporânea. Não só para as editoras, interessadas na alta vendagem oriunda deste fenômeno, mas também para o campo da análise acadêmica de um outro fenômeno propiciado por essas publicações: a aproximação de jovens dos livros em sua plataforma tradicional, fenômeno contrário ao profetizado por muitos estudiosos que acreditavam no fim dos livros de papel. Atualmente grande parte da literatura produzida por jovens *youtubers* brasileiros é composta por publicações de narrativas que contam a vida do autor: biografias, autobiografias e autoficções. Todo esse percurso faz um significativo diálogo entre a Literatura e a Cibercultura. O caminho percorrido por esses autores segue a busca do reconhecimento, via olhar do outro, a partir da exposição desses “internautas-escritores” na Rede Mundial de Computadores e chega às livrarias com seus nomes estampados na capa dos livros impressos. Esta dissertação objetiva propor reflexões sobre o que está sendo produzido por esses novos escritores para analisar se tal produção literária impressa corresponde ao conceito tradicional firmado para tais gêneros da literatura íntima, ou se novas categorias estariam se formando. Diante do caminho percorrido e de toda análise aqui exposta, concluímos que há a gênese de um novo gênero, híbrido, que mistura características próprias da autobiografia, da autoficção e da autoajuda, resultando em uma nova produção literária voltada, especialmente, para o público jovem e adulto.

Palavras-chave: Literatura Brasileira Contemporânea. Autobiografia. Biografia. Internet. *Youtubers*.

ABSTRACT

Publications in the context of self-exposure provided by the virtual environment have become an opportunity in the study of Contemporary Brazilian Literature. This is true not only for publishers who are interested in the generous sales arising from this phenomenon, but also for the field of academic analysis of this different phenomenon provided by these publications: the approximation of young people to books in their traditional platform, a phenomenon contrary to that prophesied by many scholars who believed in the end of paper books. Currently much of the literature produced by young Brazilian youtubers is composed of narrative publications that tell the author's life: biographies, autobiographies and self-fictions. This whole path makes a significant dialogue between Literature and Cyber culture. The path taken by these authors follows the pursuit of recognition, through the eyes of others, from the exposure of these "Internet-writers" on the World Wide Web and these reach bookstores with their names stamped on the cover of printed books. This dissertation aims to propose reflections on what is being produced by these new writers, to analyze and to verify if this printed literary production corresponds to the traditional concept established for such genres of intimate literature, or, whether new categories should be formulated. Given the path taken and all the analysis exposed here, we conclude that there is the genesis of a new genre, a hybrid one, which mixes characteristics of autobiography, self-fiction and self-help, resulting in the formation of a new literary production focused especially on the young and adult audience.

Keywords: Contemporary Brazilian Literature. Autobiography. Biography. Internet. Youtubers.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1	Possibilidade de interação no <i>YouTube</i> por meio das reações de gostar e não gostar	22
Imagem 2	Capas dos livros de Kéfera e Maju	41
Imagem 3	Imagem principal do canal do <i>YouTube</i> de Kéfera Buchman	45
Imagem 4	Os filmes protagonizados por Kéfera Buchmann	46
Imagem 5	Kéfera Buchmann falando em seu canal sobre sua estreia na novela	47
Imagem 6	Kéfera Buchmann falando em seu canal sobre o lançamento de seu livro na Bienal	48
Imagem 7	Kéfera Buchmann na Bienal do Livro de São Paulo, em 2015	49
Imagem 8	Kéfera Buchmann na Bienal do Livro de São Paulo, em 2016	50
Imagem 9	Página do livro Muito mais que 5inco minutos , a qual demonstra como a autora começa cada capítulo utilizando o símbolo de <i>hashtag</i>	54
Imagem 10	Página do livro Muito mais que 5inco minutos , a qual demonstra uma fotografia da autora	55
Imagem 11	Imagem principal do canal no <i>YouTube</i> de Maju Trindade	58
Imagem 12	O filme no qual Maju Trindade fez participação no ano de 2016	59
Imagem 13	Maju Trindade falando do lançamento de seu livro na 24ª edição da Bienal de SP	60
Imagem 14	Publicação do <i>Facebook</i> de Maju Trindade sobre a pré-venda do livro Maju	60
Imagem 15	Introdução do livro de Maju Trindade	63
Imagem 16	Ficha catalográfica do livro Maju Trindade	64
Imagem 17	Páginas do livro Maju , as quais a autora utiliza <i>emoticons</i>	66
Imagem 18	Página do livro Maju a qual demonstra uma ilustração da autora	67
Imagem 19	Visualização do gênero autoaproximação	96

LISTA DE TABELAS

Tabela	1	Posição do Brasil no <i>ranking</i> de <i>blogs</i> em 2010	27
Tabela	2	Comparação entre os gêneros biografia, autobiografia e autoficção ..	91
Tabela	3	Aspectos em comum nos livros Muito mais que 5inco minutos e Maju	95

LISTA DE SIGLAS

WWW *World Wide Web*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	INTERNET E LITERATURA: CIBERCAMINHOS E CIBERREALIDADES...	16
2.1	O <i>YOUTUBE</i>	20
2.2	A CELEBRAÇÃO DO EU NO ESPAÇO DIGITAL	25
2.3	A CULTURA DA CONVERGÊNCIA E A CIVILIZAÇÃO DO ESPETÁCULO .	31
2.4	CONTRA TODAS AS PROFECIAS: OS LIVROS IMPRESSOS DOS <i>YOUTUBERS</i>	32
3	CORPUS DA PESQUISA: LIVROS KÉFERA BUCHMANN E MAJU TRINDADE	41
3.1	SOBRE O LIVRO DE KÉFERA BUCHMANN	43
3.2	SOBRE O LIVRO DE MAJU TRINDADE	56
4	NARRATIVAS DE SI: ONDE O LEITOR E ONDE A LITERATURA	71
4.1	A BIOGRAFIA E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS	72
4.1.1	Características biográficas no <i>corpus</i> analisado	75
4.2	A AUTOBIOGRAFIA E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS	76
4.2.1	Características autobiográficas no <i>corpus</i> analisado	80
4.3	A AUTOFICÇÃO E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS	82
4.3.1	Características autoficcionais no <i>corpus</i> analisado	87
4.4	COMPARAÇÃO ENTRE OS GÊNEROS BIOGRAFIA, AUTOBIOGRAFIA E AUTOFICÇÃO	90
4.5	PARA ALÉM DA ESCRITA ÍNTIMA	91
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
	REFERÊNCIAS	97
	APÊNDICES	100

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo analisar a produção literária relacionada às escritas de si, assinada por jovens *youtubers* brasileiros. Nesta perspectiva, adotaremos como *corpus* duas publicações oriundas do contexto de autoexposição proporcionado pelo ambiente virtual, livros das *youtubers* Kéfera Buchmann e Maria Julia Trindade Frias Devasio. Tanto estes quanto os demais livros produzidos pelos usuários desta plataforma tornaram-se objeto de desejo dos internautas que seguem os *youtubers* em suas mídias sociais. São publicações que, na sua grande maioria, empregam uma linguagem acessível e abordam questões íntimas de seus autores, fatores de importante aproximação com o público leitor, tendo alcançado, nos últimos anos, marcas significativas de vendagem.

A primeira obra eleita para análise foi a publicação de estreia da curitibana Kéfera Buchmann, nascida em vinte e três de janeiro de 1993. A escritora criou seu canal no *YouTube* em 2010, aos dezessete anos de idade. Hoje ocupa um papel de destaque nas redes sociais, com um número significativo de seguidores. Até o momento, Buchmann publicou as obras **Muito mais do que cinco minutos**, em 2015, **Tá gravando: e agora?**, em 2016, e estreando na ficção com o romance **Querido, dane-se**, em 2017. O livro que será analisado ao longo da presente pesquisa é **Muito mais que 5inco minutos**, em cuja contracapa é assim descrito:

Com uma mistura de humor, improviso e sinceridade chocante, Kéfera Buchmann é hoje um dos maiores fenômenos da internet brasileira. Seu canal no *YouTube*, 5inco Minutos, é assistido por milhões de pessoas. Mas de onde surgiu o furacão Kéfera? É o que ela conta neste livro, que reúne histórias pré-fama de sua infância e da adolescência (BUCHMANN, 2015).

O segundo livro componente do *corpus* em análise refere-se à primeira publicação da paulista Maju Trindade, nascida em treze de junho de 1998. A *youtuber* também possui um canal criado no ano de 2011, quando tinha apenas doze anos de idade. Maju também ocupa lugar de destaque nas redes sociais e publicou seu primeiro e único livro, homônimo, no ano de 2016. Segundo apresentação da editora na contracapa da obra:

Maju Trindade é uma garota simples, mas cheia de personalidade e atitude. Ela impressiona não só pelo visual, que mistura piercing no nariz com combinações de roupas originais tiradas de sua cabeça, mas também pelo jeito espontâneo com que fala tanto da vida no interior quanto da fama. Seu

primeiro livro, Maju, não deixa dúvidas de por que essa menina de dezoito anos virou a musa da internet brasileira (TRINDADE, 2016).

Mesmo diante dessas publicações que alcançaram números significativos de vendas, e serão detalhadas ao longo deste trabalho, é possível notar que são textos ainda ignorados ou desprezados por uma parcela significativa dos professores de adolescentes. Paralelamente, são também inexplorados por grande parte dos pesquisadores da área dos estudos literários e, igualmente, pelos críticos. Ao optarmos por analisar e realizar estas discussões, não estamos tentando validar ou atribuir valor aos livros que comporão o *corpus* de análise, tampouco pretendemos discutir o que é baixa ou alta Literatura – se é que é possível estabelecer tal discussão na perspectiva aqui adotada. O que pretendemos com a presente pesquisa é, diante deste fenômeno, estabelecermos uma reflexão essencial para pensar e compreender a atual produção literária contemporânea, tal como é consumida por uma geração que cresceu cercada pelas piores profecias a respeito da morte do livro e também da Literatura. Neste sentido, cabe retomar a fala de Graça Paulino (2014) acerca do próprio conceito de Literatura:

Durante 25 séculos [...] as pessoas produziram obras que hoje chamamos de literatura, embora o sentido moderno do termo tenha pouco mais de 200 anos de idade. Isso significa que não podemos permanecer presos a esse sentido romântico do termo, uma vez que muitos textos considerados literários na época já não o são, e outros, postos à margem da literatura, hoje são admitidos como a ela pertencentes (PAULINO, 2014, p. 80).

Para tanto, conforme já dito anteriormente, avaliar se a produção literária objeto de análise desta dissertação, algum dia será considerada alta Literatura ou se tornará indiferente, não é o nosso propósito. A respeito deste fenômeno, recorreremos também à afirmação da pesquisadora Leyla Perrone-Moisés, quando esta diz que o grande juiz da obra literária é o tempo (PERRONE-MOISÉS, 2016).

Em um primeiro momento de desenvolvimento do trabalho, realizaremos uma análise das publicações impressas dos escritores, sob a ótica de teóricos da literatura. Nesse momento, falaremos ainda do *website YouTube*, com destaque para o surgimento da plataforma, até o crescimento desse ambiente no espaço virtual da atualidade. Ainda discorreremos sobre a busca da manifestação do real pelos usuários da Internet, e, por isso, o interesse de leitores, especialmente jovens, por obras relacionadas às escritas de si, como as analisadas neste trabalho.

Em um segundo momento da pesquisa, faremos a análise detalhada de cada livro que irá compor nosso trabalho, conceituando os títulos e analisando se eles pertencem aos gêneros da Literatura: biografia, autobiografia, e / ou autoficção, que serão estudados com mais cuidado nesse percurso. Ao retomarmos o conceito clássico dos gêneros citados, buscaremos refletir se o *corpus* em questão é correspondente ou nos permite afirmar que um novo conceito está se formando. Nesse sentido, buscar-se-á apresentar, a partir de um percurso teórico, os três conceitos dos gêneros de escritas de si para comparar, por intermédio de uma análise crítica e exemplos pertencentes ao *corpus*, se o conteúdo produzido por esses escritores *youtubers* corresponde ao conceito tradicional desses gêneros ou se uma nova categoria estaria se formando.

Em função do fato de que o objeto de pesquisa é relativamente novo para os estudos científicos e acadêmicos, ainda dispomos de pouco material publicado dentro da academia. Nesse sentido e paralelamente ao fato de que a mestrande e autora da presente dissertação é, em sua primeira formação, jornalista, como parte do objeto de pesquisa deste trabalho decidimos recorrer a sites de notícias considerados de credibilidade na área jornalística. Desta forma, pudemos, igualmente, sustentar uma das justificativas desta pesquisa que percebe este nicho de produção como algo que ultrapassa a simples definição de literatura de entretenimento e merece uma atenção mais diligente. Algumas obras atingiram número de vendas significativos e despertaram o interesse de grandes editoras, assim como da imprensa. Para além do interesse financeiro e mercadológico, o conteúdo vem se tornando notório na formação de um determinado público leitor e, por isso, é digno de ser refletido. O que se pretende fazer com apreço nas próximas páginas desta dissertação.

2 INTERNET E LITERATURA: CIBERCAMINHOS E CIBERREALIDADES

Os séculos XX e XXI dividem dois fenômenos de comunicação que mudaram a maneira do homem perceber o mundo e se comunicar com ele. Sobre esses acontecimentos, a ensaísta e pesquisadora argentina Paula Sibilia (2016) disserta que:

[...] O século XX assistiu ao surgimento de um fenômeno desconcertante: os meios de comunicação de massa baseados em tecnologias eletrônicas. É muito rica, embora nem tão longa assim, a história dos sistemas fundados no princípio de *broadcasting*, tais como o rádio e a televisão, tipos de mídia cuja estrutura comporta uma fonte emissora que envia mensagens padronizadas para muitos receptores. Já nos primórdios do século XXI, testemunhamos a consolidação deste outro feito igualmente impactante: com uma rapidez inusitada, os computadores interconectados através das redes digitais de abrangência global se converteram em inesperados meios de comunicação (SIBILIA, 2016, p. 19, grifo da autora).

É verdade então que, desde o início do século XXI, a sociedade vem se conectando e utilizando cada vez mais um ambiente que se tornou parte do cotidiano da grande maioria de pessoas mundo afora; o ciberespaço. Em sua pesquisa,¹ Jennifer Celeste (2018) aponta que o termo foi idealizado pelo escritor americano William Gibson, aparecendo pela primeira vez na obra **Neuromancer** (1984). Ainda sobre o termo, o teórico francês Pierre Lévy (2010b) afirma que o ciberespaço vem se tornando um dos mais importantes canais de comunicação entre os indivíduos e, ainda, um expressivo suporte de memória para a humanidade. O mesmo autor vai interpretar o neologismo como: “[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 2010b, p. 94). Ainda no contexto de características do ciberespaço, Lévy (2010b) vai enumerar três funções do termo: o acesso efetivo aos recursos disponibilizados pelos computadores; a transferência de dados e realização de *uploads*; e, por fim, a troca de mensagens. Para Lévy (2010b), o ciberespaço, que também pode ser denominado metamundo virtual, não se configura como local no qual somente ocorrem interações sociais e transações ligadas à aprendizagem, ao entretenimento ou à economia. Afirma que, nesse ambiente, também se promove o contato com a memória inerente às antigas culturas, assim como aquela que irá se construir com base nas distintas formas de manifestação que irão demarcar a

dinâmica da cibercultura, apresentada pelo estudioso como neologismo que abarca “[...] o conjunto de técnicas, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço [...]” (LÉVY, 2010b, p. 17).

Justamente por ser um ambiente comum a quem produz e a quem o utiliza, o ciberespaço desenvolve uma relação e um sistema próprios, denominado cibercultura. Em sua pesquisa, Celeste (2018) vai explicar ainda que, para Lévy (2010b), a cibercultura corresponde à expressão de desejos relativos à construção de laços sociais com base na existência de interesses comuns entre os indivíduos e na oferta de compartilhamento de saberes, que conduz à promoção de aprendizagem de cunho cooperativo fazendo uso de processos abertos de colaboração. José Antônio Martinuzzo (2016), por sua vez, nos apresenta a outra definição:

[...] uma extensão simbólico-cognitiva constituída comunicacionalmente nos limites das interfaces mediatizadas viabilizadas por intermédio de redes de mídias on e offline e conteúdos informacionais por elas e/ou nelas produzidos, distribuídos e compartilhados (MARTINUZZO, 2016, p. 12 - 13 apud VASCONCELLOS, 2018, p. 116).

Mas cabe ressaltarmos que nem todos podem “usufruir das maravilhas da vida on-line” (SIBILIA, 2016, p. 48) e deste compartilhamento de informações: “Apesar da rápida popularização, é arriscado prever uma universalização dessas práticas no horizonte próximo, sobretudo se considerarmos que 40% da população mundial tampouco dispõe de uma tecnologia bem mais antiga e reconhecidamente mais básica: o vaso sanitário” (SIBILIA, 2016, p. 49).

Estamos no ano de 2019 e, ainda assim, a própria televisão não está presente em todos os lares, e a Internet, menos ainda. Segundo os dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, a PNAD C, divulgada no ano de 2016 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e exposta no Caderno de Tecnologia do site G1 em fevereiro de 2018, o Brasil fechou o ano de 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à Internet, o que equivale a 64,7% da população com idade acima de dez anos. Mesmo esse número representando um crescimento de pouco mais de 1% em relação aos dados da mesma pesquisa

¹ **O livro nos tempos de #likes:** transfigurações na literatura brasileira contemporânea. Dissertação defendida do Programa de Mestrado do CES/JF, no ano de 2018.

tabulados pelo mesmo Instituto, em um universo de 208,5 milhões de habitantes, segundo o IBGE, pelo menos 73,6 milhões de pessoas não têm acesso ao mundo digital.

Para isso, os estudiosos do tema já têm denominação e conceito constituídos para aqueles que não são contemplados com estas mídias:

[...] o conceito de tecno-apartheid, que procura nomear essa nova cartografia da Terra como um arquipélago de regiões ou cidades – ou mesmo certos bairros – muito rico, como forte desenvolvimento tecnológico e financeiro, em meio ao oceano de uma população mundial cada vez mais empobrecida [...] (SIBILIA, 2016, p. 50, grifo da autora).

Ainda na seara dos excluídos digitais, Sibilia (2016) irá nos dizer que há até então uma grande parte da população que não está inserida nesta rede. Estes milhões ou mesmo bilhões de pessoas em todo mundo que, no entanto, habitam este mesmo planeta, são excluídos dos paraísos extraterritoriais do ciberespaço, condenados à cinza imobilidade local em plena era multicolorida do *marketing* global. E o que talvez seja ainda mais penoso na sociedade do espetáculo² a qual segue parâmetros de só é o que se vê: “nesse mesmo gesto, tal contingente também é condenado a um tipo de invisibilidade julgado próximo à inexistência” (SIBILIA, 2016, p. 50).

A existência de tais dados e sua pertinência ao expô-los na presente pesquisa atesta que não ignoramos ser esta uma realidade brasileira. E sabemos, ademais, que ao nos referirmos aos leitores e produtores de conteúdo digital, estamos falando de uma parcela pequena da população de jovens brasileiros – isso para não entramos na seara da analfabetização, que excluiria ainda outro percentual significativo. Nesse sentido, sabemos que dentro de nosso recorte estamos tratando de um outro recorte populacional privilegiado e singular. Porém, consideramos importante estabelecer tal análise – ainda que dentro de um quadro de exceção – porque são estes os jovens que estão imersos no virtual e expostos às profecias outrora apocalípticas que consideravam ser este o ambiente que acabaria com o livro e, conseqüentemente, com a Literatura. Logo, ao nosso ver, lançar um olhar para estes jovens e seus hábitos de leitura e interesses é, igualmente, lançar um olhar para a Literatura Brasileira Contemporânea.

² A expressão sociedade do espetáculo surge a partir da obra **La société du spectacle**, publicada pelo escritor francês Guy Debord, em 1967. O livro é uma crítica sobre consumo, sociedade e capitalismo.

Para a grande maioria dos indivíduos que são considerados os incluídos digitais e têm pleno acesso aos meios de comunicação de massa, incluindo a *World Wide Web* (WWW), o escritor americano Nicholas Carr (2011) afirma que:

[...] A net tornou-se essencial para o seu trabalho, escola ou vida social, e, frequentemente, para todos os três. [...] O que é claro, contudo, é que, para a sociedade como um todo, a net se tornou, em apenas vinte anos, o meio de comunicação e informação de predileção universal (CARR, 2011, p. 23).

Agregado a este ambiente universal de compartilhamento, o século XXI se estabeleceu como um período de extrema necessidade de partilha de informações utilizando-se do espaço virtual. Este compartilhamento, oriundo da globalização possibilitada pela WWW tem se tornado ainda mais significativo no campo da individualidade. Aplicativos, mídias e plataformas digitais possibilitam que os indivíduos publiquem fotos e vídeos de conteúdos que, outrora, eram compartilhados apenas nos espaços íntimos. A Internet intensificou a busca pelo reconhecimento, via olhar do outro, que alcançou também o espaço digital e tornou-se meio de troca nas relações cibernéticas.

Diante deste largo compartilhamento de informações, é possível percebermos que os internautas, sejam eles as celebridades digitais ou os usuários comuns, aspiram por *status* por meio da aparência na rede mundial de computadores, uma vez que esta condição viera a se tornar uma forma de aceitação na contemporaneidade. O jornalista e escritor peruano Mario Vargas Llosa (2013), a este fenômeno dera o nome de Civilização do Espetáculo – qualificação a qual será detalhadamente discutida ao longo desta pesquisa – e afirmou que a palavra está cada vez mais subordinada à imagem, sobretudo se considerarmos a força da representação nas plataformas virtuais justamente na formação de uma cultura de massa. Segundo o ensaísta italiano Umberto Eco (2011), a cultura de massa – tão abominada por vários críticos – não tomou o lugar da cultura dita superior; ela simplesmente se difundiu junto à enorme massa que antes não tinha acesso aos bens culturais. Para a professora Jean Burgess e o jornalista Joshua Green (2009), “[...] o fascínio da imagem atinge seu ápice quando nós somos a própria mensagem” (BURGESS & GREEN, 2009, s/p).

Logo, é possível constatarmos que muitos indivíduos da contemporaneidade, imersos nas tecnologias e capturados pelas mídias, estão cultuando a imagem e a

espetacularizando. Com difusão cada vez mais veloz da Internet, este plano de vida ostentoso tomara ainda maiores proporções. Citando como exemplo os *youtubers* que serão aqui analisados, grande parte coloca toda sua individualidade à disposição da comunidade seguidora na Internet e constrói sujeitos que, muitas vezes, ocupam lugar de artista/celebridade/influenciador no imaginário de seus discípulos. Dedicamos a próxima subseção para abordar tal fenômeno de mídia social que continua crescendo desde sua fundação.

2.1 O YOUTUBE

Estudar as novas celebridades é proporcionar uma leitura da sociedade contemporânea.

Vera França

Em virtude desse estouro de criatividade e visibilidade midiática, entre aqueles que antes costumavam ser meros leitores ou espectadores passivos, teria chegado ‘a hora dos amadores’.

Paula Sibilía

A palavra *You* significa você, enquanto *Tube*, canal, o termo nada mais é do que um canal sobre você. Para além do significado da palavra *YouTube* corresponde a um *website* que surgira em meados do ano de 2005, e hoje, conforme afirmam Burgess e Green (2009)³, é considerado o maior aglutinador de mídia de massa da Internet do início do século XXI. Mesmo com o primeiro ano tímido, o sucesso estrondoso da página começou a aparecer logo no segundo ano de atividade. A partir daí o maior *website* de buscas do mundo, *Google*, se interessou pela plataforma que foi então adquirida pelo grupo, tal como descrevem Burgess e Green (2009):

³ Embora a publicação seja do ano de 2009, cabe destacar que uma década depois essa mídia permanece soberana em relação às demais do gênero.

Nessa história, o momento de sucesso chegou em outubro de 2006, quando o Google pagou 1,65 bilhão de dólares pelo YouTube. Em novembro de 2007, ele já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido, com o site da BBC ficando em segundo. No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de tráfego da web, já figurava de maneira consistente entre os dez sites mais visitados do mundo. Em abril de 2008, o YouTube já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento dez vezes maior em comparação ao ano anterior e que continua a crescer exponencialmente (BURGESS; GREEN, 2009, s/p).

A compra bilionária se tornara notícia nos meios de comunicação de massa tradicionais, ganhando até mesmo títulos, assim nos aponta Sibilia (2016):

Paralelamente, surgiram os sites que facilitariam o compartilhamento de vídeos caseiros, uma categoria na qual se destacou YouTube; não por acaso, após ter conquistado milhões de usuários por pouquíssimo tempo e ter sido comprado pela empresa Google por um montante que virou notícia, a mesma revista *Time* lhe concedeu o título de “invenção do ano” em 2006. (SIBILA, 2016, p. 19, grifos da autora).

Com quase duas décadas de existência, a página virtual, que ainda pertence ao *Google*, é uma plataforma de armazenamento pessoal que permite exposição rápida, acessível e aberta para pessoas que produzem conteúdos em vídeo não profissional: “[...] o *YouTube* sempre direcionou seus serviços para o compartilhamento de conteúdo comum e amador, em vez de disponibilizar vídeos em alta qualidade” (BURGESS; GREEN, 2009, s/p).

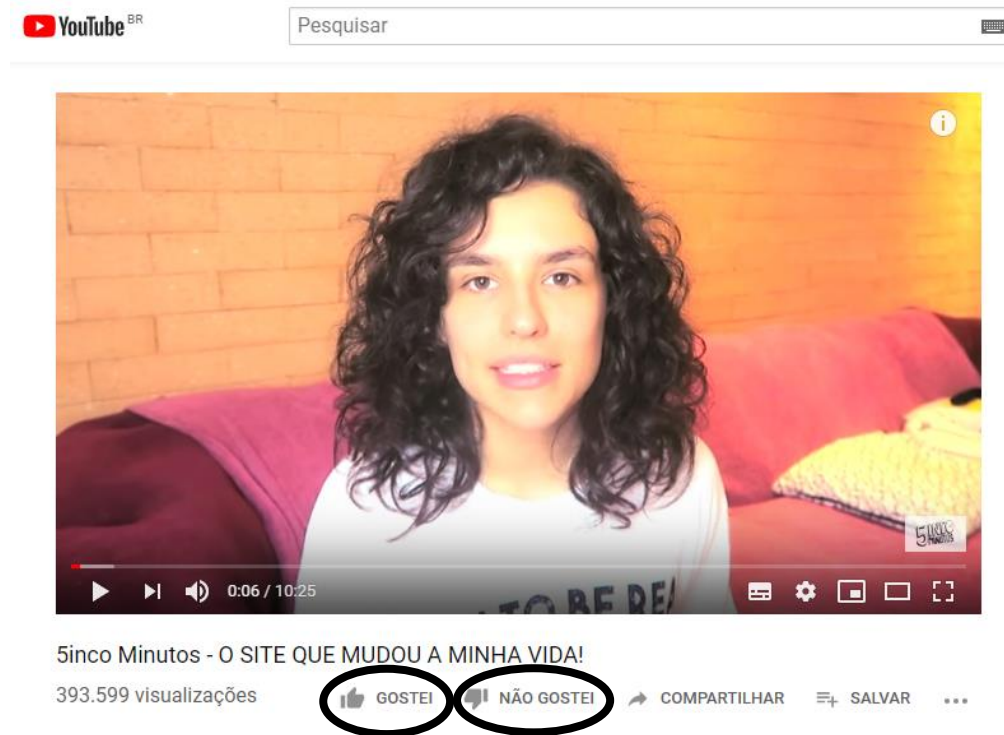
Burgess e Green (2009) dizem que o *website* em questão, assim como todos os portais de vídeo *online* que surgiram posteriormente, transformaram definitivamente a maneira de absorver conteúdo. Andrew Keen, em **O culto do amador** (2009), afirma que “[...] O site YouTube, por exemplo, é um portal para vídeos amadores que, no momento em que escrevo, é o site que cresce mais rapidamente no mundo, atraindo 65 mil novos vídeos a cada dia e gabando-se de que 60 milhões de vídeos são vistos diariamente” (KEEN, 2009, p. 10).

Tal afirmação não é diferente quando se trata do público brasileiro. Amanda Vasconcellos (2018) afirma, em sua dissertação sobre o tema, que “[...] No Brasil, de acordo com dados de 2016 do Instituto de Pesquisa Provokers, 85 milhões de brasileiros assistem a vídeos *on-line*, sendo que, destes, 82 milhões assistem pelo YouTube” (VASCONCELLOS, 2018, p. 83, grifo da autora). Ainda segundo a pesquisadora, no Brasil, no ano de 2017, a Provokers realizou uma pesquisa com dois mil e quinhentos entrevistados, contemplando somente personalidades do

vídeo, entre cinema, TV e Internet. O resultado demonstrou que, mesmo com o peso grande da televisão em nossa sociedade, os *youtubers* conseguem se destacar na lista dentre as vinte celebridades mais influentes entre os jovens, ocupando dez lugares destas colocações. Um espaço que para Burgess e Green (2009) é democrático e aglutina diferentes públicos: “[...] pessoas de áreas diferentes (tecnologia, mídia, entretenimento, comunidades de fãs, artistas, educadores) trocando e construindo um dos maiores cases de cultura participativa do mundo” (BURGESS; GREEN, 2009, s/p).

Vasconcellos (2018) ainda afirma que “[...] O YouTube constrói suas próprias configurações sociais. O perfil dos usuários recebe nomenclatura de *canal* e fornece a possibilidade de ser, de fato, um canal de conteúdo audiovisual com qualquer um que o acessar (conhecidos e desconhecidos)” (VASCONCELLOS, 2018, p. 82, grifo da autora). O *website* em destaque também permite a interação dos usuários com os produtores de conteúdo por meio dos botões referentes às reações de gostar ou não gostar, ademais, a possibilidade de comentários ou até mesmo a postagem de um vídeo como forma de resposta em relação àquele que o seguidor assistiu. Estas ferramentas estão disponíveis abaixo dos vídeos, semelhante à seguinte representação:

IMAGEM 1 – Possibilidade de interação no *YouTube* por meio das reações de gostar ou não gostar.



Fonte: *YouTube*, 2019.

Sobre este fenômeno, Sibila (2016) afirma que: “[...] Por toda parte, então, os usuários, leitores ou espectadores são convocados a participar, compartilhar, opinar e se exibir de um modo considerado ‘proativo’” (SIBILIA, 2016, p. 24, grifo da autora).

Este acesso simples e fácil a todos que estão em contato com a Internet em um espaço – podemos dizer democrático –, propiciara novas possibilidades de discursos de comunicação, tal como nos afirma Vasconcellos (2018):

A capacidade de indivíduos comuns se posicionarem discursivamente para um grande público, rompe com o monopólio da comunicação de massa tradicional (que se baseia, ao menos no Brasil, em concessões estatais e envolve processos maiores, milionários e burocráticos relacionados à radiodifusão). O YouTube, portanto, passa a representar um movimento de popularização da mídia e, com isso, todo tipo de usuário pode firmar seu endereço nesse novo território. Trata-se de um ambiente aberto e de entrada livre para qualquer internauta (VASCONCELLOS, 2018, p. 85, grifo da autora).

Mas a reação varia de acordo com cada usuário, já que alguns não participam de forma tão ativa, o que não anula sua importância para os *youtubers*, e principalmente, para o *website*. Sobre tal episódio, Vasconcellos (2018) declara:

O usuário que observa é uma importante parte do processo, à medida em que gera visualizações (*views*) que se transformam em fama e dinheiro para *youtubers* e para o próprio *site*. Além disso, o fato deste usuário não se manifestar de forma mais incisiva no universo digital, não anula o impacto que essa dieta de mídia pode exercer sobre ele, se refletindo em outras áreas de sua vida, sobretudo no consumo de marcas às quais foi apresentado durante sua navegação na plataforma, por exemplo. (VASCONCELLOS, 2018, p. 107, grifos da autora).

Tal ambiente favorecera a disseminação da imagem dos produtores de conteúdo desta rede, conhecidos também como *youtubers*, *vloggers* – vlogueiros – ou *creators* – criadores de conteúdo – e atraiu consumidores, como afirmam Burgess e Green (2009): “[...] o *YouTube* está atendendo um grande volume de visitantes e uma gama de diferentes audiências, ele oferece aos seus participantes um meio de conseguir uma ampla exposição” (BURGESS; GREEN, 2009, s/p).

Neste contexto, Sibilia (2016) complementa: “[...] em virtude desse estouro de criatividade e visibilidade midiática, entre aqueles que antes costumavam ser meros leitores ou espectadores passivos, teria chegado ‘a hora dos amadores’ [...]” (SIBILIA, 2016, p. 15, grifo da autora). Por isto mesmo, para Burgess e Green (2009), o *website* em destaque, em parte responsável pela transformação do modo de absorção de conteúdo, também corresponde a uma irresistível plataforma de exibição, já que permite a cada um indivíduo atuar como a própria mídia, a celebridade do respectivo cotidiano. De acordo com Sibilia (2016),

[...] existem muitas outras áreas da internet onde os usuários não são apenas orgulhosos protagonistas, mas também os principais produtores do conteúdo. Trata-se, em síntese, de um verdadeiro caldeirão de novidades, que em seus inícios ganhou o pomposo nome de ‘revolução da Web 2.0’ e acabou nos convertendo nas personalidades do momento (SIBILIA, 2016, p. 23, grifo da autora).

Cabe aqui ressaltar também até que ponto a figura do “amador” é positiva em diferentes possibilidades, ou se essas pessoas teoricamente “despreparadas”, por exemplo, do ponto de vista profissional para exercer tais funções, estariam extraindo a possibilidade de quem é especialista para assumi-las. Keen (2009) vai nos dizer que o uso exacerbado da tecnologia transformou os seres humanos em pessoas que querem se exibir para as outras na rede mundial de computadores. Reflete que qualquer pessoa, sem uma formação específica, pode usar a Internet para publicar comentários ou conclusões sobre quaisquer assuntos, sem ser especialista nele, sem nem mesmo ter a noção mínima do que se trata.

Retomando ao *YouTube*, antes do usuário postar seu vídeo no canal, é preciso selecionar, dentro de uma lista de categorias fornecida pelo próprio *website*, aquela na qual o seu vídeo melhor se classifica. Em sua dissertação de Mestrado, Vasconcellos (2018) desenvolveu uma pesquisa para determinar qual categoria ocuparia o topo das visualizações, comprovando que:

[...] o gênero *Confessional* – em que há exposição do *youtuber* e de sua vida pessoal (*extimidade*) na forma de TAGs, *reality shows* ou mesmo depoimentos e relatos aleatórios – ocupa o primeiro lugar na lista (483 vídeos entre os 1494 do universo analisado, aproximadamente 32,3%), sendo este gênero uma constante na maioria dos vídeos analisados. O que pudemos constatar é que: mesmo quando o tema central do vídeo é um, o *youtuber* margeia seus argumentos se utilizando da exposição de sua própria vivência, contribuindo com a exposição de relatos de sua biografia. Os gêneros *Reacting to* (5,28%), Opinião/Reflexão social (3,8%) e Opinião política (2,5%) também denunciam o desejo do espectador de conhecer sempre o mais íntimo da subjetividade do *youtuber*. Esses três gêneros também somam no cálculo de uma audiência que está interessada em saber como determinado *youtuber* reage a algo e suas opiniões e posicionamentos, gêneros embasados na personalidade (VASCONCELLOS, 2018, p. 103, grifos da autora).

Este interesse pelo mundo particular do *youtuber* cria uma cadeia de fãs interessados em seguir tudo aquilo o que é publicado na Internet, e também ir em busca do que estão fazendo fora dela. O fã procura na figura da celebridade uma sustentação para fatos de sua vida pessoal, como analisaremos na subseção adiante.

2.2 A CELEBRAÇÃO DO EU NO ESPAÇO DIGITAL

A cultura fã é um relacionamento marcado pela intimidade não-recíproca que, mesmo “unilateral”, é criadora de laços.

John Thompson

Uma pesquisa realizada na França, que será detalhada adiante nessa dissertação, comprova que a escrita em diários tradicionais de papel não está perdida nos dias atuais, porém é importante pensar no quanto ela fora adaptada apenas com uma mudança de plataforma, quando nos referimos à expressão “diário virtual”. Desde que essa escrita passara dos diários físicos para os virtuais, uma

fissura fora aberta no universo da palavra íntimo, sendo a Internet a grande responsável por esta ferida. Reconhecida por seu uso no acervo individual de afetos, como nos diários íntimos, a intimidade, antes fechada por pudores, chaves e fechaduras foi se tornando algo público. O século XXI trouxe a Internet, e seu funcionamento, que segue em ligeiro crescimento, e fez com que essa realidade começasse a se modificar, especialmente com o surgimento dos *blogs* que, quando nasceram, já foram batizados de diários da rede ou diários íntimos, como se verifica:

Quase todos os blogs, aliás, costumam recorrer a alguns dos artifícios estilísticos e ao modelo confessional do velho diário íntimo. Ou melhor: do diário éxtimo, de acordo com um trocadilho que procura dar conta dos paradoxos dessa novidade, que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais das telas interconectadas (SIBILIA, 2016, p. 21).

Justamente diante desta realidade, a que eles se propõem na era digital, Sibilia (2016) dirá que:

[...] Mas será que faz sentido afirmar que os blogs são meras atualizações dos velhos diários íntimos. Nesse caso seriam versões apenas renovadas daqueles cadernos de capa dura, rabiscados à luz trêmula das candeias para registrar as múltiplas confissões de uma vida, e que logo eram escondidos em locais onde mais ninguém pudesse vasculhá-los [...] (SIBILIA, 2016, p. 24).

Ainda na seara das características dos *blogs*, Keen (2009) vai discorrer sobre o crescimento desse “novo formato” de diário:
















Blogar tornou-se uma tal mania que um novo blog é criado a cada segundo de cada minuto de cada hora de cada dia. Estamos blogando com um des pudor simiesco sobre nossas vidas privadas, nossas vidas sexuais, nossas vidas oníricas, nossa falta de vida, nossas Second Lives. No momento em que escrevo, há 53 milhões de blogs na internet, e esse número dobra a cada seis meses. Enquanto você lia este parágrafo, dez novos blogs foram criados. Se mantivermos esse ritmo, haverá mais de 500 milhões de blogs em 2010, corrompendo e confundindo coletivamente a opinião popular sobre todas as coisas, da política ao comércio, às artes e à cultura. Os blogs tornaram-se tão vertiginosamente infinitos que solaparam nosso senso do que é verdadeiro e do que é falso, do que é real e do que é imaginário (KEEN, 2009, p. 9).

No ano de 2010, a revista *Época*⁴, publicou uma reportagem que afirmava que o Brasil era o quarto país no mundo em número de blogueiros. Os dados foram

⁴ Disponível em: < <http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/tecneira/2010/07/29/brasil-e-o-4%C2%BA-pais-do-mundo-em-numero-de-blogueiros/> > Último acesso em 15 jun. 2019.

divulgados pela empresa de análise de tráfego *online* Sysomos, que analisou cem mil *posts* e traçou então um perfil desses usuários. Entre os países pesquisados, o Brasil apareceu na quarta posição ficando atrás dos Estados Unidos, Reino Unido e Japão, respectivamente, conforme tabela a seguir:

TABELA 1 – Posição do Brasil no *ranking* de *blogs*, em 2010

Country	Share percentage
 USA	29.22%
 UK	6.75%
 Japan	4.88%
 Brazil	4.19%
 Canada	3.93%
 Germany	3.34%
 Italy	3.21%
 Spain	3.14%
 France	2.87%
 Russia	2.31%
 Australia	2.22%
 India	2.14%
 Sweden	2.05%
 Malaysia	1.7%
 Netherlands	1.69%

Fonte: Revista Época, 2010.

No ano de 2017, uma nova pesquisa, essa realizada pela empresa BigDataCorp, publicada no portal de notícias Itmídia⁵, afirma que mais da metade dos *websites* ativos no Brasil eram *blogs*. Ainda de acordo com a companhia, dos

⁵ Disponível em: < <https://itmídia.com/blogs-representam-mais-da-metade-dos-sites-ativos-no-brasil-diz-pesquisa/> > Último acesso em 15 jun. 2019.

cerca de dez milhões de *websites* ativos no país, cinco milhões e meio eram *blogs*, o que representava algo em torno de 55%.

Mas os *blogs* não são meras atualizações daquele formato ao que hoje se tem na rede mundial de computadores, muitas mudanças aconteceram, a começar pelo alcance do que ali está dito. Agora, a intimidade publicada na Internet, com vários computadores e especialmente pessoas interligadas, está ao acesso de todos, apenas por um clique. Sobre esta exposição da privacidade nas telas, Sibilia (2016) acredita que tal prática se tornara uma contradição ao que sempre conheceu como noção de intimidade, expondo algo que antes era restrito a um número infinito de acessos.

Diante deste amplo alcance, presenciamos também um comportamento que se alargou com uma velocidade extraordinária, aquele referente aos indivíduos que se interessam, cada vez mais, pela vida alheia e pela busca de experiências reais no espaço virtual. Sobre essa necessidade, Keen (2009) afirma que:

O New York Times notícia que 50% de todos os blogueiros blogam com o propósito exclusivo de relatar e partilhar experiências sobre suas vidas pessoais. O slogan do YouTube é “Transmita-se a si mesmo”. E transmitir a nós mesmos é o que fazemos, com toda a auto-admiração desavergonhada do Narciso mítico. À medida que a mídia convencional tradicional é substituída por uma imprensa personalizada, a internet torna-se um espelho de nós mesmos. Em vez de usá-la para buscar notícias, informação ou cultura, nós a usamos para SERMOS de fato a notícia, a informação, a cultura (KEEN, 2009, p. 12, grifos do autor).

Ainda acerca desta necessidade da busca pelo que é real no mundo virtual, Sibilia (2016) nos auxilia a pensar que quanto mais as pessoas demonstram ter uma vida que não é verdadeira, mais procuram essa experiência verdadeiramente real, autêntica. E o que pode comprovar essa necessidade da sociedade pelo real seria justamente o consumo da intimidade alheia, de algo mais próximo possível do real, ou que tenha características próprias da realidade. No decorrer dessa explanação, a autora afirma que o sucesso dos *reality-shows*, e, claro das redes de interação social se deve a isso. E a publicidade é que lucra com esse fato, já que quanto mais real, maior é o interesse das pessoas, e conseqüentemente, maior o número de venda. Sibilia (2016) finaliza a análise afirmando que a Internet é um palco privilegiado desse movimento, local onde as pessoas mostram, mesmo que de forma recortada, elementos de seu dia a dia.

E como disseminar um rosto e torná-lo reconhecido e único? Vasconcellos (2018) afirma que desde a invenção da fotografia, ocorrida no início do século XIX, ela vem firmando a noção de identidade com base na face, democratizando o retrato e modificando a percepção que o indivíduo tem de si. Ela nos diz que com o passar do tempo essa cultura das fotografias se destacou em rostos, o que enaltece então o individualismo, o indivíduo como centro das atenções, focando em sua aparência física como se fosse um ponto de autenticidade e até mesmo de personalidade. E diante do valor de cada face por si só, se formaria então a celebridade, que nada mais seria um rosto reconhecido por mais pessoas do que ele em si reconhece. Cabe aqui ressaltar as capas dos livros que serão analisadas nesta pesquisa. Tal como cita Vasconcellos, ambas capas utilizam fotografias para destacar os rostos das *youtubers* enaltecendo o individualismo, colocando-as como centro das atenções, focando a aparência delas como um ponto de autenticidade e de personalidade de ambas.

Seguindo este percurso, o que dizer então das *selfies*? Hoje elas são as imagens mais produzidas no mundo e que retratam o eu. Sobre este tipo de autorretrato, Sibilia (2016) vai nos dizer que até o ano de 2012, ninguém sabia o que era uma *selfie* até ela se tornar a “palavra do ano”, em 2013. E, nos dias de hoje, os autorretratos figuram entre os tipos de imagem mais produzidos e exibidos em todo o mundo, através das redes sociais.

É justamente nas redes de interação social, repletas de *selfies*, que o desejo de atenção pessoal está mais a florado. Sobre essa divulgação individual, Keen (2009) afirma que essas plataformas se tornaram um conjunto de desejos e identidades individuais. São criadas para diálogo social, mas de verdade existem para que cada usuário faça propaganda de si mesmo ressaltando filmes e livros favoritos, roteiros e fotos de viagens de férias, por exemplo.

Nas redes de convívio social, e também nos *websites* diversos, entre eles o *YouTube*, repletos de imagens e testemunhos pessoais, as pessoas anônimas se transformam ou podem se transformar em celebridades instantâneas, já que as redes permitiram a qualquer um o sonho de viver seus quinze minutos – ou pouco mais – de fama.

Acerca da banalização da figura da celebridade em tempos digitais, Vasconcellos (2018) crê que:

[...] O pedestal artístico e inalcançável da celebridade hoje é habitado por qualquer um que se sobressaia da massa de desconhecidos, desde políticos a blogueiros, pessoas que se tornam memes da internet, ou que simplesmente criam perfis que reúnem múltiplos seguidores, como por exemplo, os youtubers (VASCONCELLOS, 2018, p. 55).

E muitos dos chamados nativos digitais⁶ se tornaram de fato indivíduos famosos, e, como qualquer outro indivíduo famoso, ganharam também fãs – neste espaço virtual, os chamados seguidores –, ou como coloca Vasconcellos (2018): “[...] famosos, ídolos, ícones, astros, estrelas, figuras públicas e, enfim. A fama tem muitos nomes [...]” (VASCONCELLOS, 2018, p. 27). Sobre a relação do indivíduo com o reconhecimento das figuras públicas, a pesquisadora menciona Vera França (2014a): a palavra celebridade vem do latim e está ligada ao número grande de pessoas, solenidade. Afirma que desde o significado inicial da palavra: ato de celebrar muitas coisas mudaram. Hoje caracteriza uma pessoa que por uma qualidade ou até mesmo um feito se torna digna de celebração, reconhecimento.

Vasconcellos (2018) segue citando França em sua pesquisa e ressalta três características das celebridades: ocupação de lugar de destaque; desempenho tomado como exemplar, de qualidade, excepcional; e a visibilidade, a exposição midiática, que significa se fazer visto ou ouvido em algum veículo de comunicação. Ainda neste contexto de celebridades, Sibilia (2016) também irá reforçar que o avanço das tecnologias transformara todos nós em celebridades:

As tecnologias digitais de comunicação e informação possibilitaram o avanço de um novo regime de poder: aquele que converteu *você, eu* e todos *nós* nas personalidades do momento. Algo que certamente teria sido impensável no quadro histórico descrito por Michel Foucault em seus estudos sobre as sociedades disciplinares; ou seja, aquela formação histórica que teve seu auge no Ocidente dos séculos XIX e XX. Nesse universo cada vez mais longínquo, a celebridade era um privilégio reservado a uns poucos “homens públicos” muito bem escolhidos. Apenas nesse solo moderno, cuja vitalidade parece estar se esgotando – ou transmutando – hoje em dia, poderia ter germinado aquele tipo de subjetividade que alguns autores denominam *homo psychologicus*, *homo privatus* ou personalidades *introduzidas*. Isto é, aqueles sujeitos que praticavam tanto a leitura quanto a escrita silenciosa e em reclusão, utilizando ferramentas como cartas, os romances impressos e os diários íntimos: todo um instrumental analógico com o qual estamos nos tornando cada vez mais *incompatíveis*, enquanto nos *compatibilizamos* às pressas com o novo arsenal digital (SIBILIA, 2016, p. 47-48, grifos da autora).

⁶ O termo “nativos digitais” foi criado pelo americano Marc Prensky e significa aquele que nasceu e cresceu com as tecnologias digitais em sua vivência. Pessoas nascidas a partir de 1980, na chamada Era da Informação.

Na subseção a seguir, falaremos do papel das mídias digitais na disseminação da cultura, dando destaque à sociedade do espetáculo, a qual utiliza do poder da convergência para fins lucrativos.

2.3 A CULTURA DA CONVERGÊNCIA E A CIVILIZAÇÃO DO ESPETÁCULO

O homem que assobia Beethoven porque o ouviu pelo rádio já é um homem que, embora ao simples nível da melodia, se aproximou de Beethoven.

Umberto Eco

As velhas mídias não morreram. Nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de grandes transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceitá-las.

Mark Warshaw

A Internet hoje integra o cotidiano de grande parte da humanidade, e neste território, as mídias digitais têm um papel importante para a disseminação de cultura. Sobre este fenômeno em vertiginoso crescimento, Henry Jenkins (2008) anuncia: “[...] Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis [...]” (JENKINS, 2008, s/p). Acresce, ainda, que neste mundo de convergência das mídias, todas as histórias são importantes. De fato, se pensarmos no lugar ocupado por escritores contemporâneos, observamos então um ponto positivo: estes, podem produzir em um momento no qual há espaço para todos. No ponto de vista de Llosa (2013), toda esta transformação agrada aos autores:

O autor vê com simpatia essa transformação, porque, graças a ela, a cultura *mainstream*, ou cultura do grande público, arrebatou a vida cultural à pequena minoria, que antes a monopolizava, e a democratizou pondo-a ao alcance de todos; também porque os conteúdos dessa nova cultura lhe parecem em perfeita sintonia com a modernidade, com os grandes inventos científicos e tecnológicos da vida contemporânea (LLOSA, 2013, p. 26, grifo do autor).

Conceituado como a **Cultura de convergência**, título de um dos seus mais famosos livros, Jenkins (2008) defende que ela não é somente um processo

tecnológico que une múltiplas funções, mas sim a representação de uma transformação cultural, na qual

[...] consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos [...]. [...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros [...] (JENKINS, 2008, s/p).

Dentro de toda esta convergência, a chamada sociedade do espetáculo tenta usar este poder coletivo para fins lucrativos. Ainda, segundo Llosa (2013), na sociedade na qual vivemos a palavra já nasce com influência da imagem e do som, com o domínio do que está na tela. Para o estudioso, a cultura de massa é aquela que deseja oferecer ao público novidades acessíveis e que sirvam de entretenimento à maior parcela de consumidores. Uma competência para divertir e dar prazer, transformando conhecimento em artigo de consumo de massas (LLOSA, 2013).

Na próxima subseção, falaremos dos livros impressos publicados pelos jovens que adquiriram fama a partir da Internet destacando um momento literário no qual o número de publicações é recorde. Além disso, trataremos da presença constante desses jovens *youtubers* enquanto escritores, o que despertou interesse das grandes editoras.

2.4 CONTRA TODAS AS PROFECIAS: OS LIVROS IMPRESSOS DOS YOUTUBERS

É com prazer que ofereço estes ensaios em forma de códice, como palavras impressas sobre o papel.

Robert Darnton

Em sua pesquisa sobre o *YouTube*, Yuri Araújo Melo (2018) explana que:

Sabemos que muito se discutiu sobre as consequências da ascensão de novas tecnologias em detrimento de outras que, como efeito máximo, levaria ao desaparecimento do meio tecnológico mais antigo, como nos mostra Bilac quando diz que o livro se encontra em vias de extinção porque poucas pessoas podem dedicar seu tempo, tão curto, a uma prática que dispense relativo tempo, como a leitura. Entretanto, atualmente, somos capazes de observar que mesmo com o advento de novos objetos, outros,

necessariamente, não deixam de ocupar um papel importante para os sujeitos, ou seja, não deixam de existir, como, por exemplo, o livro físico (MELO, 2018, p. 107).

Ainda no que diz respeito ao baixo interesse pela leitura, outrora profetizada por muitos estudiosos, a pesquisadora Leyla Perrone-Moisés (2016) afirma que a morte do livro, anunciada por muitos, não aconteceu. Ressalta que a Literatura não se tornou coisa do passado e que vivemos em um período onde o número de publicações é recorde, paralelamente ao expressivo número de feiras de livros. Além disto, reforça a maneira como os escritores hoje são conhecidos mundialmente, atribuindo sua responsabilidade à mídia. Embora Perrone-Moisés (2016) reconheça que a Literatura Contemporânea esteja passando por este processo e afirme que leitores talvez tenham mudado mais que os escritores, em seu livro **Mutações da literatura no século XXI**, questiona o real valor dos textos literários produzidos na atualidade. Mário Vargas Llosa (2013) afirma que a Literatura que mais representa os dias atuais se refere à produção literária de entretenimento:

Por isso, não é de estranhar que a literatura mais representativa de nossa época seja a literatura *light*, leve, ligeira fácil uma literatura que sem o menor rubor se propõe, acima de tudo e sobretudo (e quase exclusivamente), divertir. Atenção: não condeno nem de longe os autores dessa literatura de entretenimento, pois entre eles, apesar da leveza de seus textos, há verdadeiros talentos (LLOSA, 2013, p. 32, grifos do autor).

Muitos criadores de conteúdo no *YouTube* são considerados famosos talentos na Internet e hoje colecionam uma gama de seguidores. São indivíduos que ocupam um lugar privilegiado, não só no campo digital, mas na vida de muitos usuários que os assistem e os seguem fielmente. Conforme vimos anteriormente, Paula Sibilia (2016) descreveu esses produtores de argumentos como: “[...] *youtubers*, espécies de celebridades da Internet que passaram a ganhar muito dinheiro postando vídeos capazes de atrair inúmeros espectadores e grandes quantidades de fãs” (SIBILIA, 2016, p. 29). Seus fãs estão dispostos a consumir tudo que esteja ligado a eles, inclusive livros por eles escritos. Ainda sob a ótica de Sibilia (2016), a Internet, com todo seu movimento de transformação, democratizara o espaço de escrita “[...] em virtude desse estouro de criatividade e visibilidade midiática, entre aqueles que antes costumavam ser meros leitores ou espectadores passivos, teria chegado ‘a hora dos amadores’” (SIBILIA, 2016, p. 15, grifo da autora). Nesta mesma perspectiva, Melo (2018) dirá que em suas publicações:

[...] esses sujeitos abordam temas diversos referentes à atualidade de seus seguidores, principalmente assuntos que relacionam com suas próprias vidas, que servem como um exemplo de experiência vivenciada relatada pela fala, um espelho ou, o que é mais recorrente, um exemplo a ser seguido (MELO, 2018, p. 18).

É justamente neste ambiente de milhões de seguidores com opiniões semelhantes que notamos o surgimento de um espaço favorável para a produção e a interação de conteúdo elaborado por jovens autores para um público variado e extremamente consumista. Tal público se diverte, se associa, e, acima de tudo, confia e quer seguir o que está no discurso destes influenciadores digitais. Por mais que estes discursos sejam direcionados, é possível analisar – por curtidas e comentários das publicações – que eles já abarcam e influenciam uma imensa massa de indivíduos. Especialmente para seus seguidores, o discurso tende a funcionar.

Nessa seara, Melo (2018) parafraseia Foucault ao dizer que “[...] o discurso funciona em um determinado arranjo social, em que nem tudo pode ser dito em qualquer lugar, em qualquer momento histórico e por qualquer sujeito” (MELO, 2018, p. 19). Porém, o que é dito pelos *youtubers* para sua comunidade de seguidores é algo que funciona, e, além disso, atrai. É também neste cenário, ávido por capturar lucro – por parte das editoras – e novos seguidores e novamente lucro – por parte dos *youtubers* – que vemos emergir uma grande produção de livros impressos destes jovens que conquistaram fama a partir de seus canais virtuais.

Entretanto, estas publicações, oriundas de usuários ávidos da *web*, não surgiram com os *youtubers* também autores. Antes da aparição de seus livros, outras celebridades da Internet, os *blogueiros*, já haviam publicado obras impressas. A respeito desta escala de publicações, Sibilia (2016) nos aponta que:

Alguns autores de blogs, por exemplo, foram descobertos e promovidos pela mídia de massa devido a sua notoriedade conquistada na internet, sendo então contratados por essas companhias mais tradicionais para publicar livros impressos – conhecidos como *books*, pela fusão de blog e book – ou colunas em revistas e jornais. Assim, esses jovens escritores começaram a receber dinheiro em troca de suas obras e, vários deles, converteram-se em pequenas estrelas desse reluzente novo campo. [...] apenas uma década depois desses primeiros passos, estourava por toda parte o fenômeno dos *booktubers* e dos *bookstagrammers*, ou seja, jovens de diversos países que compartilham sua paixão pela leitura por meio de vídeos postados em plataformas como YouTube ou comentários publicados em blogs e redes sociais. Nessas manifestações, sempre em primeiríssima pessoa e com uma inegável preocupação pelos índices de audiência, os leitores – que, às vezes, são ou querem ser também escritores – relatam

suas experiências com os livros mais diversos [...] (SIBILIA, 2016, p. 32 - 33, grifos da autora).

Logo na sequência, os analistas de conteúdo produzido por escritores advindos do ambiente virtual ganharam nova função, desta vez remunerada, pelo menos para alguns deles. Ainda segundo Sibilía (2016), a mídia impressa e as editoras resolveram lucrar com essa novidade e contrataram *booktubers* com grande número de seguidores para que trabalhassem em prol da busca de jovens leitores da era digital.

Os anos se passaram e vieram então as publicações dos *youtubers*. Depois de adquirir fama e milhões de seguidores na rede, alguns jovens estão triunfando no suporte tradicional, nos livros de papel. Tal notoriedade se transformou em um fenômeno que chegou até os meios de comunicação como afirma a jornalista Nina Finco (2016): “o *youtuber* é produtor e vendedor do próprio conteúdo e traz consigo um consumidor voraz” (FINCO, 2016, s/p). Situação que muito provavelmente não despertaria o interesse destes jovens diante da evolução do espaço virtual: o livro na plataforma clássica compondo a lista de prioridades. Seguindo um caminho inverso ao pressagiado para sua geração, estes jovens internautas se interessam por Literatura e se tornaram consumidores não só do livro propriamente dito, mas de um conjunto de aspectos que constituem sua retaguarda.

Cabe ressaltarmos o pensamento de Llosa (2013) quando, na obra **A civilização do espetáculo**, afirma: “[...] hoje vivemos a primazia das imagens sobre as ideias. Por isso os meios audiovisuais, cinema, televisão e agora a internet, foram deixando os livros para trás” (LLOSA, 2013, 41). Pensamento, que na ótica de Umberto Eco (2011), seria apocalíptico, se cogitarmos uma realidade que hoje é comprovada por meio de números e pesquisas, ou seja, o fato de que os livros impressos não perderam seu espaço. Antes objeto acessível apenas às camadas mais cultas, hoje o livro é fornecido em larga escala e voltado para todos os públicos, ampliando inclusive os conceitos e valores literários. A este respeito, Perrone-Moisés (2016) observa que a sociedade de massa não tem a necessidade de cultura, mas sim de diversão, sendo que os produtos ofertados pela indústria de diversão são consumidos pela sociedade como qualquer outro bem de consumo.

Mesmo como qualquer outro bem de consumo, seja por diversão ou não, os livros, ainda em sua plataforma tradicional, estão sendo consumidos. Isto é o que comprova, pelo menos no caso das produções de jovens advindos do espaço virtual,

a estudiosa Jennifer Celeste (2018), em levantamento realizado para sua pesquisa de Mestrado. A dissertação reúne uma significativa parcela da produção literária impressa entre janeiro de 2008 e dezembro de 2016, da autoria de jovens blogueiros e *youtubers*, obras estas cujos conteúdos se originaram do ciberespaço. Perrone-Moisés (2016) reconhece que o número de vendas de livros é importante, mas explana que o julgamento dos livros não pode levar em consideração apenas questões como gosto e especialmente ter seus valores medidos em termos de consumo, com base em critérios de venda: “[...] isso é particularmente importante no mundo atual, em que o valor de um indivíduo é medido pelo número de seus seguidores na internet. [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 37).

Retomando o mapeamento desenvolvido por Celeste (2018), acerca do conteúdo destas obras impressas, a supramencionada pesquisadora dirá que:

[...] os livros oferecem opções diversas quanto aos gêneros literários por eles apresentados, desde narrativas ficcionais à poesia. Os relatos autobiográficos, inclusive, podem ser citados como frequentes em toda a produção analisada (CELESTE, 2018, p. 59).

Para além da Literatura de Entretenimento, referenciada por Llosa (2013), uma hibridização de entretenimento com escrita íntima despertou o interesse desses jovens de forma maciça. Apesar disso, mesmo descritos em suas fichas catalográficas como conteúdo que trata apenas das escritas de si, os livros analisados como *corpus* integrante desta pesquisa detém outros gêneros que serão discutidos mais detalhadamente no decorrer das próximas seções. Sobre este fenômeno, Perrone-Moisés (2016) nos confirma que “[...] se há algo indiscutivelmente novo na produção literária atual, é a mistura de gêneros, ou sua indefinição [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 12).

Ainda no campo desta vasta diversidade de gêneros, assuntos e temáticas, cabe retomarmos, mais uma vez, o mapeamento trazido à luz por Celeste (2018). Na reunião de dados, a pesquisadora nos relata a divergência entre o conteúdo das obras e a classificação de gênero, esta, expressa nas fichas catalográficas pertencentes aos livros e propostas pelas editoras. A partir do minucioso exame das referidas fichas catalográficas dos livros produzidos por jovens blogueiros e *youtubers*, Celeste (2018) elaborara uma tabela categorizando os livros:

Interativo, manual e tutorial, crônica e relato autobiográfico. Isto porque as produções literárias referentes às narrativas ficcionais, às *graphics novels* e histórias em quadrinhos e aos poemas, não trazem, em sua maioria, evidências de divergências em suas categorizações (CELESTE, 2018, p. 124, grifo da autora).

Reportando-nos ao conteúdo das escritas de si, embora não seja nova no campo da Literatura, tal produção nasce em condições diferentes da que originou os conceitos que estabelecem e fixam o que conhecemos como autobiografia, biografia e autoficção. Trata-se dos livros, publicados pelos *youtubers* adolescentes, denominados por meio de tais gêneros em suas fichas catalográficas ou divulgação, em edições disponibilizadas por grandes editoras, e que alcançaram, conforme apontamos anteriormente, números de vendas significativos diante do cenário deste atual mercado editorial brasileiro. A credibilidade perante seus seguidores, já mencionada anteriormente, e a divulgação de todos os produtos vinculados a estes indivíduos, inclusive os livros, por intermédio de diversas mídias sociais, incluindo seus canais no *YouTube*, servem como meio de captação desses leitores.

Para Canclini (2013), todo este comportamento dos jovens é resultado do processo tecnológico de convergência digital e da formação de hábitos culturais diferentes em leitores que também são espectadores e internautas. O que é possível perceber acerca deste fenômeno é que a popularidade destes jovens no espaço virtual fez com que seus seguidores dispusessem de grande interesse por sua vida pessoal a ponto de comprar, na contramão de todo um universo tecnológico e digital no qual estão inseridos, um livro impresso para desfrutar, compartilhar e exibir interesse e admiração. Para alguns críticos contemporâneos, este movimento em busca das publicações nem sempre atesta ou valida a qualidade das mesmas ou, ainda, garante que estejamos formando bons leitores. Para Perrone-Moisés (2016):

[...] Nota-se um fetichismo do livro. A maneira como eles mostram e manuseiam os volumes que possuem revela um apego ao objeto, que se orgulha de 'ter', em oposição inconsciente ao mundo digital em que eles estão, no qual nada é palpável (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 57, grifo da autora).

Fetichismo este que é visto pela teórica como algo negativo e que invalida, inclusive, qualquer defesa de que a considerada boa ou alta Literatura esteja sobrevivendo paralelamente ao fenômeno da alta vendagem de livros. Aqui cabe ressaltar a citação de Victor Erlich, presente na obra **A literatura vista de longe**, de

Franco Moretti: “[...] A literatura, sustentavam os formalistas, não é um suceder de obras-primas. Não se pode entender a evolução literária ou dar juízo sobre um determinado período sem levar em conta os escritores de segunda ou terceira ordem [...]” (MORETTI, 2005, p. 39).

Retomando o fetichismo, mas com um pensamento que vai de encontro ao de Perrone-Moisés (2016), Eco (2011) dirá:

O apocalíptico não só reduz os consumidores àquele fetiche indiferenciado que é o homem-massa, mas – enquanto o acusa de reduzir todo o produto, até o mais válido, a puro fetiche – reduz, ele próprio, a fetiche de produto de massa. E ao invés de analisa-lo, caso por caso, para fazer dele emergirem as características estruturais, negando-o em bloco (ECO, 2011, p. 19).

Ainda sobre o fanatismo despertado pelos *youtubers*, Finco (2016) reforça que eles se transformaram em estrelas com milhões de seguidores interessados em consumir qualquer conteúdo por eles produzido e que as obras elaboradas por estes autores apelam para os chamados superfãs: leitores que desejam o livro físico em suas mãos, tal como prova de que são membros vitais da comunidade do *youtuber*.

A ampla exposição destes jovens, já anteriormente mencionada, também despertou o interesse de outro nicho, aquele referente às editoras. Segundo Finco (2016),

Não tardou para que as editoras brasileiras passassem a ver nos *youtubers* uma oportunidade para alavancar os negócios de um mercado com queda nas vendas e alta nos custos de produção. Como grande parte dos livros comercializados é internacional, o dólar mais caro fez com que os preços de aquisição de títulos quadruplicassem. Era preciso focar em algo local e mais barato. Para as editoras, os *youtubers* se tornaram uma fonte de autores nacionais acessíveis e conhecidos do público. Acabaram virando uma âncora do mercado, depois do fim da febre dos livros para colorir (FINCO, 2016, s/p, grifos da autora).

Para Canclini (2013), o mercado editorial visa justamente ao lucro: “[...] no campo editorial, os novos donos exigem do mundo editorial livros que deem taxas de lucros semelhantes a seus negócios em televisão ou no setor da eletrônica [...]” (CANCLINI, 2013, p. 20 - 21). As biografias e autobiografias figuram entre os gêneros mais explorados pelas editoras justamente por conta do senso de comunidade entre os *youtubers* e os fãs. E mesmo estando na lista de destaque das editoras, também é possível perceber, por parte delas, certa dificuldade em definir esse gênero, de modo que algumas obras são vendidas como autobiográficas, mas

não são identificadas desta forma em suas fichas catalográficas – e vice-versa. Logo, estas divergências serão abordadas no decorrer deste trabalho, já que os conceitos de biografia e autobiografia, tal como aborda Lejeune (2014), não permitem tal confusão – ou ao menos não permitiam até agora.

Ainda no campo das escritas de si publicadas por *youtubers* autores, é possível dizermos que a grande maioria das publicações autobiográficas produzidas por eles utiliza palavras simples, termos eficazes, acessíveis e comuns às vivências dos leitores contemporâneos. Portanto, é possível observarmos que a linguagem utilizada nesses volumes também desponta como fator de aproximação entre escritores e leitores. Tais questões tangenciam o que aqui problematizamos como parte das transfigurações que estão modificando a Literatura e, sobretudo, as definições fixadas nos gêneros literários. Ora, se o contexto é outro e está modificando o fazer literário, cabe propor também uma maior abertura para, se não legitimar, ao menos analisar esta produção. Perrone-Moisés (2016) reconhece as peculiaridades deste contexto, embora não valide este tipo de publicação:

Cada período apresenta suas peculiaridades, no uso de recursos literários existentes desde sempre na literatura ocidental, e o nosso tem as suas. As inegáveis mudanças tecnológicas e culturais e ocorridas na virada do século afetaram a literatura (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 45).

Sendo assim, é possível percebermos, na voz de importantes teóricos, como Perrone-Moisés (2016), que a Literatura está passando por uma série de mudanças. Graça Paulino (2014), a este respeito, irá afirmar: "[...] A literatura é uma instituição paradoxal porque criar literatura é escrever de acordo com fórmulas existentes, mas é também zombar dessas convenções, ir além delas" (PAULINO, 2014, p. 81). Não concebemos que a produção de *youtubers* autores esteja zombando com o fazer literário e suas convenções, não ao menos de forma consciente e deliberada. Porém, as circunstâncias de produção estão propondo e exigindo novas convenções que, aí sim, zombam com a ditadura tradicional daquilo que convencionamos denominar como Literatura. E, para minimizar os efeitos, nota-se todo um discurso acadêmico, reduzindo esta produção ao estigma de apenas popular. É certo que a obra produzida pelos escritores *youtubers* pode ser considerada popular. O primeiro fator para tal afirmação é justamente a linguagem direta adotada nos livros. Também é possível observarmos uma escrita que aborda questões do ambiente no qual estão inseridos não apenas os escritores, mas também leitores / consumidores.

O que merece cuidado e atenção é que ao definirmos estas obras então como populares, não estaríamos limitando o seu valor literário, isso porque se nos ampararmos em Eco (2011), a cultura ao alcance popular figura como algo positivo, necessário a todos. Sobre este tópico, o teórico afirma que os bens culturais estão disponíveis a uma camada ampla de indivíduos, e que a recepção destas informações está mais leve e agradável, tornando o acesso à cultura ainda maior nesta época. Eco (2011) ressalta também que a circulação da arte e da cultura popular pode ser considerada mais vasta.

Seguindo o pensamento de Eco (2011), no qual ressalta que os bens culturais estão ao alcance de todos, essa seção destacou, a partir dos números que alguns alcançaram – de seguidores e vendas –, a produção literária de *youtubers* presente nos dias de hoje. Ressaltou o interesse que essa produção impressa despertou em seus seguidores, mesmo sendo pessoas que vivenciam grande parte de seu tempo imersas em um mundo, o virtual, no qual nada é palpável. No próximo capítulo, iremos analisar a produção literária impressa de duas jovens escritoras que se destacaram e construíram fama a partir de seus canais no *YouTube* e que tiveram número significativo de venda em seus livros propagandeados e catalogados como autobiografia e biografia, respectivamente.

3 CORPUS DA PESQUISA: LIVROS KÉFERA BUCHMANN E MAJU TRINDADE

Da escrivaninha do autor às prateleiras das livrarias, todo texto “veste-se”, orna-se de acessórios, até tornar-se objeto livro, ser oferecido ao público e ser lido/consumido pelo leitor.

Maria Cláudia Rodrigues Alves

Elegemos como *corpus* desta pesquisa livros publicados por duas brasileiras administradoras de canais no *YouTube*, descritos pela crítica especializada como gêneros da escrita de si. O primeiro livro analisado, **Muito mais que 5inco minutos**, fora publicado no ano de 2015 por Kéfera Buchmann, enquanto o segundo, **Maju**, por Maria Júlia Trindade, em 2016.

IMAGEM 2 - Capas dos livros de Kéfera e Maju



Fonte: Internet.

Nossa análise inicia-se explorando a capa de ambas as publicações, já que como principal função, ela fornece ao leitor a primeira impressão do produto que ele pretende consumir. Cabe aqui ressaltar que, segundo a estudiosa Maria Aparecida Bessana (2017), a capa do livro surgiu inicialmente para proteger as publicações. Somente no século XIX, que passou a ser vista como um elemento de atração do

leitor. Para descrever a importância desse elemento em um livro, Bessana (2017) cita Genette (1982):

A capa é a primeira manifestação do livro, preñe de significados, oferecida à percepção do comprador/leitor, desempenhando um papel no processo de envolvimento físico com o livro e podendo, ainda, ser uma pista do impacto que o editor deseja causar nos leitores, expressando sentidos resultantes de determinada leitura do livro, em um contexto específico, localizável no tempo e no espaço (GENETTE, 1982 apud BESSANA, 2017, p. 1).

Portanto, a capa hoje funciona como uma primeira impressão do conteúdo, um atrativo na busca pelo leitor / consumidor, sendo parte da história do livro. Para Genette (1982) a capa provoca uma emoção antecipada no leitor, pode até tornar-se um pré-julgamento do que está contido no texto propriamente dito, passando a ser um item indissociável do texto (GENETTE, 1982 apud BESSANA, 2017, p. 1).

Os livros analisados nesta pesquisa, como já dito anteriormente, são produtos propagandeados e catalogados como narrativas de si, objetivando discursar sobre vidas pessoais. É possível então afirmar que ambas as capas já são um importante aparato na atração do público leitor. As duas trazem como elementos de destaque o título das publicações e a reprodução das fotografias das autoras, já que em ambos trata-se de imagens nas quais as escritoras estão fazendo gestos descontraídos e alegóricos que conversam com seus seguidores, componentes que colaboram com as expectativas do potencial público leitor que as editoras pretendem alcançar. Na primeira publicação, o livro de Kéfera Buchmann, a autora simula com os lábios o gesto de beijar. Já no livro de Maju Trindade, a *youtuber* faz um símbolo de “paz e amor” com uma das mãos, conforme imagem 2, reproduzida na página anterior.

Para além dos elementos extraliterários, estes livros impressos possuem como principal finalidade a produção de conteúdo que trata de assuntos triviais do cotidiano das autoras. Neste sentido, valendo-se de sua experiência de vida e fama adquirida na Internet, tais sujeitos publicaram um material que narra a rotina de suas vidas ao contar fatos corriqueiros, tais como suas lembranças, e, ao expressarem suas opiniões e conselhos sobre temas diversos, principalmente referentes a si mesmas. Segundo Nicolas Carr (2011),

[...] Os blogs jogaram fora todo o aparato tradicional de publicação. Você digita algo, insere alguns links, aperta o botão Publish, e o trabalho está lá, imediatamente, para que todo o mundo veja. Você também obtém algo que

raramente viria com a escrita mais formal: resposta direta de leitores, na forma de comentário (CARR, 2011, p. 30).

Na contramão do que afirma Carr (2011), após adquirir fama e milhões de seguidores na rede, alguns jovens triunfam no suporte tradicional, nos livros de papel. Tal notoriedade se transformara em um fenômeno que chegou até os meios de comunicação, conforme afirma Finco (2016): “o *youtuber* é produtor e vendedor do próprio conteúdo e traz consigo um consumidor voraz” (FINCO, 2016, s/p). Situação que muito provavelmente não despertaria o interesse destes jovens diante da evolução do espaço virtual: o livro na plataforma física compoendo a lista de prioridades. Seguindo um caminho inverso ao pressagiado para sua geração, estes jovens internautas se interessaram por Literatura e se tornaram consumidores não só do livro, mas de um conjunto de aspectos, entre eles produtos, lugares indicados, por exemplo, que estão em sua retaguarda.

3.1 SOBRE O LIVRO DE KÉFERA BUCHMANN

Mas quando se trata de escrever, assumidamente, um texto autobiográfico ou autoficcional, parece-me que o autor, ao contrário, afirma a sua presença, a sua “vida real” mesmo que ficcionalizada.

Adriana Lisboa

Kéfera Buchmann nasceu em Curitiba, capital do Paraná, em vinte e cinco de janeiro de 1993. Criou seu canal no *YouTube* em julho de 2010, aos dezessete anos de idade. Na referida data, a *youtuber* publicara um vídeo sobre vuvuzelas. O uso do instrumento de sonorização era comum à época no país devido à realização da Copa do Mundo promovida na África do Sul. Kéfera então se queixava, utilizando-se de linguagem simples, do barulho provocado pelo instrumento. Ao finalizar seu vídeo, explica o nome do canal, intitulado **5inco minutos**, esclarecendo que este seria o tempo de duração de seus vídeos.

Sobre a repercussão da primeira publicação da *youtuber*, Vasconcellos (2018) nos contextualiza que

[...] na primeira semana com o vídeo no ar, doze mil pessoas o assistiram. A partir daí Kéfera passou a publicar vídeos com uma regularidade média de dois a cada mês. Seus vídeos iniciais mesclavam opinião e relatos do dia a dia da menina de dezessete anos. Aos poucos, esquetes cômicas foram incorporadas ao canal, dando vazão a um desejo que, como Kéfera bem explica em seu vídeo *Isso não é coisa de piranha*, era o de divulgar seu trabalho como atriz, montando um portfólio para que alguém, membro de uma emissora de televisão, a assistisse e a convidasse para participar de uma telenovela, por exemplo. “Eu fazia teatro há dois anos e eu tinha vontade de começar a criar personagens e mostrar isso e, enfim, não tinha peça toda hora para eu poder criar e mostrar e apresentar”, explica a youtuber atribuindo a criação do canal *5inco Minutos* a seu sonho de ser reconhecida como atriz (VASCONCELLOS, 2018, p. 140-141, grifos da autora).

Alguns anos se passaram desde sua estreia na rede social em destaque e Kéfera conquistou muitos seguidores. Atualmente⁷, é considerada a principal *youtuber* mulher do Brasil na sua área de atuação – entretenimento –, com seu canal estando entre os dez mais visualizados em território nacional.

Em sua dissertação, Vasconcellos (2018) afirma que:

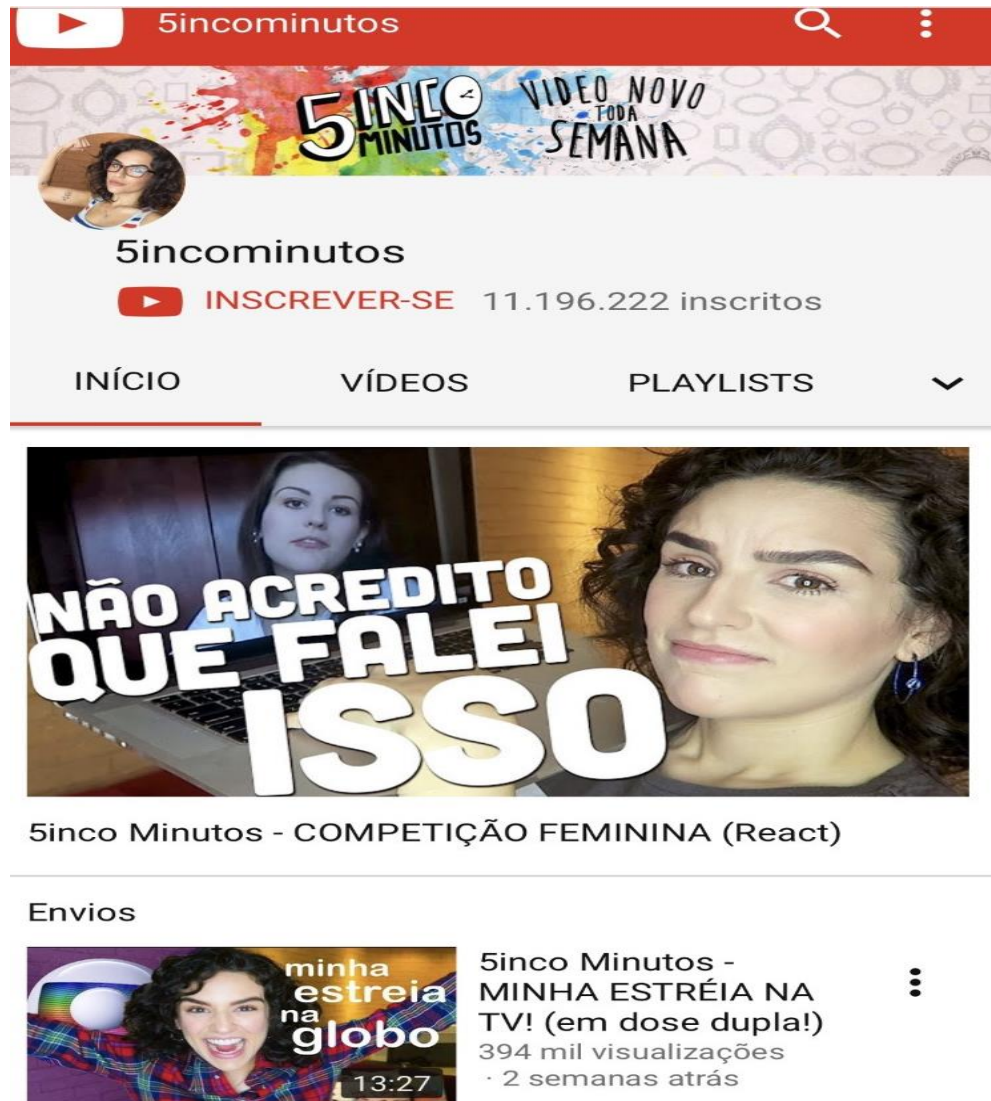
[...] Kéfera foi a primeira *youtuber* mulher a chegar à marca de um milhão de inscritos no domínio brasileiro da plataforma, mantendo seu canal na posição de canal pessoal com maior número de inscritos do YouTube nacional até meados de 2015. Hoje, ela ocupa o sexto lugar, congregando quase 11 milhões de inscritos em seu canal *5inco Minutos* (VASCONCELLOS, 2018, p. 143, grifos da autora).

Somando todas suas redes sociais, entre elas o *YouTube*, o *Twitter* e o *Instagram*, a *digital influencer*⁸ tem, até o momento, mais de trinta milhões de seguidores. Kéfera conta, como já descrito anteriormente, com uma audiência de mais de onze milhões de pessoas inscritas em seu canal, no qual publica semanalmente vídeos sobre comportamento e outros temas congêneres. A imagem apresentada a seguir corresponde à página principal de seu canal no *YouTube*:

⁷ Análise realizada no ano de 2019.

⁸ *Digital influencer* é uma expressão que denomina um perfil famoso em redes sociais, que estabeleceu credibilidade em um nicho de mercado específico e, por ter acesso a um grande público nessas plataformas, possui a capacidade de influenciar outros usuários, ditar tendências, comportamentos e opiniões, podendo monetizar essa influência em ganhos financeiros. Traduzindo a expressão para o português: influenciador digital.

IMAGEM 3 - Imagem principal do canal do *YouTube* de Kéfera Buchmann.



Fonte: *YouTube*, 2018.

Eleita no ano de 2016 como uma das jovens mais promissoras do Brasil pela revista **Forbes**, as frentes de trabalho em que atua, além de *YouTube*, abarcam o cinema e a televisão, nos quais exerce função de atriz.

Ainda no ano de 2016 protagonizara dois filmes: **O Amor de Catarina** e **É fada!**. Em novembro do ano de 2017 estreou **Gosto se discute**. Seu mais recente trabalho nas grandes telas é **Eu sou mais eu**, lançado em janeiro de 2019.

IMAGEM 4 - Os filmes protagonizados por Kéfera Buchmann.



Fonte: Google, 2018.

Além de participações em filmes de produção nacional, assinou contrato com a Rede Globo para atuar na novela **Espelho da vida** entre os anos de 2018 e 2019. Mesmo atuando como atriz, Kéfera continua publicando vídeos em seu canal. A seguir reproduzimos uma publicação na qual a *influencer* convida os espectadores para a assistirem como atriz na novela da Rede Globo. O vídeo fora publicado na data da estreia da supramencionada telenovela.

IMAGEM 5 - Kéfera Buchmann falando em seu canal sobre sua estreia na novela.



Fonte: *YouTube*, 2018.

Como *digital influencer*, realiza propaganda para grandes marcas como Adidas e Rei do Mate, e participa de eventos e campanhas publicitárias. Assina linhas de produtos como esmaltes, bolsas, jóias e perfumes, por exemplo.

Atuando em todas essas frentes, Kéfera ainda ocupa papel relevante no chamado “mundo *off-line*” com destaque para o mercado editorial, tendo publicado, até o momento, três livros, todos pelo selo Paralela, da editora Companhia das Letras. Todas estas publicações são apresentadas pelas campanhas da editora

como *best-sellers*, e desde sua estreia na Literatura, seu nome compõe a programação das edições da Bienal do Livro, tanto no Rio de Janeiro, quanto em São Paulo.

Quando Kéfera lançara seu primeiro título literário, sua participação na Bienal do Livro da capital fluminense foi impactante. A *influencer* usou o canal para convocar seus seguidores para comparecer ao evento. Para isso, ela fez um vídeo de pouco mais de oito minutos no qual fala do lançamento do livro no referido evento. Na publicação, ela conta um pouco sobre a temática do livro e afirma que para saber todos os detalhes os seguidores precisarão comprar a obra. Além de convidá-los para sua participação no evento literário e falar dos autógrafos que pretendia distribuir durante sua permanência na Bienal, Kéfera também mostra os bastidores da sessão de fotos do livro. Abaixo, um recorte desta publicação.

IMAGEM 6 - Kéfera Buchmann falando em seu canal sobre o lançamento de seu livro na Bienal.



Fonte: *YouTube*, 2018.

A reportagem do Caderno de Cultura do Estadão (2015), afirma que a organização da Bienal do Livro na qual Kéfera lançara sua primeira obra estima que pelo menos três mil pessoas foram ao local para ver a paranaense. Durante o evento, a edição declara ainda que a distribuição de senhas foi realizada de modo antecipado e em apenas trinta minutos todas as oitocentas senhas para autógrafos do título foram distribuídas. Os fãs de Kéfera lotaram o local seis horas antes da sessão começar. Na Bienal de São Paulo, no ano seguinte, a repercussão foi bastante semelhante. A *youtuber* reunira milhares de fãs em busca de autógrafos, tal como demonstrado na imagem a seguir:

IMAGEM 7 - Kéfera Buchmann na Bienal do Livro de São Paulo, em 2015.



Fonte: UOL, 2015.

No ano seguinte, a jovem escritora repetiu o trunfo também na Bienal de São Paulo, no lançamento da obra **Tá gravando: e agora?:**

IMAGEM 8 - Kéfera Buchmann na Bienal do Livro de São Paulo, em 2016.



Fonte: UOL, 2016.

No ano de 2017, no mesmo evento, no Rio de Janeiro, uma reportagem do Portal G1 (2017) mostrou que a Bienal recebera mais de seiscentos e oitenta mil visitantes durante os onze dias de evento, grande parte deles (33%) jovens entre quinze e dezenove anos de idade, atraídos pelos escritores que também são sucesso no *YouTube* – entre eles a autora citada, no lançamento de seu terceiro livro, **Querido, dane-se**.

Para Perrone-Moisés (2016), tais características são comuns à sociedade do espetáculo, como deixa claro: “[...] acontece que na sociedade do espetáculo a literatura passou a ser objeto de grandes eventos e os escritores se transformaram em celebridades mais conhecidas do que lidas [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 64). Podemos afirmar que grande parte deste número exacerbado de vendas vem da fama de Kéfera Buchmann na Internet. Desde a criação de seu canal, no ano de 2010, foram nove anos conquistando admiradores e seguidores que têm interesse em consumir tudo que esteja atrelado ao nome da *youtuber*, já que transferira boa parte de seu conteúdo virtual às páginas dos livros impressos.

Conforme apresentamos anteriormente, a rede mundial de computadores é capaz de tornar indivíduos anônimos em grandes celebridades em curto espaço de tempo, pelo simples fato de publicarem conteúdo de sua vida pessoal, o que gera

interesse em grupos específicos, tal como a pesquisadora Beatriz Jaguaribe (2007) explicita no seguinte trecho: “Já na internet, proliferam os blogs e *fotologs* personalizados que muitas vezes, transmitem as imagens e narrativas cotidianas de pessoas até ontem anônimas” (JAGUARIBE, 2007, p. 153).

O livro analisado na presente pesquisa, **Muito mais que 5inco minutos**, teve sua primeira publicação datada de agosto de 2015. Segundo reportagem de Rodolfo Viana, publicada do jornal Folha de São Paulo (2015), a obra de estreia de Kéfera vendeu mais de trezentos mil exemplares em cento e um dias, sendo que só na pré-venda foram comercializados dezesseis mil exemplares. No ano seguinte, o livro continuou encabeçando a lista dos mais vendidos no segmento, atingindo a marca de aproximadamente cento e um mil exemplares, segundo nova publicação do jornal Folha de São Paulo do mesmo ano (2015)⁹.

A reportagem de Viana (2015) demonstra que o título fora o mais vendido no ano de 2015 por todo conglomerado de selos da Companhia das Letras, atingindo, segundo a Revista Época (2016), a marca de vendas de quatrocentos mil exemplares em todo o ano do lançamento, colocando Kéfera em 6º lugar na lista dos dez autores brasileiros com mais vendas de livros no ano de 2015, de acordo com levantamento da *Nielsen BookScan*, empresa que monitora o mercado editorial.

Cabe ressaltarmos o significativo movimento realizado pelas editoras brasileiras em busca de internautas com grande número de seguidores e que estejam interessados em ingressar no mercado literário, já que o grande número de seguidores nessas plataformas já é um considerável passo para alavancar a venda de exemplares. Sobre o poder de influência das redes sociais, Sibilía (2018) nos traz relevantes informações: “‘As redes sociais já não são somente um complemento’, afirmou o diretor executivo da agência nova-iorquina BBDO. ‘Elas são essenciais para todas as ideias’, acrescentou, ‘e a maneira de construir credibilidade através delas é por meio da autenticidade e da influência’” (SIBILIA, 2016, p. 46, grifo da autora). Vem daí o movimento de algumas editoras para criar selos que possam hospedar essas publicações advindas de indivíduos com grande influência nas redes de interação social.

⁹Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/12/1714915-apos-vender-mais-de-300-mil-livros-fenomeno-kefera-planeja-mais-2-obras.shtml> > Último acesso em 27 fev. 2019.

Em abril de 2012, o grupo Companhia das Letras anunciara a criação de quatro novos selos, incluindo o selo Paralela, que passariam a atuar paralelamente ao catálogo da editora, formando cada um deles uma unidade independente. A justificativa da criação, afirmou o diretor Luiz Schwarcz (2012), no *blog* da editora¹⁰, foi tentar atingir um público mais amplo e levar o grupo aos diferentes caminhos percorridos pelos leitores. Junto à novidade, a empresa anunciou ainda que todos os novos títulos seriam vendidos também em forma de *e-books*. Os clássicos da Literatura ficariam restritos ao também novo selo, Boa Companhia.

No caso do selo Paralela, a alegação fora aglutinar livros de entretenimento destinadas ao grande público. Em uma das publicações do *blog* da editora, encontramos a afirmação que alguns autores e títulos, antes programados para a Companhia das Letras, migrariam para os novos selos, o que aconteceu, por exemplo, com o escritor Paulo Coelho, deslocado para o selo Paralela. A tiragem média das edições deste selo é de dez mil exemplares, inicialmente em duas publicações mensais, sendo que nas edições do selo Companhia das Letras, a tiragem alcança cinco mil exemplares, no máximo¹¹.

Uma reportagem do caderno de negócios da revista Época, veiculada em fevereiro de 2017¹², afirma que o primeiro livro de Kéfera Buchmann foi também a primeira publicação de *youtubers* do grupo Companhia das Letras. A reportagem diz que:

A Companhia das Letras é uma das que apostam no sucesso dessas personalidades. “Em 2015 vimos que alguns livros de *youtubers* estavam indo muito bem nos mercados americano e inglês. Decidimos testar o formato por aqui e contratamos a Kéfera. O fenômeno se repetiu no Brasil”, diz Bruno Porto, *publisher* de *youtubers* da editora. O primeiro livro foi Muito Mais Que Cinco Minutos, lançado em agosto de 2015. Hoje a Companhia das Letras tem em seu catálogo nove títulos de *youtubers*. “O número de seguidores conta, claro, mas é preciso ter uma história para narrar, seja numa biografia, como o primeiro livro da Kéfera, ou numa ficção cheia de aventura, como os do Rezende”, explica Porto (REVISTA ÉPOCA, 2016, sem página, grifos da revista).

¹⁰ Disponível em: < <http://historico.blogdacompanhia.com.br/2012/03/companhia-das-lettras-lanca-quatro-novos-selos/> > Último acesso em 27 fev. 2019.

¹¹ Disponível em: < <https://www.valor.com.br/cultura/2574308/companhia-das-lettras-anuncia-quatro-novos-selos> > Último acesso em 27 fev. 2019.

¹² Disponível em < <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/05/o-poder-da-industria-dos-youtubers.html> > Último acesso em 11 ago. 2019.

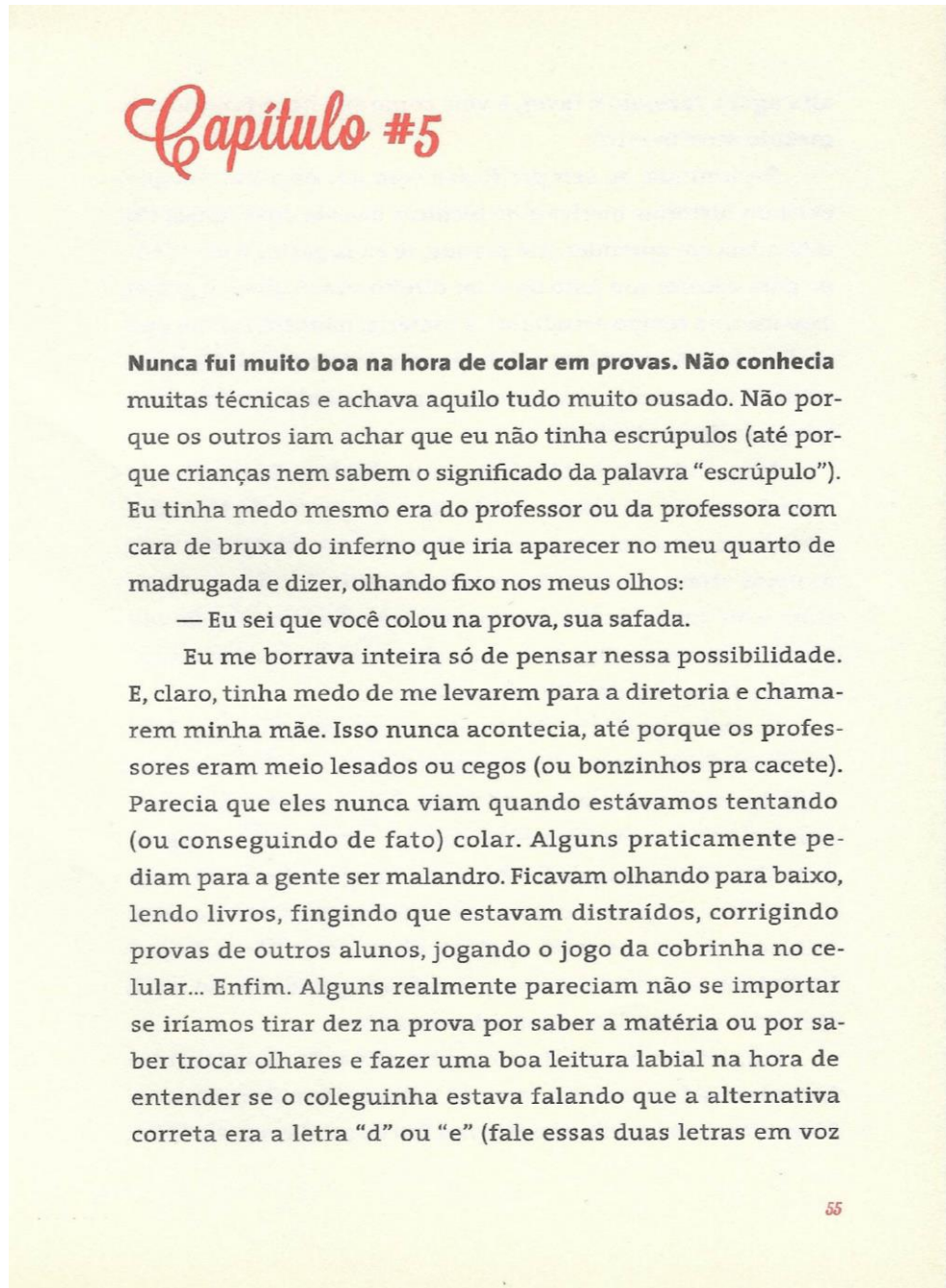
Bruno Porto, responsável pela publicação dos *youtubers* na Companhia das Letras, em reportagem para o site da revista *Época* classifica o livro de Buchmann como uma biografia. Porém, a ficha catalográfica, o identifica como autobiografia. Mesmo o texto apresentando inúmeras características do feitiço autobiográfico, que serão detalhadas no decorrer desse trabalho, a própria autora não considera a obra autobiográfica. Em entrevista ao jornal *Folha de São Paulo* (2015), afirma que não considera a publicação com características fieis a esse gênero: “Eu nunca considerei o livro uma autobiografia. Vendo o resultado final, ainda faltou muita coisa ali, muitas histórias de infância, todos os anos que não citei e passaram batidos” (BUCHMANN, 2015, s/p).

A origem do título do livro vem do canal da autora no *YouTube*, intitulado **5inco minutos**, no qual ela publica e compartilha seus vídeos gravados por ela mesma, geralmente com cinco minutos de duração. Como a narrativa, obviamente, vai além daquele tempo fixado no material da *Web*, recebera o nome de **Muito mais que 5inco minutos**. O livro narra, em primeira pessoa, a memória de uma jovem de vinte e dois anos passando por três fases da vida da protagonista, infância, adolescência e idade adulta, dividido em doze capítulos que contam a história da *youtuber* não em sua fase atual, mas uma Kéfera antes da fama, uma menina que sofreu *bullying* em vários períodos da infância e adolescência, além de relacionamentos complicados.

É interessante notarmos que cada capítulo é antecedido por uma *hashtag*¹³, diagramação que faz parte do ambiente de jovens leitores conectados. A imagem a seguir é uma reprodução de como os capítulos são separados na publicação.

¹³ *Hashtag* é uma palavra-chave antecedido pela cerquilha (#) que as pessoas geralmente utilizam para identificar o tema do conteúdo que estão compartilhando nas redes sociais.

IMAGEM 9 - Página do livro **Muito mais que 5inco minutos** a qual demonstra como a autora começa cada capítulo utilizando o símbolo de *hashtag*.



Fonte: BUCHMANN, Kéfera, 2015.

Além deste, o livro utiliza ainda recursos visuais de aproximação dos leitores com a autora: são ilustrações e fotografias editadas que recuperam dados relacionados à Kéfera. A imagem a seguir exemplifica essa afirmação:

IMAGEM 10 - Página do livro **Muito mais que 5inco minutos** a qual demonstra uma fotografia da autora.



Fonte: BUCHMANN, Kéfera, 2015.

O conteúdo de cada capítulo do livro pode ser assim resumido:

- **Capítulo 1:** lembranças da infância, amizade e *bullying*.
- **Capítulo 2:** características pessoais dos indivíduos.
- **Capítulo 3:** *bullying*, amizade e respeito ao professor.
- **Capítulo 4:** *bullying*, adolescência, paixão e padrões de beleza.
- **Capítulo 5:** cola e provas.
- **Capítulo 6:** primeiro beijo, conselhos e virgindade.
- **Capítulo 7:** paixão, baixa estima, excesso de peso e Internet.
- **Capítulo 8:** paixão, autoestima e reprovação escolar.
- **Capítulo 9:** autoestima.
- **Capítulo 10:** preconceito contra mulher e aparência.
- **Capítulo 11:** moda e tendência.
- **Capítulo 12:** paixão, relacionamento afetivo e sentimentos.

Após os dados aqui apresentados acerca desta análise inicial do livro de Buchmann, na subseção a seguir iremos destacar as particularidades da também *youtuber* Maju Trindade e de seu livro **Maju**, selecionado para esta pesquisa.

3.2 SOBRE O LIVRO DE MAJU TRINDADE

As youtubers estão fazendo algo incrível: usando a influência que conquistaram nas redes sociais para atrair cada vez mais pessoas para o mundo dos livros.

Lucas Castilho

Maria Júlia Trindade Frias Devasio nasceu em Catanduva, cidade do interior do estado de São Paulo, em dezesseis de junho de 1999. Criou seu canal no *YouTube* em julho de 2011, aos doze anos de idade. Na descrição do canal, a *youtuber* coloca apenas: “my life =)”. Maju se tornou mais conhecida pelo grande público depois de iniciar um namoro com o também *youtuber* Mauro Morizono Filho,

conhecido como Japa. Eles chegaram a ser intitulados como “o casal sensação do *YouTube*”. Japa, também possui um grande número de seguidores em seu canal, *JapandoTV*, no qual reúne mais de três milhões de inscritos, segundo dados coletados no segundo semestre de 2019. O fim do relacionamento do casal gerou uma grande polêmica na Internet, depois que a intimidade de Maju teria sido exposta no livro **O diário de Japa**, lançado em 2016, pelo ex-namorado. Segundo o site G1¹⁴, no título, Japa relata com detalhes a primeira relação sexual do casal, uma exposição que não teria sido autorizada por Maju. Ainda segundo publicação do *website*, Japa teria afirmado que não participou da revisão de seu livro, classificado como uma biografia em sua ficha catalográfica, e não teria visto o resultado final¹⁵. Oito anos se passaram desde sua estreia no *YouTube* e Maju Trindade conquistou muitos seguidores. Atualmente, análise feita no segundo semestre do ano de 2019, compartilha sua opinião sobre assuntos cotidianos em suas redes sociais e coleciona 3,2 milhões de seguidores no *Instagram* e quase dois milhões de inscritos em seu canal no *YouTube*. A imagem apresentada a seguir corresponde à página principal de seu canal:

¹⁴ Disponível em: < <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2016/05/youtuber-japa-se-envolve-em-polemica-com-lancamento-de-livro.html> > Último acesso em 16 jun. 2019.

¹⁵ Na época, em um outro site de notícias, o *youtuber* chegou a afirmar que não teria lido/escrito o livro. Tal incidente permite uma discussão paralela acerca do papel dos chamados *ghostwriter*, traduzido como escritor fantasma, na produção autobiográfica contemporânea. Porém não iremos explorar neste trabalho por não ser o foco da presente pesquisa.

IMAGEM 11 - Imagem principal do canal no *YouTube* de Maju

Maju Trindade 🔍 ☰

Maju Trindade

INSCREVER-SE 1.982.997 inscritos

INÍCIO VÍDEOS PLAYLISTS ▾

Envios

	CUIDADO ÍNTIMO 96 mil visualizações · 3 meses atrás	⋮
	AS CINCO LINGUAGENS DO AMOR 118 mil visualizações · 5 meses atrás	⋮
	MINHA EXPERIÊNCIA COM ROACUTAN 258 mil visualizações · 8 meses atrás	⋮

Fonte: *YouTube*, 2018.

Suas frentes de trabalho, além do *YouTube*, abarcam a moda, atuando como produtora e modelo fotográfica, e o cinema, onde atua como atriz. Sua estreia no cinema foi no ano de 2016, onde fez uma participação no filme **Os penetras 2**. A seguir, a reprodução de um *frame* do filme no qual a *youtuber* Maju participa como atriz:

IMAGEM 12 - O filme no qual Maju Trindade fez participação no ano de 2016.



Fonte: Frame do filme no *YouTube*, 2018.

Como *digital influencer*, realiza propaganda para grandes marcas como *Helmann's* e *Nike*, além de participar de diversos eventos. Assim como Kéfera, operando em todas essas frentes, Maju também ocupa papel de destaque no mercado editorial tendo publicado, até o momento, a obra **Maju**.

O título fora lançado na 24^a edição da Bienal Internacional do Livro de São Paulo, realizada entre os dias seis de agosto e quatro de setembro do ano de 2016. O lançamento de **Maju** aconteceu no dia 31. Um dia depois, a organização da Bienal publicou em sua página da rede social *Facebook*, um vídeo da escritora falando de sua participação no evento. Na publicação, ela conta do lançamento e da alegria de estar na Bienal. Além disso, convida os fãs para comprarem o livro. Abaixo, um recorte desta publicação:

IMAGEM 13 - Maju Trindade falando do lançamento de seu livro na 24ª edição da Bienal de SP.



Fonte: Frame do vídeo de Maju Trindade, no YouTube, 2016.

Alguns dias antes, a autora também usou o *Facebook* pessoal para divulgar a pré-venda do livro. Na publicação, Maju avisa aos seguidores que quem comprar antes irá ganhar brindes exclusivos e disponibiliza *links* de locais nos quais os interessados podem adquirir o título. Abaixo, a publicação:

IMAGEM 14 - Publicação *Facebook* na qual Maju Trindade sobre a pré-venda do livro **Maju**.



Fonte: Print da publicação no *Facebook*, 2016.

A reportagem do *website* Poltrona Vip¹⁶ retrata uma fala da autora durante a participação no evento: “[...] estou muito realizada em estar aqui lançando meu livro junto a autores tão importantes”.

Um mês depois do lançamento de **Maju**, o conteúdo de um dos trechos do livro se tornou elemento de discussão nas redes sociais e esteve como destaque em diversos portais de notícia. No capítulo 27 da obra, intitulado “Drake Moção” a autora fala sobre seu gosto musical pelo ritmo *hip-hop* e ressalta sua admiração pelo cantor norte-americano Drake. No conteúdo do livro, ela escreve:

Durante algum tempo eu só escutei rock, mas, de três anos para cá, descobri que tenho uma alma negra. Amo hip-hop. Não sei bem o porquê disso, mas não consigo mais parar. Tenho vários rappers favoritos, mas o meu queridinho é o Drake (TRINDADE, 2016, p.147).

A expressão “descobri que tenho alma negra” foi o alvo das críticas e piadas feitas pelos leitores. Segundo o portal G1¹⁷, no dia primeiro de agosto de 2016, um mês depois do lançamento do livro na Bienal, o nome de Maju Trindade foi um dos mais citados na rede social *Twitter*. Esse tipo de exposição carrega não só bônus, mas também ônus. No feitiço do livro ao utilizar a expressão “tenho alma negra”, fora do contexto e publicado nas discussões do *Twitter* - sobretudo por internautas que não são necessariamente fãs dela - a expressão recebeu um tom extremamente negativo, exigindo explicação e retratação por parte da *youtuber*. Cabe então aqui ressaltar que a autoexposição ao mesmo tempo em que é positiva para essa geração, pode colocar as celebridades do mundo digital em situações extremamente frágeis, oscilando entre o amor e admiração dos fãs, ou a total repulsa.

Segundo reportagem de Rafaella Fraga publicada no portal de notícias G1 (2016), os fãs da *youtuber* poderiam conhecer detalhes da vida *off-line* de Trindade a partir da obra. À reportagem, Maju Trindade afirmou que mesmo os adolescentes sendo criaturas atualmente muito conectadas, ela acredita em um interesse deles por literatura tradicional. Fraga destaca ainda um depoimento da autora sobre a publicação:

¹⁶ Disponível em: < <http://poltronavip.com/maju-trindade-marcelo-tas-e-ziraldo-marcam-presenca-no-segundo-dia-de-bienal-do-livro/> > Último acesso em 15 jun. 2019

¹⁷ Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/08/youtuber-maju-trindade-diz-ter-alma-negra-em-livro-e-e-alvo-de-criticas.html> > Último acesso em 15 jun. 2019.

Nunca tinha pensado em escrever um livro, aí recebi o convite e comecei a pensar como poderia ser. Começamos a fazer e deu certo. Ficou muito bonito, amei! Um livro é um objeto que você tem, que você guarda. Ao contrário do vídeo, em que se vê as coisas, com o livro você imagina. E no meu livro tem histórias da minha infância que não foram contadas em vídeo, então as pessoas podem abusar da imaginação (TRINDADE, 2016, s/p apud FRAGA, 2016, s/p).

Ao declarar que em seu livro os leitores encontrariam histórias que não foram contadas na Internet, Maju instiga a comunidade de fãs que deseja saber detalhes de sua vida a comprar o exemplar. Sobre essa relação fã / ídolo, Finco (2016) vai dizer que: “[...] No domingo do Dia dos Pais, 14 de agosto, 200 adolescentes se reuniram na praça de alimentação do Botafogo Praia Shopping, no Rio de Janeiro, para a sessão de autógrafos do livro **Maju**, de Maju Trindade¹⁸” (FINCO, 2016, s/p, grifo da autora).

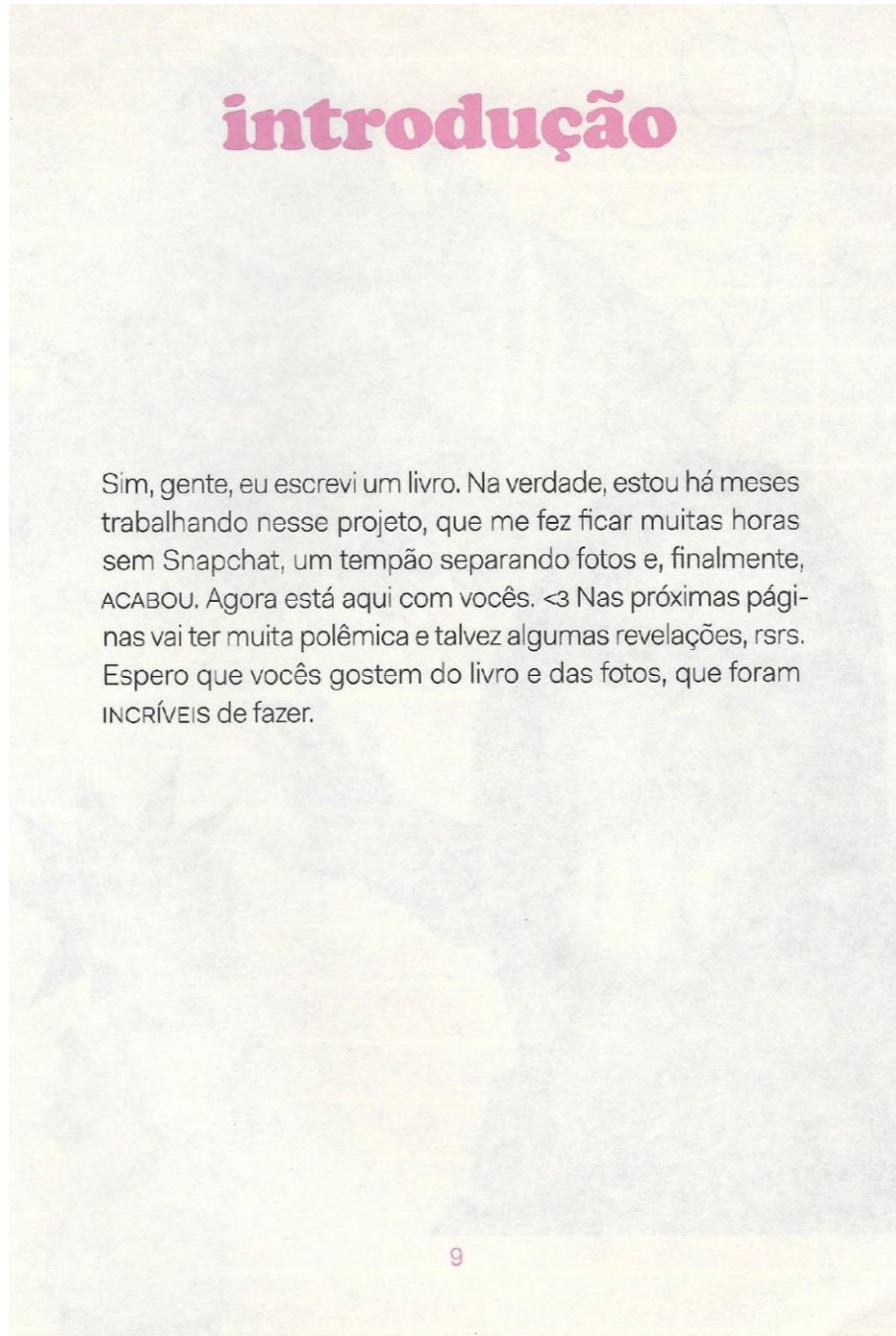
Assim como **Muito mais que 5inco minutos**, de Buchmann, publicado um ano antes, o título inicial de Maju fora publicado pelo selo editorial Paralela pertencente ao grupo Companhia das Letras. Cabe aqui retomarmos o movimento realizado pelas editoras brasileiras em busca de internautas com grande número de seguidores que estejam interessados em publicar livros que possam atrair seu público para alavancar as vendas dos exemplares, assim como foi o caso do livro analisado anteriormente nesta pesquisa. Sobre a relação entre o número de seguidores nas redes de interação social e os exemplares comercializados, Davi Craig, especialista em transmídia e professor de comunicação da Universidade do Sul da Califórnia, irá afirmar, em entrevista ao portal da revista Época (2016), que “[...] a matemática é simples: mais conteúdo, plataformas e mídia equivalem a mais fãs e mais receita” (FINCO, 2016, s/p).

Desde o título homônimo até toda publicidade na retaguarda desta publicação, o consumidor é levado a crer que se trata de um livro designado a uma publicação de escrita de si, neste caso, uma biografia. Tal afirmação pode ser confirmada se retomarmos a reportagem de Finco na seguinte afirmação: “[...] A *youtuber* fez 18 anos em junho, mas já lançou sua biografia, escrita em parceria com a escritora e ex-VJ da MTV Jana Rosa” (FINCO, 2016, s/p). Jana Rosa participa na

¹⁸ O número de vendagem da publicação **Maju**, da escritora Maju Trindade, não fora localizado até o término dessa pesquisa.

concepção editorial do livro, todo ele escrito em primeira pessoa, como é possível perceber logo na introdução:

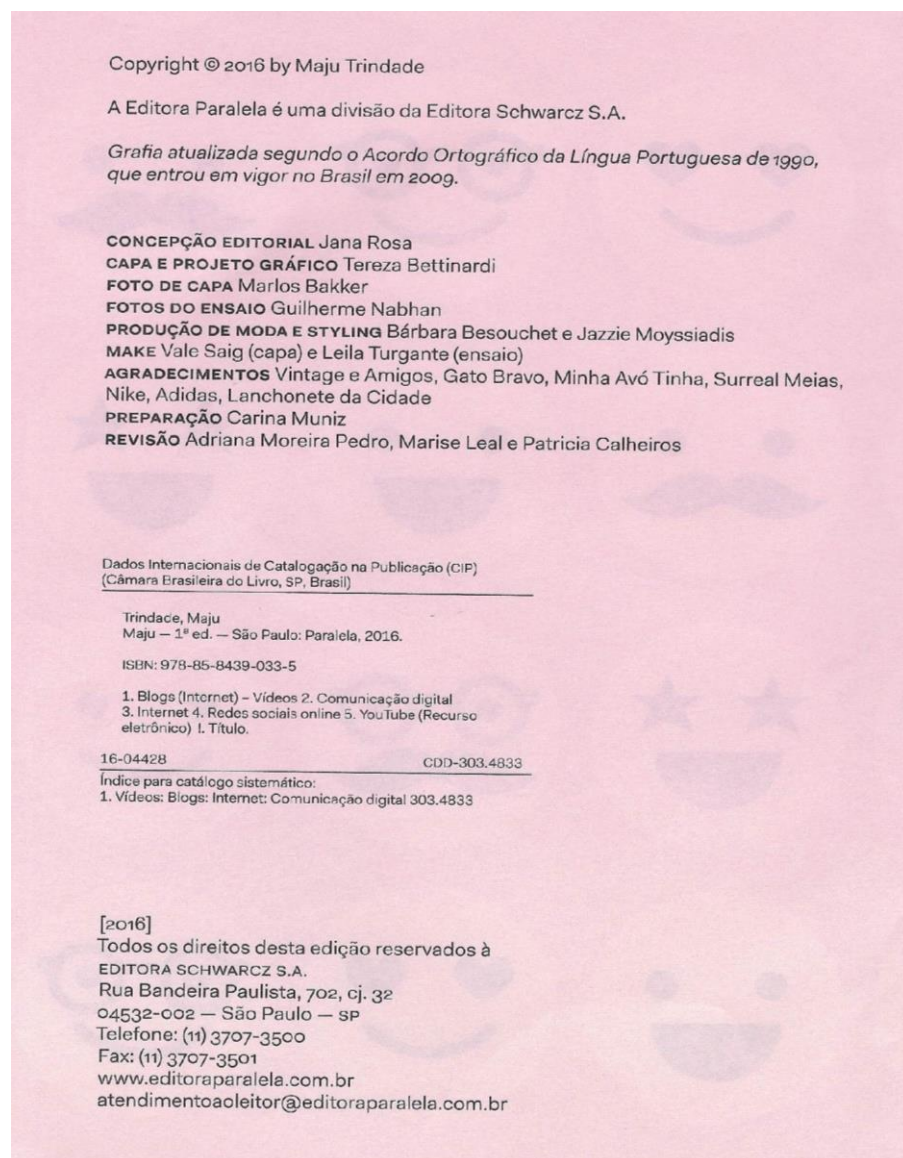
IMAGEM 15 - Foto da introdução do livro de Trindade.



Fonte: TRINDADE, Maju, 2016.

Retomando a participação da escritora Jana Rosa na obra de Trindade, também em destaque na publicação de Finco, essa afirmação aparece ainda em outra reportagem, dessa vez do portal M de Mulher (2016), que afirma: “[...] E essa biografia, lançada pela Editora Paralela, quer emular exatamente o estilo que fez da *youtuber* uma estrela: as tiradas engraçadas e, claro, as zero papas na língua. A escritora e ex-VJ da MTV Jana Rosa foi a responsável pela concepção editorial do projeto”. Na ficha de dados da publicação é possível verificar a afirmação do portal:

IMAGEM 16 - Ficha catalográfica do livro **Maju**.



Fonte: TRINDADE, Maju, 2016.

Destacando agora a ficha catalográfica da publicação, nela o livro **Maju** é identificado pela editora Paralela como “Blogs: Internet: Comunicação digital”. Seria essa mudança então um novo movimento de identificação de gênero dessas publicações, já identificado pela editora? Para além de sua ficha catalográfica, **Maju** é um livro, assim como **Muito mais que 5inco minutos**, com características perceptíveis dos gêneros de escritas de si, tais como: biografia, autobiografia e autoficção.

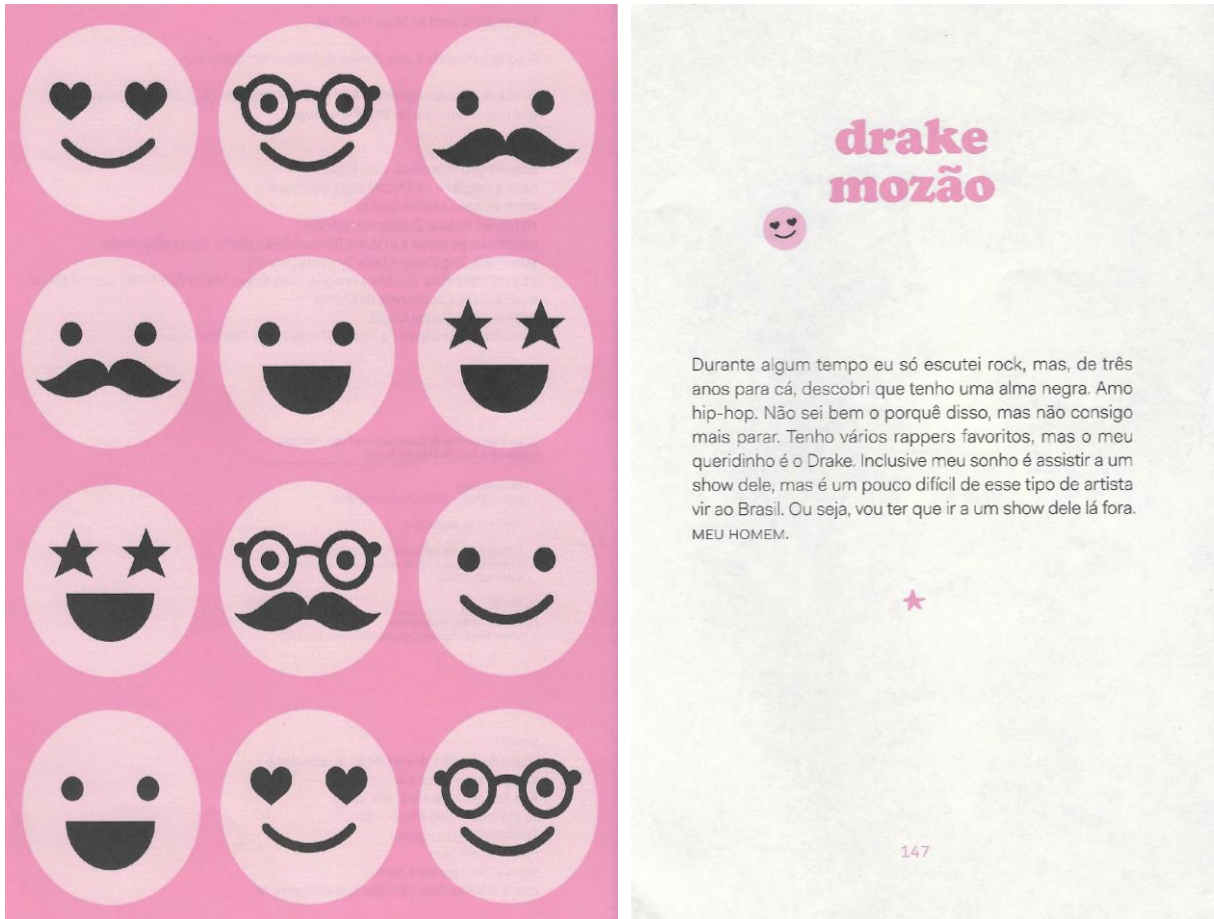
Aos dezessete anos, Trindade apresenta suas memórias, abordando duas fases: infância e adolescência – sendo essa última sua idade atual à época da publicação do título. O livro é dividido em trinta e seis capítulos curtos que contam a história da *youtuber* antes e depois da fama. Tal como Kéfera, no livro anteriormente apresentado, neste, Maju Trindade também relata uma pré-adolescência contornada de episódios comuns aos leitores, como episódios de *bullying*.

É interessante notarmos no decorrer do texto, assim como na publicação de Buchmann, a presença de elementos relacionados à Internet. Maju dedica um capítulo, intitulado “timelinda”, para dar dicas aos leitores de como deixar a *timeline*¹⁹ do *Instagram* bonita e organizada. A autora utiliza ainda *emoticons*²⁰ antes ou após a maioria dos capítulos ao lado das figuras, fazendo com que o universo digital seja estendido às páginas do livro. A imagem a seguir é uma reprodução de como alguns capítulos são antecidos ou sucedidos na publicação:

¹⁹ *Timeline* é uma palavra inglesa que significa linha do tempo.

²⁰ *Emoticon* é uma forma de comunicação paralinguística, derivada da junção dos termos em inglês *emotion* (emoção) e *icon* (ícone) em alguns casos chamado *smiley*. É uma sequência de caracteres tipográficos, que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. Exemplo: ☺.

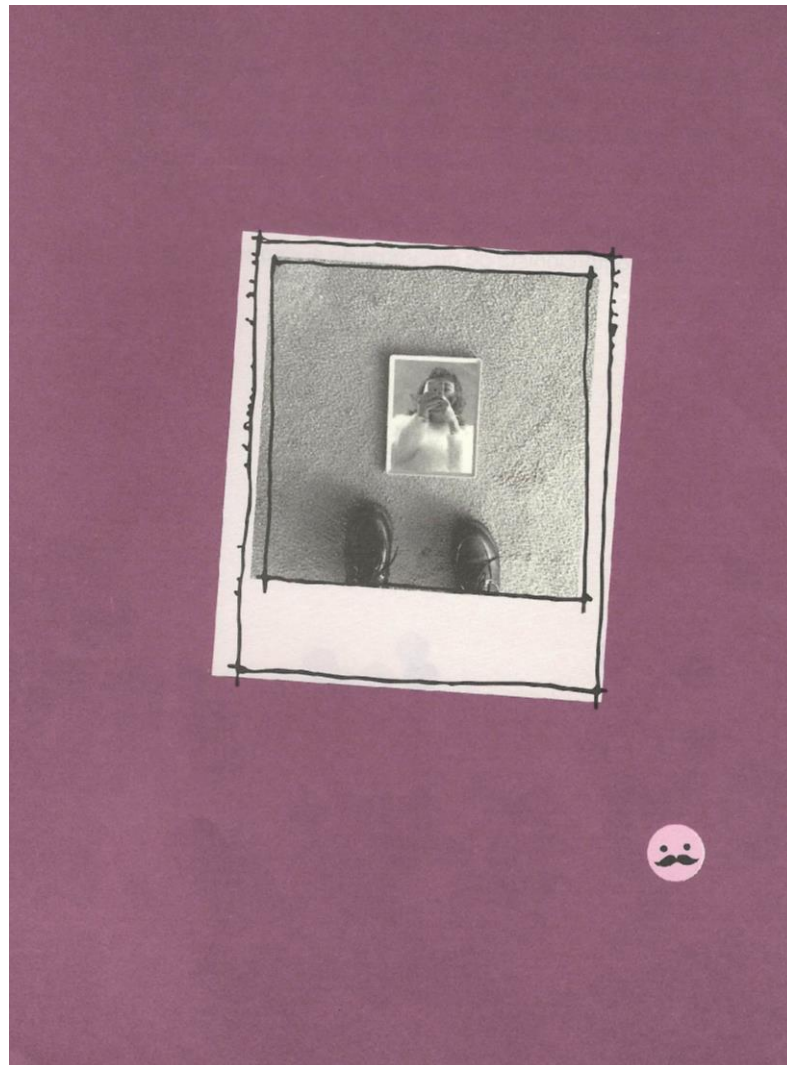
IMAGEM 17 - Páginas do livro **Maju**, as quais a autora utiliza *emoticons*.



Fonte: TRINDADE, Maju, 2016.

Além deste, assim como a obra de Buchmann, Trindade, com particularidades que se diferem da obra de Kéfera, também utiliza recursos visuais, tais como fotos. Todos os capítulos são antecidos ou sucedidos por uma imagem relacionada ao seu tema. A imagem a seguir, do capítulo intitulado “Maju fotógrafa”, exemplifica essa afirmação.

IMAGEM 18 - Página do livro **Maju** a qual demonstra uma ilustração da autora relacionada ao tema abordado no capítulo, ao lado de um *emoticon*.



Fonte: TRINDADE, Maju, 2016.

O conteúdo de cada capítulo do livro pode ser assim resumido:

- **Capítulo 1:** lembranças da infância.
- **Capítulo 2:** família, foco na idade dos pais quando em seu nascimento.
- **Capítulo 3:** separação dos pais, irmãos e família moderna.
- **Capítulo 4:** aventuras na infância, amizade e família.
- **Capítulo 5:** animal de estimação e afeto.

- **Capítulo 6:** relação com os estudos e afinidade com ciências humanas.
- **Capítulo 7:** esportes e a prática de ginástica olímpica.
- **Capítulo 8:** a paixão pela fotografia.
- **Capítulo 9:** dicas de fotografia e redes sociais.
- **Capítulo 10:** conselhos aos leitores sobre o uso de *piercing*.
- **Capítulo 11:** a vida em cidade do interior.
- **Capítulo 12:** estilo pessoal e moda.
- **Capítulo 13:** ídolos e representatividade.
- **Capítulo 14:** espiritualidade e religião.
- **Capítulo 15:** Bíblia.
- **Capítulo 16:** vida profissional de modelo.
- **Capítulo 17:** autoestima, estética e cabelos.
- **Capítulo 18:** técnicas de maquiagem.
- **Capítulo 19:** relação com a internet.
- **Capítulo 20:** experiência em viagens internacionais.
- **Capítulo 21:** viagem de trabalho à Paris.
- **Capítulo 22:** viagem de trabalho à Suíça.
- **Capítulo 23:** tatuagens e *piercings*.
- **Capítulo 24:** primeiro beijo.
- **Capítulo 25:** estreia no cinema.
- **Capítulo 26:** fanatismo pelo cantor Justin Bieber.
- **Capítulo 27:** admiração pelo cantor Drake.
- **Capítulo 28:** vida antes e depois da fama.
- **Capítulo 29:** esportes: *skate*.
- **Capítulo 30:** gosto pela dança e admiração pela cantora Britney Spears.
- **Capítulo 31:** músicas preferidas.
- **Capítulo 32:** autoestima.
- **Capítulo 33:** obrigações da vida adulta.
- **Capítulo 34:** os sonhos e os dezoito anos.
- **Capítulo 35:** agradecimentos.
- **Capítulo 36:** créditos das imagens.

Os livros analisados nesse trabalho têm um número semelhante de páginas, a grande diferença nas publicações é o número de capítulos em cada uma delas. **Muito mais que 5inco minutos**, de Buchmann, foi finalizado com 143 páginas e 12 capítulos, com uma média de seis páginas em cada um deles. Já a publicação **Maju**, de Trindade, conta com 175 páginas e 35 capítulos mais curtos, com uma média de duas páginas em cada um deles. Capítulos curtos, linguagem acessível e recursos visuais podem ser analisados como fatores de aproximação com o público leitor nas publicações. O livro de Trindade, ainda que em tom autobiográfico e com a ideia de apresentar memórias da *youtuber*, demonstra maior tendência para o estilo manual, com dicas para os leitores e informações que buscam ensinar técnicas ou comportamentos próprios do ambiente virtual e jovem – focado especificamente no perfil do público leitor que pretende alcançar, paralelamente ao tipo de seguidor que a acompanha nas mídias sociais.

Para além da linguagem informal e repleta de gírias e vocabulários próprios da Internet, da forma de apresentação dos livros, contando com fotografias e ilustrações, e até mesmo do tamanho das publicações, cabe destacar que a temática abordada é bastante semelhante. Durante a análise foi possível identificar, pelo menos, 15 categorias temáticas idênticas nas duas publicações. Essas categorias serão analisadas mais adiante, na seção 5.1, que aponta os elementos presentes em ambas.

Cabe destacar a afirmação de Maruschi (2010) quanto a perenidade/efemeridade dos gêneros: “caracterizam-se muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas particularidades linguísticas e estruturais... Assim como surgem, podem desaparecer” (MATUSCHI, 2010, p. 20), embora nenhum gênero seja absolutamente novo. Este autor lembra ainda que, novas tecnologias criam novos gêneros “por terem uma presença marcante e grande centralidade nas atividades comunicativas da realidade social que ajudam a criar” (MATUSCHI, 2010, p. 21). Neste sentido, segundo o pesquisador, os textos apresentam forma inovadora e conteúdo híbrido e maleável para atender às funções que propiciaram seu surgimento sendo, portanto, artefatos culturais historicamente construídos pelo ser humano para suprir uma necessidade. Ora, se compreendermos que ao longo da história literária – sobretudo aquela relacionada à brasileira – a literatura voltada especificamente para jovens foi relegada a segundo plano, visualizamos então que há, ainda, um hiato a ser

preenchido. E decerto os livros que neste momento são publicados e distribuídos pelas editoras, tal como os aqui elencados como corpus de estudo, despontam para suprir este hiato, apresentando aos seus principais leitores – os jovens – uma publicação que dialoga não apenas com suas expectativas e necessidades, mas com a própria contemporaneidade. Conforme aponta Celeste (2018):

Pesquisadores como Hunt (2010) apontam que durante muitos anos, o público jovem não pôde contar com a existência de vertente literária especificamente dedicada a ele. Estes indivíduos, então, foram colocados à margem da produção de livros promovida em território nacional. A confirmação deste panorama se dá ao verificarmos que nas livrarias, até pouco tempo, faziam-se presentes, apenas seções voltadas à Literatura Infantil, Adulta e às mais diversas áreas do conhecimento, restringindo-se, estas, a livros de cunho acadêmico e crítico (CELESTE, 2018, p. 185).

Estes livros que não apresentam dominância de nenhum gênero outrora nomeado, mas circulam entre vários e, principalmente, tomam de empréstimo características próprias do universo digital e permitem a visualização de um cenário cujos embates estão longe de ser respondidos. O aumento da produção e do consumo dos livros impressos é uma realidade cuja demanda parte, principalmente, dos jovens leitores, promovendo questionamentos outros que colocam em debate as mutações as quais a literatura brasileira contemporânea vem sofrendo. Mutações essas que afetam não apenas os próprios conceitos de gêneros – e conseqüentemente a ficha catalográfica destes livros – mas de forma mais ampla, o que se quer, ainda, chamar (grosseiramente) de Literatura de Entretenimento. Mais do que apenas entreter, estas publicações submetem leitores, até então preteridos, a um universo no qual o livro é protagonista. E não seria esse um dos grandes papéis da Literatura?

Na subseção a seguir, falaremos do desejo de reconhecimento por parte dos escritores, sobretudo no caso dos jovens *youtubers* autores. Sua relação com os gêneros que transitam nos livros demonstra que há uma extensão do interesse em compartilhar intimidade e opinião, por isso suas publicações tendem a ser catalogadas como biografias ou autobiografias, ainda que nem sempre estejam realmente próximas das características que tradicionalmente formam estes gêneros. Para compreender os livros aqui analisados, e como extensão às demais publicações comuns a esta seara, abordaremos na próxima subseção alguns aspectos teóricos acerca dos gêneros literários biografia, autobiografia e autoficção.

4 NARRATIVAS DE ESCRITAS DE SI: ONDE O LEITOR E ONDE A LITERATURA

No meu caso, o desejo de reconhecimento, pelos meus contemporâneos e por imaginada posteridade, é de fato um dos motivos que me levaram a escrever.

Paulo Henriques Brito

Paulo Henriques Brito (2010) declarou em **Por que escrevo**, que a vaidade pode ser considerada uma motivação para a escrita de todos os escritores, até mesmo daqueles que guardam tudo o que escrevem a sete chaves. Nessa mesma publicação, o escritor afirma que: “[...] no meu caso, o desejo de reconhecimento, pelos meus contemporâneos e por imaginada posteridade, é de fato um dos motivos que me levaram a escrever” (BRITO, 2010, p. 253). Assim como Paulo Henriques Brito (2010), os jovens escritores populares no ambiente virtual desejam ser reconhecidos, mas não somente por sua escrita, e sim por uma série de fatores que os motivam a compartilhar na rede mundial de computadores sua intimidade. A este respeito, cabe retomar a citação de Vera França (2014) ao afirmar que

As figuras que assumem os holofotes e, assim, reviram os afetos de multidões trazem as marcas da cultura de cada tempo, condensando e expondo os valores que estão em voga para a coletividade por elas afetada (FRANÇA, 2014a, p. 8 apud VASCONCELLOS, 2018, p. 22).

Ao longo da presente subseção, iremos abordar o que denominamos como conceitos tradicionais de biografia, autobiografia e autoficção, descrevendo teorias que contemplam cada um dos gêneros de escritas de si. Na subseção 4.1, apresentaremos a biografia e suas características tradicionais com o intuito de retomar a tradição do conceito para compreender de que forma, e se realmente as biografias publicadas atualmente estão seguindo o conceito proposto inicialmente para o gênero à época de sua definição. Na subseção 4.2, intitulada *Autobiografia e seus conceitos tradicionais*, faremos o mesmo movimento, porém atrelado ao conceito de autobiografia, propondo um diálogo com a obra de Philippe Lejeune. Por fim, na subseção 4.3 abordaremos o conceito de autoficção tal como denominado e

desenvolvido pelo escritor francês Serge Doubrovsky. Tais gêneros são destacados, ainda que de forma breve neste trabalho, em virtude de serem aqueles que dominantes nas publicações das *youtubers* aqui analisadas, e paralelamente nos demais livros publicados nestas mesmas categorias, conforme mapeamento de Celeste (2018).

4.1 A BIOGRAFIA E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS

Biografias fascinam. Raros são os que se quedam indiferentes diante das vicissitudes de uma vida. Poucos conseguem manter-se alheios a embates, fracassos e vitórias vividos nas existências alheias.

Jonaedson Carino

Uma vida pode contar outras tantas.

Mary Del Priore

Segundo o pesquisador Jonaedson Carino (1997), o sucesso das narrativas de vida é inegável e perpetua há milhares de anos:

Desde os tempos do neoplatônico Damaskios, no século V a.C., a quem se atribui a cunhagem da palavra biografia (de bios, vida e gráphein, escrever, descrever, desenhar), a narrativa de trajetórias individuais permanece em destaque, suscitando interesse, quaisquer que sejam sua forma ou as intenções que motivam sua elaboração (CARINO, 1997, p. 154, grifo do autor).

A este respeito, Benito Bisso Schmidt (1997) também dirá que as biografias seguiram um percurso que desperta interesse nos leitores ainda na modernidade: “[...] nos últimos anos, as biografias têm alcançado um grande sucesso editorial no Brasil, igualando até as vendagens dos manuais de auto-ajuda e dos livros escritos por magos, anjos e esotéricos em geral [...]” (SCHMIDT, 1997, p. 3).

Ainda explorando a perpetuidade do gênero, a pesquisadora Christiane Garcia Macedo (2013) afirma que, mesmo percorrendo um longo caminho, as

narrativas do gênero em questão ainda vêm conquistando espaço nas prateleiras pertencentes às livrarias e aos leitores, tal como destaca a seguir:

Como gênero literário a biografia tem conquistado espaço nas estratégias de publicação e venda de editoras e livrarias ampliando, significativamente, o número de leitores e aficionados com um percentual aproximado de 30% do faturamento de grandes empresas, como por exemplo, a Livraria Saraiva. Ainda que bastante visibilizada no presente, a sua produção é de longa data e narra trajetórias particulares de sujeitos cujas vidas tornaram-se públicas (GARCIA, 2013, p. 158).

Segundo Schmidt (1997), a biografia é um gênero literário no qual a narrativa é produzida para apresentar a vida de uma pessoa, preferencialmente a partir de uma linha cronológica, que destaca vivências, experiências, conquistas e frustrações do indivíduo biografado. Em comparação a outros gêneros literários, a escrita biográfica em geral possui algumas características particulares, a saber: (i) gênero narrativo; (ii) texto narrado em terceira pessoa; (iii) ordem cronológica dos fatos; (iv) conjunto de informações sobre a vida de alguém; (v) relato de fatos marcantes da vida de alguém; (vi) uso de pronomes pessoais e possessivos; (vii) uso de marcadores temporais; (viii) predomínio de verbos nos tempos pretéritos e (ix) verossimilhança dos fatos narrados.

Outro aspecto importante da escrita biográfica, também mencionado por Schmidt (1997), corresponde à questão ética, especialmente no que tange ao respeito à memória do indivíduo biografado, como podemos verificar adiante:

Até que ponto podemos invadir a vida de um personagem, expor seus segredos, explicitar suas mazelas? O biógrafo pode apropriar-se da imagem de seu biografado! Problemas como estes ganharam as páginas da imprensa brasileira em função da disputa judicial entre Ruy Castro, biógrafo do craque de futebol Garrincha, e as dez filhas do jogador. Estas últimas alegavam não terem sido consultadas, nem autorizado a publicação do livro *Estrela Solitária*. Dessa forma, estaria sendo violado o direito de imagem, previsto na Constituição, que as mesmas detêm como herdeiras naturais do jogador (cf. Veja, 1995: 111). Segundo Baldi (1996: 42), a apreensão pela Justiça do referido livro "confronta as prerrogativas de liberdade de expressão ao direito à privacidade". Portanto, além de qualidades estilísticas, técnicas e historiográficas, uma biografia precisa ter ainda outro elemento que, pelo seu caráter subjetivo, pode ser sempre alvo de disputas e discussões: o respeito pela memória do biografado (SCHMIDT, 1997, p. 18, grifos da autora).

Para além destas particularidades e aspectos do gênero de narrativa não ficcional, o pesquisador Jonaedson Carino (1999) irá destacar outros pormenores

que permeiam esta escrita, afirmando que o biógrafo descreve a história de um indivíduo único, de acordo com o testemunho do próprio ou até mesmo de terceiros. O escritor segue a missão de fazer uma descrição reunindo fatos interessantes da vida deste ser biografado, reconstruindo etapas e tonando sua história singular. Seguindo esta vertente do gênero, ainda de acordo com Carino (1999), de forma mais detalhada, a biografia pode ser considerada uma Literatura, cujas trajetórias de vidas nascem como exemplos, reforçando a força educativa que um relato biográfico pode exercer:

[...] não se biografa em vão. Biografa-se com finalidades precisas: exaltar, criticar, demolir, descobrir, renegar, apologizar, reabilitar, santificar, dessacralizar. Tais finalidades e intenções fazem com que retratar vidas, experiências singulares, trajetórias individuais transforme-se, intencionalmente ou não, numa pedagogia do exemplo (CARINO, 1999, p.154).

A estudiosa Silvana Vilodre Goellner (2013) irá afirmar que, para além do exemplo, a biografia pode ser uma fonte de produção de conhecimento e conteúdo histórico capaz de ampliar o leque disponível de fontes do que já aconteceu, constituindo uma gama ainda maior de registros. É a chamada biografia histórica, definida como:

A biografia histórica é uma reconstrução de uma vida humana, e uma representação de uma história individual. Portanto, a noção de biografia engloba mais do que a representação pura de uma vida. Ela abrange tanto os eventos de uma vida, sua narrativa, quanto a interpretação de suas características (POSSING, 2012 apud GOELLNER, 2013, p. 158).

Por muitos anos, a produção biográfica seguiu um modelo de narrativa que contava a vida apenas de personalidades, mas com o passar do tempo, tal qualidade mudou. Sobre estas características atinentes às biografias mais recentes, Schmidt (1997) irá dizer que as transformações significam uma renovação do gênero, como se evoluísse, mas carregasse características originais, tais como a importância para o conteúdo historiográfico, por exemplo. O autor chama atenção ainda para o fato de que não mais apenas grandes personalidades são biografadas, mas também os indivíduos comuns, conhecidos como “gente miúda”. Também reforça que, na evolução do texto biográfico, indivíduos que não teriam em outros tempos o interesse popular, até mesmo por sua condição social, hoje o despertam, podendo ser este justamente um fator, o interesse de leitores. Segundo a linha de

pensamento de Schmidt (1997), Carino (1999) dirá que a biografia se transforma e se modifica, “[...] está encerrada a carreira vitoriosa, como modelo das biografias moralistas ou laudatórias e comemorativas”. O pesquisador afirma ainda que: “[...] o novo modelo biográfico está em defesa de alguns princípios que norteiam a construção biográfica em novos moldes” (CARINO, 1999, p. 166). Como ainda se verifica:

O novo estilo reclama o direito à imaginação, à verdade poética, à reconstrução inventiva, uma vez captada a lógica de uma personalidade. (MADELÉNAT, 1984, p. 6) O novo modelo sofre dupla pressão: por um lado, da “objetividade” e da “isenção” exigidas pela abordagem científica; por outro, da construção ficcional. Biografias transformam-se num instrumento sintomático da publicização da vida. A exposição ao âmbito público é total; e o produto a apresentar exige dos biógrafos a confiabilidade do cientista e a inventividade do artista (CARINO, 1999, p. 166, grifos do autor).

Schimidt (1997) dirá que diferentes biografias, com diferentes indivíduos, revelam a concepção do sujeito como ser unitário. Na busca deste, pretendemos, na subseção a seguir, desenvolver adequadamente o conceito de autobiografia.

4.1.1 Características biográficas no *corpus* analisado

Ao longo desse trabalho, expusemos nove características de um texto biográfico, às quais oito estão presentes nos livros analisados na pesquisa. São elas: (i) gênero narrativo, presente nas duas obras; (ii) ordem cronológica dos fatos, vida das autoras / personagens contadas desde o nascimento, passando pela infância até chegar à idade atual das autoras à época da publicação das obras: a adolescência; (iii) conjunto de informações sobre a vida de alguém; (iv) relatos de fatos marcantes da vida de alguém: as obras destacaram o que aconteceu de mais marcante na vida das autoras pela perspectiva das mesmas; (v) uso de pronomes pessoais e possessivos, presentes no percurso dos dois livros; (vi) uso de marcadores temporais, também presente em ambas as obras; (vii) predomínio de verbos nos tempos pretéritos, quando as autoras Kéfera Buchmann e Maju Trindade se referem ao passado de suas vidas; e por fim, (viii) verossimilhança dos fatos narrados.

Porém, uma característica principal do texto biográfico não foi encontrada em nenhuma das obras, a saber, a escrita em terceira pessoa. Embora em alguns casos

o termo biografia apareça na ficha catalográfica, os dois livros analisados são escritos em primeira pessoa, tal como é possível verificar nos exemplos a seguir:

No meio tempo. Ele terminou o namoro. Eu fiquei feliz, confesso. Ele ficou visivelmente abatido e chateado com o fim do relacionamento, mas e daí? Eu o queria para mim (BUCHMANN, 2015, p. 83).

É assim que vou me vestindo. Meu estilo, hoje, se tivesse um nome, se chamaria "O que eu tenho". É uma mistura do que eu compro com o que eu ganho, mas sempre confortável (TRINDADE, 2016, p. 51-53, grifo da autora).

Na próxima subseção, faremos uma análise do conceito tradicional de autobiografia, proposto por Philippe Lejeune, para então analisar se o corpus desta dissertação apresenta dominância deste gênero

4.2 A AUTOBIOGRAFIA E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS

Eu não escrevo em português. Escrevo eu mesmo.

Fernando Pessoa

Porque a autobiografia tem uma forma mais linear, e, se pretende mais próxima do vivido (embora isso seja desde o início condenado ao fracasso).

Eurídice Figueiredo

Segundo o professor e ensaísta francês Phillipe Lejeune (2014), o nascimento de um autobiógrafo muitas vezes é datado após um longo caminho percorrido por um diarista. Desta forma, entende que a escrita de um diário não está extinta, embora muitos pensem isso na contemporaneidade. A este respeito, Lejeune (2014) cita uma pesquisa feita pelo Ministério da Cultura da França no ano de 1998 e atualizada no ano de 2007. Segundo os dados levantados ao longo da primeira coleta, 7% dos entrevistados afirmam ainda manter a prática do diário. Nove anos após a realização da primeira pesquisa, os números aumentaram 1% em relação à primeira pergunta. A partir dos dados levantados pelo governo francês, Lejeune

(2014) destaca ser a prática diarista mais comum na adolescência, especialmente entre as meninas. Já na idade adulta, a partir dos vinte e cinco anos de idade, o hábito se equilibra, com leve predominância feminina²¹.

Para Lejeune (2014), o gênero diário se define como uma escrita manuscrita cotidiana que precisa ser datada, uma prática que torna momentos autênticos e que serve de instrumento de construção da memória de seu autor. Segundo o pesquisador, o diário corresponde a uma reunião de elementos que frequentemente estão inseridos, por meio de dados, na plataforma de papel sem necessariamente um modelo pré-determinado. É neste contexto que o teórico afirma:

[...] A forma, por fim, é livre. Asserção, narrativa, lirismo, tudo é possível, assim como todos os níveis de linguagem e de estilo, dependendo se o diarista escreve apenas para ajudar a memória, ou com a intenção de seduzir outra pessoa. Os únicos traços formais invariáveis resultam da definição aqui proposta: a fragmentação e a repetição. O diário é, em primeiro lugar, uma lista de dias, uma espécie de trilho que permite discorrer sobre o tempo (LEJEUNE, 2014, p. 302).

Antes da expansão da Internet até os anos 1990, quando a exibição da intimidade por meio da rede mundial de computadores ainda não existia, recorrer a um diário de papel era algo mais comum. Hoje, é possível encontrarmos plataformas digitais construídas especificamente para o desenvolvimento desta prática. Mesmo assim, ainda há aqueles os quais cultivam o hábito de escrever em um diário convencional, impulsionados por motivações várias, especialmente de forma discreta, em geral distante do olhar dos outros, longe da família. Já aqueles que buscam os espaços virtuais, tendem a também buscar leitores não apenas para exibir seus pensamentos, mas para estabelecer diálogos. Philippe Lejeune (2014) ressalta que a produção de um diário, na maioria das vezes, é algo passageiro, irregular: [...] “São raras as pessoas que se obrigam durante um período longo a escrever diariamente, anotando o máximo possível de coisas” (LEJEUNE, 2014, p. 21). Para o estudioso, assim como uma obra de arte, um diário só existe em um único exemplar. Quando o conteúdo é modificado, surge então uma autobiografia, que para ele é conceituada como um movimento da vida para a obra.

²¹ Alguns diários tornaram-se mundialmente conhecidos, como é o caso das páginas de Anne Frank. O livro intitulado **O diário de Anne Frank** foi lançado no ano de 1947 e traduzido para pelo menos sessenta e sete idiomas. Escrito enquanto Anne estava entre os treze e quinze anos de idade, o texto relata parte da história da Segunda Guerra Mundial, partindo da ótica de uma jovem diarista judia.

Para estabelecer melhor o que nesta subseção denominamos como conceito clássico de autobiografia, vamos recorrer à obra **Pacto autobiográfico**, da autoria de Lejeune (2014), tomando como referência a definição do autor segundo a qual a autobiografia, seria, sinteticamente, um gênero literário e documental. Em seu livro, o autor define a autobiografia como “[...] uma biografia, escrita pelo interessado, mas escrita como simples biografia” (LEJEUNE, 2014, p. 19). De acordo com o pesquisador, considerado o fundador dos estudos teóricos da autobiografia, o gênero é algo que se refere à história da própria vida. Neste sentido, explica que para que um texto seja considerado autobiográfico, deve fornecer informações a respeito de uma realidade, sendo, portanto, uma narrativa que conta a vida do autor conectada a três pilares, quais sejam: (i) identidade de nome entre autor; (ii) narrador; e (iii) pessoa de quem se fala. Esta narrativa, também pode ser considerada como um contrato de leitura que consiste nos princípios de veracidade. Segundo o ensaísta francês em destaque, a autobiografia geralmente é publicada com textos escritos em primeira pessoa, sendo uma produção que não tem a intenção de propor uma adivinhação para o leitor, isto porque, conforme o próprio pacto autobiográfico define, a história do narrador deve ser clara para seu leitor. Respeitando este conceito, afirma Lejeune (2014), o único responsável pela narrativa precisa ser justamente o autor e, logo, sendo ele também o indivíduo que vivenciou os fatos.

Outra peculiaridade que deve ser observada nos textos autobiográficos diz respeito à importância do nome do autor. Para tanto, todas as informações sobre ele já devem se apresentar na capa do livro: “[...] se eu escrever a história da minha vida sem dizer meu nome, como meu leitor saberá que sou *eu*? É impossível que a vocação autobiográfica e a paixão do anonimato coexistam no mesmo ser” (LEJEUNE, 2014, p. 39, grifo do autor). Lejeune (2014) acredita que é essencial que, na autobiografia, as narrativas respeitem a realidade dos fatos narrados ou tais fatos, já que se considerados inverídicos, podem trazer consequências legais a ele:

Em oposição a todas as formas de ficção, a biografia e a autobiografia são textos *referenciais*: exatamente como o discurso científico ou histórico, eles se propõem a fornecer informações a respeito de uma “realidade” externa ao texto e a se submeter portanto a uma prova de verificação (LEJEUNE, 2014, p. 43, grifos do autor).

Na comparação com outros gêneros literários, Lejeune (2014) observa que, diferente do romance ou da poesia, por exemplo, a autobiografia não tem como objetivo ser boa, mas sim verdadeira. Em relação ao autor do texto autobiográfico, o pesquisador afirma ainda que este deve estar atento, pois não é alguém que diz exatamente a verdade, mas alguém que diz estar dizendo a verdade.

Na mesma linha de Lejeune (2014), a pesquisadora Anna Faedrich Martins (2014) realiza uma comparação entre os textos autobiográficos e os de escrita autoficcional, propondo-nos características para tais textos. Logo, a pesquisadora aponta ainda outras seis particularidades do gênero autobiográfico, tais como: (i) é um relato retrospectivo; (ii) é meramente uma recapitulação da história do autor; (iii) o autor escreve sobre a sua vida seguindo, necessariamente, uma linha cronológica; (iv) é um texto que tenta dar conta de toda a história de vida de uma personalidade; (v) é uma escrita que exige início-meio-fim e linearidade do discurso; e, finalmente, (vi) é necessariamente uma narração em prosa. Neste contexto, Martins (2014) afirma que a autobiografia segue uma ordem cronológica e lógica, uma publicação que, na maioria das vezes, terá uma introdução tradicional e se esforçará para seguir o curso linear de uma vida, mesmo consciente das lacunas inevitáveis da memória.

No entanto, apesar do texto autobiográfico tentar explicar toda a história de vida pertencente a um indivíduo, escrever não é meramente copiar os fatos exatamente como eles aconteceram, e sim a inevitabilidade de seguir um recorte da recordação daquele narrador de cada história. Diante disso, a autora irá retomar os estudos de Doubrovsky (2001) ao afirmar que:

A narração não é uma cópia, ela é recriação de uma existência através das palavras, reinvenção da linguagem pelo Eu do discurso e seus Eus sucessivos. Por isso, é o modo ou modelo de narração que molda a “nossa” vida. A autobiografia clássica, segundo a fórmula de Jean Starobinski, é a biografia de uma pessoa feita por ela mesma. Ela será, portanto, cronológica e lógica, e se esforçará, apesar das inevitáveis lacunas da memória, para seguir o curso de uma vida, empenhando-se em esclarecê-la através da reflexão e da introspecção (DOUBROVSKY, 2001, p. 22 apud MARTINS, 2014, p. 25, grifo do autor).

Na subseção a seguir, analisaremos a presença de características comuns ao texto biográfico nas duas publicações em estudo.

4.2.1 Características autobiográficas no *corpus* analisado

Outra propriedade discursiva importante é a coincidência entre “autor e narrador e do autor com a personagem principal”.

Sérgio Roberto Costa

Como atributo principal de um texto autobiográfico, as autoras Kéfera e Maju contam a história de suas próprias vidas, ou pelo menos parte delas. Seguindo características próprias do gênero, os textos são narrativas em prosa escritas em linguagem e estilo totalmente voltados para o público seguidor das *youtubers* em suas plataformas virtuais. São histórias narradas no passado, porém que fazem uso do tempo presente trazendo as ações para a temporalidade atual. Na publicação de Buchmann, consta:

Desde cedo tenho uma ligação forte com arte. Qualquer tipo de arte. Começou quando eu era criança (mais criança do que ainda sou). Eu desenhava e por um longo período (de três meses) acreditei que um dia seria desenhista, uma pintora incrível, conhecida no mundo inteiro pelos meus desenhos (que eram uma bosta, para ser sincera). Eu fazia desenhos e entregava para a família toda. Presenteava meus familiares com meus desenhos como se fossem algo que eles realmente quisessem. E todos mentiam para mim, dizendo que o desenho era bonito e que eu tinha muito talento. E eu acabei acreditando (BUCHMANN, 2015, p. 25, grifos da autora).

Já, na publicação de Trindade:

No dia que nasci, minha mãe tinha dezoito, e meu pai, dezesseis. Ele ainda estava na escola, e ela tinha acabado de se formar no colegial. Eram duas crianças. Meu pai matava aula para me ver quando eu era bebê e ia de bicicleta levar leite para mim. Imaginem quanta aula ele perdeu. É estranho pensar que meus pais me tiveram com a minha idade de hoje. Se eu tivesse um filho agora, seria muito difícil. Não sei o que faria, mas provavelmente minha mãe precisaria me ajudar muito, assim como minha avó a ajudou (TRINDADE, 2016, p. 17).

A narração em primeira pessoa é mais uma das características do texto autobiográfico nestas publicações. Além desta e seguindo o que aponta **O pacto autobiográfico de Rousseau à Internet** (2014), de Philippe Lejeune, as obras em questão seguem uma narrativa com identidade de nome entre autor, narrador e

pessoa quem fala: Kéfera Buchmann e Maju Trindade. As publicações também respeitam o conceito de Lejeune (2014) sobre o gênero que diz que o único responsável pela narrativa deve ser o autor, sendo ele também o mesmo indivíduo que vivenciou todos os fatos. Nos seguintes relatos, Kéfera (2015) e Maju (2016) deixam explícito suas vivências. No título de Buchmann, consta:

Também preciso confessar que, como quase toda criança, tive minha fase capeta. No geral, eu era relativamente tranquila, mas houve épocas que eu era expulsa com tanta frequência da sala de aula que já tinha virado melhor amiga da coordenadora (BUCHMANN, 2015, p. 31).

No título de Trindade, por sua vez:

Quando era criança eu era terrível. Batia, mordida e arranhava as pessoas. Morava em um condomínio em Guarulhos com meus avós e desde uns seis anos eu basicamente vivia para aprontar. Descia para brincar com meus amigos e fazia xixi nas casinhas do parquinho. No mercado, esmagava os ovos de Páscoa até quebrar, abria as caixas de chicletes para roubar alguns e apertava todos os sacos de salgadinhos da prateleira. Fazia muita coisa errada, causava muito no meu condomínio (TRINDADE, 2016, p. 11).

Os livros ainda seguem outras peculiaridades comuns ao texto autobiográfico, corroborando com o entendimento da pesquisadora Anna Faedrich Martins (2014), quando, por exemplo, as *youtubers* narram sobre suas vidas seguindo uma linha cronológica, com linearidade no discurso. Seguem trechos nos quais as autoras descrevem vivências da infância:

Foi com sete anos que eu comecei a perceber que eu era meio diferente das outras garotas da classe. Elas tinham cabelo liso e comprido, enquanto o meu parecia uma vassoura de palha (BUCHMANN, 2015, p. 28).

[...] Morava com meus avós quando era criança, e no começo da adolescência eles eram muito rígidos com isso. Todo domingo eu ia à igreja e só podia sair no sábado para passear ou dormir na casa da minha prima se acordasse cedo no dia seguinte [...] (TRINDADE, 2016, p. 81).

No decorrer das publicações analisadas, as *youtubers* seguem contando fatos de suas vidas em ordem cronológica, como nas próximas citações, nas quais destacam fatos da adolescência:

Se apaixonar, na maioria das vezes, é uma bosta. E não estou sendo pessimista e pensando como uma adolescente revoltadinha porque não

pegou o carinho que queria na balada. Estou falando como ser humano (BUCHMANN, 2015, p. 69).

Quando tinha uns treze anos, conheci uma turma que andava de longboard no condomínio da minha amiga, em Guarulhos. Resolvi comprar um e comecei a andar também. O long é tipo um skate, só que maior e mais leve (TRINDADE, 2016, p. 153).

Kéfera e Maju seguem as narrativas, conforme a idade. Abaixo mais dois exemplos:

Anos se passaram. Um belo dia, com dezesseis aninhos já, eu tinha tingido meu cabelo de louro. Estava loiríssima em um bar muito legal de Curitiba. Como entrei em um bar badalado da época não vem ao caso. O.k, eu tinha uma amiga maior de idade que era amiga do dono, e ele me deixava entrar (BUCHMANN, 2015, p. 87).

[...] Eu queria muito fazer uma tatuagem. Quando eu tinha quinze anos, pedi para o meu pai e ele deixou. Eu disse que seria pequena e só assim o convenci, e ele foi comigo ao tatuador [...] (TRINDADE, 2016, p. 127).

Na subseção a seguir falaremos, sob a perspectiva de falhas da memória, ou seja, esquecimento de detalhes dos fatos do cotidiano ou recriação deles do surgimento do neologismo autoficção, a ser devidamente abordado neste estudo.

4.3 A AUTOFICÇÃO E SEUS CONCEITOS TRADICIONAIS

Escrevo em primeira pessoa uma história a partir de um fato real, verificável [...] mas uma história transposta, à qual dou um prolongamento romanesco possível, um alargamento poético sem me nomear, mas sob a caução de meu sobrenome.

Philippe Vilain

Diferente da autobiografia, que é conceituada como um movimento da vida para a obra, a autoficção faz o caminho inverso, iniciando no texto e seguindo para a vida, sempre remetendo à existência real de um autor, sendo classificada por Doubrovsky (1977) como “a forma pós-moderna da autobiografia”, conceituada ainda

como “autoficção autobiográfica” (DOUBROVSKY, 1977, p. 73 apud VASCONCELLOS, 2018, p. 30).

O neologismo surge na tentativa de suprir possíveis falhas da memória do escritor autobiógrafo. O termo nasceu dos estudos críticos sobre a autobiografia, pesquisas estas realizadas por Doubrovsky. Depois de muitos anos pesquisando a teoria da autobiografia proposta pelo conterrâneo Philippe Lejeune, o autor lança o vocábulo no mercado francês pela primeira vez no ano de 1977, já na capa de um de seus romances, **Fils**, considerado por ele como uma obra de autoficção.

Em sua tese acerca do tema autoficção, a pesquisadora Anna Martins (2014) expõe a primeira definição dada por Doubrovsky para a palavra, presente na capa do livro **Fils**:

Autobiografia? Não esse é um privilégio reservado aos importantes desse mundo, ao fim de suas vidas, e em belo estilo. Ficção, de acontecimentos e fatos estritamente reais; se quiser, autoficção, por ter confiado a linguagem de uma aventura à aventura da linguagem, fora da sabedoria e fora da sintaxe do romance, tradicional ou novo. Encontro, fios de palavras, aliteraões, assonâncias, dissonâncias, escrita de antes ou de depois da literatura, concreta, como se diz em música. Ou ainda: autofricção, pacientemente onanista, que espera agora compartilhar seu prazer (DOUBROVSKY, 1977 apud MARTINS, 2014, p. 20).

Para Vincent Colonna²², além do padrão definido por Doubrovsky para o exercício literário, a autoficção autobiográfica seria apenas uma das ramificações do vocábulo, mas não existe apenas uma forma de classificar e escrever um texto do gênero, pois outras surgiram após a primeira definição:

[...] a autoficção fantástica, em que o autor inventa para si uma vida; a autoficção espetacular, em que o escritor, através de um “procedimento refletor”, se torna um dos personagens de sua narrativa fictícia; a autoficção intrusiva (autoral), em que o narrador-autor se manifesta, sem participar da intriga como personagem. Assim a hipótese é que a autoficção não se restringiria a um período em que, como Doubrovsky, “a relação do sujeito consigo mesmo mudou”, mas englobaria um conjunto bem mais amplo de textos de outras épocas e áreas geográficas (NORONHA, 2014, p. 10, grifos da autora).

²² Estudou filosofia na Sorbonne e defendeu, sob a orientação de Gérard Genette, em 1989, a primeira tese sobre a autoficção, disponível *on-line*. Em **Autofiction & autres mythologies littéraires** (2003), expõe uma segunda teoria, que dá menos importância ao nome próprio do escritor e reunifica todos os tipos de autofabulação.

Retomando a autoficção doubrovskyana, ele a define como uma história em que “a matéria é inteiramente autobiográfica, a maneira inteiramente ficcional” (DOUBROVSKY, 2011 p. 24 apud MARTINS, 2014, p. 26). Em outros termos, uma narrativa vivida pelo autor, porém, com marcas de quimera, quando este escritor já não tem mais o domínio do que é verdade ou mentira. Para a pesquisadora Beatriz Jaguaribe, “[...] tornou-se lugar-comum assinalar como na modernidade tardia as fronteiras entre o real e o ficcional se esvaem, na medida em que assimilamos imaginários ficcionais para tecer narrativas do nosso próprio cotidiano” (JAGUARIBE, 2007, p. 154).

Para Doubrovsky (1977), a aplicação deste vocábulo na ficha catalográfica da publicação seria também uma maneira de livrar o autor dos deveres e das responsabilidades do pacto autobiográfico do rigor total com a verdade. Mesmo assim, o entendimento do homem considerado pai da autoficção não é de que o texto autoficcional seja inventado, mas sim uma escrita que permite que o autor reinvente fatos de sua vivência. O pacto da autoficção com o leitor, bem diferente do autobiográfico, é o oximórico, ou seja, aquele que não se verifica com o autor o que é verdade e o que seria invenção, já que nem mesmo ele saberia se pronunciar.

A este respeito, Doubrovsky (1998) afirma que:

[...] um curioso torniquete se instaura então: falsa ficção, que é história de uma vida verdadeira, o texto, pelo movimento de sua escritura, se desaloja instantaneamente no registro evidenciado real. Nem autobiografia nem romance, então no sentido estrito, funciona no entre-dois, num afastamento constante, num lugar impossível e indescritível exceto na operação do texto. Texto/vida: o texto, por sua vez, opera numa vida, não no vazio (DOUBROVSKY, 1988, p. 69-70 apud MARTINS, 2014, p. 31).

Ainda no contexto de comparação com a autobiografia proposto por Martins (2014) e já exposto anteriormente nesta pesquisa, no que tange a autoficção, a pesquisadora aponta características dos textos do gênero, que o tornam diferente da autobiografia, a saber: (i) é uma escrita do tempo presente; (ii) um texto que deve ser lido como romance; (iii) não segue, necessariamente, uma linha cronológica, não exigindo, assim, uma linearidade do discurso; (iv) um texto que recria a existência através de palavras; (v) não é uma narração em prosa; e, finalmente, (vi) a autoficção não é autobiografia, nem romance, ela existe no entre-lugar entre ambos.

Percorrendo este entre-lugar, o leitor acaba por impor o poder de decisão ao grau de veracidade do texto. E é justamente neste sentido que Sébastien Hubier

(2003, p. 125-126 apud MARTINS, 2014, p. 32) afirma que a autoficção é anfíbológica, ou seja, pode ser lida como romance e como autobiografia. Para Doubrovsky:

Pouco a pouco ela vai englobando todas as tentativas intermediárias entre a autobiografia claramente declarada como tal e a ficção não autobiográfica. Dispositivos textuais, estratégias pessoais bastante diferentes entre si, reunidos por certa ambiguidade genérica. 'Autoficção', por metonímia, torna-se a capital de um país bem vasto (DOUBROVSKY, 2014, p. 25, grifo do autor).

Ainda na vastidão, agora naquela referente às definições concedidas à palavra, uma outra aparece no livro **Ensaio sobre autoficção**, organizado por Jovita Maria Gerheim Noronha (2014): “[...] uma autoficção é uma obra literária através da qual um escritor inventa para si uma personalidade e uma existência, embora conservando sua identidade real (seu nome verdadeiro) [...]” (NORONHA, 2014, p. 26, grifo da autora).

Já são mais de quarenta anos desde o surgimento da autoficção e alguns estudiosos afirmam que a prática da escrita permanece na moda. Hoje o vocábulo aparece como verbete em dicionários como **Larousse** e **Robert** e até na edição de 2013 do dicionário brasileiro **Houaiss** – com interpretações diferentes em cada glossário. Este modismo preocupa não só seu criador, que afirma considerar o uso indiscriminado, mas também aflige Philippe Lejeune, que critica a banalização de seu emprego, considerando que seu exercício literário teria se tornado um pano de chão ou uma vassoura que recolhe tudo, como afirma a pesquisadora Eurídice Figueiredo, na definição do termo em um artigo publicado em 2010, na revista **Crítica e criação** da USP. Paralelamente, Martins (2014) defende que “[...] talvez essa expansão exacerbada possa ter nos levado à banalização e ao uso indiscriminado do termo. Tal banalização, por sua vez, leva muitos escritores e críticos à rejeição do uso do termo” (MARTINS, 2014, p. 47).

Outra característica importante da autoficção, salientada por Martins (2014), é sua relação direta com a Psicanálise e a prática da cura em uma escrita com ônus de terapia, isto se considerarmos a proposta doubrovskyana de que o escritor precisa escrever sobre si para se entender, sendo então um exercício do autor, mesmo que de forma inconsciente, buscando de si mesmo por meio do relato de uma experiência pessoal que pode ou não ter sido traumática.

Luciana Hidalgo (2013) observa que a urgência de expor uma situação pessoal move o exercício autoficcional na literatura brasileira:

No caso da autoficção, talvez o que realmente interesse seja a carga de sugestão ontológica do neologismo; a pulsão do eu, da expressão do eu, tão urgente que o faz ultrapassar todos os limites. Isto é, o neologismo parece avalizar autores, mas o que os move, e inspira, no fundo, em vários casos, é a urgência de sua situação pessoal – e do registro desta, que em geral supera o puro depoimento (HIDALGO, 2013 p. 228 apud MARTINS, 2014, p. 39).

A este respeito, no tocante ao depoimento do escritor acerca deste exercício de escrita, Adriana Lisboa (2014) afirma que os motivos que levam um escritor a escrever sobre si mesmo podem ser os mais variados, desde “a elaboração quase que psicanalítica das próprias experiências até o exibicionismo, passando pela ‘normalidade’ de considerar sua própria vida apenas um tema entre tantos outros, e tão válido quanto” (LISBOA, 2014 apud MARTINS, p. 208, grifo da autora). Ainda neste contexto, Ana Letícia Leal (2014) analisa as razões as quais levam alguém a escrever sobre si e afirma que em sua experiência, começou a escrever diários e cartas na infância, sendo que a intensificação desta prática aconteceu na adolescência, quando começou a aplicar a escrita propriamente literária. No ponto de vista da pesquisadora, a autoficção é sempre narcísica, porém muitas vezes não é apenas isto (MARTINS, 2014, p. 39-40).

Retomando a fala de Doubrovsky sobre autoficção, cabe ressaltarmos que:

O termo autoficção dará conta de explicitar esse jogo entre realidade e ficção, entre o que realmente aconteceu e o que poderia ter acontecido; o termo dará conta de desligar o leitor da noção de autobiografia e de convidá-lo para uma leitura marcada pela ambiguidade, pelo entre-lugar (entre autobiografia e romance), pela multiplicidade de práticas literárias, de personalidades e de verdades (DOUBROVSKY apud MARTINS, 2014, p. 23, grifo do autor).

Diante deste breve apanhado a respeito dos conceitos aqui explorados, na próxima subseção apresentamos uma tabela comparativa entre os gêneros, para em seguida, realizar uma análise mais detida acerca dos gêneros, tal como apresentados pelo *corpus* selecionado.

4.3.1 Características autoficcionalis no *corpus* analisado

Para além das características biográficas e autobiográficas, é possível identificar que as obras de Buchmann e Maju carregam também atributos de autoficção, sendo o principal deles o conceito de “falhas da memória e recriação”, explicitado por Doubrovsky (1977) – alegação que fica perceptível ao longo das páginas quando as autoras dão detalhes de algumas de suas experiências na infância. A menos que elas tenham diários com minúcias de cada época, seria difícil se recordarem de cada pormenor e estarem aptas para a transcrição integral dos acontecimentos. Os trechos a seguir podem ser então analisados como mistos de recapitulação da história das autoras e criação de realidades paralelas.

Com sete aninhos, lá estava a menina Kéfera entrando na primeira série do ensino fundamental. O primeiro dia foi um desastre. Fui de condução (junto com a Josiel!) e logo de cara encontramos uns palhaços mais velhos que começaram a nos zoar (BUCHMANN, 2015, p. 27, grifo da autora).

Ah, mas toda criança é meio terrível, Maju!. Não, gente, eu era pior. Certo dia fui à casa de umas primas ricas da minha avó. Uma delas era tão fina que tinha celular. (Naquela época só quem era rico tinha celular.) Tive a brilhante ideia de roubar o aparelho dela para dar de presente de aniversário para a minha tia. Chegou o dia da festa, chamei minha prima e disse: “Olha o que vou dar para a sua mãe. Mas não fala para ninguém porque é surpresa”. É claro que ela contou para meu tio, e ele contou para todo mundo. No meio da festa, minha tia Lia começou a orar na minha cabeça dizendo que eu estava perturbada. Minha avó precisou ir até a casa da mulher para devolver o celular – e, claro, passar uma puta vergonha (TRINDADE, 2016, p. 12, grifos da autora).

Em alguns trechos, da obra de Buchmann, a autora deixa claro momentos de desmemória, como quando diz: “não me lembro em que momento exato aconteceu, mas um belo dia olhei para o lado e lá estava ele” (BUCHMANN, 2015, p. 77).

Mais uma característica do texto de autoficção nas publicações de Buchmann (2015) e Maju (2016) é a relação com a autoanálise. Elas aparecem quando as autoras relatam experiências pessoais traumáticas, especialmente se analisadas pelo ponto de vista de adolescentes leitores, tal como consta nos trechos a seguir:

Uma vez, no primeiro fora que levei do meu primeiro namorado, lembro que tentei desesperadamente achar milhões de desculpas para ele não atender minhas ligações. Por que ele não atendia nem mandava mensagens, porque o nome dele não aparecia mais no “visitantes recentes” no meu perfil do Orkut. (Sim, faz tempo essa história, o Orkut ainda era “vivo”.) Enfim, tentei arranjar milhares de possíveis razões para aquilo estar acontecendo.

As desculpas eram as mais esfarrapadas possíveis, e eu me enganava (BUCHMANN, 2015, p. 126, grifos da autora).

Um dia ele pegou na minha mão na saída da escola e me levou para a esquina, que era um lugar a que todo mundo ia quando queria dar “uns beijo”. Eu comecei a tremer e pensei “Meu Deus, e agora, como eu faço?”. Não sabia nem o que fazer ou como beijar alguém. Ele estava com um óculos Ray-Ban e um boné para trás, e eu segurando um fichário e olhando para baixo. Ele veio me dar um beijo e colocou a língua dentro da minha boca. Depois de sete segundos eu o empurrei e limpei os lábios. Quando olhei para trás, toda a galera da minha sala estava filmando com o celular (TRINDADE, 2016, p. 135-136, grifos da autora).

As autoras seguem relatando experiências pessoais traumáticas de uma forma que flerta com a autoanálise, como trechos apresentados abaixo:

Lembro sempre de um dos foras que já tomei, um dos mais aleatórios. Saí para jantar com o cara, um restaurante incrível, supercaro e com uma comida maravilhosa. Eu me arrumei como se estivesse indo do jantar para o nosso casamento. [...] O papo começou, todos os clichês vieram à tona: “O problema não é você, sou eu” e por aí vai. E no combo dos clichês ainda surgiu um novo elemento na história: ele estava a fim de outra (BUCHMANN, 2015, p. 131, grifos da autora).

Minha amiga Jéssica chegou à escola com um furo no nariz. Eu, que era a atrasada, a magrela que não tinha menstruado nem beijado ninguém, quis na hora ter um piercing para tentar ser igual às meninas como ela. [...] Pesquisei e descobri que se colocasse gelo no nariz, ele ficaria anestesiado. Só que não tinha gelo no congelador. O que eu achei foi um frango congelado que estava embrulhado em um saco. [...] A ideia fraca continuou. Eu não tinha um piercing para colocar no furo que havia feito, então coloquei um grafite da minha lapiseira no lugar. A intenção era comprar um piercing no outro dia, mas quando acordei meu nariz estava roxo, infeccionado e muito dolorido. Eu já avisei para vocês NUNCA fazerem isso em casa, certo? Dá muito errado mesmo (TRINDADE, 2016, p. 44-45).

O conteúdo dos títulos segue com características da escrita autoficcional no que diz respeito ao exibicionismo da vida das autoras que consideram suas experiências temas com grande valia para o público leitor, como é possível verificar nos trechos a seguir: “[...] nunca achei que fosse me sentir tão completa assim tão jovem. Eu me sinto realizada por ter a chance de ajudar na formação da personalidade de pessoas que estão começando na vida [...]” (BUCHMANN, 2015, p. 95). “[...] Digamos que eu sou uma pessoa normal com uma vida que eu jamais imaginaria, em que coisas incríveis acontecem. Deus me deu essa oportunidade [...]” (TRINDADE, 2016, p. 150).

No decorrer das obras, também é possível verificarmos trechos que caracterizam a autoficção, como pontos de vista narcísicos, quando as autoras

revelam um amor por si. Nos trechos seguintes, elas ressaltam sua satisfação com a aparência:

Eu estava magra e com pernas definidas de academia. Estava usando um short preto e um sapato de salto alto vermelho. Uma camisa social branca sem decote, porém justa. Tudo bem, eu estava gata, e por mais que continuasse insegura por dentro, não era o que eu demonstrava. Estava rindo com meus novos amigos e jogando meu cabelo loiro alisado de um lado para o outro. Eu estava me divertindo, rindo, feliz e de cílios postiços (BUCHMANN, 2015, p. 87).

A melhor saída é se gostar do jeito que você é. Autoestima é tudo, e eu me amo mesmo. Não sou narcisista tosca, mas é isso. Não é se achar, é se amar (TRINDADE, 2016, p. 163).

Mais do que autorreferenciais, são passagens claramente voltadas para o estímulo ao leitor, comuns nas temáticas atualmente exploradas no universo literário voltado aos adolescentes, preocupados com questões de representatividade e autoafirmação, assim como amor próprio e autoaceitação. Cabe destacar que para o conceito de autoficção também seria possível citar como exemplo a publicação do *youtuber* Paulo Cezar Goulart Siqueira: **PC Siqueira está morto** (2016). O livro, escrito e assinado por Alexandre Matias, coloca o *youtuber* como personagem da própria história de vida, mesclando biografia com ficção, apresentando fatos reais e inventados como “fragmentos de uma vida digital”. Na primeira página o livro é assim definido: “Este livro pode ou não ser uma obra de ficção. Ele reúne transcrições de arquivos digitais e analógicos que podem ter pertencido a PC Siqueira. Qualquer semelhança com a realidade é dúbia, portanto, incerta. Acredite com moderação” (MATIAS, Alexandre, 2016, p. 02).

Porém essa não é a perspectiva na qual se sustentam os dois livros que compõem o corpus desta dissertação e, por isso, não nos deteremos nesta discussão. Na subseção a seguir, apresentaremos uma tabela comparativa entre os gêneros de escritas de si, os quais foram abordados na presente pesquisa.

4.4 COMPARAÇÃO ENTRE OS GÊNEROS BIOGRAFIA, AUTOBIOGRAFIA E AUTOFICÇÃO

Seguindo as definições elaboradas pelos teóricos aqui elencados para estudo, assim poderíamos resumir os conceitos biografia, autobiografia e autoficção:

TABELA 2 - Tabela comparativa entre os gêneros biografia, autobiografia e autoficção.

BIOGRAFIA	AUTOBIOGRAFIA	AUTOFICÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Gênero narrativo. • Texto narrado em terceira pessoa. • Ordem cronológica dos fatos. • Conjunto de informações sobre a vida de alguém. • Relato de fatos marcantes da vida de alguém. • Uso de pronomes pessoais e possessivos. • Uso de marcadores temporais. • Predomínio de verbos nos tempos pretéritos. • Verossimilhança dos fatos narrados. 	<ul style="list-style-type: none"> • É um relato retrospectivo. • É meramente uma recapitulação da história do autor. • O autor escreve sobre a sua vida seguindo, necessariamente, uma linha cronológica. • É um texto que tenta dar conta de toda a história de vida de uma personalidade. • É uma escrita que exige início-meio-fim e linearidade do discurso. • É necessariamente uma narração em prosa. 	<ul style="list-style-type: none"> • É uma escrita do tempo presente. • Um texto que deve ser lido como romance. • Não segue, necessariamente, uma linha cronológica, não exigindo assim uma linearidade do discurso. • Um texto que recria a existência através de palavras. • Não é uma narração em prosa. • A autoficção não é autobiografia, nem romance, ela existe no entre-lugar entre um e outro.

Fonte: autoria própria.

Nesta seção, buscamos apresentar os conceitos tradicionais das definições de biografia, autobiografia e autoficção, tentando compreender de que forma e se realmente as escritas de si publicadas no cenário atual, por jovens escritores advindos do espaço digital, estão seguindo o conceito inicialmente estabelecido para cada gênero proposto em dominância. Ainda no percurso da análise dessa seção, apresentamos uma investigação das publicações dos livros de duas jovens que, diante da fama e expressivo número de seguidores em seus canais do *YouTube*, reuniram uma gama de leitores-fãs e despertaram – e seguem despertando – o interesse comercial de grandes editoras. Diante desta perspectiva, podemos então prosseguir a análise do *corpus* aqui selecionado. Abordaremos na quinta seção outros atributos presentes nos livros analisados, identificados das fichas

catalográficas à publicidade como obras (auto)biográficas, mas que apresentam muitas outras particularidades.

4.5 PARA ALÉM DA ESCRITA ÍNTIMA

Além das características abordadas até este momento na pesquisa, outras particularidades são comuns entre os livros analisados nesse trabalho, acerca do que iremos agora dissertar. Como na maior parte das publicações produzidas pelos *youtubers* autores, as obras em questão utilizam vocabulário simples, termos acessíveis e comuns ao ambiente da maior parte dos leitores, além de se apropriarem de gírias e alguns termos mais chulos, tornando o conteúdo definível como popular. Portanto, é possível corroborar que a linguagem utilizada nestes volumes igualmente desponta como fator de aproximação entre Kéfera, Maju e seus leitores. Este estilo utilizado pelas autoras é um dos fatores que torna as obras populares. Além disso, a abordagem de questões do ambiente em que as escritoras e os leitores estão inseridos corresponde a mais um aspecto.

Ricardo Azevedo (2014) julga a importância de tal divisão afirmando que, por meio da Literatura popular, escritores e leitores ficam livres de utilitarismos, academicismos e psicologismos. Azevedo (2014) intitula tais obras como apropriadas para iniciantes na prática da leitura:

Ao lado dessa literatura para iniciados, creio que existem outras, bastante heterogêneas, que, da mesma forma, podem resultar em algumas obras boas e muitas ruins. Em geral, elas poderiam ser chamadas de populares por duas razões: 1) invariavelmente, recorrem a uma linguagem pública, direta e acessível; 2) abordam temas e questões humanas da vida concreta de forma compartilhável (portanto, menos singular e especializada) buscando gerar identificação na maioria das pessoas independentemente de graus de instrução e faixas de idade (AZEVEDO, 2014, p. 97, grifo do autor).

No percurso dos livros, as autoras utilizam ainda particularidades da Literatura de autoajuda a partir das lembranças da infância e da adolescência, dando como exemplo contribuições para superar problemas da vida cotidiana dos jovens, com ênfase em *bullying* e vida social. Kéfera e Maju relatam, por exemplo, a maneira como se sentiam em relação ao próprio corpo e a dificuldade de se encaixar em determinados grupos:

Enquanto isso minha autoestima só piorava mais e mais. Além de gorda, feia, descabelada e excluída, eu era burra e só tirava notas ruins. Botei na cabeça que, se fosse magra, o meu “amado” começaria a olhar para mim. E aí adquiri a paranoia de quase toda mulher: fazer regime (BUCHMANN, 2015, p. 81-82, grifo da autora).

Alguns meninos me chamavam de Maria Agulha, e não Maria Júlia, no condomínio em que eu morava, por causa da minha magreza. Eu não gostava, mas levava na brincadeira para não perceberem e não pegarem no meu pé com esse nome (esta é uma dica boa para não pegarem no seu pé: fingir que não liga, por mais que você ligue). Minha família sempre me chamou de “seca”, mas Maria Agulha me incomodava porque eu não gostava de ser magra. O uniforme da escola tinha uma calça que era justa e ficava tipo legging em todas as meninas. Menos em mim: ficava parecendo um saco (TRINDADE, 2016, p. 161, grifos da autora).

Para Francisco Rüdiger (1996), o consumo da Literatura de autoajuda tornou-se algo comum, especialmente para as três últimas gerações. Os motivos podem variar, de acordo com cada caso. Nas publicações de Buchmann e Trindade, as *youtubers* ofertam conselhos aos leitores que estejam passando ou possam passar pelos mesmos problemas, o que se configura como característica de Literatura de autoajuda, como é possível averiguarmos nas próximas citações:

Uma coisa que ficou muito óbvia para mim com o passar do tempo: se você é uma pessoa do bem e não faz mal a ninguém, mais cedo ou mais tarde a vida sorri para você. Pode demorar, mas existe recompensa para todo e qualquer sofrimento que você passou, está passando ou passará. Amoroso, por exemplo (BUCHMANN, 2015, p. 91).

E aprendi uma lição: não é legal descobrir que fez uma cagada no cabelo lendo 10 mil comentários no Instagram. Mentira, a lição é: cortar sua franja em casa pode dar muuuito errado. Aprendam comigo. O jeito certo de cortar a franja é sem molhar (pelo amor de Deus!!!!!!!). (TRINDADE, 2016, p. 96-97, grifo da autora).

Para Rüdiger (1996), esse tipo de literatura pode ser compreendida por:

A literatura de autoajuda caracteriza-se textualmente pelo discurso prescritivo, tendo como principal objetivo propor regras de conduta e fornecer conselhos. Os livros que compõem seu acervo constituem manuais para serem empregados, e não para exporem uma doutrina; constituem textos técnicos, que são consumidos para serem objetos de aplicação prática que, intencionalmente, deve transcender a simples leitura: supostamente, prolonga-se em técnica de ação sobre si próprio e sobre os outros no contexto de nossa cultura (RÜDIGER, 1996, p. 22).

Ainda como característica da Literatura de autoajuda, Rüdiger (1996) destaca que esta é uma das mediações as quais pessoas comuns tentam construir um eu reflexivo de maneira que seja possível reportar problemas enfrentados pelos

indivíduos na atualidade. Lembra que Adorno e Horkheimer foram os primeiros a destacar esse tipo de fenômeno, afirmando que o processo industrial no qual os homens estão envolvidos acaba os levando a necessidade de orientação em relação aquilo que devem ou não fazer. Em **Muito mais que 5inco minutos**, Kéfera orienta seus leitores em diversas situações, como percebemos no trecho que segue:

Se o seu sofrimento for profissional, vale o mesmo. Levante a cabeça e siga em frente de qualquer jeito. Chorar por ter perdido um emprego ou não ter entrado na faculdade que você queria tanto não vai levar a lugar nenhum. Chore, lógico. Tenha seu período de luto e respeito por você mesmo. Acho péssima essa nossa tendência de querer passar por cima do luto, de querer ficar bem de uma hora para outra (BUCHMANN, 2015, p. 93).

Maju Trindade segue o mesmo percurso de orientação, como percebemos no trecho a seguir:

Acho que ninguém gosta de gente pra baixo. Mesmo que você não esteja feliz com a sua aparência no momento, não fique se lamentando. Tente mudar o que pode e, acima de tudo, tente se aceitar e se amar. Se você não se amar, a vida não faz nenhum sentido (TRINDADE, 2016, p. 163).

Buchmann (2015) e Maju (2016) seguem com seus conselhos, nos quais discorrem sobre padrões de beleza e propõem regras de conduta para superar tais exigências da sociedade:

E todo mundo fica mais bonito com um brilho no olhar e transmitindo alegria para os outros. Então fica aqui minha dica, se é que ela vale alguma coisa né. Não seja maria vai com as outras. Não copie porque os outros copiam. Não copie para ser aceito na galera que muitas vezes nem vai te interessa se você conhecer a funcho. Não tente estar na moda, se no fundo você não quer. Seja a moda. Invente-se (BUCHMANN, 2015, p. 124).

[...] Essa é minha maior dica. Com o tempo você vai se gostando mais e aprendendo a se sentir bem. Já falei aqui que antes eu odiava minhas sardas e passava um monte de base, mas elas estão aqui no meu rosto todos os dias, então comecei a aceitar. Hoje vivo bem com elas [...] (TRINDADE, 2016, p. 162).

Rüdiger (1996) faz uma crítica a este tipo de Literatura:

A literatura de autoajuda, é preciso esclarecer, compartilha com a literatura apenas o nome, e constitui um fenômeno desprovido de critérios internos de valor: basicamente, é um fenômeno da indústria cultural, caracterizado pelo sucesso de vendagem, a dependência aos esquemas de marketing, e a repetição de fórmulas padronizadas, que suplantou as barreiras nacionais, conferindo a determinados publicistas e taste-makers da alma popularidade

mundial semelhante à que se outorga aos escritores de best-sellers e celebridades criadas pelos meios de comunicação (RÜDIGER, 1996, p. 16).

A afirmação de Rüdiger (1996), a nosso ver, reduz aspectos importantes que definem este tipo de literatura, tomando-os como negativos dentro desta definição. A tabela abaixo apresenta temas que são comuns aos livros de Kéfera (2015) e Maju (2016) e que, se analisados em larga escala, poderão ser igualmente encontrados em grandes clássicos da literatura mundial. **O ateneu**, de Raul Pompeia, aborda o *bullying* em um internato masculino; o primeiro beijo aparece, por exemplo, em **Romeu e Julieta**, de Shakespeare e **Dom Casmurro**, de Machado de Assis. Até mesmo a questão da baixa estima e do desconcerto diante de um mundo que se volta contra todas as expectativas do eu, pode ser facilmente verificada em sonetos de Luís Vaz de Camões. É evidente que estes exemplos não se reduzem a estas temáticas e ultrapassam sua simples abordagem – o que obviamente os coloca no rol de grandes clássicos. Mas não por isso os torna acessíveis ao público leitor formado, hoje, por jovens imersos em ambiente digital e distantes, sob muitos aspectos, do universo destes livros (seja em virtude da linguagem neles adotada, seja em função do contexto ou até mesmo por se tornarem livros menos desejados, já que envolvidos num contexto escolar de obrigação e repulsa). Publicações como as de Kéfera (2015) e Maju (2016), ainda que pertencentes a outros gêneros, parecem preencher um hiato comum ao terreno literário quando se discute uma literatura voltada e acessível, exclusivamente, ao público formado por jovens. E podem ser, via de regra, o primeiro caminho que este público leitor irá trilhar para chegar aos grandes clássicos, já que permitem a gênese do amor aos livros – algo essencial para a formação do leitor.

TABELA 3 - Aspectos em comum nos livros **Muito mais que 5inco minutos** e **Maju**.

▪ MODA	▪ REPROVAÇÃO NA ESCOLA
▪ REDES SOCIAIS	▪ NÃO APTIDÃO EM CIÊNCIAS EXATAS
▪ <i>BULLYING</i>	▪ EXPERIÊNCIAS EM CIDADES INTERIORANAS
▪ INSEGURANÇA	▪ EXPERIÊNCIAS COMO INFLUENCIADORAS SOCIAIS
▪ PRIMEIRO BEIJO	▪ COMPORTAMENTO INADEQUADO ENQUANTO CRIANÇA
▪ BAIXA ESTIMA	▪ SEQUÊNCIA DE PÁGINAS COM APENAS CONTEÚDO FOTOGRAFIA
▪ FOTOLOG	
▪ FOTOGRAFIA	
▪ PADRÕES DE BELEZA	

Fonte: Autoria própria.

Os quinze elementos aqui descritos estão presentes nas publicações de Buchmann (2015) e Trindade (2016) e são temáticas comuns à rotina de jovens. Utilizar tais princípios nas publicações figura como mais uma forma de aproximação entre autoras e seus leitores, já que descrevem situações pelas quais passaram ou esperam passar. São pontos que geram interesse no público que as seguem nas redes de interação social, e conseqüentemente, querem atingir com seus livros impressos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gênero é, portanto, o protagonista desse tempo.

Franco Moretti

Para além das diversas perspectivas que pretendeu alcançar, esta pesquisa nos suscitou reflexões a respeito da divulgação e da comercialização dos livros produzidos por jovens celebridades digitais como detentores de registros autobiográficos. Um olhar especial no decorrer da feitura deste trabalho fora direcionado para este tipo de produção, já que muitas editoras lançam e vendem estes produtos como sendo de gêneros relacionados à escrita de si, assim anunciados em suas fichas catalográficas ou em suas publicidades, porém, a temática dessas publicações e até mesmo a forma na qual se apresentam abrangem outros assuntos e aspectos, o que em termos de definições tradicionais dos gêneros não é algo facilmente tolerado.

No livro **Língua portuguesa, uma visão em mosaico**, Neusa Barbosa Bastos (2002), afirma que quando comparamos textos literários, é perceptível a presença de outros textos neles. E é justamente essa afinidade entre eles que proporcionou agrupá-los em blocos, chamados de gêneros. Dessa forma, ao compararmos a definição das narrativas de escritas de si e a análise das obras estudadas ao longo dessa pesquisa, concluímos que ambas não reúnem apenas características da escrita biográfica, autobiográfica ou autoficcional e sim um conjunto de gêneros narrativos que compõe seus capítulos. Ainda citando a autora, “[...] Os tipos se conjugam em um mesmo texto, ou seja, dificilmente temos textos puros. Na verdade, um texto se define como de um tipo por uma questão de dominância [...]” (BASTOS, 2002, p. 204). Cabe aqui retomar a fala da própria autora Kéfera Buchmann, que nunca considerou seu livro uma obra autobiográfica. Ela ressalta que com o resultado final, constatou que muita coisa faltou na publicação.

Para além dessa dominância de características de Literatura biográfica, autobiográfica e autoficcional, fora constatado nessa pesquisa a presença de outros gêneros literários, daí entendemos ser a dificuldade por parte das editoras de enquadrar tais publicações. Porém ao longo do feitio deste trabalho constatamos

que a decisão pelas narrativas de si, fora muito bem articulada, embora de difícil nomenclatura. Diante da fama das duas *youtubers* analisadas neste trabalho, percebemos o interesse pelo retorno financeiro das editoras em tais publicações, criando até selo editorial para hospedá-las, isso de forma generalizada, evidentemente não só para as publicações aqui analisadas, apesar do livro de Buchmann ser a obra-protótipo do selo Paralela, da Companhia das Letras. Materializar a memória dessas adolescentes classificando tais obras como sendo algo que contasse a intimidade delas, sem dúvida, fora um importante passo na conquista da legião de fãs dessas internautas. Em uma era de dominância do digital, despertar nelas o interesse pelo suporte papel, fato comprovado no número exacerbado de vendas das publicações, reportado também nessa pesquisa, fora igualmente uma boa estratégia de ambas as partes – editoras e autoras.

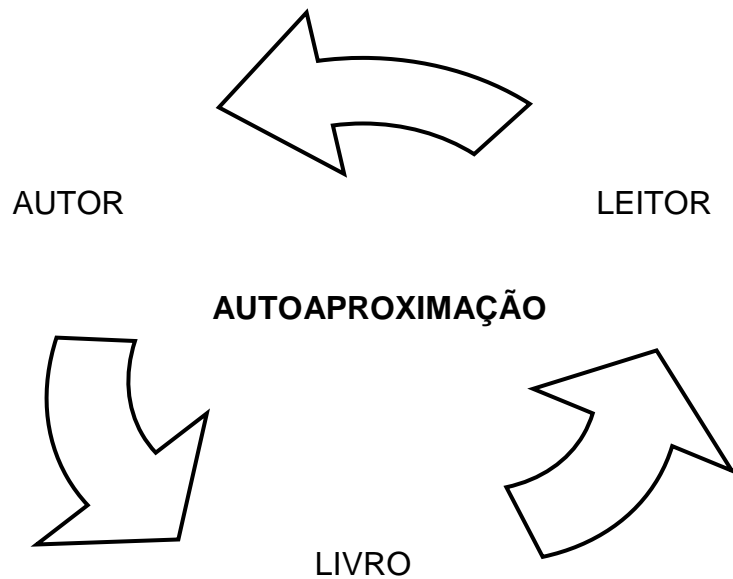
Nesta perspectiva e diante da caminhada realizada neste estudo, compreendemos que é possível sugerir a formação de um novo gênero literário, híbrido, o qual engloba diversos estilos que vão além dos de escritas de si, e que, mesmo de forma, talvez ainda inconsciente, aproxima não só as pessoas dos livros, como as editoras desejam, mas desperta o interesse por tudo que está na retaguarda dessas publicações. Conhecer a vida *off-line* de alguém pode trazer muito mais que admiração, pois envolve identificação, como se fosse um círculo, favorecendo ainda mais o retorno desses fãs / leitores para as redes de interação social das autoras supracitadas, abrangendo ainda mais o poder de fala delas em qualquer suporte.

Mais do que a dominância de um gênero o que vemos nessas publicações é a dominância do autor celebridade cuja aproximação com leitor/fã se faz basilar para a existência deste tipo de publicação. Sendo assim, sugerimos a gênese de um novo gênero, o qual propomos nomear como autoaproximação:

Autoaproximação. *s.m.* **1.** Noção de si próprio. **2.** Por si próprio. **3.** Aproximar. **4.** Voltar para si.

Segundo os pontos basilares que formam a tríade literária o gênero autoaproximação pode ser assim visualizado:

IMAGEM 19 – Visualização do gênero autoaproximação.



Fonte: autoria própria.

A tríade principal e formadora da literatura, a saber: livro, autor e leitor, aqui se autoalimenta o tempo todo, tornando-se nesta perspectiva igualmente importante e definidora do gênero. Essas publicações querem despertar o interesse cada vez maior dos usuários da Internet, mais especificamente desses canais, pelas histórias seus mentores. Tal estratégia aumenta o poder de fala, e, conseqüentemente dominância deles. Em outras palavras, o autor alimenta a obra que é alimentada pelo leitor que busca se alimentar do autor, e o movimento de voltar para si se faz em todas as vias, aproximando autor de leitor e leitor de livro, em novos caminhos nos quais todos saem satisfeitos: mercado e editoras (que são alimentados pelas vendas), autor (alimentado pelos *likes*) e leitor (alimentado por palavras que abrirão caminhos para novas palavras e (por que não?) novas descobertas dentro do inesgotável mundo que é aquele formando por homens e livros.

Se esse poder de fala aproxima jovens da Literatura, deve sim ser reverenciado, mesmo que para isso seja necessária uma linguagem divergente do cânone, mas que aproxime pessoas da leitura, da imaginação, dos livros. Cabe aqui retomar o conceito de que a Literatura é mesmo um bem imaterial que se concretiza em qualquer suporte. E não é profano dizer que os leitores dos livros dos *youtubers*

chegaram até a literatura brasileira contemporânea, mesmo que seja aquela ainda considerada simples, mas que aproxima os jovens dos livros.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Ricardo. Onde estão os textos literários em tempos utilitários marcados pelo individualismo, a técnica e a economia?. In ABICALIL, Célia et al. (orgs.). **Onde está a literatura?:** seus espaços, seus leitores, seus textos, suas leituras. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.
- BRITO, Paulo Henriques. **Por que escrevo.** Campinas. 2010. Disponível em: < file:///C:/Users/Paulo%20R.%20e%20Aninha/Downloads/8636250-5923-1-PB.pdf > Último acesso em 27 fev. 2019.
- BUCHMANN, Kéfera. **Muito mais que 5inco minutos.** São Paulo: Paralela, 2015.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas.** São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CARR, Nicholas. **O que a internet está fazendo com os nossos cérebros:** a geração superficial. Rio de Janeiro: Agir, 2011.
- CARINO, Jonaedson. **A biografia e sua instrumentalidade educativa.** 1999. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/%0D/es/v20n67/v20n67a05.pdf > Último acesso em 27 fev. 2019.
- CELESTE, Jennifer da Silva Gramiani. **O livro nos tempos de #likes:** transfigurações na literatura brasileira contemporânea. 238 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Letras). Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.
- DARNTON, Robert. **A questão dos livros:** passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- FINCO, Nina. **Livros de Youtubers viraram a grande aposta do mercado editorial.** 2016. Disponível em: < http://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/08/livros-de-youtubers-viraramgrandeaposta-do-mercado-editorial.html > Último acesso em 13 set. 2018.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. **Os estudos biográficos e sua contribuição para a pesquisa em história da educação física e esportes no Brasil.** 2013. Disponível em: < file:///C:/Users/Paulo%20R.%20e%20Aninha/Downloads/Os_Estudos_Biograficos_e_sua_Contribuicao_para_a_P.pdf > Último acesso em 27 fev. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LEJEUNE, Philippe. **O pacto autobiográfico de Rousseau à Internet**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

MARTINS, Anna Faedrich. **Autoficções do conceito teórico à prática na literatura brasileira contemporânea**. Porto Alegre. 2014.

Disponível em: <

https://www.academia.edu/7972407/AUTOFIC%C3%87%C3%95ES_do_conceito_te%C3%B3rico_%C3%A0_pr%C3%A1tica_na_literatura_brasileira_contempor%C3%A2nea > Último acesso em 25 ago. 2019.

MARUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In Os gêneros textuais e ensino. DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R. e BEZERRA, M.A. org. Parábola Editorial. São Paulo. 2010.

MATIAS, Alexandre. **PC Siqueira está morto: fragmentos de uma vida digital**. Rio de Janeiro: Suma de Letras, 2016.

MELO, Yuri Araújo. **Broadcasting yourself: a construção do sujeito por meio da fala**. Araraquara. 2018. Disponível em: <

[file:///C:/Users/Paulo%20R.%20e%20Aninha/Downloads/Yuri_Araujo_de_Mello_ME%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Paulo%20R.%20e%20Aninha/Downloads/Yuri_Araujo_de_Mello_ME%20(1).pdf) > Último acesso em 27 fev. 2019.

PAULINO, Graça. O tempo e o campo do jogo: onde está a literatura?. In ABICALIL, Célia et al. (orgs.). **Onde está a literatura?: seus espaços, seus leitores, seus textos, suas leituras**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

PERRONE-MOISÉS, Leyla. **Mutações da literatura no século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

RÜDIGER, Francisco. **Literatura de auto ajuda e individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea**. Porto Alegre: UFRGS, 1996.

SCHMIDT, Benito Bisso. **Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: aproximações e afastamentos**. 1997. Disponível em:

< <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2040/1179> > Último acesso em 27 fev. 2019.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

TRINDADE, Maju. **Maju**. São Paulo: Paralela, 2016.

VASCONCELLOS, Amanda Meschiatti. **Celebridade 2.0**: o youtube e a nova fábrica de famosos. 263 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2018.

Sites

Companhia das Letras

<http://historico.blogdacompanhia.com.br/2012/03/companhia-das-letras-lanca-quatro-novos-selos/>

Época Negócios

<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/05/o-poder-da-industria-dos-youtubers.html>

G1

<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/08/youtuber-maju-trindade-diz-ter-alma-negra-em-livro-e-e-alvo-de-criticas.html>

Itmidia

<https://itmidia.com/blogs-representam-mais-da-metade-dos-sites-ativos-no-brasil-diz-pesquisa/>

Poltrona Vip

<http://poltronavip.com/maju-trindade-marcelo-tas-e-ziraldo-marcam-presenca-no-segundo-dia-de-bienal-do-livro/>

Revista Época:

<http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/tecneira/2010/07/29/brasil-e-o-4%C2%BA-pais-do-mundo-em-numero-de-blogueiros/>

UOL

<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2016/09/02/dez-mil-em-uma-semana-novo-livro-de-kefera-lidera-lista-de-mais-vendidos.htm>

Valor

<https://www.valor.com.br/cultura/2574308/companhia-das-letras-anuncia-quatro-novos-selos>

APÊNDICES

DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS DO LIVRO DE KÉFERA BUCHMANN

- **No Capítulo #1** Kéfera conta do que lembra da vida a partir dos cinco anos de idade. Se apresenta e fala da primeira amiga. Relata também a primeira vez que sofreu *bullying* aos sete anos quando recebeu apelidos como bolinha e quatro olhos. Conta como a partir de então sofreu ao ter que ir à aula. Lembra-se de como as colegas de turma começaram a ser tornar populares e ela não.

- **No capítulo #2** a autora conta da fase difícil que teve na escola e das visitas frequentes à diretoria do colégio católico no qual estudava. Depois, fala da importância das pessoas serem originais, que cada uma possui algo especial.

- **No capítulo #3** volta a falar do *bullying* que sofria no colégio e como se empenhava para fazer amigos e se esforçava para ser uma boa amiga. Conta como se aproximou de uma professora de Espanhol e reforça a importância de se ter respeito ao professor.

- **No capítulo #4** conta da criança insegura que se tornou por causa do *bullying* e de como foi se afastando das pessoas para tentar se defender. Relata que uma professora foi importante para ajudar com estes problemas. Começa a falar sobre paixão, de como se apaixonar é, na opinião dela, uma das coisas mais difíceis da vida, especialmente na adolescência. Fala de como sofreu por tentar se adequar aos padrões de beleza para tentar atrair os olhares de meninos.

- **No capítulo #5** Kéfera fala sobre como não tinha habilidade para colar na escola e, ainda, como várias tentativas foram frustradas durante as provas.

- **No capítulo #6** fala de colegas precoces que aos onze anos já beijavam vários garotos e mais uma vez dá conselhos, desta vez em relação à idade para relações afetivas. Fala também de virgindade e do primeiro beijo, aos quinze anos.

- **No capítulo #7** fala de paixão. Das coisas boas e ruins deste sentimento, que são na maioria ruins, de acordo com sua ótica. Retorna a falar da dificuldade que teve em se apaixonar por conta de problemas de baixa estima. Fala que sofreu dos dez aos quinze anos de idade por estar acima do peso. Conta da primeira paixão, por um amigo. Neste capítulo, Kéfera também fala de quando começou sua relação com a Internet a partir da criação de um *Flogão* no ano de 2006, uma *webpage* na qual havia a possibilidade de se publicar fotos.

- **No capítulo #8** Kéfera fala da paixão por um garoto da escola. Ela se dedicou tanto a esta paixão que acabou repetindo de ano. Volta a falar sobre a piora de sua autoestima. Conta que começou a fazer dieta. Relata que criou uma personagem para conversar e se aproximar do menino que ela gostava, por intermédio da Internet. Relata como fora a experiência e dos problemas que teve quando contou a verdade para o garoto, justificando que fez tudo com propósito de autoafirmação e desejo de ser amada.

- **No capítulo #9** relata sua volta por cima em relação aos seus medos e de como passou a pensar positivo em relação à vida, especialmente aos relacionamentos. Afirma que os leitores não podem deixar o luto tomar conta da vida e reforça que o tempo é o melhor remédio para tudo.

- **No capítulo #10** fala sobre ser mulher e das dificuldades do sexo desde o nascimento. Das situações que a mulher passa para estar em dia com a aparência. Relata, ainda neste capítulo, duas experiências desagradáveis que passou relacionadas à depilação.

- **No capítulo #11** Kéfera fala sobre moda. Afirma para os leitores que não acha importante seguir tendência e volta a aconselhar dizendo que o importante é vestir o que faz o sentir bem.

- **No capítulo #12** discorre sobre se apaixonar e relacionamentos afetivos. Conta experiências ruins que teve em relação aos dois fatores e finaliza lembrando que por muito tempo preferiu se resguardar de relacionamentos para não sofrer.

DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS DO LIVRO DE MAJU TRINDADE

- **No Capítulo 1 denominado “ex-pestes”** Maju conta o que se lembra de sua vida a partir dos seis anos de idade. Afirma que morava em Guarulhos, cidade do interior do estado de São Paulo com os avós, e, que era uma criança muito terrível, termo que ela usa para afirmar que era muito bagunceira. Segue então o capítulo contando suas peripécias na infância.

- **No Capítulo 2 denominado “pais novinhos”** Maju relata que quando nasceu a mãe tinha dezoito anos e o pai, dezesseis. Conta das dificuldades que os pais passaram para estudar e criá-la, e, afirma que foi então necessário ir morar com os avós maternos em Guarulhos. Conta também das vantagens e desvantagens de

ter pais novos. Entre as coisas positivas, destaca que eles sabem lidar com as redes sociais. No final do capítulo conta aos leitores que eles são separados.

- **No Capítulo 3 denominado “meus irmãos”** a autora reafirma que os pais são separados desde seu nascimento, e, que eles então tiveram outros relacionamentos e deles, até então, ela tem quatro irmãos, dois por parte de pai e outros dois por parte de mãe. Afirma que tem um relacionamento muito positivo com os irmãos.

- **No Capítulo 4 denominado “ladras de ovos”** Maju conta uma história que envolve ela e a amiga do condomínio, Thamyres. Na páscoa, a avó da Maju vendia ovos para familiares e vizinhos e em uma dessas comemorações ela e a amiga roubaram o maior ovo que seria vendido pela avó. No final, ela relata que o ovo era tão grande que as duas chegaram a passar mal de tanto comer chocolate e ainda ficaram de castigo.

- **No Capítulo 5 denominado “tico”** a autora conta que já teve muitos animais de estimação, mas um deles foi especial, um pintinho pintado de rosa, o Tico. Passa o capítulo contando sobre como ela e uma prima brincaram com o animal até ele morrer.

- **No Capítulo 6 denominado “sou de humanas”** Maju conta que não gosta muito de estudar e nem de acordar cedo. Relata aos leitores que já repetiu um ano na escola. Conta ainda que ao longo dos anos escolares sempre detestou às ciências exatas. Ao final do capítulo relata que por conta de seus compromissos acaba faltando muitas aulas. Afirma que conta com a ajuda dos colegas de turma para recuperar a matéria perdida nos dias de falta.

- **No Capítulo 7 denominado “o que não vou ser”** a autora conta que praticou vários esportes enquanto era criança, entre eles o que mais se dedicou foi a ginástica. Relata que ganhou várias medalhas, mas depois desistiu de competir e ao final relata que nunca sonhou em seguir nessa carreira.

- **No Capítulo 8 denominado “Maju fotógrafa”** Maju conta que sempre gostou de tirar e ver fotografias. Afirma que teve uma câmera analógica e tirava muitas *selfies*. Relata que publicava suas fotos no Fotolog, rede social muito popular nos anos 2000. Depois conta que a família comprou uma câmera digital e a ela utilizava até ganhar um celular que fotografava bem e passar então a usá-lo para tal finalidade.

- **No Capítulo 9 denominado “timelinda”** a autora segue falando de fotografia e repassa dicas de como faz para que suas fotos saiam belas. Fala ainda de como deixar a *timeline* do *Instagram* bonita com fotos da pessoa e do que ela vivenciou.

- **No Capítulo 10 denominado “o *piercing* e o frango”** Maju conta uma história que nomeia como “bizarra” na qual ela mesma furou seu nariz em casa para colocar um *piercing* utilizando um frango congelado que estava no congelador de casa para anestesiá-lo. Ao final conta que o nariz ficou infeccionado e faz uma orientação para que ninguém repita isso em casa.

- **No Capítulo 11 denominado “vida no interior”** a autora conta que quis se mudar para Catanduva, no interior de São Paulo para morar com a mãe, mas logo se arrependeu por conta da calmaria da cidade. Segue o capítulo relatando que prefere a vida agitada da capital paulista com opções de lazer a qualquer hora do dia e a qualquer dia da semana.

- **No Capítulo 12 denominado “estilo da Maju”** Maju conta que antes dos doze anos não tinha muito estilo e depois começou a se preocupar mais com o que usava. Seguiu se interessando por moda e finaliza o capítulo contando que criou um estilo próprio de se vestir, que denomina sempre confortável, e dando dicas para ter um estilo particular sem gastar muito.

- **No Capítulo 13 denominado “girl crush”** a autora fala quatro das personalidades que a inspiram, entre elas, Ruby Rose, Rihanna, Jessie J. e Jessica Jones, elencando o motivo pelo qual se tornou fã delas.

- **No Capítulo 14 denominado “meu Deus”** Maju conta que sempre frequentou a igreja evangélica na companhia dos avós às quartas-feiras e aos domingos enquanto morava com eles em Guarulhos. Afirma que quando se mudou para Catanduva para morar com a mãe e depois com o pai acabou se afastando da igreja. Relata que no ano de 2015, a convite de uma amiga, foi até a igreja que ela frequentava e se reaproximou da religião. Termina o capítulo contando que por conta dos compromissos profissionais não consegue manter uma frequência nas visitas, mas que tem um relacionamento muito intenso com Deus.

- **No Capítulo 15 denominado “versículos”** a autora dedica a escrever seus cinco salmos preferidos.

- **No Capítulo 16 denominado “vida de modelo”** Maju conta das suas experiências como modelo em desfiles e fotos. Ao final do capítulo relata as dificuldades do trabalho de modelo profissional.

- **No Capítulo 17 denominado “franja, a lição”** a autora conta como decidiu mudar o cabelo, cortar e fazer uma franja. Segue relatando que mesmo tendo cortado o cabelo no salão quis a franja mais curta e resolveu cortar sozinha em casa. Afirma que deu errado e mais uma vez dá orientações para leitores não repetirem o feito em casa.

- **No Capítulo 18 denominado “maquiagem”** Maju relata como faz suas maquiagens ensinando técnicas que utiliza. Segue o capítulo dando dicas para as leitoras não dormirem usando os produtos, e, afirma que tal atitude pode causar espinhas.

- **No Capítulo 19 denominado “iternets”** a autora conta como começou sua relação com a internet. Relata como editava os primeiros vídeos, quais programas usava, onde publicava e quantas visualizações alcançava no início. Segue contando como os seguidores foram crescendo e como se tornou famosa através da internet. Termina o capítulo contando que então se profissionalizou e começou a trabalhar nesse ramo até se transformar em uma *digital influencer*. Termina o capítulo falando de seu canal no *YouTube*, se intitulando uma “*youtuber profissional*”, e, mais uma vez dando dicas para que os vídeos sejam muito acessados.

- **No Capítulo 20 denominado “primeiras viagens internacionais”** Maju conta das experiências nas duas primeiras viagens que fez para fora do Brasil. Relata que a primeira delas foi a convite de uma marca para Nova York e a segunda foi encontrar familiares na Bolívia. Segue relatando a experiência que teve em cada país.

- **No Capítulo 21 denominado “carta de Paris”** a autora conta da viagem de trabalho que fez para Paris. Relata que ficou apenas dois dias na cidade, mas se encantou pelo que viu no lugar. Fala ainda da importância de se falar inglês.

- **No Capítulo 22 denominado “beijinhos olímpicos”** Maju conta sobre sua viagem para Suíça, mais uma realizada através de um convite vindo por conta do seu trabalho como influenciadora digital. Relata que foi convidada pela organização das olimpíadas “Rio-2016” para acompanhar algumas pessoas e ir até a Suíça buscar a tocha olímpica. Segue o capítulo relatando como foi a experiência que durou apenas doze horas no país.

- **No Capítulo 23 denominado “tattoos e piercings”** a autora relata que desde criança gostava de tatuagens e aos quinze anos, com autorização do pai, fez a primeira. Conta das outras que fez até a publicação desse livro. Relata também dos vários *piercings* que tem espalhados pelo corpo e afirma que o primeiro deles colocou aos treze anos.

- **No Capítulo 24 denominado “BV”** Maju conta do seu primeiro beijo em um colega de escola aos doze anos. Ao final do capítulo relata para os leitores a sensação do primeiro beijo.

- **No Capítulo 25 denominado “cinema”** a autora fala que vai fazer uma participação no filme “Os penetras 2”. Na data da publicação do livro, Maju, já havia participado das gravações, porém o filme não havia sido lançado.

- **No Capítulo 26 denominado “belieber”** a autora relata seu fanatismo pelo cantor Justin Bieber que ela afirma ter se iniciado no ano de 2009. Termina o capítulo contando para as leitoras que foi ao primeiro show do cantor no Rio de Janeiro e relata como foi a experiência.

- **No Capítulo 27 denominado “Drake Mozão”** Maju conta como começou a gostar de hip-hop e fala da sua admiração pelo cantor Drake.

- **No Capítulo 28 denominado “antes e depois”** a autora fala como sua vida mudou de quando ela não era famosa até adquirir fama através da internet, ressaltando especialmente a falta de privacidade. Termina o capítulo falando da independência financeira e das vantagens de se ter o próprio dinheiro.

- **No Capítulo 29 denominado “SK8”** Maju relata sobre como aprendeu a andar de skate com os amigos e como se sente bem praticando.

- **No Capítulo 30 denominado “sem Britney não dá”** a autora relata que sempre gostou de dançar e adora sair de casa para ouvir música e dançar. Segue o capítulo contando da sua admiração pela cantora Britney Spears.

- **No Capítulo 31 denominado “minhas *playlists*”** Maju fala das suas músicas preferidas e recomenda listas que fez em aplicativos para tais finalidades.

- **No Capítulo 32 denominado “autoestima”** a autora relata os apelidos que ganhou dos amigos da escola e também alguns familiares por ser muito magra e como isso a fez sofrer. Segue o capítulo relatando como superou e mais uma vez dando dicas para os leitores que passarem por problemas e terem amor próprio.

- **No Capítulo 33 denominado “70% adulta”** Maju relata que por conta de obrigações de trabalho se sente setenta por cento adulta. Segue o capítulo relatando

que ainda é dependente dos pais, especialmente para que eles autorizem os locais que ela pode ir.

- **No Capítulo 34 denominado “coisas para fazer quando eu fizer dezoito anos”** a autora enumera as coisas que pretende fazer quando completar dezoito anos.

- **No Capítulo 35 denominado “agradecimentos”** Maju agradece a todos que contribuíram para o lançamento do livro.

- **No Capítulo 36 denominado “créditos das imagens”** a autora nomeia quem tirou cada fotografia que compõe o livro.