

**AMBIENTES DE PROTAGONISMO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES
BLOGS LITERÁRIOS E CONSUMO DE LITERATURA¹**

**ENVIROMENTS OF PROTAGONISM AND IDENTITY FORMATION
LITERARY BLOGS AND LITERATURE COMSUPTION**

Dora Carvalho²

Resumo

A proposta deste estudo é apresentar como ocorre a formação de um leitor-protagonista na atual cena literária brasileira, a partir da análise dos discursos gerados em blogs sobre literatura e o entrecruzamento com outras redes sociais, em especial, o YouTube. O objetivo é mostrar que há novos modos de acesso à leitura e que blogueiros e *youtubers* são representantes de variadas práticas de consumo literário. O percurso de pesquisa para a tese de doutorado e as análises discursivas de 12 blogs indicaram a emergência de sujeitos que estão transformando a dinâmica do setor livreiro, com a realização de resenhas e comentários em redes sociais tanto sobre lançamentos de livros quanto de obras clássicas. O livro impresso ganha destaque mesmo em um cenário de retração das vendas de exemplares e permite o surgimento de novos atores no que se refere à crítica literária. O trabalho resultou em alguns pontos que merecem destaque: o cenário atual de leitura no Brasil; o leitor em um universo de consumo midiático de literatura; convergência das plataformas midiáticas como fator gerador de novas formações identitárias; os discursos voltados para públicos específicos e, como consequência, a ascensão de autores, gêneros e estilos literários.

Palavras-chave: Comunicação e consumo. Discursos. Processos identitários. Literatura. Blogs

Abstract

The purpose of this study is to present the formation of a reader-protagonist in the current Brazilian literary scene, based on the analysis of the discourses generated in blogs about literature and the intersection with other social networks, especially YouTube. The intend is to show that there are new ways of accessing reading and that bloggers and youtubers are representatives of various literary consumption practices. The course of research and the discursive analysis of 12 blogs indicated the emergence of subjects that are transforming the dynamics of the book sector, with reviews and commentaries in social networks, both on book launches and on classical works. The printed book is highlighted even in a scenario of sales retraction and allows the emergence of new actors in literary criticism. The work resulted in some points that deserve to be highlighted: the current reading scenario in Brazil; the reader in a universe of media consumption of literature; convergence of media platforms as a

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Redes de Comunicação, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018. (todas as notas devem utilizar fonte TNR corpo 10, espaço simples)

²Doutora em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGCOM-ESPM, mestre em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero, integrante do grupo de pesquisa Comunicação, Consumo e Arte do PPGCOM-ESPM, dora.carvalho@gmail.com.

generator of new identity formations; the discourses aimed at specific audiences and, as a consequence, the rise of authors, genres and literary styles.

Keywords: Communication and consumption. Speeches. Identity processes. Literature. Blogs

Introdução

Este trabalho é um dos resultados da tese de doutorado intitulada “Blogs literários, consumo de literatura e a formação da identidade de um leitor-protagonista”. O objetivo é mostrar que há novos modos de acesso à leitura e que blogueiros e *youtubers* são representantes de variadas práticas de consumo literário. O percurso de pesquisa apresentado na tese com as análises discursivas de 12 blogs literários indicou a emergência de sujeitos que estão transformando a dinâmica do setor livreiro, com a realização de resenhas e comentários em redes sociais tanto sobre lançamentos de livros quanto de obras clássicas.

Os significados gerados pelas obras hoje ganham novas nuances que indicam que os livros transcendem o entendimento de estudos de crítica literária, linguagem e estilo. Ao chegar às mãos dos leitores, geram novos textos que podem comunicar aquilo que somos, ou seja, revelam a formação de processos identitários por meio das resenhas produzidas por blogueiros e *youtubers* na internet.

São discursos de identidade que contêm narrativas do passado, com elementos da memória social e tramas que se articulam com o presente, apoiados em plataformas midiáticas que se integram. Estamos diante de produtores de conteúdos que estão fora dos limites tradicionais da mídia: profissionais de jornais, rádio, TV.

Este trabalho tem foco no que podemos chamar de bordas, ou seja, na produção de discursos feitos por aqueles que não são dos veículos midiáticos considerados convencionais. Porém, estão em constante negociação com o que é tido como oficial ou independente, ancorados pela maneira como constroem a trama discursiva de resenhas e comentários sobre literatura, por meio de redes sociais da internet.

Daí podermos dizer que se trata de um problema de comunicação, pois, se ancora em plataformas de grande alcance midiático e indicam que precisamos estudar dois elementos: as consequências da acelerada mudança de paradigmas nos quais passa a sociedade contemporânea e os atos comunicacionais baseados em uma constante transição tecnológica. Esses fatores convergem em várias vertentes de estudos das Ciências Sociais, que costumam servir de suporte e fundamentos para as pesquisas comunicacionais. Por essa razão, a pesquisa

também faz referências à Antropologia, sobretudo a que engloba as variadas formas de consumo, seja ele direto ou simbólico. Articula-se ainda a comunicação com os Estudos Culturais e de identidade (HALL, 2003, 2012) e ainda as pesquisas focadas na América Latina (MARTÍN-BARBERO, 2004). Para Jesús Martín-Barbero (2004), o novo ponto de partida dos estudos de comunicação está no processo de fetichização do meio de comunicação enquanto atuante, metamorfoseador das relações sociais em coisas, que vai encontrar na ideologia um campo estratégico para a análise. Vale indicar aqui o pensamento de García-Cancelini (2014) que nos ajuda a indagar se o que importa hoje é o “quanto se lê” ou o “como se lê”. Como resultados principais, nosso estudo indica a emergência de novos produtores de conteúdo, que se tornaram figuras importantes para a divulgação das próprias idéias, alcançando públicos que se identificam por faixa etária, gostos, estilo de vida e grupos sociais preocupados com a inserção e/ou promoção de segmentos da população excluídos da mídia tradicional, quando se fala em acesso à literatura.

Surge no cenário um sujeito capaz de formar um campo de atuação que, se antes era considerado polêmico, nosso estudo mostra que os blogueiros sobre literatura e *booktubers* hoje são convocados a fazer parte do que Bourdieu (2007) chama de “revolução simbólica” de artistas e a construção de novas posições sociais, que não ocorre apenas na arte pela arte.

As subjetividades entram em ação na medida em que a mídia se insere na sociedade como uma força que reitera os elementos de ressignificação. Novas representações e sensibilidades estão a disposição e são afetadas. São textos verbais e não-verbais, imagens, memórias em que esses leitores-protagonistas das histórias que leem e narram para os seguidores vão tomando a forma de resistência. São elementos de libertação, com um novo “agenciamento de enunciados” (GREGOLIN, 2007) feito a partir de um constante movimento de identificação e “desidentificação”. É um trabalho coletivo em que quanto mais são feitos diálogos, trocas e interações, surge a indeterminação (SALLES, 2017) e, como consequência, novos textos e significados

A formação de um leitor-protagonista

Vimos nos últimos anos notícias constantes sobre o fim do livro: A leitura de um exemplar impresso está com os dias contados. As telas eletrônicas estão prestes a prevalecer sobre o papel e a tinta. Autores podem ser trocados por escritores eletrônicos. A inteligência artificial já é capaz de reproduzir fórmulas de enredos e compor romances. Para Umberto Eco

e Jean-Claude Carrière (2010), isso não aconteceu pelo fato de que “os usos e costumes coexistem e nada apetece mais do que alargar o leque dos possíveis (p. 8). E há vários “possíveis” no percurso de nossa pesquisa. O primeiro deles é a indagação que levantamos desde o início de nosso estudo: a formação de um leitor-protagonista e como esses sujeitos se constroem na atualidade. Chegamos a diversos caminhos para reflexão, mas o principal deles foi a emergência de um novo tipo de consumo midiático e cultural produzidos por um verdadeiro exército desses leitores que tivemos a intenção de delinear.

Como se constrói esse leitor-protagonista? Para responder essa proposta de reflexão sobre o tema, foi preciso fazer uma trajetória capaz de caracterizar quais são os principais aspectos que envolvem hoje os processos de leitura. A partir das lógicas de produção literária no período que foi de 2014 a 2018, foram detectados novos agentes capazes de transformar o cenário atual da literatura do País e no mundo.

Para isso, identificamos nos blogs literários e seus espelhos em canais do YouTube e outras plataformas de redes sociais diversas possibilidades de descobertas. Foi possível identificar como os discursos desses sujeitos são capazes de engendrar estratégias de negociação com leitores, autores, mercado livreiro, mídia tradicional e destacar grupos que antes estavam nas bordas do cultura *mainstream*.

Durante o processo de coleta, apuração, observação e escolha do corpus dessa pesquisa, encontramos novas perguntas, entretanto, nos pareceu indelével o fato de que há novas características nesse universo de consumo de literatura – um consumo midiático-literário – por força da abrangência que obras clássicas e atuais ganham hoje por meio desses leitores, que são protagonistas pois conectam os livros a variados elementos que mudam a complexidade narrativa. O que vimos foram enredos clássicos sendo narrados de acordo com as adaptações feitas para as telas de TV e cinema; autores que buscam nuances diferentes para as obras nas novas edições dos livros, conforme a recepção do enredo por parte de seguidores, fãs, blogueiros, *youtubers*, *booktubers*. Nesse novo contexto, foi possível perceber o apagamento de fronteiras e, por consequência, não seria arriscado dizer que a sobreposição de plataformas midiáticas faz com que uma se torne dependente da outra e, portanto, com o livro não foi diferente. Ao contrário da ideia de obsolescência do texto impresso em papel e na plataforma livro, o que vimos foi o exemplar físico ganhar destaque no cenário midiático, por meio dos exemplos de 12 blogs sobre literatura que apresentamos ao longo da pesquisa.

O estudo indicou ainda que independentemente de a obra estar em papel, *e-book*, na tela do computador, do tablet, e de as vendas apresentarem retração, o que vimos foi o surgimento de uma maneira diferente de consumir literatura. Vale retomar aqui o pensamento de García-Canclini (2014) que, já no início nos ajudou a indagar se o que importa hoje é o “quanto se lê” ou o “como se lê”.

Partindo da ideia da importância do “como se lê”, foi possível diagnosticar aspectos inerentes aos nossos estudos de comunicação e consumo que ganharam destaque na nossa pesquisa e que valem à pena enumerar. Vamos a eles:

1) A emergência de novos produtores de conteúdo, que se tornaram figuras importantes para a divulgação das próprias idéias, alcançando públicos que se identificam por faixa etária, gostos, estilo de vida e grupos sociais preocupados com a inserção e/ou promoção de segmentos da população excluídos da mídia tradicional.

2) A identificação por parte de autores, livreiros, editoras, livrarias de novos agentes de promoção de conteúdo artístico, de um novo tipo de publicidade, resultado de relatos pessoais e experiências com a leitura. Como consequência disso, blogs e editoras descobriram uma maneira de conquistar públicos que antes não tinham acesso ao livro e que, mesmo que não compre o livro em si, pode consumir um derivado dele e, portanto, manter sempre ativo o interesse: histórias em quadrinhos, adaptações para TV, cinema, brinquedos, bonecos, internet e *streaming*. O processo de consumo parece se concluir de diversas formas.

3) Mesmo em um cenário de baixo índice de leitura por habitante, sobretudo em um País em que 44% da população afirma não ter o hábito de ler, conforme pesquisa realizada pelo Ibope Inteligência para o Instituto Pró-Livro³, cresce o volume de publicação de títulos feitos por autopublicação no Brasil e no mundo⁴, indicando novos cenários de produção de conteúdo independente. Começou com os blogs, seguiu para o YouTube e o efeito começa a ser sentido no mercado livreiro. Ao longo do nosso estudo, apresentamos as estratégias das editoras para alcançar esse novo tipo de leitor que surge a partir das plataformas das redes sociais. Editoras pequenas e grandes se valem do sucesso desses blogueiros para alavancar as vendas.

³ Instituto Pró-Livro – www.prolivro.org.br - Último acesso: 3/10/2018

⁴ “Cresce o número de publicações independentes nos EUA e por aqui, os autopublicados querem livros impressos”. Leonardo Neto e Talita Facchini – 25/10/2016 - <http://www.publishnews.com.br/materias/cresce-o-numero-de-publicacoes-independentes-nos-eua-e-por-aqui-os-autopublicados-querem-livros-impressos>. Último acesso: 2/2/2018.

A dinâmica desses blogs envolve postagens diárias, semanais ou em períodos um pouco maiores. Isso depende da velocidade de leitura das próprias blogueiras. Boa parte delas procura atualizar constantemente seus blogs, já que os seguidores costumam exigir renovações constantes.

Ainda no que concerne à questão da hipótese de os blogs serem geradores de consumo, é preciso ressaltar que as editoras enxergam esses canais como parceiros de publicidade para seus títulos. Várias empresas criaram selos de parceria, oferecendo uma espécie de chancela para o blog falar livremente das obras. Diversos tipos de incentivo para o desenvolvimento de posts são utilizados, desde convites para encontros com editores e autores até a entrega gratuita de exemplares de livros, culminando, é claro, em anúncios feitos nesses blogs, o que faz do canal fonte de renda para as autoras, conforme foi possível apurar participando desses encontros e conversando com blogueiras.

Só para ilustrar, boa parte das que costumam firmar esse tipo de parceria, como é o caso da Leya (Fig. 1) e da Editora Novo Conceito (Fig. 2) também mantém seus blogs hospedados no portal dessas empresas. O formato utilizado é muito parecido com os que as blogueiras utilizam. Essas empresas se apropriaram da aparente receita de sucesso dos blogs criados pelas jovens e aproveitam esses espaços para publicidade de livros em formato de *banners*.



Figura 1 – Detalhe do blog da Editora Leya.



Figura 2 – Blog da Editora Novo Conceito

Livrarias de vários portes também firmam parcerias com essas blogueiras. Elas divulgam descontos, promoções-relâmpago oferecidas com exclusividade para as seguidoras, assim como a temporada de lançamentos de títulos e parceria das lojas com determinadas editoras. Os blogs costumam ter links diretos para a compra do título mencionado. O ciclo do consumo parece se completar nesses mecanismos. A blogueira adquire o livro ou recebe da editora, fala sobre o enredo, divulgando a obra em diversas plataformas das redes sociais, com links diretos para a compra. Os seguidores, por sua vez, acompanham as postagens da blogueira e aproveitam as promoções sugeridas, comprando os livros por meio dos links. Isso é fator gerador de renda para a blogueira, que recebe as comissões por acessos gerados por meio dessas inserções de ofertas especiais.

Tanto livrarias quanto editoras divulgam as blogueiras parceiras em seus sites e blogs, assim como em suas páginas nas redes sociais, como Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat. Esse ciclo de consumo do livro é pontuado por uma narrativa rica e diversa. As blogueiras se utilizam de diversas formas de discursos para chamar a atenção de seguidores. Além das resenhas, muitas blogueiras apresentam vídeos de até 25 minutos em que mostram de forma pormenorizada tudo o que é relativo à obra que está tecendo comentários. As possibilidades tecnológicas vêm possibilitado também transmissões e interações ao vivo. Esse é um fator bem recente no nosso processo de pesquisa, pois as transmissões ao vivo ganharam força em 2017.

4) Surge no cenário um sujeito capaz de formar um campo de atuação que, se antes era considerado polêmico, nosso estudo mostra que os blogueiros sobre literatura e *booktubers* hoje são convocados a fazer parte do que Bourdieu chama de “revolução simbólica” de artistas e a construção de novas posições sociais, que não ocorre apenas na arte pela arte.

Como não faziam parte do campo artístico, midiático ou literário, esses novos atores não precisaram fazer uma ruptura com o vigente: passou a construir a própria forma de atuação, indiferentes à questões políticas e hierárquicas anteriormente validadas. Criaram uma própria lógica de funcionamento social. Não estão localizados no universo da crítica literária, no jornalismo especializado em suas vertentes de opinião ou artigo assinado.

5) Com essa nova configuração, é que percebemos o que chamamos no nosso estudo de leitor-protagonista, por ser, de certa forma, coprodutor das narrativas as quais está dando destaque: relaciona os livros com outras leituras do mesmo gênero, indica textos de outros artistas, descreve pormenores das tramas, de modo a identificar estilos e correlações com outras vertentes artísticas. Exemplo disso é a criação de fóruns de discussão das sagas literárias adaptadas para a televisão ou franquias de cinema. A partir do enredo dos livros, especula-se possíveis direcionamentos dos roteiros. Esse, por si só, é um campo riquíssimo de análise e chamamos a atenção para isso na nossa pesquisa, por meio dos exemplos dos 12 blogs.

6) A pesquisa identificou que esse leitor múltiplo, referendando pelas teorias que dão suporte aos aspectos da pós-modernidade elencados no nosso estudo, se vê imerso em uma rede onde se entrelaçam tempos convergentes, divergentes, em aspectos de multiplicidade, dialogismos, polifonias. Há uma explosão de imagens, circulação ultrarrápida, em decorrência de mecanismos econômicos próprios do capitalismo, que buscam viabilizar o tráfego de mercadorias em espaços e tempos cada vez mais reduzidos. O que está distante passa a ser próximo desse leitor-blogueiro, que o aproxima ainda mais dos seguidores.

7) Aspectos temporais também mudam, a partir do momento em que esses novos sujeitos criam e recriam uma configuração própria da memória dos acontecimentos. Conectam suas falas à referências literárias, que perdem a datação cronológica habitual. A partir do momento que um clássico da literatura ganha novas performances, esses blogueiros tecem uma nova narrativa no entorno da obra, ressignificando-a. O fato de fazer parte, por exemplo, da lista de livros para o vestibular faz com que o blog recrie temporalidades e contextos para o título em discussão. Uma novidade literária, conectada a um *blockbuster* ou quando se torna *bestseller*, rapidamente entra em cabedal discursivo e se conecta a uma memória coletiva. A obra *Andróides sonham com ovelhas elétricas?* (1968), de Philip K. Dick, é conectada ao filme *Caçador de Andróides* (1982), do diretor Ridley Scott e todo o contexto dos anos 80, para em seguida ser ressignificado em 2017, a partir do lançamento do

filme *Blade Runner 2049*, do diretor Denis Villeneuve, culminando no relançamento do livro, que ganha vídeos no YouTube e resenhas em blogs. A obra ganha então uma memória discursiva que está ligada a representações históricas, imagens prontas, em uma espécie de galeria subterrânea de pensamento, de modo a reconstruir partes do nosso passado. O blogueiro reconstrói, por meio dos discursos, uma sucessão de eventos, muito conectados com o desenrolar de fatos midiáticos.

8) A convergência cultural e de múltiplas plataformas de mídia faz mais do que o acúmulo ou sobreposição de dispositivos tecnológicos – consumidores e sujeitos são incentivados a buscar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos dispersos. O blogueiros sobre literatura fazem esse caminho ao ancorar os discursos em diversas redes sociais, tornando o consumo um processo coletivo, como explica Jenkins (2008). Há uma convergência cultural que passa pela desterritorialização, afirma García-Canclini (2012), pois faz a desconexão de velhas e novas produções simbólicas.

9) Elementos de formação identitária se fizeram presentes em nosso estudo, pois novas formas de organização social estão sendo difundidas, sobretudo, em razão das possibilidades tecnológicas. Para Hall (2014), os sistemas de significação cultural são confrontados, modificados e estão em diálogo contínuo, com identidades localizadas em um espaço-tempo simbólico. A formação da identidade desse leitor-protagonista passa pelo fato de que esses blogueiros se articulam com as demandas sociais dos grupos aos quais estão inseridos. Ora falam a respeito de gêneros literários que estão nas bordas do *mainstream* ora a respeito das condições sociais, coproduzindo textos que falam sobre o papel e necessidades dos jovens, das mulheres, dos moradores da periferia das grandes cidades, de fãs, seguidores etc. São negociações constantes no momento de codificação de textos midiáticos, de modo a obter uma linguagem capaz de facilitar sua reprodução em diferentes contextos e gerar novos significados.

10) Consumir literatura, a luz do nosso ponto de vista de análise, é, por meio do estudo desses blogueiros de literatura, reconhecer os códigos de consumo culturais e possibilitar a reprodução e demonstrar como funciona a participação em determinadas ordens sociais, segundo Slater (2002). Com isso, é possível dizer que nosso estudo é passível de ser reproduzido nos termos analíticos e metodológicos em outros tipos de produção de conteúdo para a internet: blogs e canais de humor, autoajuda, finanças pessoais, tutoriais de maquiagem, crítica de cinema, como tentamos demonstrar nas nossas análises, com 12

representantes de variados tipos de blogs que, além de falar de livros, demonstram aspectos sobre estilo de vida.

11) Os modos de consumir hoje demonstram bastante afinidade do consumidor com o processo de produção, que sente-se convidado a “desenhar produtos”, como nos diz Fontenelle (2017). Esses blogueiros, *youtubers* e *booktubers* não se autointitulam críticos literários. Mas demonstram as habilidades necessárias para atuar em novos processos, vinculados a condições sociais. O estilo de vida é um fator que magnetiza os seguidores, um componente de distinção social (BOURDIEU, 2007), destacando esse leitor-protagonista dos demais. O habitus social desses blogueiros acaba por ser um marcador social que os distingue da crítica literária, mas também de outros leitores.

12) Por fim, são discursos que conversam entre si. As resenhas são articuladas de tal forma a se adequar a diversos públicos, temporalidades, promoção social, formações identitárias, por estarem ancoradas as mais diversas plataformas tecnológicas. Cada mídia faz com que o discurso se realize e se relacione de forma a gerar textos, ditos, não-ditos e intertextualidades. Esses movimentos encontram o apoio dos seguidores e cada mensagem se torna adequada ao meio, se complementa e cria um discurso que se completa no imaginário dos seguidores.

A escolha dos 12 blogs foi com o objetivo de delinear as “cenas de enunciação” (MAINGUENEAU, 2008), que culminam em cenas de consumo determinadas pelas maneiras em que as blogueiras e *booktubers* apresentam as obras. Apesar de os discursos aparecerem de forma fragmentada, demonstram que a maneira como os textos se instituem também podem determinar os sentidos aos quais podemos atribuir, segundo Maingueneau. As blogueiras adaptam as linguagens e discursos literários ao público seguidor, com enunciados que requerem uma memória discursiva capaz de se conectar com os processos intertextuais subjacentes. Elas sabem disso e procuram oferecer diversas informações sobre as obras ou atender as demandas dos seguidores. Vejamos um dos exemplos utilizados no nosso estudo:

Minha vida literária – Aione Simões



Figura 3 - Um dos aspectos de boa parte dos blogs é o aconselhamento. A blogueira Aione Simões indica livros para a formação de um leitor.



Figura 4 - Os VEDAs – Videos Everyday in April – contemplam um livro por dia em todo o mês de abril.

A bloguera Aione Simões (Fig. 3 e 4) é uma das mais ecléticas em termos de gêneros literários aos quais se dedica. Lê clássicos, thrillers, *bestsellers* juvenis e adultos. Prefere o chamado gênero *chick-lit* ou literatura para mulheres. É um estilo que aborda o dia a dia e os desafios das mulheres contemporâneas. Além das resenhas literárias, o blog acompanha as adaptações para cinema e televisão e costuma dar destaque para os livros mais pedidos entre os seguidores, como o do exemplo abaixo do livro *Americanah*, da escritora Chimamanda Ngozi Adichie (Fig. 5). Ela inicia o texto com a sinopse do livro:

Lagos, anos 1990. Enquanto Ifemelu e Obinze vivem o idílio do primeiro amor, a Nigéria enfrenta tempos sombrios sob um governo militar. Em busca de alternativas às universidades nacionais, paralisadas por sucessivas greves, a jovem Ifemelu muda-se para os Estados Unidos. Ao mesmo tempo que se destaca no meio acadêmico, ela se depara pela primeira vez com a questão racial e com as agruras da vida de imigrante, mulher e negra. Quinze anos mais tarde, Ifemelu é uma blogueira aclamada nos Estados Unidos, mas o tempo e o sucesso não atenuaram o apego à sua terra natal, tampouco anularam sua ligação com Obinze. Quando ela volta para a Nigéria, terá de encontrar seu lugar num país muito diferente do que deixou e na vida de seu companheiro de adolescência. Chimamanda Ngozi Adichie parte de uma história de amor para debater questões prementes e universais como imigração, preconceito racial e desigualdade de gênero.

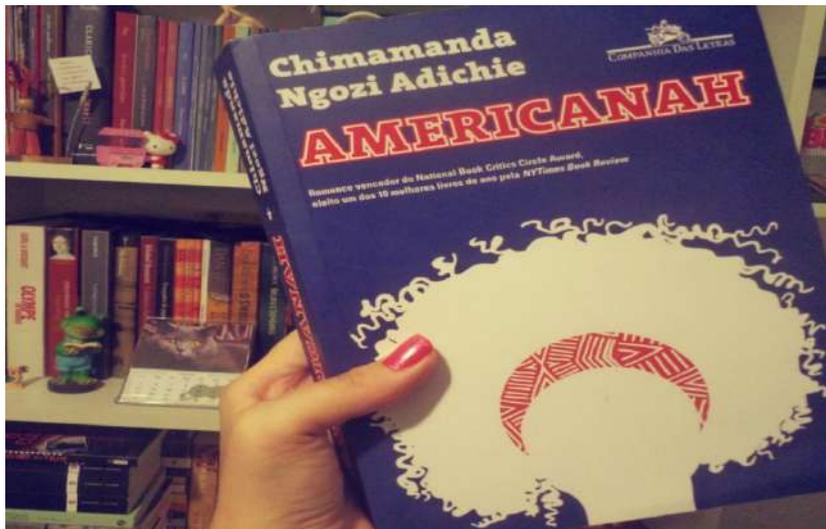


Figura 5 – Detalhe da capa do livro “Americanah” ilustra resenha no blog.

Em seguida, oferece aos seguidores suas impressões.

Americanah é o mais recente romance da autora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie. Nele, a autora, que é uma das mais reconhecidas e destacadas da cena internacional, debate em meio a uma história de amor temas importantes e essenciais de serem problematizados, como a imigração, o preconceito racial e a desigualdade de gênero.

A narrativa em terceira pessoa gira em torno de Ifemulu e Obinze que durante a adolescência cultivaram um grande amor um pelo outro. No entanto, depois de adultos, suas vidas tomam caminhos diferentes e os dois passam por muitos desafios e dificuldades durante os novos percursos. Enquanto Ifemulu entra nos EUA como uma imigrante quase ilegal, Obinze passa por uma situação muito complicada ao tentar imigrar para a Inglaterra. A narrativa mescla esses dois lados da história, além de levar em conta todo o passado do casal, trazendo à tona o modo como se conheceram e se envolveram, como foi a infância de Ifemulu, o perfil da sua família, do lugar onde moravam na Nigéria, entre outros aspectos.



Figura 6 - A blogueira chama a atenção para o histórico da escritora Chimamanda Ngozie Adichie.

Toda a história é permeada por questões sociais de suma importância e relevância. A autora conseguiu de forma espetacular depositar em cada personagem a responsabilidade de representar experiências tão fortes e reais e, ao mesmo tempo, cotidianas, que não há como não se envolver com a trama.

Um dos pontos que considerei mais positivos da história é que, além de possuir uma narrativa muito envolvente, discorre sobre os temas com profundidade, entendimento, criticidade e coerência.

Apesar de haver um romance como plano de fundo, há uma gama de temas abordados em meio à realidade vivenciada por Ifemulu, as dificuldades encontradas nos EUA, os preconceitos, questões comportamentais e de identidade, sem falar no fato de a própria Ifemulu estar a cada momento lutando para dar conta do novo mundo à sua volta, novas pessoas, amores e realidade, inclusive criando um blog para colocar suas inquietações e questionamentos. Esse aspecto torna a narrativa ainda mais interessante, incluindo alguns *posts* do blog e comentários dos seguidores.

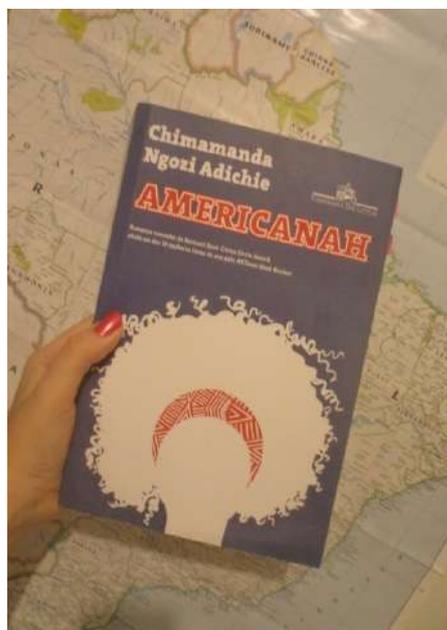


Figura 7 - Ao fundo da foto, a blogueira destaca o continente africano no mapa-múndi para situar o leitor da resenha.

É um livro diferenciado em vários aspectos, toda a narrativa é muito bem amarrada e por trás de cada detalhe cotidiano há um questionamento a ser levantado e uma reflexão a ser realizada pelo leitor. Nenhum detalhe passa despercebido pela autora no que concerne ao aproveitamento de cada personagem, cada história e cada situação criada. É uma história intensa e sabiamente delineada que cumpre o papel de tornar visível o que, por vezes, é invisibilizado pela sociedade.⁵

O livro *Americanah* da escritora Chimamanda Ngozi Adichie teve grande destaque à época do lançamento. Foi vencedor do *National Book Critics Circle Award* e foi eleita uma

⁵ Minha vida literária – Blog: <http://minhavidaliteraria.com.br/2014/10/09/resenha-americanah-chimamanda-ngozi-adichie/>

das dez melhores obras de 2013 pelo The New York Times Book Review⁶. Nesta resenha, há um intenso processo de intertextualidade. Uma blogueira que conta a história da narrativa de outra blogueira, em um romance que está conectado de forma expressiva com todos os conceitos da pós-modernidade que elencamos nesta pesquisa – o esfacelamento social, a tentativa de criação de identidades, os entrelugares, o pertencimento e as dificuldades em uma sociedade altamente tecnológica, mas que, entretanto, tem dificuldades em aceitar o que é diferente ou grupos sociais considerados minoritários, oprimidos e hostilizados. A blogueira relaciona diversos contextos presentes na mídia – como racismo, imigração, e entra no que Charaudeau (2007) chama de “instância de debate”, convidando os leitores para a obra e para a reflexão sobre as temáticas abordadas.

São criados elementos visuais, textuais e uma memorabilia que não só introduzem novos leitores aos aspectos da obra narrada como também são utilizados como estratégias de persuasão: uma foto do livro em um cenário composto por elementos que remetem ao bem-estar e ao prazer da leitura; uma xícara de chá ou chocolate quente, velas, luzes mornas e reconfortantes para transmitir a ideia de relaxamento – os não-ditos aparecem nesses elementos. O cenário discursivo remete ao consumo literário, mas não é apenas o livro que está sendo vendido - canecas, marcadores de páginas, objetos eletrônicos fazem parte desse processo de consumir por meio da percepção de um estilo de vida e de afirmação de ideias. Esses elementos são responsáveis por uma nova agenda de divulgação de livros e produtos que circundam o universo literário e abrem a possibilidade para novos campos de consumo, como o da produção de livros escritos por elas ou ainda a promoção de autores que não teriam espaço diante dos trâmites convencionais de publicação.

As blogueiras fazem o que Maingueneau chama de diversas ações de representação, utilizando-se de fundo e forma, texto e contexto, produção e recepção. As postagens estão dentro de um processo que advém do que a blogueira propõe, das reações dos seguidores e das novas demandas geradas pelo público. Cada um dos blogs escolhidos para análise nos forneceu elementos de como funciona esse novo tipo de consumo midiático e cultural. As blogueiras fazem o papel de protagonista das narrativas que lêem, debatem, recriam e chamam para a reflexão os fatos e os acontecimentos sociais advindos das obras,

⁶ “Americanah é um alívio da ficção contra o racismo” – Guilherme Sobota – O Estado de S. Paulo – 13/9/2014. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura.americanah-e-um-alivio-da-ficcao-contra-o-racismo,1559274> – Último acesso: 04/10/2018.

relacionando-os ao momento social em que estamos vivendo. Com isso, oferecem novas instâncias de debates, possibilitando o retorno de figuras do passado e evocando tendências. Criam um mundo próprio, novos universos para os seguidores e até personagens. São leitoras-protagonistas.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. A distinção - crítica social do julgamento. São Paulo:Edusp; Porto Alegre, Zouk, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Editora Contexto, 2012.
- ECO, Umberto; CARRIÈRE, Jean-Claude. Não contem com o fim do livro. São Paulo: Record, 2010.
- _____. As regras da arte. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. Cultura do consumo. Fundamentos e formas contemporâneas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor García. Revista Observatório Itaú Cultural, n. 17 (ago/dez.2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2014.
- _____. Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2013.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Discurso, história e a produção de identidade na mídia. In: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição & POSSENTI, Sírio (orgs.). Mídia e rede de memória. Vitória da Conquista, Uesb, 2007.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2014.
- _____. Da diáspora: identidade e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- MAINGUENEAU, Dominique. O contexto da obra literária: enunciação, escritor, sociedade. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- _____. Discurso, enunciado, texto. In: MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2001.
- _____. Cenas da enunciação. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- _____. Discurso literário. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- _____. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2013.
- _____. Discurso e análise do discurso. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- _____. Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- SALLES, Cecília Almeida. Da crítica genética à crítica de processo: uma linha de pesquisa em expansão. Revista Signum: Estudos da Linguagem, v. 20, n. 2, 2017.
- _____. Processo de criação em grupo. Diálogos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- _____. Gesto inacabado: processo de criação artística, São Paulo: FAPESP, Annablume, 1998.
- SLATER, Don. Cultura do Consumo & Modernidade. São Paulo: Nobel, 2002.