

Livro e emoção: um estudo das estratégias de patemização em um vídeo-resenha literário no YouTube

Pâmela da Silva Pochmann

Universidade Feevale, Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais, Novo Hamburgo, RS, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7177-3869>

Ernani Cesar de Freitas

Universidade Feevale, Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais, Novo Hamburgo, RS, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8920-9446>

Fernando Simões Antunes Junior

Universidade Feevale, Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais, Novo Hamburgo, RS, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0626-0554>

Sandra Portella Montardo

Universidade Feevale, Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais, Novo Hamburgo, RS, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8336-9329>

Resumo

Este artigo tem como objetivo refletir sobre a influência dos *booktubers* na assimilação dos livros que comentam por meio de resenhas literárias e, para tal, se propõe a jogar luz sobre o processo de patemização dos discursos que constituem estes vídeos. Para isto, utilizam-se os conceitos de patemização e de contrato comunicativo, de Charaudeau, tendo como objetivo descrever como as visadas patêmicas utilizadas nos vídeos podem influenciar o mercado editorial e, consequentemente, o livro que está sendo analisado pela *booktuber*. O corpus de análise é composto por um vídeo de resenha com *spoilers* do livro “O morro dos ventos uivantes”, da autora Emily Brontë, publicado pela *booktuber* Ju Cirqueira no dia 10 de outubro de 2021, em seu canal do YouTube. A pesquisa é descritiva, bibliográfica, e com abordagem qualitativa por meio da Análise do Discurso. Como resultado, identificou-se que há diversos momentos em que são empregadas visadas patêmicas na vídeo-resenha e que essas emoções contribuem para a visibilidade, credibilidade e

notoriedade da *booktuber* na sua comunidade e no mercado editorial.

Palavras-chave

mercado editorial; *booktubers*; plataformas digitais; patemização; contrato comunicativo

1 Introdução

Falar que a literatura envolve emoções não é uma novidade, afinal, ler proporciona ao leitor uma espécie de fuga da realidade, em que o contexto da obra escolhida assume a função de gerar gatilhos e sensações através desses significados. Cada sujeito vai expressar e sentir estas emoções balizados por seus imaginários, crenças e representações, gerando distintos significados entre os sujeitos. Por isso, um livro pode ser considerado inestimável para alguns enquanto se torna desprezível para outros.

As transformações e novos suportes que surgiram nas práticas de leitura foram um ingrediente a mais na complexificação dos processos de significação da leitura. A cada nova tecnologia que surge o leitor é convidado a novas experiências de perceber e apreender a leitura, como a assimilação não-linear dos hipertextos e a construção literária em múltiplas plataformas, por exemplo. Tais possibilidades resultaram em um ambiente mais estimulante e favorável à leitura compartilhada.

As plataformas digitais também permitiram a interação entre leitores e, nestes ambientes, surgiram comunidades para dialogar especificamente sobre livros. Funcionando como uma espécie de totens dessas comunidades, os *booktubers*, pessoas que produzem vídeos sobre obras literárias no YouTube se destacam pela influência que geram na assimilação dos livros que comentam. Tais atores são impulsionados pelos chamados algoritmos mineradores, capazes de garimpar nossas necessidades, angústias e sentimentos acerca dos mais diversos assuntos.

Com o objetivo de refletir sobre esta influência, esta pesquisa se propõe a jogar luz sobre o processo de patemização dos discursos que constituem estes vídeos. Para tal propósito, delimitamos como objeto de análise a vídeo-resenha sobre o livro “O morro dos ventos uivantes”, no canal da *booktuber* Ju Cirqueira, no YouTube.

Hoje, os canais de *booktubers* no YouTube, por meio da sua dinâmica de divulgação, fomentam o mercado editorial e influenciam nas escolhas literárias dos seus seguidores, resultado, este, de um processo de midiaticização da crítica literária.

Nesse contexto, o problema de pesquisa está assim configurado: como as visadas patêmicas utilizadas na vídeo-resenha da *booktuber* Ju Cirqueira podem influenciar no ecossistema editorial e, em consequência, no desejo em ler o livro e tê-lo como objeto de consumo? Para isso, utilizamos como referencial teórico os escritos de Charaudeau (2007, 2010, 2019) acerca da patemização, além de pressupostos de Maingueneau (2015), Jeffman (2017), Tomasena (2019), D'Andréa (2020) e Corrêa-Rosado e Melo (2017) como aportes teóricos complementares.

Para analisar o corpus da pesquisa, emprega-se como método a Análise de Discurso de linha francesa, por intermédio da Semiolinguística, com foco nas visadas patêmicas. Assim, o presente artigo se organiza da seguinte forma: na fundamentação teórica são abordados os conceitos de patemização e de contrato comunicativo, bem como as plataformas digitais, os *booktubers* e o livro na dinâmica do mercado editorial; na metodologia são identificados o tipo da pesquisa, a natureza e o método; nos resultados abordam-se, com suporte do dispositivo comunicativo, do campo temático e do espaço das estratégias, as emoções identificadas na vídeo-resenha; e nas considerações finais faz-se um apanhado geral do trabalho. Na sequência discorreremos sobre os tópicos que constituem esta investigação.

2 Patemização da vídeo-resenha nas plataformas digitais: *booktubers* e o mercado editorial

Para compreender melhor o corpus deste trabalho e vislumbrar o objetivo aqui proposto faz-se necessário aprofundar alguns conceitos teóricos, sendo eles: o da patemização (CHARAUDEAU, 2007), o de contrato comunicativo (CHARAUDEAU, 2019), das plataformas digitais (D'ANDREA, 2020; POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020), dos *booktubers* (JEFFMAN, 2017; TOMASENA, 2019) e o do livro na dinâmica do mercado editorial (LAJOLO; ZILBERMAN, 2019; TOMASENA, 2019). Por isso, a seguir, contextualizamos as percepções de alguns autores sobre esses temas.

2.1 A patemização e o contrato comunicativo

As emoções são, segundo Ekman (2011), estados de ação. Acionadas por gatilhos do nosso campo sensorial, elas têm a função de ativar estados físicos e mentais para que o organismo delas, dotados, possa reagir aos ambientes, contextos e acontecimentos de forma a preservar a integridade física e psíquica dos indivíduos. Nos seres humanos, também podem ser ativadas no fazer comunicativo, sendo eliciadas pelas narrativas que alimentam e se retroalimentam de nosso campo simbólico. Estão presentes, portanto, em todo e qualquer contrato comunicativo.

Determinado a entender a partir de quais procedimentos a língua produz emoção, Patrick Charaudeau (2010) vai se debruçar sobre aquilo que chama de efeitos patêmicos do discurso na interpretação das circunstâncias. Afirma o autor que “a relação patêmica engaja o sujeito em um comportamento reacional segundo as normas sociais às quais ele está ligado, as que ele interiorizou ou as que permanecem nas suas representações.” (CHARAUDEAU, 2010, p. 31).

Quando o processo de configuração simbolizante do mundo se faz por meio de um sistema de signos, como é o caso da linguagem, Charaudeau (2010, p. 32) vai chamar esses sistemas de representações sociodiscursivas, “mini-narrativas que descrevem seres e cenas da vida, fragmentos narrados [...] do mundo que revelam sempre o ponto de vista de um sujeito.”

As representações sociodiscursivas estão carregadas de emoções vividas, simuladas e visadas pelo enunciador, as quais Charaudeau (2010) prefere tratar pelos termos *pathos*, patêmico e patemização por remeterem à filiação da retórica aristotélica dos discursos, que trata os discursos em uma perspectiva de visada e de efeitos.

Nessa perspectiva, Charaudeau (2019)¹ defende que toda representação sociodiscursiva carrega uma organização semiodiscursiva, na qual são associadas formas pertencentes ao sistema verbal e ao sistema semiológico. O autor indica que “o sentido depende, pois, da estruturação particular dessas formas, cujo reconhecimento pelo receptor é necessário para que se realize efetivamente a troca comunicativa: o sentido é o resultado de uma *cointencionalidade*.” (CHARAUDEAU, 2019, p. 27). Nessa dinâmica, a produção de uma

¹ No livro “O Discurso das Mídias”, Charaudeau (2019) aborda a comunicação no âmbito das mídias, mas compreende-se que as conceituações propostas podem ser visualizadas no contexto das novas mídias sociais, entre estas o YouTube.

informação é imaginada por meio de um receptor ideal, mas não há como efetivamente saber se os efeitos visados foram os construídos na recepção. Portanto,

[...] conclui-se que o texto produzido é portador de ‘efeitos de sentido possíveis’, que surgem dos efeitos visados pela instância de enunciação e dos efeitos produzidos pela instância de recepção. Com isso, toda análise de texto nada mais é do que a análise dos ‘possíveis interpretativos’. (CHARAUDEAU, 2019, p. 28).

Dessa forma, Charaudeau (2019) refere que as visadas pretendidas não são necessariamente alcançadas, visto que a construção de sentidos depende da experiência social do sujeito, incluídas nesta concepção as suas crenças, representações e conhecimentos. “Segundo o contexto no qual aparece, uma informação pode produzir um efeito de banalização, de saturação, de amálgama ou, ao contrário, de dramatização.” (CHARAUDEAU, 2019, p. 59). Neste sentido, o proposto vem ao encontro do trabalho de Charaudeau (2007, p. 3) ao afirmar que “[...] as emoções são de ordem intencional, estão ligadas a saberes de crença e se inscrevem em uma problemática da representação psicossocial.”. Corrêa-Rosado e Melo (2017) corroboram com estas concepções ao ressaltarem que o estudo da patemização aproxima-se da construção discursiva de sentido, tangendo a uma encenação dos efeitos visados que se sujeitam aos integrantes do ato de linguagem, interferindo nesta conjuntura os conhecimentos prévios da situação comunicativa. “Logo, a organização do universo patêmico está calcada na situação social e sociocultural na qual a troca comunicativa se inscreve.” (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017, p. 91).

Corrêa-Rosado e Melo (2017) retratam que o processo discursivo das emoções pode ser pensado em consonância com três aspectos: as emoções são de ordem deliberada; estão relacionadas aos saberes de crenças dos sujeitos; e são estados mentais que se apoiam em saberes de crença, criando assim, as representações patêmicas.

Há diversas formas de classificar as emoções – descrições que podem ser vistas no trabalho de Charaudeau (2007) – mas, como ressaltado pelo próprio autor, se o interesse for no efeito patêmico, e não na tipologia das emoções, esta busca deve preocupar-se em apreciar a situação de comunicação, os universos de saberes partilhados e a estratégia enunciativa. Charaudeau (2007) propôs como forma de organização do universo patêmico a polarização significância/pregnância, tendo como valores representativos os itens: dor e alegria; angústia e esperança; antipatia e simpatia; repulsa e atração. Como destacado por Charaudeau (2007,

p. 9): “[...] a organização do universo patêmico depende da situação social e sociocultural na qual se inscreve a troca comunicativa.” Nesta transação impactam as pessoas e os dispositivos envolvidos.

A situação de comunicação acontece em determinado ambiente e, conforme explica Charaudeau (2019, p. 104), esse “[...] impõe restrições para a realização desse ato”. Cada ambiente possui a sua dinâmica de organização e, portanto, um contrato comunicativo que especifica as condições para a sua realização naquele espaço.

O dispositivo é uma das formas de organização do contrato comunicativo e, nesta perspectiva, “[...] formata a mensagem e, com isso, contribui para lhe conferir um sentido.” (CHARAUDEAU, 2019, p. 105). De acordo com Charaudeau (2019):

De maneira geral, ele compreende um ou vários tipos de *materiais* e se constitui como *suporte* com o auxílio de uma certa *tecnologia*. É no *material* que se informa, toma corpo e se manifesta, de maneira codificada, o sistema signifiante: a oralidade, a escrituralidade, a gestualidade, a iconicidade. No estudo do dispositivo, pode-se incluir a natureza da textura desse material: a vibração da voz, o pigmento das cores, a tipografia etc. (CHARAUDEAU, 2019, p. 105, grifo do autor).

Infere-se que o dispositivo além de transmitir a informação, pode impactar em como esta será percebida pelos receptores. Nesse sentido, vê-se como importante apresentar a dinâmica do dispositivo do corpus aqui analisado, uma plataforma digital, além de seu interlocutor, o *booktuber*, como veremos na seção seguinte.

2.2 Plataformas digitais e *booktubers*

Nesta seção apresentam-se as conceituações de plataformas digitais e de *booktubers*, bem como uma descrição de como ocorre, geralmente, o trabalho dos *booktubers* nas plataformas digitais.

Poell, Nieborg e Van Dijck (2020, p. 4) definem, ao versar sobre as plataformas digitais como mercados e infraestruturas computacionais, que estas abordagens são vitais para compreendê-las como “[...] infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados.”. Para D’Andrea (2020, p. 14) “um aspecto que consolida e singulariza a ideia de

‘plataforma online’ é a crescente adoção de uma arquitetura computacional baseada na conectividade e no intercâmbio de dados.”.

D’Andréa (2020, p. 17) indica que é importante perceber a influência das plataformas “[...] no modo como compreendemos e gerimos nossas relações interpessoais, profissionais, com a vizinhança etc.” Entende-se, neste contexto, a importância de estudar as plataformas e as suas relações com os usuários, como alteram e induzem determinados comportamentos e como são utilizados os dados, ou como menciona D’Andréa (2020), os rastros e preferências que os usuários deixam visíveis em suas relações por intermédio das plataformas digitais.

Nesta conjuntura, D’Andréa (2020) situa que as plataformas desempenham um papel ao reorganizar relações interpessoais, consumo de bens culturais, discussões políticas, práticas urbanas e outros âmbitos da sociedade. Portanto, assimila-se que as plataformas digitais impactam diretamente em aspectos sociais e culturais de uma sociedade, modificando formas de se comunicar, de consumir e de proceder dos sujeitos.

As práticas de leitura também foram transformadas por este contexto digital. Surgiram novas formas de consumir, produzir e disponibilizar conteúdo on-line. Entre esses modelos de compartilhamento de experiências literárias que despontaram, por meio das plataformas digitais, destacam-se os *booktubers*.

Segundo Jeffman (2017, p. 186, grifo da autora), “a expressão *booktube* origina-se a partir da palavra YouTube, substituindo o *You* (você) por *book* (livro)”. A autora refere que a expressão demonstra que há uma comunidade na plataforma do YouTube que consiste em pessoas que gostam de ler e de compartilhar suas experiências literárias por meio de vídeos. Por esta razão, os responsáveis dos canais que abordam a cultura literária são denominados *booktubers* (JEFFMAN, 2017). Em seu estudo, Jeffman (2017) fez um levantamento dos canais de *booktubers* brasileiros e trouxe informações essenciais sobre os hábitos e as relações estabelecidas nestas comunidades por meio das plataformas digitais. Entre as contribuições da autora estão as motivações que levam um sujeito a ler:

Lemos também para pertencer, para conversar, para participar, para construir nossa subjetividade, ou simplesmente porque gostamos de ler. O gosto pela leitura e pelo compartilhamento de impressões sobre essas mostra-se como um elemento propulsor para as relações constituídas entre os *booktubers*. Neste grupo, ser leitor é ser alguém que, acima de tudo, gosta de ler. (JEFFMAN, 2017, p. 25-26).

Avalia-se que entre as pessoas que participam da comunidade *booktube* há uma relação de pertencimento, tanto do *booktuber* com os seus seguidores/inscritos, como da comunidade com o *booktuber* e com o livro, na qualidade de objeto de consumo.

O compartilhamento de experiências literárias na comunidade *booktube* ocorre, geralmente, por meio de vídeos nos canais do YouTube, mas outras plataformas também são utilizadas, como o Twitch, Instagram, Telegram e WhatsApp. Para Costa (2020) os gêneros mais comuns do *booktube* brasileiro englobam os seguintes formatos: resenha, listas, *unboxing*, TAGs, Vlogs, *Book Haul* (recebidos), *Bookshelf tours*, maratonas literárias, *Book talk* (opinião), batalha de capas, projetos de leitura, clubes de leitura, leituras, *To be read* (TBR).

De acordo com Tomasena (2019), os *booktubers*, assim como os demais criadores de conteúdo que utilizam a plataforma digital YouTube, necessitam se enquadrar nos termos de serviço da plataforma. Entre os padrões estão usar linguagem apropriada, respeitar os direitos autorais, não utilizar discurso violento ou de ódio. O autor reconhece que os *booktubers*, na dinâmica financeira do YouTube, não têm grande retorno econômico, mas em compensação são altamente lucrativos em termos de outras formas de capital, como o humano, o social e o simbólico. Tomasena (2019) refere que este sistema de diferenciação entre capital econômico e simbólico coloca os *booktubers* em uma posição desvalorizada na sistematização do YouTube, mas em condição privilegiada para a performance que o mercado editorial busca para divulgar os livros. Isto deve-se ao fato de tais criadores empregarem, ao mesmo tempo, as funções de revisor, anunciante do produto, comunicador e livreiro.

Na próxima seção interpela-se o objeto de consumo, anúncio, divulgação e crítica dos *booktubers* – o livro – em consonância à dinâmica do mercado editorial.

2.3 O livro e o mercado editorial

A respeito do livro e do mercado editorial, conforme Lajolo e Zilberman (2019), o processo de popularização do livro iniciou-se por volta do ano de 1450, na Alemanha, quando Gutenberg apresentou o primeiro exemplar impresso da Bíblia. Por meio desta inovação o que até então era considerado artesanal passou a ser produzido em grande quantidade, um acontecimento que impactou fundamentalmente na forma em que a literatura se concebe atualmente.

O livro, suporte físico de um saber, mas também o objeto industrializado submetido à compra e venda, vale dizer, mercadoria, é parte integrante, até essencial, dos mecanismos econômicos próprios ao capitalismo. Assume marcas da sociedade burguesa ao se transformar em propriedade privada; nesse caso, contratos de edição e impressão, meios de distribuição e venda, regras de tradução e condensação constituem operações que visibilizam a dimensão econômica do processo inteiro que se abre com um original e desemboca num livro. (LAJOLO; ZILBERMAN, 2019, p. 82).

Desse modo, conforme Jeffman (2017, p. 138), “[...] o livro está inserido na economia da cultura através da Indústria Cultural.”² Nesta perspectiva, alguns autores ressaltam que são convertidos em artefatos que devem ser consumidos e negociados como bens descartáveis. Mas, para a autora, a Indústria Cultural sofreu transformações a partir da década de 1980 que impactaram tanto nas suas lógicas, quanto nas suas estruturas de funcionamento e de produção. As tecnologias de comunicação e informação afetaram a forma como as novas gerações estão consumindo e se relacionando com os produtos culturais, entre estes os livros. “Percebe-se um distanciamento da cultura tida como ‘intelectual’ e a adoção da ‘cultura de quarto’³, possibilitada principalmente pelo YouTube [...]” (JEFFMAN, 2017, p. 140).

Tomasena (2019) considera que a dinâmica criada por criadores de conteúdo na plataforma digital YouTube interessa ao mercado editorial por impactar na venda dos livros e pelo fato dos *booktubers* terem forte conexão com jovens leitores, o que torna mais fácil alcançar a este público por meio da aliança que é estabelecida na comunidade *booktube*. Os *booktubers* integram-se à dinâmica de produção comercial de livros por meio das estratégias promocionais das editoras combinadas com os criadores de conteúdo (TOMASENA, 2019).

Vislumbra-se que as plataformas digitais, na qualificação de uma materialidade da Indústria Cultural, modificaram a produção e o consumo do mercado editorial, alterando como as práticas de leitura estão sendo vistas, divulgadas, empregadas, associadas e absorvidas atualmente. Em um contexto em que as produções culturais estão cada vez mais sendo absorvidas pelos ambientes plataformizados e, assim, sendo remodeladas por esses, entendemos a importância da compreensão da dinâmica das práticas plataformizadas. Assim,

² Na noção de Indústria Cultural proposta por Adorno e Horkheimer a intenção é que haja uma estética voltada ao consumismo, ou seja, enfatiza o tratamento dispensado aos consumidores “tratados sempre como objetos de investigação estatística, além da invariável tentativa de mantê-los em um estado de manipulação e de menoridade através estereótipos e formas que privilegiam sempre a resignação perante o sistema como um todo.” (FREITAS, 2004, p. 198).

³ Grande parte dos *Youtubers* gravam os seus vídeos no quarto, incluídos neste contexto os *booktubers*. Para Jeffman (2017, p. 180) “o quarto atua como ‘um espaço semiprivado de participação cultural’, tornando-se cada vez mais publicizado através de câmeras e webcams, ao ser compartilhado em redes sociais e no próprio YouTube.”

como o dispositivo comunicativo molda a prática e incita certas emoções, os *booktubers*, por meio de suas representações linguísticas, carregam em seu discurso emoções vividas e simuladas que influenciam na percepção leitora do receptor da mensagem. Para dar seguimento na investigação, no próximo tópico explicitamos o método utilizado nesta pesquisa.

3 Percurso da pesquisa: os caminhos metodológicos

Para mobilizar os conhecimentos teóricos debatidos neste trabalho com o corpus de análise desta pesquisa, propõe-se o uso de alguns teóricos buscando alcançar o objetivo proposto. Para isso, utilizam-se Prodanov e Freitas (2013) e Gil (2019) na conceituação do tipo de pesquisa, Charaudeau (2007, 2019) e Maingueneau (2015) para a Análise de Discurso.

Maingueneau (2015, p. 39) destaca que para o emprego da Análise de Discurso é essencial diferenciar os termos texto e corpus, tendo em vista que esta distinção marca a “fronteira entre, de um lado, as práticas de comentário tradicionais que tentam interpretar textos legados por uma tradição e, de outro lado, as abordagens em termos de discurso, que se pretendem resultado das ciências humanas e sociais.”. Assim, de acordo com Maingueneau (2015, p. 39-40, grifo do autor), “os analistas do discurso não estudam *obras*; eles constituem *corpora*, eles reúnem os materiais que julgam necessários para responder a esse ou àquele questionamento explícito [...]”. Por esse motivo, um mesmo texto pode apresentar distintos *corpora* a depender dos objetivos dos pesquisadores envolvidos.

O corpus de análise escolhido para esta pesquisa é um vídeo do livro “O morro dos ventos uivantes”, de Emily Brontë. A resenha foi publicada no dia 10 de outubro de 2021 (O MORRO..., 2021), no canal do YouTube da *booktuber* Ju Cirqueira. Segundo Costa (2020), vídeos-resenhas consistem na:

Categoria mais encontrada no *booktube*, cujo intuito é apresentar as impressões e discutir a experiência de leitura de uma ou mais obras, literárias ou não. Traz informações sobre o livro e, possivelmente, sobre o autor, podendo ou não conter informações relevantes para o desenvolvimento da trama (*spoilers*). Em caso positivo, é de bom tom avisar ao público, seja no título ou no próprio vídeo. Embora sejam vídeos opinativos, a resenha produzida pelos *booktubers* não é nem busca ser uma crítica literária formal. (COSTA, 2020, p. 83).

A escolha pela vídeo-resenha, em específico, deve-se ao fato de ser um dos livros favoritos da *booktuber*⁴ escolhida; conter spoilers, característica que é pouco utilizada no canal em questão; e em referência à edição do livro escolhida pela *booktuber*, que conta com uma apresentação escrita por ela própria. O vídeo apresenta 30 minutos e 54 segundos e foi exposto por índice de assuntos: introdução, avisos e edição da Antofágica; sobre as irmãs Brontë e contexto da obra; sobre o enredo de “O morro dos ventos uivantes”; sobre os acontecimentos (com *spoilers*); citações marcantes; o romance gótico e a ambientação do livro; a segunda geração de personagens; o desfecho. O índice de assuntos foi publicado na descrição do vídeo contendo os minutos exatos em que cada assunto iniciava, bem como nos recortes visuais inseridos no próprio vídeo.

O canal da *booktuber* Ju Cirqueira no YouTube foi criado em agosto de 2013 e conta, atualmente, com 296 mil inscritos⁵. Em seu canal os vídeos são organizados por listas de reprodução⁶, há divulgação de vídeos novos duas vezes por semana e, recentemente, foi criado um espaço específico para membros do canal, em que são produzidos conteúdos exclusivos para esses seguidores que pagam uma tarifa mensal para ter acesso aos vídeos.

Este estudo se empenha a refletir sobre a influência dos *booktubers* na assimilação dos livros que comentam por meio de resenhas literárias e, para tal, se propõe a jogar luz sobre o processo de patemização dos discursos que constituem estes vídeos. Diante disso, entendemos que se caracteriza como uma pesquisa descritiva por buscar identificar determinadas características, finalidade que é considerada essencial neste tipo de pesquisa, como afirma Gil (2019).

Para cumprir com o objetivo proposto para esta investigação o procedimento de análise adotado será a pesquisa bibliográfica. Prodanov e Freitas (2013, p. 54) definem que a pesquisa bibliográfica se utiliza de material já divulgado como “[...] livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet [...]”, tendo como intuito realizar o mapeamento do que está sendo produzido sobre o tema de pesquisa.

A pesquisa caracteriza-se ainda como qualitativa em vista da “[...] utilização de dados qualitativos, com o propósito de estudar a experiência vivida das pessoas e ambientes sociais

⁴ Em acompanhamento ao canal da *booktuber* o livro é apresentado em diversos vídeos como um dos favoritos ‘da vida’. Aparecendo em recomendações de clássicos, romances, *TAGs*, entre outros.

⁵ Verificação realizada no canal da *booktuber* em 08 de agosto de 2022.

⁶ As listas de reprodução ou *playlists* são categorias criadas dentro do próprio canal em que a *booktuber* escolhe vídeos para serem vistos em sequência, geralmente relacionando ao conteúdo do vídeo ou tipo de vídeo, como por exemplo, *TAGs*, editoras, gêneros, vídeos mais buscados, nacionais, organização, entre outros.

complexos, segundo a perspectiva dos próprios atores sociais.” (GIL, 2019, p. 56). O delineamento qualitativo de uma pesquisa não se refere somente à natureza de seus dados, como afirma Gil (2019), mas ao enfoque que será dado em sua interpretação. Por esse motivo, será empregada a Análise de Discurso buscando identificar as visadas patêmicas propostas na vídeo-resenha.

Charaudeau (2007, p. 2) explica que “a análise de discurso tem por objeto de estudo a linguagem em uma relação de troca [...]” e, para isso, foca-se no que pode acontecer a um sujeito inserido em uma situação social, aproximando-se assim, do conceito de visada de efeito. Outra questão que impacta a análise do corpus é o dispositivo de enunciação, que, segundo Maingueneau (2015), é um dos objetos da Análise de Discurso. Por isso, nesta pesquisa, além de identificar as visadas de efeito pretendidas pelo vídeo, busca-se vislumbrar como a plataforma digital YouTube pode influenciar na performance do vídeo.

Para apresentar análise dos dados fizemos um apontamento englobando os três tópicos levantados por Charaudeau (2007) como essenciais no estudo da patemização – dispositivo comunicativo, campo temático e espaço de estratégia – em consonância aos quatro pontos polarizados das visadas patêmicas – “dor” e “alegria”; “angústia” e “esperança”; “antipatia” e “simpatia”; e “repulsa” e “atração”. Na sequência, comentam-se os resultados da análise desenvolvida.

4 Patemização do vídeo-resenha literário no YouTube: as estratégias identificadas

Para vislumbrar um quadro de patemização na vídeo-resenha de “O morro dos ventos uivantes”, no canal do YouTube da *booktuber* Ju Cirqueira, é necessário identificar elementos que perpassam a situação de comunicação induzindo efeitos de sentidos e que possam produzir emoções no receptor do vídeo, ou seja, perceber quais pretensões de visada patêmicas são trabalhadas no vídeo.

Os resultados constatados por meio da análise do corpus são indicados em três subseções, englobando as condições indicadas por Charaudeau (2007): dispositivo comunicativo, campo temático e espaço de estratégia.

4.1 Dispositivo comunicativo

O dispositivo enunciativo desta pesquisa é o YouTube. A plataforma digital é considerada por alguns pesquisadores como uma rede social (JEFFMAN, 2017; COSTA, 2020), por atuar como um espaço de conexão e de significação (JEFFMAN, 2017). Como o interesse desta pesquisa é a comunidade *booktube*, que se dedica a cultura literária, propõe-se a identificação dos aspectos de patemização utilizados pelo dispositivo que afetam a comunidade.

A comunidade *booktube* é formada por leitores que compartilham suas experiências literárias por meio da plataforma digital. Segundo Jeffman (2017), a maioria dos canais literários usam o próprio nome do *booktuber* no canal, atrelando o seu nome ao canal. Os canais são vinculados aos gostos literários dos *booktubers*, alguns falam sobre gêneros literários mais específicos e trazem conteúdos relacionados à cultura literária, como séries e filmes.

Os conteúdos são produzidos, conforme já descrito por Costa (2020), em diversos formatos que possibilitam a interação e participação da comunidade *booktube*. Para Jeffman (2017) a comunidade *booktube* pode ser segmentada em eixos temáticos: a representação do eu; as experiências e práticas de leitura; o livro como um bem e uma mercadoria; e os processos de interação, relações e conversações constituídos no *booktube*.

Com base nessas informações, elaborou-se o Quadro 1 apresentando as emoções que podem estar associadas à dinâmica da comunidade em relação aos tópicos indicados por Charaudeau (2007).

Quadro 1 - Emoções na comunidade *booktuber*

Tipo de conteúdo	Formato do conteúdo	Emoção identificada
Interação com os seguidores	<i>TAGs</i>	Alegria ou dor; esperança ou angústia; simpatia ou antipatia; atração ou repulsa;
Apresentação de listas de livros	<i>Book Haul, Bookshelf tours, TBR, unboxing</i>	Alegria ou dor; simpatia ou antipatia; atração ou repulsa;
Acompanhamento ou indicação de leituras	Resenhas, <i>Vlogs</i> , Clubes de leitura	Alegria ou dor; esperança ou angústia; simpatia ou antipatia; atração ou repulsa;
Desafios de livros e/ou leitores	Batalha de capas, Maratonas literárias	Alegria ou dor; simpatia ou antipatia; atração ou repulsa;

Fonte: Elaborado pelos autores.

O tipo e o formato de conteúdo criado pelo produtor literário influenciam diretamente nas emoções envolvidas nessas produções. Ao priorizar pela interação por meio de TAGs, por exemplo, o criador espera que seu público sinta simpatia, alegria, esperança ou atração pelo conteúdo produzido. Para isso, empenha-se em organizar temáticas que estejam relacionadas com a preferência de seus seguidores ou que sejam de interesse geral. No entanto, mesmo que o produtor vise uma emoção ao produzir o seu conteúdo, esta pode ser recebida de forma diversa do esperado e, portanto, gerar emoções negativas como a repulsa, a dor, a angústia e a antipatia.

É importante ressaltar que as emoções suscitadas pelos conteúdos elaborados pela comunidade *booktube* apresentam-se em dinâmica com os preceitos das plataformas digitais, ou seja, datificação e algoritmos, infraestrutura, modelos de negócio, governança, práticas e *affordances*, conceituações que são abordadas por D'Andréa (2020). A datificação e os algoritmos influenciam no conteúdo que vai ser visualizado pelos usuários da plataforma, impactando diretamente nas visualizações do canal do criador de conteúdo; a infraestrutura, os modelos de negócio e a governança interferem na forma como o criador do canal pode produzir os seus conteúdos e em como o usuário deve portar-se no ambiente; já as práticas e *affordances* relacionam-se aos usuários, o que a plataforma dispõe e permite que o usuário faça na plataforma. Desta forma, identifica-se que tais estruturas podem suscitar diversas emoções, tanto em relação ao usuário, como ao criador de conteúdo.

Quanto às emoções envolvidas, a seguir apresenta-se o Quadro 2 identificando as emoções, conforme conceituação de Charaudeau (2007)⁷.

Quadro 2 - Emoções nas plataformas digitais

Emoção	Situação que pode gerar o sentimento
Alegria	Sensação de satisfação com alguma situação no ambiente
Dor	Sensação de insatisfação com alguma situação no ambiente
Esperança	Situação que gera confiança no usuário, que traz uma sensação de benefício
Angústia	Situação que traz uma sensação de perigo ao usuário, mobilizando a rede de crenças negativas do usuário
Simpatia	Relacionado ao sentimento de empatia com o interlocutor da situação de comunicação

⁷ Apesar de o trabalho de Charaudeau (2007) não abranger os ambientes de plataformas digitais acreditamos que as emoções propostas pelo autor podem ser empregadas no ecossistema plataformizado por muitos destes espaços se assemelharem a dinâmica das mídias sociais.

Antipatia	Relacionado ao sentimento de indignação com o interlocutor da situação de comunicação
Atração	Levanta um sentimento de admiração, encantamento, constrói-se uma imagem positiva do interlocutor
Repulsa	Traz um sentimento de desprezo, desaprovação, constrói-se uma imagem negativa do interlocutor

Fonte: Elaborado pelos autores.

Entende-se que, na comunidade *booktube*, pelo fato de os usuários seguirem os *booktubers* com os quais tenham mais afinidade, geralmente as visadas patêmicas estão mais relacionadas às emoções positivas e reforçam o sentimento de pertencimento à comunidade. Além disso, identifica-se que, por meio da promoção do *booktuber*, o livro comentado torna-se um desejo de consumo para a comunidade *booktube* que o acompanha. Discorremos, na sequência, sobre o campo temático do corpus analisado.

4.2 Campo temático

O corpus selecionado para esta análise abrange uma vídeo-resenha e, portanto, apresenta determinadas características respectivas a este tipo específico de comunicação. O público que assiste a este conteúdo espera que assuntos sejam mencionados como o enredo, as principais tramas, o gênero que a obra abrange, entre outros aspectos.

O campo temático prevê a ocorrência de um universo de patemização no corpus selecionado e percebe-se que, por se tratar de um vídeo falando sobre literatura, ocorre a condição de patemização. O gênero resenha pode desencadear em seus destinatários emoções como a alegria, a esperança, a dor, a angústia, dependendo da temática abordada na história. Assim, nesta resenha que trata sobre a história de uma família e, mais detalhadamente, de um casal, alguns universos temáticos são abrangidos como a morte, a dor, a inveja, o amor, os ciúmes, questões que estão diretamente atreladas às emoções.

Como referido por Charaudeau (2007, p. 6), “a relação patêmica engaja o sujeito em um comportamento reacional segundo as normas sociais às quais ele está ligado, as que ele interiorizou ou as que permanecem nas suas representações.”. O universo de patemização está relacionado aos imaginários compartilhados por um grupo social, convertendo-se em uma construção coletiva que corrobora com as práticas e valores neste contexto. “Eles

possibilitam dar significação à realidade, já que toda produção discursiva os engendra no processo de simbolização do mundo.” (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017, p. 96).

Este universo de patemização é descrito por Charaudeau (2007, p. 6) com a denominação de representações sociodiscursivas e, para isto, elas “[...] envolvem o sujeito, os levam a tomar partido no que diz respeito aos valores, em oposição aos conhecimentos que lhe são exteriores, não lhe pertencem, vêm até ele e não o envolvem.”. Neste sentido, os imaginários sociodiscursivos levam os indivíduos a pensarem e agirem de uma forma socialmente compartilhada.

No corpus aqui em análise sugere-se que o universo temático é patêmico por englobar imaginários sociodiscursivos das emoções. Ao tratar sobre uma resenha de uma obra clássica de romance que abrange sentimentos como o amor, os ciúmes, a dor, a *booktuber* proporciona um ambiente propício para a apresentação discursiva dos imaginários da sua comunidade relacionados aos saberes de crenças e de representações e, por conseguinte, às emoções. No próximo tópico, abordamos as estratégias patêmicas identificadas na vídeo-resenha.

4.3 Espaço de estratégia

O espaço de estratégia, conforme ressaltado por Charaudeau (2007, p. 11), é “[...] em parte deixado para a responsabilidade do sujeito da enunciação [...]” que, dessa forma, pode reforçar, apagar ou acrescentar condições possíveis para as visadas patêmicas em seu contrato comunicativo. No caso aqui em estudo a *booktuber* pode idealizar, estruturar e executar o seu conteúdo em formatos que produzam efeitos esperados em seu público. Para isto, são imaginados sujeitos ideais para o conteúdo que está sendo produzido e quando o alvo é influenciado pelo discurso há uma identificação do usuário com o conteúdo produzido e com o seu criador (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017).

Entende-se, no entanto, que é possível visar certos efeitos, mas não há garantia que o destinatário da mensagem vá interpretá-los da forma que o criador previu. No corpus de análise destacado para este estudo percebe-se que há estratégias verbais e visuais e que, “cada um desses tipos de estratégia mobiliza recursos do aparelho formal das materialidades significantes envolvidas na produção de sentido com o intuito de suscitar emoções [...]” (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017, p. 97).

Como o dispositivo comunicativo é uma plataforma digital que visa à interação entre os seus membros e é um espaço que propõe a troca de experiências, vê-se como fundamental para o contexto a discussão envolvendo o objeto para análise de discurso que “[...] não são, então, nem os funcionamentos textuais, nem a situação de comunicação, mas o que os amarra por meio de um dispositivo de enunciação simultaneamente resultante do verbal e do institucional.” (MAINGUENEAU, 2015, p. 47).

O vídeo analisado está disponível em uma plataforma digital, mas, apesar disso, engloba a dinâmica das mídias por visar ao mesmo tempo informar algo, no âmbito dos *booktubers* sobre a cultura literária, e seduzir para incentivar o consumo, tanto dos livros apresentados como dos conteúdos produzidos pelos *booktubers*. Charaudeau (2019) ressalta que esses dois contratos se diferenciam, a visada de seduzir busca vender algo, já na relação com a informação, a visada que predomina é a de fazer saber, ou seja, divulgar a verdade, reportar com credibilidade. O autor afirma que “[...] todo contrato de comunicação se define através das representações idealizadas que o justificam socialmente e, portanto, o legitimam.” (CHARAUDEAU, 2019, p. 87). Percebe-se que no contrato comunicativo dos *booktubers* com seus seguidores o que prevalece é a credibilidade que o sujeito tem para falar sobre a cultura literária e a conexão que é criada com a comunidade. Essas características podem ser identificadas desde o momento em que o seguidor se identifica com o *booktuber* e a sua comunidade e passa a consumir os seus conteúdos.

Por isso, vê-se que as visadas de captação e de informação são essenciais no universo dos *booktubers* e as estratégias de patemização buscam garantir que o público consuma o produto e, ao mesmo tempo, dê audiência para o canal. Esta constatação vem ao encontro do proposto pelo trabalho de Corrêa-Rosado e Melo (2017) com relação ao dispositivo da televisão.

Com relação às estratégias de patemização verbais presentes na vídeo-resenha, apresentamos o Quadro 3 que está organizado por visadas de efeitos, conforme Charaudeau (2007), e seus relativos trechos de correspondência na vídeo-resenha.

Quadro 3 - Visadas de efeitos

Emoção visada	Trecho identificado
Alegria	“foi uma honra escrever uma apresentação para um livro que eu amo”; “é um sonho tornado realidade”;

Atração	<i>“um dos meus livros favoritos da vida e estou sempre comentando deste livro aqui no canal”; “foi um dos livros que me formou como leitora, que me fez gostar tanto de literatura”;</i>
Simpatia	<i>“o quanto estas jovens escritoras conseguiram criar histórias tão impactantes, tão relevantes até os dias de hoje”; “mais jovem do que eu sou hoje, conseguiu nos deixar uma obra tão incrível”;</i>
Esperança	<i>“escolhi a edição da Antofágica, que é uma edição excelente, de muita qualidade, que eu indico muito para vocês e que ainda por cima tem a minha apresentação”;</i>
Dor	<i>“esse é um livro que confunde muito a nossa cabeça com relação a isso, a gente tem de voltar nessa árvore genealógica várias vezes para consultar mesmo, para ver quem é quem. Porque tem personagens aqui que tem exatamente o mesmo nome, às vezes até nome e sobrenome”;</i>
Repulsa	<i>“as expectativas que a gente cria sobre uma história influencia muito a nossa experiência de leitura”;</i>
Antipatia	<i>“entrar nesta história sem muitas expectativas, sem imaginar muitas coisas”;</i>
Angústia	<i>“confesso que estou um pouco nervosa para conversar com vocês sobre este livro, porque é um livro muito importante para mim”;</i>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao indicar em sua fala que *“foi uma honra escrever uma apresentação para um livro que eu amo”* a *booktuber* demonstra alegria em participar da edição de um livro que faz parte da sua trajetória leitora. O aspecto pode ser vislumbrado tanto pelo modo como ela dialoga, como por suas expressões faciais e corporais. Simultaneamente, essa concepção de alegria é repassada às pessoas que estão assistindo o vídeo. Já quando a *booktuber* informa que o livro escolhido foi um dos que a formou como leitora gera uma sensação de atração. Isso ocorre pelo fato de que o público que acompanha uma comunidade *booktube* geralmente se interessa pelas indicações literárias dos criadores de conteúdo que segue. No momento em que a *booktuber* destaca essa preferência reproduz um sentimento de atração em seu público.

A simpatia, especificamente nos trechos relacionados, refere-se a biografia da autora. Em situações que se associam à *booktuber* – *“mais jovem do que eu sou hoje, conseguiu nos deixar uma obra tão incrível”* – ou que foram impactantes para o mundo da escrita – *“o quanto estas jovens escritoras conseguiram criar histórias tão impactantes, tão relevantes até os dias de hoje”*. Em relação à esperança, o fragmento destacado tem vinculação ao desejo da *booktuber* de que seus seguidores leiam aquela edição, em específico, que conta com a sua apresentação.

A dor, no caso evidenciado, tem conexão com a história familiar presente no clássico. Na vídeo-resenha ao abordar essa característica do livro a *booktuber* sugere emoções que giram em torno da perda, da vingança e da dor. A repulsa também é motivada pelo enredo da leitura. Por isso, a *booktuber* aconselha aos leitores que não tenham muitas expectativas antes de começar a leitura. A justificativa para a sua fala é que tal posicionamento pode ser frustrante e influenciar na construção do leitor, ocasionando, assim, repulsa ao livro e ao enredo abordado.

A antipatia é manifestada quanto às expectativas criadas. À vista disso, assim como a repulsa, também há relação com o enredo. Já a angústia, no segmento realçado, refere-se aos sentimentos da própria *booktuber* ao dialogar sobre um livro que é importante para ela, gerando anseios.

Ressalta-se que foram destacados apenas alguns trechos do conteúdo total do vídeo, mas que há em diversos momentos emoções abrangendo as visadas de efeitos propostas por Charaudeau (2007). A proposta aqui foi apresentar que é possível vislumbrar as visadas no conteúdo.

Em relação às estratégias visuais de patemização percebe-se que a cultura de quarto, conceituação de Jeffman (2017), está muito presente nos vídeos de *booktubers* e que contribui para tornar o discurso mais próximo do seguidor. Além disso, traz mais legitimidade, credibilidade e autenticidade à fala do *booktuber*, contribuições que estão de acordo com a proposta de Tomasena (2019) ao versar sobre o capital envolvido no trabalho de *booktubers*. Identifica-se que os capitais humanos, sociais e simbólicos conduzem o conteúdo do *booktuber* ao patamar procurado pelo mercado editorial, inclusive em relação aos convites para fazer apresentações de livro, como aconteceu com a *booktuber* Ju Cirqueira no vídeo analisado.

Durante o vídeo, a *booktuber* utiliza-se de sua expressão corporal e de gestos para, em diversos momentos, dar ênfase a certas informações da sua fala. Outra questão que pode apresentar visadas patêmicas são os enquadramentos e planos utilizados na vídeo-resenha. Corrêa-Rosado e Melo (2017) ao apresentarem a discussão sobre enquadramentos e planos utilizados nos vídeos ressaltam que o seu uso possibilita que ocorra determinada “[...] categoria de efeitos de sentido no interior do ato de linguagem, uma vez que tal sequência mostra algum processo narrativo que, do ponto de vista sociocultural, está ligado a imaginários emocionais” (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017, p. 100). Os planos e

enquadramentos não são necessariamente emocionais, mas em seu contexto podem suscitar visadas de efeitos em seus destinatários.

Percebe-se que há enquadramento da *booktuber* centralizada, com sua estante de livros atrás, o plano abrangido no vídeo segue a linha de planos fechados, focando na *booktuber* como o aspecto principal e, em alguns momentos, são utilizados focos mais direcionados, por meio de primeiro plano. Tais escolhas possibilitam a proximidade da *booktuber* com o seu público, tornando-os mais próximos. Concebe-se, desta forma, que os aspectos visuais apresentados na vídeo-resenha fornecem as categorias para visadas patêmicas de atração e simpatia, principalmente.

Em relação às imagens, compreende-se como uma visada patêmica a apresentação das pinturas das irmãs Brontë e de Emily Brontë, no momento da vídeo-resenha em que a *booktuber* fala sobre dados da família Brontë (Figuras 1 e 2). Tal indicação gera um efeito de simpatia e de atração pela história das autoras e um desejo de conhecer mais sobre a vida delas.

Figura 1 - Pinturas da Família Brontë



Fonte: Capturas de tela do vídeo da *booktuber* Ju Cirqueira (O MORRO..., 2021).

Vislumbra-se, de modo geral, que as visadas patêmicas indicadas na vídeo-resenha são de ordens positivas e buscam gerar no receptor um sentimento de simpatia, atração, alegria e esperança. Tais emoções carregam um “fazer-sentir” (CHARAUDEAU, 2010) que visam um “fazer-fazer” que, no caso, é a ação de compra do livro. Portanto, a parceria *booktuber* e mercado editorial torna-se lucrativa para ambos os lados, contribuindo com a consolidação da comunidade *booktube*, promovendo a leitura e a formação de leitores e trazendo lucros para as editoras e para os próprios *booktubers*. Situação que pode ser percebida no vídeo analisado pelo fato da *booktuber* privilegiar a edição específica da Editora Antofágica do clássico “O morro dos ventos uivantes” e evidenciar seus aspectos físicos em

detrimento a outras opções existentes no mercado editorial. Na próxima seção, manifestamos as considerações finais deste trabalho.

5 Considerações finais

Este estudo teve como tema a patemização dos vídeos sobre livros nas plataformas digitais e focou especificamente na vídeo-resenha sobre a obra “O morro dos ventos uivantes”, no canal da Ju Cirqueira no YouTube, em que se pretendeu perceber como ocorre a patemização em vídeos na plataforma digital YouTube que debatem a cultura literária. O problema de pesquisa debateu sobre como as visadas patêmicas utilizadas na vídeo-resenha da *booktuber* podem influenciar no ecossistema editorial e, em consequência, no desejo em ler o livro e tê-lo como objeto de consumo. Percebeu-se que por meio das estratégias de patemização utilizadas no vídeo e, em decorrência, dos capitais humano, social e simbólico presentes no trabalho que a *booktuber* desenvolve no YouTube, configuram-se espaço e características estimadas tanto pelo mercado editorial como pelos usuários que acompanham o seu canal.

A pesquisa buscou descrever as visadas patêmicas utilizadas no vídeo que podem influenciar na compra do livro apresentado e, para isso, utilizou-se dos conceitos abordados por Charaudeau (2007, 2010, 2019) de contrato comunicativo e de patemização.

Em se tratando do dispositivo comunicativo analisado, o YouTube, percebe-se que a plataforma criou uma dinâmica de rede social por meio de seus canais divididos por nichos de interesses. A comunidade *booktube* envolve pessoas que querem compartilhar experiências literárias e, por isso, está muito relacionada ao gosto pessoal de cada usuário. O criador de conteúdo divulga assuntos de seu interesse e cria um relacionamento com os sujeitos que se identificam com os conteúdos abordados no seu canal. Por isso, como ressaltado por Tomasena (2019), os *booktubers* impactam diretamente nos capitais humano, social e simbólico, e tais valores interessam ao mercado editorial. Nesse sistema, *booktubers* e mercado editorial utilizam-se do dispositivo como forma de alcançar os seus respectivos objetivos: mais seguidores, visibilidade, confiança, retorno financeiro – para os *booktubers*; divulgação, promoção e venda de livros – para as editoras. O dispositivo fornece o ambiente propício para que ambos os lados possam alcançar as suas metas. O dispositivo também pode suscitar visadas patêmicas no usuário e no criador de conteúdo, tanto positivas quanto negativas, dependendo da situação envolvida.

Em relação à vídeo-resenha, identificaram-se diversos momentos e situações que podem gerar visadas patêmicas abrangendo situações que são descritas da história do livro, da autora e da própria estética do livro, como um objeto de consumo. Além disso, percebe-se que houve enfoque em algumas imagens e momentos da vídeo-resenha que instigam efeitos patêmicos ao seu destinatário.

O estudo aqui proposto contribui com o aprofundamento da pesquisa científica na área das práticas de leitura e na forma como as novas tecnologias impactam na dinâmica da Indústria Cultural. Afinal, os canais de *booktubers* proporcionam um novo jeito de consumir a cultura literária e de vender livros por meio das plataformas digitais. Ademais, estudar formas de promoção da leitura é sempre uma contribuição social para que possamos compreender melhor os caminhos para formar mais leitores ativos.

Percebe-se que a proposta aqui desenvolvida poderia enfocar em outros tipos de emoções e visadas patêmicas e não somente na polarização significância/pregnância proposta por Charaudeau (2007). Esta dinâmica pode ser restritiva e não abranger todas as emoções visadas. Mas, apesar disso, vê-se que há várias formas de condução de estudos que podem ser continuados alicerçados aos dados desta pesquisa, como a percepção das emoções por meio de pesquisa de recepção com seguidores do canal da *booktuber* – nesse caso, podendo identificar quais emoções visadas foram realmente alcançadas em seu público final.

Tenciona-se que a leitura seja cada vez mais estudada e promovida, por isso, vê-se como fundamental a produção de pesquisas que abordem as práticas de leitura e que estas possam contribuir para o âmbito científico.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia. (org.). **As emoções no discurso**. Campinas: Mercado de Letras, p. 23-56, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia. (org.). **As emoções no discurso**. Campinas: Mercado das Letras, v. 2, p. 23-56, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

CORRÊA-ROSADO, Leonardo Coelho; MELO, Monica Santos de Souza. Emoção e telenovela: um estudo das estratégias de patemização em *O Astro*. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, v. 17, n. 1, p. 89-116, 2017.

COSTA, Andressa Souza. **Não contem com o fim dos leitores**: narrativas e mediação de leitura no canal da booktuber Pam Gonçalves. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

EKMAN, Paul. **A linguagem das emoções**. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

FREITAS, Verlaine. Resenha da Teoria Crítica da Indústria Cultural. **KRITERION: Revista de Filosofia**, Belo Horizonte, n° 109, p. 191-198, Jun/2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise de discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

O MORRO dos ventos uivantes (c/spoilers) | Ju Cirqueira. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (30:54 min). Publicado pelo canal Ju Cirqueira. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=V6ve_NmzjjY. Acesso em: 19 nov. 2021.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. *E-book*.

TOMASENA, José Miguel. Negotiating Collaborations: booktubers, the publishing industry, and youtube's ecosystem. **Social Media + Society**, Oliver's Yard, v. 5, n. 4, p. 1-12, oct./dec. 2019.

Book and emotion: a study of pathemization strategies of a literary video review on YouTube

Abstract

This article aims to reflect on the influence of booktubers in the assimilation of the books that comment through literary reviews and, for that, it proposes to shed light on the process of pathemization of the discourses that constitute these videos. For this, Charaudeau's concepts of pathemization and communicative contract are used, aiming to describe how the pathemic views used in the videos can influence the publishing market and, consequently, the book being analyzed by booktuber. The corpus of analysis is composed of a review video with spoilers of the book "Wuthering Heights", by author Emily Brontë, published by booktuber Ju Cirqueira on October 10, 2021, on her YouTube channel. The research is descriptive, bibliographical, and with a qualitative approach through Discourse Analysis. As a result, it was identified that there are several moments in which pathemic views are used in the video review and that these emotions contribute to the visibility, credibility and notoriety of booktuber in its community and in the publishing market.

Keywords

publishing market; booktubers; digital platforms; patemization; communicative contract

Autoria para correspondência

Pâmela da Silva Pochmann
pamelapochmann@gmail.com

Como citar

POCHMANN, Pâmela da Silva *et al.* Livro e emoção: um estudo das estratégias de patemização em um vídeo-resenha literário no YouTube. **Intexto**, Porto Alegre, n. 53, e-123030, jan./dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583202253.123030>

Recebido: 21/03/2022

Aceito: 06/09/2022

