

LITERATURA NOS CANAIS NO YOUTUBE: REDE DE LEITURA E INTERAÇÃO ENTRE BOOKTUBERS E SEGUIDORES

LITERATURE ON YOUTUBE CHANNELS: READING AND INTERACTION NETWORK BETWEEN BOOKTUBERS AND FOLLOWERS

Vanessa Monteiro Ramos Gnisci¹

Resumo

A partir das histórias *de* e *com* o livro que trazemos na pesquisa as redes de leitura literária nos canais do *Youtube*, refletindo sobre modos de relacionamento de parte da juventude com a literatura e entre si, através das interações entre *booktubers* – jovens que compartilham em vídeos seus gostos e críticas literárias – e seus seguidores/leitores. A partir do problema de estudo: O que buscam e como se relacionam os seguidores dos/com os canais de *Booktubers?*, procurou-se refletir sobre as relações que se estabelecem entre *booktuber* e seguidor/leitor observando os processos de construção e desenvolvimento do canal. Para tal, abordamos como campo para observação exploratória o ambiente digital do *Youtube* através da análise de quatro canais de *booktubers* e os desdobramentos dos conteúdos produzidos a partir de conversas que se estabelecem entre as postagens, comentários e repercussões dessas interações.

Palavras-chave: booktubers; rede de leitura; seguidores; interação

Abstract

From the stories of and with the book, we bring in the research the literary reading networks on Youtube channels, reflecting on ways of relating the youth with literature and with each other, through the interactions between booktubers - young people who share in videos their literary tastes and criticisms – and their followers/readers.

Based on the study problem: What do the followers of/with the Booktubers channels look for and how do they relate?, we sought to reflect on the relationships established between booktuber and follower/reader, observing the construction and development processes of the channel . To this end, we approach the Youtube digital environment as a field for exploratory observation through the analysis of four booktubers channels and the unfolding of the content produced from conversations that are established between the posts, comments and repercussions of these interactions.

Keywords: booktubers; reading network; followers; interaction

Fecha de Recepción: 12/08/2021 Primera Evaluación: 19/11/2021 Segunda Evaluación: 30/11/2021 Fecha de Aceptación: 05/12/2021

Alice, personagem que Lewis Carroll criou para habitar o país das Maravilhas, estava sentada ao lado da irmã e, enquanto folheava um livro, pensava: ‘De que serve um livro sem figuras nem diálogos?’. Imagens e conversas pareciam algo importante para a jovem, que logo desviou sua atenção para um Coelho Branco cor-de-rosa, que passava falando consigo: “Ai, ai, ai! Vou chegar atrasado demais!”. Alice não se espantou com a cena, mas somente achou inusitado o fato de o coelho tirar de seu bolso um relógio para ver as horas. Ao segui-lo, curiosa, decidiu entrar na mesma toca que o animal havia adentrado e, caindo numa espécie de túnel, ou ainda, um canal, transportou-se para o país das Maravilhas.

O caminho de pesquisa e escrita da tese foi trilhado a partir das experiências de jovens com leitura nos canais no *Youtube*, em que visualidades, o tempo, a busca pelo autoconhecimento a partir de descobertas parecem dialogar com as aventuras de Alice nesta complexa narrativa de Lewis Carol (2000), em que uma toca/canal nos dias atuais nos convida a um mergulho nos ecrãs². Este artigo conta um pouco dessa história-investigação.

A partir dos canais produzidos por *booktubers*, da junção de *book* (livro em inglês) com *Youtuber*, especializados em literatura, realizamos reflexões sobre processos em desenvolvimento para a formação de leitores nos ambientes digitais, a constituição de redes de leitura e o promissor diálogo com o trabalho literário no campo da Educação. Tais experiências de compartilhamento de leituras e dicas literárias retratam marcas identitárias de parte da geração do século XXI que, imersas em um contexto tecnológico, reflete e interage no mundo com conteúdo que por vezes se assemelha ao da escola, mas em formatos singulares e narrativas multimodais.

Mas, a qual leitor e leitura nos referimos? A onipresença da imagem no contexto social nos leva a questionar de que forma a leitura, desde rápidas mensagens e informações a densas narrativas literárias, tem se reinventado em um mundo visual. E, ainda, como se manifesta e/ou se perpetua a presença dos livros nesse desafiador contexto, predominantemente, de imagens? Os Booktubers nos dão algumas pistas de novos modos de se propagar e consumir leitura associada à ideia da imagem e audiovisual, a partir de experiências de leituras individuais e construções coletivas, por exemplo, do conteúdo dos canais.

Nesta perspectiva de diálogo entre leitura e imagem, Santaella (2012) alerta para o surgimento de um novo leitor ao afirmar que:

Podemos passar a chamar de leitor não apenas aquele que lê livros, mas também o que lê imagens. Mais do que isso, incluo nesse grupo o leitor da variedade de sinais e signos de que as cidades contemporâneas estão repletas: os sinais de trânsito, as luzes dos semáforos, as placas de orientação, os nomes das ruas, as placas dos estabelecimentos comerciais etc. Vou ainda mais longe e também chamo de leitor o espectador de cinema, TV e vídeo.

Diante disso, não poderia ficar de fora o leitor que viaja pela internet, povoadas de imagens, sinais, mapas, rotas, luzes, pistas, palavras e textos (Santaella, 2012, p. 10).

A existência de um novo leitor a que se refere Santaella no trecho acima é produto de mudanças do contexto sociocultural em que as imagens, mediadas pelas tecnologias digitais, ocupam lugar de supremacia no cotidiano (Mirzoeff, 1999). Com base em teoria pós-estruturalista, o autor ressalta que a leitura de imagem não só se relaciona à percepção, mas também à relação de significados e experiências sociais. Segundo ele:

A vida moderna tem lugar na tela. A vida nos países industrializados é cada vez mais vivida sob constante vigilância através de câmeras em ônibus e shoppings, em estradas e pontes, e ao lado de caixas eletrônicos. Mais e mais pessoas visualizam usando dispositivos que vão de câmeras tradicionais a filmadoras e webcams. Ao mesmo tempo, trabalho e lazer são cada vez mais centrados na mídia visual, de computadores ao DVD. A experiência humana é agora mais visual e visualizada do que nunca, desde as imagens médicas do interior do corpo humano. Na era do visual na tela, o seu ponto de vista é crucial (Mirzoeff, 1999, p. 1).

Quando trazemos tais reflexões ao tema em recorte, observamos uma tendência nos canais literários de não apenas restringir-se ao livro visualmente presente e temas do conteúdo da obra, mas escolherem um conjunto de elementos criteriosamente selecionados para comporem mensagens que definirão a conexão entre seguidor e *Booktuber*, tais como: cenário, vestimentas, objetos pessoais em evidência, fotografias e outros. Ou seja, a primeira leitura a ser realizada não seria a do livro indicado, mas do conjunto visual que compõem o vídeo e o tornará atrativo ou não.

As redes de leitores que se formam a partir da comunicação sem fio apontam para uma “tecnossocialidade” que tende à junção de grupos de iguais, cada vez mais seletivos e focados nos interesses em comum. O que se percebe, nessas comunidades de canais do *Youtube*, é um leitor que, para adquirir o título, dialoga com suas comunidades antes da tomada de decisão, inserido em “contextos condições ambientais que tornam possíveis novas maneiras de ser, novas cadeias de valores e novas sensibilidades sobre o tempo, espaço e acontecimentos culturais” (Castells *et al*, 2007, p. 226).

Destacamos tal fato para a construção de um leitor em trânsito, que associa vídeos sobre leitura a checagem de e-mails, respostas de mensagens instantâneas e atualização dos últimos conteúdos de suas redes sociais. Que utilizam nas redes virtuais novos modos de ler o conteúdo, selecionar informações, buscar percepções sobre a leitura e, ao mesmo tempo em que é espectador, produz novos conteúdos e críticas na mesma busca de protagonismo entre e dos seus pares.

Visualidades e novos modos de relacionamento estão entre os muitos fatores

que explicam o aumento do interesse pelos ambientes virtuais do público jovem, e o resultado disto é que as produções e conteúdos também aumentam vertiginosamente por e para esta faixa etária, a qual se torna importante parcela na produção e consumo de conteúdos disponíveis nas mídias digitais.

Para Jenkins (2009), o fluxo de conteúdo através de múltiplos canais de mídia é quase inevitável nesta era de convergência de mídias, que permitem a construção das novas narrativas digitais. Canclini (2013), ao falar sobre a convergência digital, traz destaque às tecnologias midiáticas, as quais, através da fusão de mídias como televisão, internet, rádio e outros, tenham “reorganizado os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação” (p. 33). Aponta para mudanças nas interações “da leitura com a cultura oral e a audiovisual-eletrônica” (p. 33) e faz um importante alerta:

Nem os hábitos atuais dos leitores-espectadores-internautas, nem a fusão de empresas que antes produziam em separado cada tipo de mensagem, permitem agora conceber como ilhas isoladas os textos, as imagens e sua digitalização. (p. 34)

Retomando a especificidade deste estudo, o protagonismo de jovens que sugerem obras literárias, compartilham percepções de leitura e escrevem livros parece se multiplicar, nos propondo importantes reflexões sobre a formação de uma cultura visual contemporânea com grande influência das tecnologias digitais nos cotidianos da pessoa comum.

O texto, como pode ser visto nas telas contemporâneas, seria, então, um painel de fundo sociocultural e literário de diversos tempos, constituído de um contexto e elementos múltiplos (língua, época, gêneros, expectativas do leitor e do autor, dentre outros) que rompem hegemonias de formas únicas de conteúdo, apresentação e crítica literária. Logo, pode ser que o processo dialógico não se restrinja ao ato de dizer algo para alguém, mas também, com alguém e de diferentes modos, tempos e espaços através de variadas mídias.

No decorrer da tese, trazemos diversas questões, as quais citaremos: O que buscam e como se relacionam os seguidores dos/com os canais de *Booktubers*? A partir de indagações, a pesquisa procurou refletir sobre as relações que se estabelecem entre *Booktuber* e seguidor/leitor, percebendo como ocorrem as interações e os caminhos dos leitores pelos canais participantes da pesquisa. Entendendo que o foco principal são os leitores/seguidores, elegemos como foco da pesquisa os comentários dos leitores no acompanhamento de canais de *Booktubers* para perceber como se expressam as reconfigurações de parte de uma geração na forma de interagir com a leitura literária. Ao final, percebeu-se que, pelos comentários, os leitores se mostram e apontam como estão pensando e se relacionando com o que estão lendo a partir dos canais, uma possível conversa.

Tal perspectiva de conversar com o *booktuber* pelos comentários pode apresentar uma importante aproximação entre o leitor e o livro, historicamente sempre almejada devido aos distanciamentos entre eles, seja por questões econômicas, geográficas ou culturais de nossa formação social. E em um texto em que não faltam perguntar, questionamos se poderia ser esse fenômeno dos *Booktubers* um meio de maior acesso à leitura desses materiais para o público jovem.

Cabe o destaque que definir juventude é um desafio complexo, visto exigir aspectos constituintes históricos e culturais. Uma proposta interessante seria a de partir da concepção de diversidade para se compreender a juventude, tendo como base as condições sociais (classes sociais), culturais (etnias, identidades religiosas, valores) e de gênero, e também das regiões geográficas, entre outros aspectos. Desta forma, a noção de juventude não estaria limitada a critérios rígidos, mas como parte de um processo de crescimento, que vai tomando especificidades a partir do conjunto de experiências do contexto social (Dayrell, 2007). O que parece certo é esclarecer a presença de juventudes (no plural), em um país tão desigual e diverso.

É a partir de tal multiplicidade que, através de uma pesquisa qualitativa baseada nos conceitos da etnografia virtual, estabelecemos como campo de estudo os canais de comunicação produzidos por *Booktubers*, propondo um questionário *on-line* com jovens entre 18 e 29 anos – estudantes de uma Universidade privada no município de Nova Iguaçu, de diferentes origens, cor e gênero e, a partir de suas indicações, trilhamos os caminhos dos canais. Dos 53 questionários enviados sobre hábitos de leitura a partir da internet e a possibilidade de seguirem canais de *booktubers*, 20 foram devolvidos, o que sinalizava 9 canais. Destes, 4 se tornariam o campo de observação para o estudo, visto serem os únicos protagonizados por jovens, sem vínculos com editoras ou profissionais do mercado editorial, com mais de 1 ano de existência e o mínimo de 10.000 seguidores, critérios detalhados na tese como parâmetros de estabilidade do canal. E desta forma, chegamos aos canais: *Literature-se*, de Mel Ferraz; *Perdido nos livros*, de Eduardo Cilto, Jotaplutz, de Juliana e Lucas Brasil, de Lucas.



Imagem 1: Na sequência, os canais: Jotaplufz; Literature-se; lucas brasil; Perdido nos livros.

No desenvolvimento da pesquisa, 5 eixos de análise foram destacados a partir das observações nos canais, os quais apresentaremos brevemente neste artigo.

O primeiro, o ambiente virtual dos *Booktubers*, as relações dos conceitos de intimidade e exposição surgem ora de forma antagônica ora com claras aproximações. A divulgação de conteúdos íntimos, ou seja, aspectos da vida privada do indivíduo, torna-se meio de interação quando tais são expostos, ou seja, compartilhados com o público, como forma de conquistar novos seguidores e apresentação de hábitos particulares (gostos, cotidianos, desabafos, imagens) para o conhecimento de outros.

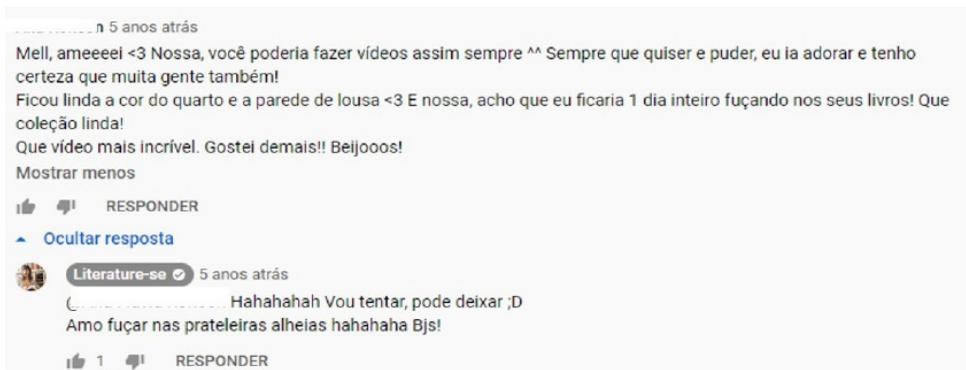
A simbologia do quarto como espaço de subjetividade e expressão íntima de si é representado de forma intensa, visto que os *Booktubers*, em sua maioria, gravam vídeos tendo como cenário de fundo uma pequena biblioteca, que demonstra ou simula o quarto do jovem. Como se as dicas, observações e análises realizadas estivessem acontecendo de forma intimista, seja em uma gravação amadora ou em um cenário produzido e patrocinado por editoras interessadas na divulgação de seus livros.

Trazemos a apresentação do quarto em vídeos que mostram formas de organização de espaços como: estante de livros, mesas e prateleiras com objetos pessoais. No print a seguir, Mell Ferraz, como já realizado em outros vídeos, esclarece que tem a prática de organizar o quarto a cada seis meses: pinta o quarto e organiza livros por editoras com etiquetas que facilitem o uso no cotidiano. A jovem inicia a produção dizendo “vocês pediram bastante para eu mostrar o meu quarto...” e assim faz uma breve filmagem do espaço e cada elemento recolocado no lugar após a pintura. Nos detalhes apresentados, objetos pessoais como o pássaro entre os livros, caixas na estante e na mesa do computador e outros vão mostrando os hábitos, gostos e elementos pessoais que vão revelar um pouco sobre quem é na intimidade do quarto a jovem Mell.



Imagem 02. Pintura e organização do quarto

A jovem Mell entende para quem produz o conteúdo e procura estabelecer de forma eficaz mensagens que cheguem a seu destinatário para influenciá-lo, conforme suas expectativas. Para que desperte o interesse, o vínculo e a compreensão, constrói um conhecimento/situação a partir de interesses sociais claramente estabelecidos entre ela e seus seguidores/espectadores. Ainda que com chances de erro, o vídeo é elaborado a partir de uma expectativa de resposta do público porque, aparentemente, é resultado de uma demanda deste. Nos comentários, observamos a recepção esperada:



O segundo eixo, a rede de interação e convergência de mídias, pode ser observado em narrativas transmídias, características de uma era de convergência digital, que, para Jenkins (2014, p. 138), trata-se dos conteúdos que circulam em formatos de fácil compartilhamento e através de inúmeras plataformas existentes, conforme as especificidades de cada mídia, propagando conteúdos por meio do

engajando de variados públicos.

Em 5 de maio de 2021, Mell publica o vídeo: “Sou leitora de desgraceira, e você?”, o qual o próprio título já convoca os seguidores a uma resposta, um diálogo. Trata-se de um vídeo, segundo Mell, como ideia para uma conversa com os seguidores, os quais constantemente destacam a tendência da booktuber em preferir “livros muitos densos, profundos e violentos”. A jovem explica que abriu na rede social Instagram uma caixa de comentários para que as pessoas sugerissem vídeos que fugissem destas características, que serão abordados durante o vídeo, postado no Youtube.



Imagem 03. Sou leitora de desgraceira, e você?

Há dois aspectos que destacaremos na produção. O primeiro, a relação direta que a jovem propõe entre as plataformas Instagram e Youtube. Sua fala inicia com o contexto de que “há tempo atrás eu levantei essa questão [obras que não partam de um tema que envolva uma desgraça] lá no Instagram, se você não me segue o meu perfil é (...)”. Prioriza-se, neste formato, seguidores que dialogam em ambos os espaços, compartilhando assim suas falas e estabelecendo uma conversa mais próxima.

Na imagem 04, podemos ver o print das caixas de perguntas oriundas do Instagram que foram respondidas por Mell durante o vídeo no Youtube.

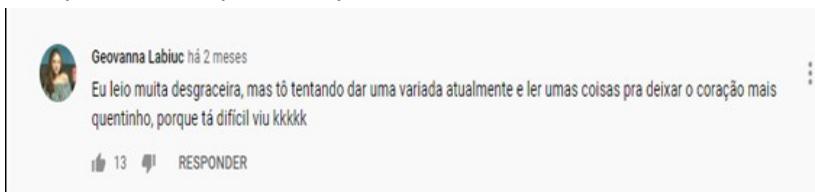


Imagem 04. Caixa de diálogo do Instagram em vídeo no Youtube

O segundo aspecto, o diálogo do vídeo com o contexto mundial de Pandemia devido ao Sars-Cov-2, vírus causador da Covid 19, que resultou em milhares de mortes, adoecimento de grande parte da população e teve no isolamento social uma das estratégias de contenção da propagação da doença. A jovem justifica trazer essas sugestões mais descontraídas, que foquem menos em acontecimentos que envolvam desgraças, “ainda mais nessa época que estamos vivendo, né, que geralmente a gente tenta um escape pela literatura de tudo de horror que estamos vivendo, presenciando, enfim, o que o mundo inteiro está passando (...)”.

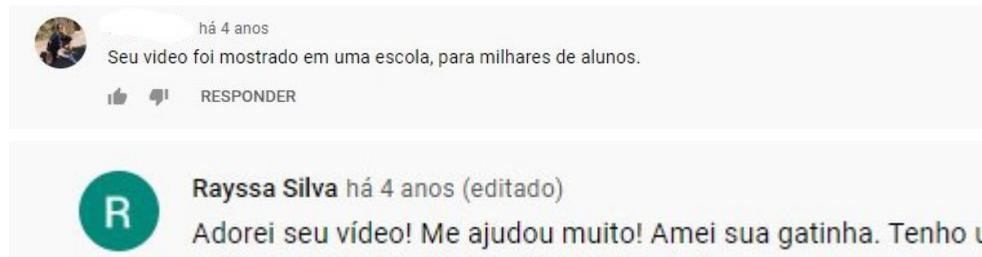
Nos comentários, a fluidez da conversa entre mídias parece encontrar um espaço para desabafos e conforto:



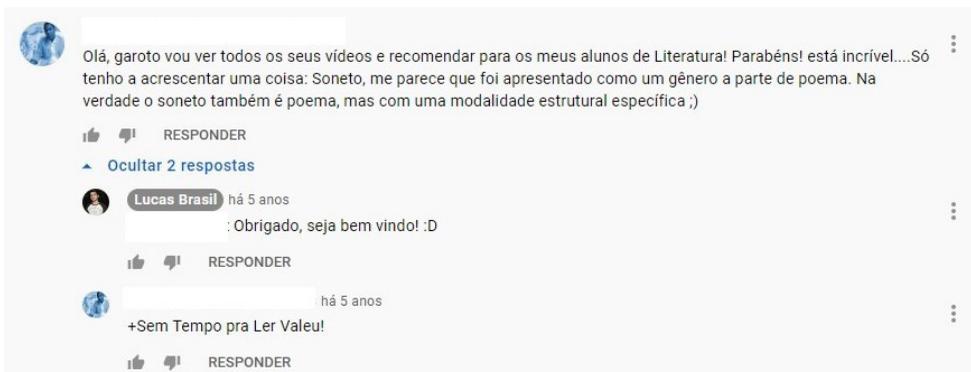
Imagem 05. Poema ou Poesia? Outros aspectos

No primeiro comentário, uma jovem relaciona a presença do animal de estimação de Lucas, um gato, que aparece no vídeo em determinado momento, com seu porquinho da Índia.

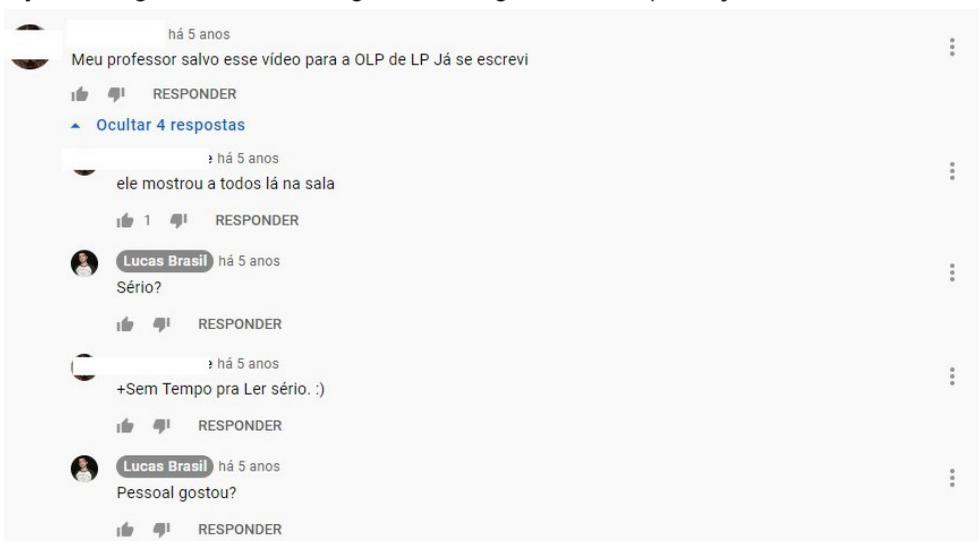
Mais adiante, comentários registram a propagação do material sobre poema e poesia em atividades na escola;



o interesse de professores de literatura pelo conteúdo e recomendação do canal para alunos nas aulas;



E a reação de alunos estimulados por essas relações que se estabelecem entre o espaço informal (a plataforma de vídeos) e espaço formal (a escola) de aula de Língua Portuguesa. Lucas parece se interessar pela opinião dos alunos ao questionar a jovem seguidora se os colegas da sala gostaram da produção.



Das conversações estabelecidas nos comentários de cada vídeo resultam as interações, a construção de valores entre as partes, a legitimação da identidade individual pelo grupo, reputação e autoridade dos atores, pois “ao participar das conversações em rede, os atores esperam receber legitimação de sua face, pela participação e aceitação dos demais daquilo que enunciam e compartilham (Recuero, 2013, p. 60).

No eixo 4, Comunidades virtuais, utilizamos o que em Jenkins (2014, p. 10), Maurício Mota⁴, no prefácio, alerta: que nenhuma estratégia ou recurso tecnológico terá valor “se você não prestar atenção à cultura ao seu redor, ao que está acontecendo na rua, no dia a dia das pessoas”. Um conteúdo para mídias só terá valor se compartilhado, propagado, se fizer sentido para quem produz e outrem, pois “o que não dá imagem e não é midiático não existe” (Virilio, 2002, p. 83). O desafio para aquele que produz o conteúdo seria não apenas publicar o que tem interesse ou crença, mas produzir materiais que também agreguem valor a outros, aproximem pessoas, formem redes que se fortaleçam pelos elos de uma comunidade de interesse em comum. Entendendo essa lógica, é recorrente as expressões: “como vocês pediram”, “recebi muitas mensagens pedindo que eu fale sobre...” como forma de provocar o engajamento no grupo.

No vídeo “Livros para ler em 2019”, Eduardo Cilto comenta sobre as leituras que pretende realizar no ano de 2019. Nos comentários destacados, a consciência do espectador que permanece ou evade de um canal ao perceber a permanência ou mudança do foco do grupo, visto ser a leitura neste caso elemento fundamental de formação da comunidade de leitores nos espaços de atuação de booktubers.

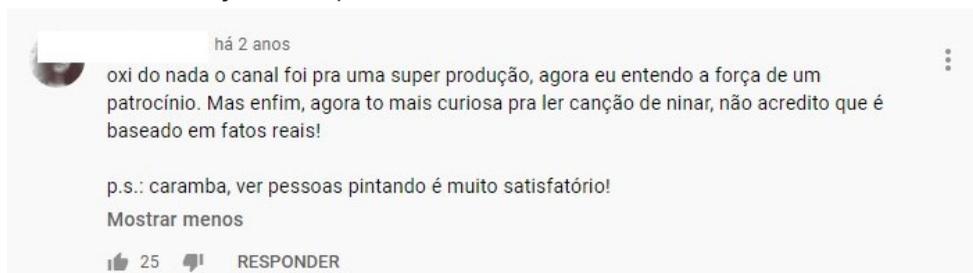


É a partir desta formação de coletividade que trazemos a ideia de comunidade, destacada neste eixo a partir das observações dos canais. Comunidade como uma

formação histórica gregária da humanidade de viver, se reproduzir e desenvolver atividades como o trabalho em grupo.

Por fim, no eixo 5 nomeado como: consumo, no vídeo da imagem 06, a seguir, de Eduardo Cilto, com o tema: Canal Perdido nos livros: Canção de Ninar, o jovem apresenta um livro depois de 2 meses sem postagens (de julho a setembro de 2018). Após a resenha do livro, Cilto, apresenta mudanças no canal, dizendo: “O canal está cada vez mais rico. Agora tem um site (...), finalmente uma blogueira com blog”. Estabelece uma nova rotina de postagem (toda sexta-feira), a prática de colocar as resenhas por escrito no site após a abordagem nos vídeos (outro exemplo das narrativas transmídias que circulam entre o canal e o site). Complementando os recados, entusiasmado, diz: “Olha só, eu estou muito profissional! Estou muito chique! É um programa de literatura para a internet, né gente! (...) Me ajudem a dominar a internet porque eu vou fazer todo mundo ler”.

Destaco o comentário abaixo de uma seguidora que registra o fato de as mudanças estarem perceptíveis e associar o aumento da qualidade da produção ao que se refere como “a força de um patrocínio”.



Percebe-se um patrocínio explícito, da Empresa de comércio eletrônico, que o booktuber refere-se como relevante para a nova etapa no canal ao declarar: “(...) Com esse vídeo aqui começamos a nova temporada de vídeos do canal (...), mas antes de começar a resenha queria avisar que esse vídeo tem patrocinador, porque estamos chiques agora, maior produção do universo (...) com 70% de desconto lá no site do Submarino”. A influência da empresa parece presente no roteiro desenvolvido através de divulgação de promoções, na seleção de livro comercializado na plataforma e no cenário de fundo. Na primeira parte da produção, o destaque é para a silhueta iluminada da marca da empresa, um submarino. Na sequência, quando iniciada a resenha, o cenário muda e o protagonismo volta aos livros ao fundo. No print a seguir, duas imagens mostram a mudança do cenário e do destaque que ao leitor menos atento pode passar despercebido:



Imagem 06. Mudança de cenário de fundo

A partir desta imagem, as visibilidades presentes nos canais parecem não estar apenas submetidas a gostos pessoais ou tendências de reprodução de formatos bem sucedidos de outros booktubers, mas também sujeitas às influências de grupos financeiros presentes no mercado editorial, que, percebendo o alcance desses jovens, se põe fisicamente presentes, ainda que com sutilezas, inserindo o crédito das produções ao autor do canal. Em Debord (2017), há importante reflexão quando diz: “O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido” (p. 52).

Seguindo a análise, ainda que você, leitor deste estudo, não faça parte de uma comunidade de leitores, mas já assistiu algum vídeo elaborado por um Youtube/ booktuber provavelmente escutou algumas dessas frases: “Dê o seu joinha no canal! Deixe o seu like. Já se inscreveu no canal? Não deixe de se inscrever e deixar sua curtida! Curta e compartilhe o canal com pessoas que você conhece!” Há um fator de consumo que se manifesta no uso do Youtube com estratégias de checagem de resultados quantitativos por meio do controle de número de curtidas, seguidores, visualizações. Se a plataforma na internet viabiliza para usuários o espaço sem custo, mostra-se como contrapartida aos criadores dos canais “criar valor social através do site, gerar visualizações de página e dados que são a base para as relações de licenciamento e publicidade do Youtube” (Jenkins, 2014, p. 108). Há um contrato social implícito entre o produtor de conteúdos e seus seguidores, tal como entre essa comunidade de afinidades e a plataforma ao decidir se constituir nesse espaço de leitura em rede.

Por fim, a leitura nas mídias digitais, experienciada e propagada por jovens, não fala só sobre parte desta geração. Expressa o que fizemos como sociedade no passado,

quem somos nós no presente e o que podemos ser no futuro. Relacionamentos pessoais, redes de conhecimento, questionamentos sobre consumo e construção de comunidades que se mobilizam por um propósito pode ser um elo entre tecnologias digitais e educação. O compartilhamento de conteúdo rompe fronteiras geográficas, culturais e oportunizam que ouçamos outras perspectivas de incentivo à leitura na escola, em casa ou em qualquer lugar.

Que continuemos a buscar sentidos em nossa vida no ecrã, tal como fora dele, se ainda há fora e dentro possível. Mas, de certo, como nos convida Turkle (1997),

a virtualidade não tem que ser uma prisão. Pode ser uma jangada, a escada, o espaço transicional, a moratória, que é posta de parte após ter-se alcançado um maior grau de liberdade. Não temos que rejeitar a vida no ecrã, mas também não temos que tratá-la como uma vida alternativa. Podemos usá-la como um espaço de crescimento (p. 393-394).

Notas

UNIRIO, CACE. Artigo extraído da Tese de Doutorado defendida em 20/09/2021. Faz parte das pesquisas do Grupo CACE – UNIRIO, com orientação da Professora Adriana Hoffmann Fernandes.

2 Termo que se refere à tela, tomando como referência os estudos de Turkle (1997).

3 Maurício Motta é cofundador e Chief Storytelling Officer da produtora The Alchemists.

4 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=95Q0KIdF6Cs> Acesso em 29 jul 2021.

Referências:

Canclini, Néstor Garcia. (2013). Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP.

Carroll, L. (2000). Alice no País das Maravilhas. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. International Journal of Communication 1, p. 238-266

Dayrell, Juarez. (2007). A escola “faz” as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. Educ. Soc., Campinas, vol. 28, n. 100 - Especial, p. 1105-1128, out.

Debord, G. (2017). A sociedade do espetáculo. Tradução; Estela dos Santos Abreu; prólogo Christian Ferrer. 2. Ed. Rio de Janeiro: Contraponto.

Jenkins, H. (2014). Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável/ Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green; tradução Patrícia Arnaud. – São Paulo: Aleph.

Mirzoeff, N. (1999). An introduction to visual culture. London: Routledge.

Recuero, R. (2013). Ato de ameaça à face e a conversação em redes sociais na internet. In: Primo, A. (Org.) Interações em rede. Porto Alegre: Editora Sulina, pp.51-69.

Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos.

Turkle, S. (1997). *A vida no ecrã: a identidade na era da internet*. Lisboa: Relógio D'Água.

Virilio, P. (2002). *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: José Olympio Editor.