



A Relação do Autor Brasileiro de Best-Seller com os Leitores nas Redes Sociais¹

Camila PISSOLITO²

Maíra Carneiro BITTENCOURT³

Fiam-Faam - Centro Universitário, São Paulo, SP

Resumo

Esta pesquisa pretende analisar como os autores contemporâneos de *best-sellers* interagem com os seus leitores por meio de perfis *online* de Redes Sociais. Queremos observar como se dá esta interação entre as partes, analisando qual a influência dessa relação sobre a obra e também qual o impacto no imaginário do leitor. Vamos investigar como esse leitor assimila e reproduz o conteúdo divulgado pelos autores. Para isso, vamos trabalhar com revisão bibliográfica e netnografia.

Palavras-chave: autores de *best-sellers*; ciberespaço; redes sociais; relação com os leitores.

Corpo do trabalho

1 Introdução

A exposição constante dos *best-sellers* na grande mídia desperta a vontade do leitor de ler e adquirir dada obra. Este aspecto pode ser explicado pela necessidade da sensação de pertencimento social do indivíduo, que leva-o a se enquadrar em padrões sociais pré-estabelecidos⁴. A leitura desta obra – possivelmente alinhada com as tendências culturais contemporâneas – pode ter como resultado a aceitação e reconhecimento quase instantâneo por parte do leitor.

Deste modo, analogamente, o criador une-se à criatura: o indivíduo, ao sentir-se conectado com a livro, é instigado a obter maiores informações sobre o autor. Se no passado as informações eram divulgadas através da mídia impressa ou através de correspondências com a editora responsável pela publicação, hoje o leitor pode contar com um canal mais ágil de comunicação – que, assim como a carta, também pode ser unilateral – através da *internet*, mais especificamente pelas redes sociais.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação– Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIAM-FAAM, e-mail: cpissolito@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da FIAM-FAAM, e-mail: profmairabittencourt@gmail.com

⁴ FHILADELFIO, Joana Alves. **Literatura, Indústria Cultural e Formação Humana**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n120/a11n120.pdf>>. Acesso em: 29 de março de 2015.



21/06/2015

O escritor sempre levou consigo uma “aura” inalcançável e apolínea, de acordo com Walter Benjamin (1985), "O apolíneo se garante pelo seu 'valor de exposição' e pela 'aura' romântica que irradia"⁵ e também em parte divulgada pelo status da profissão, que, historicamente, sempre pertenceu aos intelectuais, ou seja, a parcela mínima da população. Outro fator que parece contribuir é o lento processo educacional ao qual o Brasil foi submetido.

A comparação da realidade brasileira com a experiência internacional confirma esse fraco desempenho de nosso sistema educacional nas últimas décadas. O Brasil apresenta um atraso, em termos de educação, de cerca de uma década em relação a um país típico com padrão de desenvolvimento similar ao nosso. (BARROS, 2002)

Apesar do atraso acima citado, a tecnologia está presente de modo crescente na sociedade. Em pesquisa divulgada pela Nielsen⁶ em junho de 2013 foi comprovado que três em cada dez brasileiros possuem *smartphone*. Outra pesquisa feita pelo Ibope⁷ em julho de 2014 divulgou que o jovem internauta brasileiro possui, em média, perfil em sete redes-sociais. O escritor contemporâneo e seus leitores fazem parte destes números.

Criou-se, através de sites como o *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, um novo meio de comunicação, onde cada indivíduo gerencia e seleciona o conteúdo publicado.

Apareceu a internet, a máquina de inovação que, entre tantas outras coisas, também publica. Muito, tudo e de todo mundo. Nem todo mundo, claro, tem alguma coisa relevante a dizer para todo o resto do mundo, no sentido da indústria jornalística. [...] mas todo mundo tem alguma coisa a dizer para algum público, nem que seja sua família e amigos. (MEIRA, 2011)

Outra ferramenta que diferencia os meios de comunicação tradicionais da *Internet* é a capacidade de filtrar o conteúdo recebido. Deste modo, o espectador que outrora era apenas passivo em relação à TV devido a tecnologia limitada (PORTO, 2009), vê no ciberespaço a opção que chega mais próxima da teoria de interatividade proativa proposta por Reisman (2002), onde é possível controlar tanto a estrutura quanto o conteúdo recebido.

⁵ BENJAMIN, W. **A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica**. In: ___ Obras escolhidas. Vol. I. Magia e Técnica, Arte e Política. S. Paulo: Brasiliense, 1985.

⁶ RUIC, Gabriela. **3 em cada 10 brasileiros são donos de smartphones**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/3-em-cada-10-brasileiros-sao-donos-de-smartphones>>. Acesso em: 18 de março de 2015.

⁷ IBOPE. **O jovem internauta brasileiro possui perfil em 7 redes sociais**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/O-jovem-internauta-brasileiro-possui-perfil-em-sete-redes-sociais.aspx>>. Acesso em: 18 de março de 2015.



21/06/2015

Nesta realidade, os fatores decisivos para o usuário escolher quem fará parte de sua rede de contatos *online* (excluindo aqueles que fazem parte do mesmo meio social, como familiares e amigos) muito se assemelham às características do qual seria o líder político de Weber, "Político, no sentido de todo aquele que está à frente de grupos sociais, sejam esses partidos, sindicatos, escolas, empresas, igrejas ou outros" (BITTENCOURT, 2015). Este indivíduo pode fazer uso do carisma para conquistar seguidores.

Carisma, em grego, significa inspiração divina. Weber apropria-se do termo, não somente para tratar de algo que vem gratuitamente como um dom espiritual, mas para apontar as características exploradas por essas lideranças. O líder carismático é aquele que conquista o grupo por suas virtudes. Não se utiliza de força, nem da tradição, nem do poder outorgado por cargo, mas torna-se líder pelo seu modo de agir cativante. (BITTENCOURT, 2015)

O autor contemporâneo de *best-seller* faz parte do imaginário coletivo e ao escolher acompanhar as tendências digitais, opta também por maior interatividade com os leitores. Porém, como citado acima, ao poder editar o conteúdo emitido aos seguidores, cabe ao escritor a decisão de moldar a sua imagem e deixar ou não que a sua "aura apolínea" seja transmitida ao público.

Este conceito faz parte da cultura da convergência, "onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2006, p. 29). Por convergência, o autor refere-se ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suporte midiáticos.

O artigo pretende analisar o papel que a *Internet* desempenha na vida do escritor nacional de *best-seller* e como isso chega até o novo leitor, além de buscar compreender se e como as informações divulgadas (sejam políticas ou estilo de vida) influenciam a imagem da obra aos seus leitores.

As redes-sociais estudadas serão o *Facebook* e *Instagram*, escolhidas de acordo com a popularidade e influência que estas redes exercem sobre o público jovem. De acordo com o Ibope, 96% dos jovens internautas possuem perfil no *Facebook*. Já o aplicativo *Instagram* está presente entre 63% dos entrevistados.⁸

⁸ IBOPE. **O jovem internauta brasileiro possui perfil em 7 redes sociais.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/O-jovem-internauta-brasileiro-possui-perfil-em-sete-redes-sociais.aspx>>. Acesso em: 18 de março de 2015.



O método aplicado será o da netnografia, proposto por Adriana Amaral⁹, para analisar os comentários, compartilhamentos e demais formas de interação entre leitores e autores. A autora, escolhida de acordo com o número de livros vendidos, assim como a presença contínua e efetiva online, será Liliane Prata (O Diário de Débora). A reprodução de conteúdo por parte dos leitores também será analisada, assim como suas possíveis influências.

A extensa bibliografia sobre redes sociais, best-sellers e hábitos de leitura ainda não aborda a relação existente entre autor – perfil online – leitor e as mudanças comportamentais e sociais acarretadas por esta realidade. Deste modo, a pesquisa é relevante à medida que vem para suprir uma ótica, até então, pouco estudada.

2 Análise do Facebook

Com 8.217 seguidores, a *fanpage* da escritora Liliane Prata¹⁰, gerenciada pela própria, reúne e reproduz o conteúdo publicado em outras redes, como fotos do *Instagram* e vídeos do *Youtube*. Ao replicar a postagem em vários *sites*, o acesso e divulgação da publicação aumenta, de modo que o seguidor que está no Facebook não precisa necessariamente ter um perfil no *Instagram* para visualizar e interagir com a imagem.

Além de reproduzir os conteúdos de outras redes, a escritora também escreve pequenos textos próprios para a página, na maioria das vezes autobiográficos. A frequência de postagem é praticamente diária e, apesar de seus livros mais vendidos serem do gênero infanto-juvenil, o conteúdo produzido em nada se assemelha com o universo adolescente.

O cotidiano de Liliane é exposto através destes textos, onde a vida conjugal e a maternidade ganham destaque – tal conteúdo pode ser reflexo de suas últimas obras, os livros "Sem Rumo (2014)" e "Três Viúvas (2013)", que têm os adultos como público-alvo.

⁹ FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

¹⁰ Fonte: fanpage Blog da Liliane Prata. Disponível em: <<https://www.facebook.com/blogdalilianep prata>>. Acesso em 10 de maio de 2015.



21/06/2015



Blog da Liliane Prata

20 de abril às 19:29 · 🌐

Dia desses, comentei com uma amiga que eu estava me sentindo meio estranha:

- É uma espécie de aperto no peito, sabe? Uma tensão, uma sensação de que as coisas estão acontecendo meio rápido... Uma agitação mental, digamos, maior do que o meu normal... Você tem algum palpite? Sei lá, fico pensando... Te contei que semana passada eu...

- Café.

- Hã?

- Você tem tomado quantos cafés por dia?

- Bom, agora que você falou, tenho tomado mais café mesmo...

- Corta pela metade.

Cortei. E voltei a me sentir normal. A vida é simples! Bom, pelo menos às vezes, né.

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 66 pessoas curtiram isso.

💬 Ver mais 3 comentários

Adilza ██████████ Kkkkk. Muito engraçado. Os sintomas são iguaizinhos. Gabriela Berbat

Curtir · Responder · 👍 2 · 21 de abril às 00:23

Rafaella ██████████ Camila, vem ler!

Curtir · Responder · 👍 1 · 21 de abril às 18:52

Fonte: www.facebook.com

Depois de assinar por oito anos uma coluna na revista Capricho, a escritora assumiu, desde março deste ano, o cargo de editora da seção "Filhos e Educação" da revista Cláudia¹¹, o que também parece refletir os assuntos abordados em sua página.

O público, majoritariamente jovem adulto (18 a 25 anos)¹², costuma responder interpretando as informações passadas, de modo a adicionar algo ao texto. Vale mencionar que Liliane "curte" grande parte dos comentários, só não o faz quando o comentarista escreve algo muito divergente ao conteúdo ou faz publicidade.

¹¹ Fonte: site da autora. Disponível em: <<http://lilianep prata.com.br>>. Acesso em: Maio de 2015.

¹² Ipea. **Os jovens adultos de 18 a 25 anos: retrato de uma dívida educacional**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_0954.pdf>. Acesso em> Maio de 2015.



21/06/2015

 **Blog da Liliane Prata**
10 de abril · 🌐

Filha e marido viajaram. Faz dez minutos que cheguei em casa.
Minha expectativa: aproveitar a casa vazia para gravar vídeos, ler sem nenhuma interrupção, quem sabe meditar ou mesmo dançar
Minha realidade: deitada no sofá desde que cheguei e meio perdida

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 64 pessoas curtiram isso.

 **Ana Carolina** Hehehe
Curtir · Responder · 👍 1 · 10 de abril às 21:23

 **Pedro Gustavo** isso se chama saudades 😊
Curtir · Responder · 👍 1 · 10 de abril às 21:27

 **Pedro Gustavo** ou cansaço ?
Curtir · Responder · 👍 1 · 10 de abril às 21:27

 **Gustavo** síndrome do ninho vazio
Curtir · Responder · 👍 3 · 10 de abril às 21:35

 **Viver** Isso quer dizer que eles não incomoda em nada quando quer fazer algo
Aí vem a vontade de te los em casa perto rs
Curtir · Responder · 👍 1 · 10 de abril às 23:13

Fonte: www.facebook.com

 **Claudia**  **Blog da Liliane Prata**
2 de março · 🌐

Encontrar o seu canal no youtube fez o meu dia!! ❤️

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 Blog da Liliane Prata curtiu isso.

 **Blog da Liliane Prata** <333
Curtir · Responder · 👍 1 · 2 de março às 11:10

 **Caius**  **Blog da Liliane Prata**
27 de abril às 13:09 · 🌐

Olá, Liliane! Me chamo Caius  Adorei o seu blog! Li o post: "As pessoas que gostam de ficar sozinhas e o mundo". Me identifiquei bastante. Saúde e paz pra você!

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 Blog da Liliane Prata curtiu isso.

 **Blog da Liliane Prata** Obrigada! Fico feliz que tenha gostado e desejo o mesmo 😊
Curtir · Responder · 27 de abril às 13:16

 **Caius**  Muito obrigado pelo feedback, querida! A escassez de almas afins está um problema sério neste mundo. ✕



21/06/2015

As mensagens deixadas na página refletem a convergência dos meios, ou seja, "fluxo de conteúdos através de múltiplos suporte midiáticos" (JENKINS, 2006, p. 29). A escritora interage diretamente nesses casos, ao responder e agradecer o recém-público.

2.1 Análise do Instagram

Liliane Prata atualiza sua conta no Instagram há quase cinco anos. Com 2.040 seguidores, suas fotos são postadas com uma regularidade de, em média, uma imagem a cada dois dias.

O conteúdo das publicações possui caráter extremamente pessoal. No perfil, podemos identificar os lugares por onde caminha, os restaurantes que frequenta, em qual lugar passou as férias e obtemos informações sobre sua rotina diária, como o hábito de meditar e fazer academia.

Através das fotos, a escritora parece afirmar a identidade urbana de uma mulher culta, pertencente a classe média alta e que preocupa-se com o bem estar do corpo e da mente.





21/06/2015

Sobre a identidade urbana, ao publicar uma foto em determinado lugar, o interesse dos seguidores é instantaneamente captado através de comentários questionando ou elogiando o endereço do estabelecimento em questão. Esta divulgação pode ser considerada uma publicidade gratuita ao influenciar e instigar a curiosidade do público.



Fonte: Instagram.com

Em constante diálogo com os seguidores e em mais um caso de convergência de meios, Liliane usa da ferramenta *Instagram* para divulgar o seu canal no *Youtube*, além de pedir ao público sugestões de temas para vídeos.

As suas leituras são constantemente retratadas nas imagens, onde também é possível observar a influência exercida aos seguidores e também a pluralidade dos assuntos abordados pela autora. Liliane é graduada em Jornalismo (UFMG) e Filosofia (FFLCH-USP), e é possível ver a transição entre os temas ao publicar fotos de livros com abordagem mais "leves", muitas vezes *best-sellers*, como também livros mais densos, considerados clássicos e objetos de estudo.



21/06/2015



3 Considerações finais

A escritora Liliane Prata, mais do que mostrar-se usuária de redes-sociais, pode ser considerada uma *heavy-user*¹³ das mesmas. Como analisado, ela mantém frequência contínua de atualizações no *Facebook* e *Instagram* e pode-se observar que a sua participação não é exclusivamente unilateral, como seus seguidores não são exclusivamente passivos. Há constante interação dos dois lados e a escritora mostra-se acessível.

Deste modo, desprende-se totalmente da "aura inatingível" que a profissão pode carregar, do ponto de vista de difícil acesso. Ao expor os detalhes de sua vida pessoal, como os livros que lê, está sujeita a interpretação crítica do público, o que pode levar a desconstrução de uma imagem totalmente voltada à literatura e ao trabalho intelectual.

Por outro lado, tal desconstrução pode resultar em identificação com o espectador e instigá-lo a consumir a obra da autora.

Ao afirmar uma identidade por meio dos seus canais de comunicação, a escritora oferece material suficiente para satisfazer grande parte do imaginário e da curiosidade do leitor. Além de que, ao mostrar-se acessível, parece estar disponível para solucionar as dúvidas adjacentes que o mesmo poderia ter.

¹³ Termo utilizado para identificar pessoas que usam com muita frequência determinado produto.



Ainda sobre a desconstrução da imagem inatingível, há um contraponto: o seu estilo de vida propaga um ideal saudável e equilibrado, o que talvez seja um conceito moderno do inatingível, dada as estatísticas crescentes de transtornos psiquiátricos divulgadas pela mídia.

Sua imagem divulgada difere-se de Bukowski, sempre retratado pelo seu estilo de vida boêmio e desregrado, como também de Virginia Woolf e Clarice Lispector, conhecidas pelas mazelas psíquicas que a acometiam. Liliane, ao contrário, mantém uma postura socialmente aceita e em muitas vezes ortodoxa, ao declarar-se adepta da meditação como solução para os seus transtornos de ansiedade e dos ensinamentos do budismo como forma de preenchimento do vazio existencial.

Não é difícil notar comentários elogiosos à *persona* tranquila e equilibrada. Ao expor-se desta maneira, o público parece disposto a aceitá-la como inspiração e modelo de vida de um ideal que muitas vezes não é alcançado por todos.

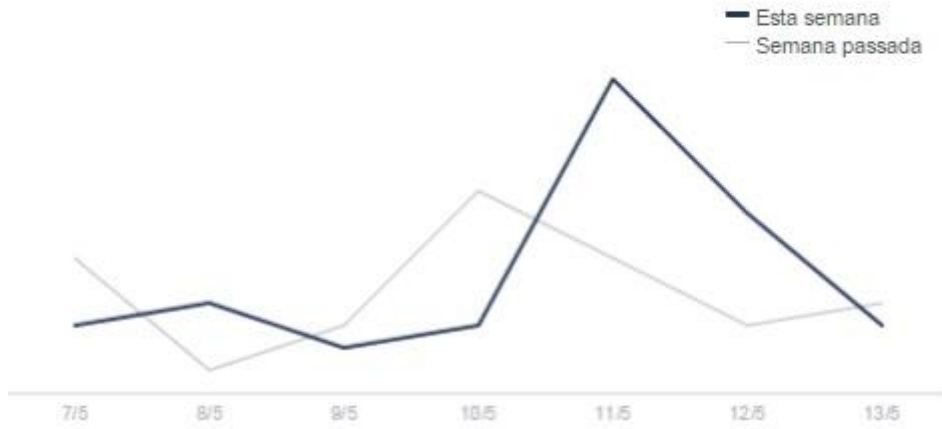
Ao manter grande frequência de postagens, ela dialoga constantemente com os espectadores mais jovens, ao mesmo tempo em que referencia teoricamente autores clássicos, o que pode chamar a atenção de internautas mais velhos. Este artigo não tem pretensão de dizer se a presença nas redes-sociais de Liliane seja relevante do ponto de vista cibernético, mas de fato, sua permanência digital tem resultado em um número de seguidores crescente, o que pode acarretar positivamente o número de aquisições de sua obra.



21/06/2015

8.222 Total de curtidas na Página
▲0,5% desde a semana passada

37
Novas curtidas na Página
▲15,6%



Fonte: www.facebook.com



Referências Bibliográficas

BARROS; HENRIQUES; MENDONÇA. **Pelo fim das décadas perdidas: educação e desenvolvimento sustentado no Brasil.** Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2631/1/TD_857.pdf>. Acesso em: 20 de março de 2015.

BECKER, V.; MONTEZ, C. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil.** Florianópolis: I2TV, 2004.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica.** In: ____ Obras escolhidas. Vol. I. Magia e Técnica, Arte e Política. S. Paulo: Brasiliense, 1985.

BITTENCOURT, Maíra. **Um Príncipe Digital? Como a multidão de anônimos assume o poder e lidera mobilizações sociais.** Relatório de Qualificação de Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação. São Paulo: ECA/USP, 2015.

FHILADELFIO, Joana Alves. **Literatura, Indústria Cultural e Formação Humana.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n120/a11n120.pdf>>. Acesso em: 29 de março de 2015.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

IBOPE. **O jovem internauta brasileiro possui perfil em 7 redes sociais.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/O-jovem-internauta-brasileiro-possui-perfil-em-sete-redes-sociais.aspx>>. Acesso em: 18 de março de 2015.

IPEA. **Os jovens adultos de 18 a 25 anos: retrato de uma dívida educacional.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_0954.pdf>. Acesso em> Maio de 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2. ed. - São Paulo :Aleph, 2009.

MEIRA, Sílvia. **A nova indústria cultural.** Disponível em: <<http://smeira.blog.terra.com.br/>>. Acesso em: 05 de março de 2015.

PORTO, Ed; CIRNE, Lívia. **Mapeamento sobre a interatividade na TV digital.** Curitiba: Rev. Estud. Comum, 2009.

RUIC, Gabriela. **3 em cada 10 brasileiros são donos de smartphones.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/3-em-cada-10-brasileiros-sao-donos-de-smartphones>>. Acesso em: 18 de março de 2015.

WEBER, Max. **Três tipos puros de poder legítimo.** Tradução: Artur Mourão. Disponível em: <http://profcesarmaia.files.wordpress.com/2013/08/weber_3_tipos_poder_legc3adtimo.pdf>. Acesso em: 12 de maio de 2015. p. 2.