

Influencers Literários de Pernambuco: quem são os novos comunicadores que podem transformar o mercado editorial regional?

CYNARA MAÍRA
MELIAH BATISTA

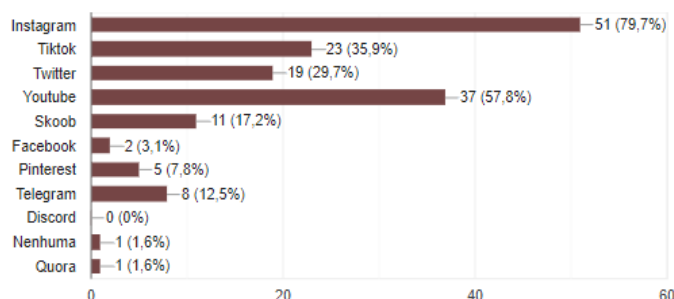
Com o surgimento de novas editoras independentes e grandes conglomerados do mercado editorial, não há como negar que a área literária brasileira está em forte mudança, devido, também, à queda de diversas categorias do setor. Uma das maiores alterações é o espaço crescente que o meio digital vem tomando dentro desse local. Exemplo de tal questão pode ser encontrada na edição de 2020 da pesquisa quadrienal “Retratos da Leitura”, produção do Ibope Inteligência e do Instituto Pró-livro, em que se percebe a gradual inserção dos livros digitais. Esse formato já havia sido consumido por 37% dos entrevistados e por 48% do público considerado leitor, contudo, ganhou ainda mais força após a expansão global da covid-19.

Além disso, essa difusão também é vista em um questionário popular online produzido para esta reportagem, realizado na plataforma “Formulários Google”, que possui 115 respostas sobre a área literária e sua relação com Pernambuco. Nele, a maioria dos participantes, 33%, respondeu ter desenvolvido gosto pela leitura por influência da família, enquanto 16,5% afirmou que a internet e/ou influenciadores digitais foram os maiores responsáveis em suas vidas por essa iniciativa. “Eles me ajudaram a ter interesse por livros, já que minha família não tem esse costume/hábito. Se não fosse por eles eu talvez nunca tivesse desenvolvido essa paixão”, revelou, anonimamente, uma das respostas dissertativas.

Junto da progressiva relação entre essas tecnologias e a tradicional prática de ler, também voltaram à moda os influenciadores digitais literários. Popularizados inicialmente através de blogs e pelo Youtube entre os anos de 2014 e 2015, a área de comunicadores que compartilham suas experiências com livros mantinha-se estabilizada. Porém, com o período de isolamento social causado pela pandemia do novo coronavírus, a categoria se expandiu e

Em quais dessas redes sociais você acompanha um ou mais influenciadores literários?

64 respostas



□ voltou novamente ao seu auge, difundindo-se em redes diferentes, com comunidades chamadas genericamente de “bookredes”. Mesmo que a plataforma de vídeos do Google ainda seja um de seus maiores locais de exposição, sendo consumido por 57,8%

das pessoas que responderam ao questionário, surge nesse momento uma nova audiência voltada para os *bookstagramers*, presentes no Instagram, e o *booktok*, setor do TikTok voltado para categoria. Essa migração da popularidade para outras plataformas também é perceptível no formulário, visto que diante dos indivíduos que seguem esses influenciadores digitais literários, 79,7% consomem conteúdos dos *bookstagramers*, enquanto 35,9% assistem produções do *booktok*, área em processo de ascensão.

Esse retorno à popularidade pode ser visto ainda através do questionário realizado, já que mais da metade dos indivíduos que responderam a pesquisa, 55,7%, afirmaram consumir produtores de conteúdo voltados para leitura. A relevância no meio e a rotulação dessas pessoas como “influenciadores” também é comprovada. Cerca de 19,1% dos participantes garantiram que as recomendações feitas por essa categoria foram o principal fator para escolha de suas leituras mais recentes, perdendo apenas para buscas aleatórias por títulos, temas e/ou capas interessantes em lojas físicas ou online.

Apesar dessa grande força que as *bookredes* têm conquistado, fica claro que a situação não se aplica a todos. No levantamento realizado, em que 93,91% dos indivíduos moravam no estado de Pernambuco, apenas 20,31% daqueles que acompanham produtores de conteúdo da área afirmaram consumir algum influenciador literário pernambucano. Os poucos que forneceram respostas positivas, quando perguntados exemplos, citaram pessoas que não são do estado, como Ariano Suassuna (paraibano) e Bel Rodrigues (catarinense). Os resultados ficam ainda mais precários quando se aproxima da literatura pernambucana propriamente dita; questionados sobre a eficácia da divulgação de autores e obras literárias vindos de Pernambuco, 44,3% dos participantes revelaram não conhecer livros ou autores pernambucanos suficientemente para responder. Além disso, sobre a relação com esses

Qual sua relação de consumo com livros de autores pernambucanos?

115 respostas



livros, 86,95% das pessoas afirmaram ter lido nenhum/poucos autores da região, ou desconhecer se já haviam consumido

alguma obra do estado. Tal questão demonstra a dificuldade que essa categoria passa ao buscar reconhecimento dentro das redes sociais. Logo na primeira apuração, já foi possível notar esse desfalque no Estado, tanto de influenciadores com grande alcance, quanto de público interessado no nicho regional. Isso é apresentado pela escassez de *bookstagramers* pernambucanos com mais de dez mil seguidores. Uma das poucas exceções à regra é a veterana na área Duda Menezes, que com mais de dez anos de Youtube possui 44,8 mil

seguidores em seu Instagram e 85,3 mil inscritos na plataforma de vídeos. Buscou-se contato com a produtora de conteúdo, mas não houve resposta.

Nesta reportagem, foram entrevistados três influenciadores digitais do estado de Pernambuco, todos com o Instagram como fonte principal de produção de conteúdo. Ana Clara Medeiros, de 24 anos, foi a entrevistada com mais tempo de trabalho nesse meio, visto que publicou seu primeiro livro aos 15 anos de idade. Além da conta no Instagram de mais de 370 seguidores (@machadianaincorrigivel), ela também possui podcast de mesmo título, nomeação que faz vínculo entre seu autor favorito, Machado de Assis, e o seu primeiro nome, "Ana". O perfil é mais voltado para exposição de livros clássicos e experiências pessoais no mundo literário.

Luan Fontes, de 20 anos, é mais conhecido pelo nome artístico Luny, e possui uma conta com 2075 seguidores no Instagram (@dreamprince_). Seu conteúdo é considerado *mainstream*, focado em leituras populares voltadas ao público jovem. Os gêneros literários mais abordados no seu perfil são os de fantasia, mas também se familiariza bastante com romance e drama. Além disso, Luny busca trazer publicações artísticas diversas, mesmo que em menor quantidade, refletindo sobre música, filmes e séries.

Por último, foi entrevistado Pedro Gonçalves, de 24 anos, criador do @blog.fragmentos, que atualmente possui mais de 5400 seguidores. Esse perfil também foca na literatura de clássicos e conteúdos mais maduros. As publicações mais frequentes são resenhas de livros desse estilo e reflexões poéticas sobre trechos ou autores específicos. Pedro revelou pensar em transformar a conta em uma comunidade conjunta no futuro, em que vários influenciadores possam alimentar o perfil de forma frequente e com abordagens literárias mais variadas.

De subnichos distintos, esse grupo de pessoas se baseou na mesma premissa para criar seus perfis: compartilhar experiências para dialogar com outros leitores e formar uma comunidade. Em uma sociedade em que a leitura não é tão difundida, faz sentido que o principal motivador de comunicadores digitais da área seja a solidão e a busca por identificação em redes de apoio online. Com exceção de sua motivação inicial e o estado de origem, esses produtores de conteúdo não possuem muito em comum. Enquanto alguns buscam a expansão das redes para facilitar o encontro de público de uma futura produção literária ou manter-se em uma direção de maior profissionalização da conta, outros já se vinculam mais ao aspecto emocional, como uma forma de se manter conectado com o meio literário. Ana Clara Medeiros segue o último cenário: “Minha intenção nunca foi influenciar, mas sim ouvir a opinião dos outros sobre leitura. Eu não estou com o 'Machadiana Incorrigível' pra ser *influencer*, não é da minha vontade influenciar, mas eu faço sem querer”, revelou.

Pelas claras diferenças de público e alcance, as dificuldades também se distinguem. Ao mesmo tempo que o criador do @dreamprince_, com conteúdo mais jovem, não observa

como problema a adaptabilidade para os interesses do consumidor geral, os produtores literários do @blog.fragmentos e @machadianaincorrigivel, perfis mais voltados para leitura de clássicos, enxergam. Mesmo assim, todos se veem desafiados com os mecanismos da plataforma “Instagram”, em que os algoritmos exigem uma produção mais criativa, engajada e voltada para teatralização. Com o mercado editorial também não é diferente.

A participação dos influenciadores digitais no mercado editorial brasileiro e pernambucano abre uma discussão sobre possíveis mudanças que os produtores de conteúdo literário são capazes de fazer nessa estrutura. Uma observação unânime entre os entrevistados é que as editoras parecem estar mais focadas em números e engajamento do que na qualidade da produção em si, por isso, se torna bastante complicado entrar nesse espaço sem já ter um grande público nas redes sociais.

Dentre as três personalidades escolhidas, somente Pedro possui parcerias com essas organizações e, mesmo assim, revela ter sido uma longa jornada até alcançar esse feito por ter recebido muitos "nãos" no caminho. O criador de "Fragmentos" expôs já ter tido experiências ruins com editoras e relatou que a influência dos produtores de conteúdo nas mudanças e acessibilidade no mercado ainda é baixa. "É muito raro um influenciador ter um papel decisivo nesse meio editorial, é muito segmentado; se fosse mais saudável, seria mais aberto a sugestões. Algumas editoras ainda têm desprezo por produtores de conteúdo", apontou.

Na visão de Ana Clara, esse mercado tradicional é extremamente tóxico e a acessibilidade nos últimos anos só está surgindo a partir do editoramento independente. A *influencer* foi uma das primeiras autoras brasileiras a publicar um livro digitalmente e apresentou esse tipo de publicação independente como uma forma de que qualquer pessoa tenha sua história ouvida, sendo um espaço mais diverso para inovações. Ainda sobre as editoras, Luan revelou nunca ter recebido uma parceria, pois essas empresas focam em perfis grandes, algumas pedem, inclusive, relatórios de engajamento antes de fechar qualquer contrato. Além disso, completou que o papel dos *bookinfluenciadores* também deveria ser visibilizar a literatura local.

Tal linha de raciocínio revela que o aprofundamento no público leitor se torna essencial para aqueles que buscam por engajamento. No questionário realizado, o motivo do apreço pela leitura que os participantes revelaram, em sua maioria, incluíam a ideia de fuga, viagem, refúgio e escapismo, demonstrando uma necessidade de desconexão com a realidade, como retratou Fernando Pessoa: “A literatura é a maneira mais agradável de ignorar a vida”, em O Livro do Desassossego.

Nessa perspectiva, um dos participantes anônimos do formulário respondeu que: “A literatura é um refúgio para quando quero fugir da minha própria vida, uma forma de me lembrar do quanto o universo é muito maior do que a pequena porção que eu vejo, além de ser uma forma

de conhecer e entender um pouco da mente de outras pessoas que, como eu, gostam de escrever”. Outro colaborador apresentou essa atividade como “Algo que me traz calma, me fascina, me ensina, me faz criticar e ir para além do mundo real. Eu enxergo a leitura como algo além de mim, que me completa a cada palavra, a cada linha, a cada parágrafo, a cada capítulo, a cada livro. Ela também me traz essa vontade de ir ainda mais atrás, ela - de certa forma - não me sacia, me causa ainda mais ‘fome’ pelo desconhecido”.

Entretanto, quando se tratava de ler obras nacionais, mais da metade dos participantes, 61,73%, indicou que livros nacionais eram leituras menos frequentes em suas vidas. Mesmo com todos os impasses apresentados pelos influenciadores, Pedro Gonçalves expõe como são perceptíveis as movimentações da categoria para estimular a leitura de obras nacionais, ação essa que também pode ser vista no perfil “Machadiana Incorrigível”. Esse tipo de iniciativa apresenta o esforço de uma comunidade para modificar um comportamento estrutural na sociedade brasileira, o da desvalorização de produções do próprio país. As mudanças na área não param nos gostos da população, o próprio mercado literário vem mudando após o crescimento da categoria. Essas alterações são vistas com esperança pelos *bookstagramers* entrevistados, pois consideram que o aumento da relevância do setor permite que ele ganhe cada vez mais voz dentro das editoras.

Com todas essas mudanças, observa-se possibilidades de futuros melhores. O crescimento das *bookredes* pernambucanas pode ser o passo necessário para trazer maior visibilidade às produções literárias do estado. Caso essa categoria se desenvolva de maneira mais expressiva, mesmo que sem enfoque direto na literatura local, existirá maior chance de visibilizar autores da região tanto para dentro de Pernambuco, que já provou consumir pouco de seus próprios escritores, quanto para fora desse espaço. “A literatura no Brasil, por si só, já é desvalorizada, a pernambucana é ainda mais. Um autor nordestino nunca cresce sozinho, sempre acaba levando um movimento atrás dele”, pontuou Luan sobre essa alteração gradual.

Ainda existe muito a se desenvolver para que tal cenário se torne uma possibilidade. Uma reflexão reveladora e emocional desse pensamento foi levantada por Ana Clara. “A literatura me salva todos os dias, eu amo a minha família, eu amo a mim mesma, mas não existe amor como o que eu sinto pela literatura”, afirmou. Diante disso, é possível enxergar como esses produtores de conteúdo possuem amor incondicional pela área, ao ponto de lutarem constantemente para estimular o crescimento do interesse em outros indivíduos e expandir o universo literário, tanto dentro, quanto fora de suas mentes.