

## Performance de Gosto no *Booktube*: uma reflexão sobre a performance através do gosto pela leitura<sup>1</sup>

Tauana Mariana Weinberg JEFFMAN<sup>2</sup>  
Universidade de Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### RESUMO

Esta reflexão versa sobre a performance em sua intersecção com o gosto. A partir de um recorte em uma pesquisa maior, conceitua-se a performance e a performance de gosto através dos preceitos de Schechner (2006), Ehrenberg (2010), Goffman (2002) e Zumthor (2014) e, por conseguinte, sua intersecção com o gosto através de Bourdieu (2013) e Hennion (2007, 2009, 2010, 2011), utilizando o seu viés para a análise da representação do eu presente no *booktube*, observada a partir da análise de três *booktubers* selecionados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Performance; Gosto; Leitura; YouTube; *Booktubers*.

### INTRODUÇÃO

O presente artigo versa sobre descobertas e reflexões desenvolvidas em minha tese. Tal pesquisa voltou seu olhar para a comunidade *booktube*<sup>3</sup> e seus integrantes – *booktubers* e seguidores. Almejou observar a performance dos *booktubers* em seus canais no YouTube e as relações e conversações ali constituídas em torno da cultura literária. Inspirada na etnografia como metodologia, por meio do YouTube foi possível apreender dimensões relacionadas à leitura a partir de uma rede social apropriada, em que os leitores subvertem o sistema da plataforma a fim de construir comunidade.

A partir disso, realizo uma reflexão teórica acerca da performance e gosto, entendendo tais nuances dentro da comunidade analisada. A performance de gosto me auxiliou a compreender como a representação do eu acontecia, constituindo identidades e integrando os sujeitos em grupos determinados por tipos de gosto.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Sócia e Diretora de Marketing Digital da MD18 Agência Digital. Doutora em Ciência da Comunicação – UNISINOS. Mestra em Comunicação Social – PUCRS. Bacharel em Comunicação Social – UNIPAMPA. Graduada em Marketing Digital – ANHANGUERA. E-mail: tauanamwj@hotmail.com.

<sup>3</sup> A expressão *booktube* origina-se a partir da palavra YouTube, substituindo *You* (você) por *book* (livro). Esta troca demonstra a presença de uma determinada comunidade dentro desta rede social, formada por pessoas que gostam de ler e compartilhar suas impressões sobre as leituras através de vídeos. Deste modo, um *booktube* é um canal literário, um lugar no YouTube onde o conteúdo produzido e publicado possui relação – direta ou indireta – com a cultura literária.

---

## PERFORMANCE

Schechner (2006, p. 29-30) esclarece que qualquer atividade da vida humana “pode ser estudada enquanto performance”. Quando conversamos com os amigos, andamos na rua ou quando cozinhamos, estamos realizando comportamentos que já foram experienciados: os comportamentos restaurados. Neste caso, você pode estranhar esta informação e indagar que toda experiência é única, lembrando das palavras de Heráclito: “ninguém consegue passar duas vezes dentro do mesmo rio”. Os acontecimentos da nossa vida cotidiana são únicos, mas nosso cotidiano “está sendo construído a partir de pequenas parcelas de comportamento rearranjados e moldados de maneira a caber em determinadas circunstâncias”.

De acordo com Schechner (2006, p. 31, grifo meu), as performances acontecem em oito situações: “1. **na vida cotidiana** – cozinhar, sociabilizar, ‘ir vivendo’; 2. nas artes; 3. nos esportes e outros entretenimentos de massa; 4. nos negócios; 5. na tecnologia; 6. no sexo; 7. nos rituais – sagrados e temporais; 8. **em ação**”. Já suas funções são organizadas em sete categorias: “1. entreter; 2. construir algo belo; 3. formar ou modificar uma identidade; 4. construir ou educar uma comunidade; 5. curar; 6. ensinar, persuadir e/ou convencer; 7. lidar com o sagrado e/ou profano” (SCHECHNER, 2006, p. 46)<sup>4</sup>.

Schechner (2006, p. 49) conclui que no século XXI as barreiras entre “é performance” e “enquanto performance” estão sendo extintas. Isso acontece porque fatores como a internet, a globalização e o campo crescente dos meios de comunicação estão, em todos os níveis, saturando nossos comportamentos. Cada vez mais experienciamos a vida “como uma série de performances conectadas que quase sempre se sobrepõem”. Ao preparar-se para uma entrevista de emprego, há a escolha do que vestir, como se a ocasião fosse uma festa. Maquia-se. Planeja-se o que é postado nas redes sociais. Neste sentido, Ehrenberg (2010) traz para o debate o culto da performance enquanto excelência de desempenho na sociedade contemporânea. Em outras palavras, a exigência de ser sempre o melhor que podemos ser.

Ehrenberg (2010, p. 13) reflete sobre a idolatria do desempenho, entendida por ele como o “culto da performance”, no qual cultua-se o sucesso – o “vencer na vida” –, sendo que esta conquista pode se dar de diferentes formas. O sociólogo francês percebe a

---

<sup>4</sup> O autor ressalta que pode haver performances para além destas oito situações, bem como uma categoria (a 1, por exemplo) pode abranger as demais. Também pode acontecer de uma única performance abarcar mais de uma função, pois o campo de cada uma delas não é algo rígido e delimitado.

---

performance através de três setores básicos: o empresarial, o esportivo e o do consumo. No setor empresarial, os dirigentes do mundo corporativo transformaram-se em símbolos de sucesso, empreendedores da própria trajetória. São jovens saudáveis, bem-dispostos, antenados e modernos, capacitados, políglotas e dispo de qualificações valorizadas pelo mercado. No esporte, os atletas passaram a simbolizar a excelência em si, superando os próprios limites, tornando-se ídolos. O consumo, por sua vez, deixou de ser visto como alienante, passando a representar a parte visível da realização social.

Neste sentido o autor afirma que a origem social não é mais suficiente para constituir a identidade social do indivíduo. Sua imagem está “destituída de toda referência estável”, como as referências políticas, religiosas e, ou familiares. O Estado-providência desmantela-se (EHRENBERG, 2010, p. 75). Sem tais referências, o indivíduo torna-se autônomo, empreendedor da própria trajetória. Logo, a identidade deixa de ser herdada e passa a ser construída, pois já não mais se constitui através de “pertencimentos coletivos tradicionais”. Tornar-se alguém necessita, então, que se escape de sua condição social, seja ela qual for, fabricando uma identidade por meio da “ação pessoal”, ou seja, por meio de uma performance.

Para Ehrenberg (2010, p. 55) a performance do indivíduo baseia-se na “teatralização de si mesmo”, constituindo uma identidade por meio de “um modelo de conduta personalizado”. O indivíduo torna-se auto realizado a partir de uma “auto heroização”. Assim, Ehrenberg (2010, p. 69) compreende que a identidade é “o que se constrói em um projeto inteiramente voltado ao futuro por uma performance individual”, na qual o “quem eu sou” mostra-se através de como eu “pareço ser”, como eu me performatizo, como eu me construo, já que a “imagem da minha performance é a única coisa que importa”.

O indivíduo supera-se, encontra o sucesso, quando inventa a si próprio. Singulariza-se ao medir-se e diferenciar-se do outro sem, contudo, estabelecer uma hierarquização, pois este outro é seu igual. Torna-se um indivíduo-trajetória, constituindo “uma história feita de percursos”. Não encara seu passado ou seu futuro como destino, mas como potência daquilo que pode ser. Por ser o autor de sua biografia, encontra sua autenticidade na ambição de “tornar-se a si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor” e, por meio desta, conecta sua identidade social com sua visibilidade social.

Enquanto Ehrenberg (2010) entende a performance como “teatralização de si mesmo”, Goffman (2002) a analisa como “representação do eu”, mas ambos

compartilham percepção similar. Para Goffman (apud SCHECHNER, 2006, p. 29), “uma performance pode ser definida como toda e qualquer atividade de um determinado participante em uma certa ocasião, e que serve para influenciar de qualquer maneira qualquer dos participantes”. Goffman (2002, p. 12) compreende como o indivíduo constrói seus papéis sociais, representando a si mesmo e construindo um conceito de si em suas interações face a face.

Para o sociólogo canadense, a vida é um grande palco; os seres humanos, atores sociais que se utilizam das metáforas do teatro em suas representações, de forma consciente ou não. Ele afirma que a “expressividade do indivíduo” é composta por duas expressões: emitida e a transmitida. Esta última ocorre quando o indivíduo se expressa, age e atua de forma consciente. A expressão emitida são as expressões faciais, corporais ou as atitudes involuntárias exercidas pelo indivíduo inconscientemente. A assimetria entre estes aspectos governáveis e não governáveis pode proporcionar uma “prova de validade” àquele que assiste tal representação. O indivíduo só tem consciência de seus aspectos governáveis, mas seu observador tem de ambos. Quando tais aspectos não condizem, a representação é comprometida.

A representação, para Goffman (2002, p. 29-31), é “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença física contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes certa influência”. Quando o indivíduo representa, ele espera que seus observadores o levem a sério. Mas para isso ele precisa dominar sua fachada pessoal e social, definindo a situação. A fachada, neste caso, é o “equipamento expressivo do tipo padronizado intencionalmente ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante a representação”.

Uma fachada pessoal é o equipamento expressivo mais íntimo do ator, tais como seus padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais, atitude, altura, características raciais, idade, sexo, vestuário e profissão. A fachada social, por sua vez, é composta por aparência, maneira e cenário. A aparência são os estímulos recebidos pelos observadores no momento da representação que revelam o status social do ator, a maneira são os estímulos que “informam sobre o papel de interação que o ator espera desempenhar na situação que se aproxima”. Já o cenário é aquilo que compõe o ambiente em que o indivíduo está representando, como a decoração, a mobília e sua disposição física, ou outros elementos que se encontram no pano de fundo da representação.

---

As fachadas podem alterar-se conforme os papéis sociais representados pelo indivíduo. Tomo um pesquisador em um evento acadêmico como exemplo. Durante a explanação de sua pesquisa, ele empregará uma postura mais ereta, procurará pronunciar bem as palavras e falar de forma menos coloquial. Seus gestos serão mais contidos e pensados para fazer sentido durante a apresentação. Poderá, ainda, vestir algo que lhe confira um ar de autoridade, como um blazer, por exemplo. Mas, quando a apresentação se encerra e o pesquisador une-se com seus pares para uma refeição, longe dos olhos e ouvidos dos seus avaliadores e observadores, sente que pode agir de forma mais espontânea, usar uma linguagem mais informal, tirar o blazer.

Entendo que essa representação, assim como todas as outras, é feita de modo idealizado. Ou seja, a representação do indivíduo é “socializada, moldada e modificada para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade que é apresentada”. Logo, o pesquisador atua da maneira como acredita que seus avaliadores e observadores esperam, bem como de modo condizente com o ambiente no qual se encontra. O pesquisador, enquanto ator, idealiza a situação e representa a partir desta idealização. A plateia, como os avaliadores e observadores, busca discernir se a impressão que o indivíduo tenta causar é ilegítima ou genuína, mentirosa ou válida. A plateia não está interessada em saber se a representação é real, mas sim, se o “ator está, ou não, autorizado a desempenhar o papel em questão” (GOFFMAN, 2002, p. 40-60).

Sobre a realidade da representação, Goffman (2002, p. 74) esclarece que “a própria vida é uma encenação dramática”. A representação é permanente, seja consciente e planejada, ou inconsciente e espontânea. Podemos ser o que aparentamos, mas isso não significa que as aparências não possam ser manipuladas. Neste viés, o indivíduo pode representar a si de forma consciente, planejada e calculada, objetivando uma determinada resposta de sua plateia. Também pode realizar uma representação planejada, mas de forma não intencional. Isso acontece quando o indivíduo mantém os padrões de aparência e conduta que seu grupo social associa a ele, integrados à sua representação de forma subjetiva.

Goffman (2002, p. 102) organiza a representação em duas regiões: a região de fachada e a região de fundo. A região de fachada é onde a representação acontece – como no exemplo anterior, a sala em que o pesquisador apresenta seu trabalho ou o ambiente do evento de forma geral. Segundo o autor, “a representação de um indivíduo numa região de fachada pode ser vista como um esforço para dar a aparência de que sua atividade

nessa região mantém e incorpora certos padrões”. Para isso, o indivíduo se utilizará de polidez (quando representa ao conversar com a plateia) e decoro (quando representa sabendo que pode ser visto ou ouvido pela plateia).

A região de fundo é onde o indivíduo pode abandonar a fachada, descontraí-se, “abster-se de representar e sair do personagem”. Em outras palavras, é o lugar onde “se passa uma ação relacionada com a representação, mas incompatível com a aparência alimentada por ela”, afirma Goffman (2002, p. 126). Note que há um afrouxamento da fachada, mas esta, bem como as representações, sempre estará presentes. Como lembra Goffman (2002, p. 223), há vida social até mesmo dentro de casa. Mesmo de forma não intencional, representa-se para proporcionar impressões no outro sobre quem se é. O modo como se fala, age e se consome são “fontes de informação”. Logo, o “eu é um produto” de todas as nossas escolhas.

Por fim, Zumthor (2014, p. 21) lembra que a teatralidade está inserida na ideia da performance e que, no fundo, a literatura é “profundamente teatro”. Ao questionar-se sobre a “ação de ler” destaca que o texto só existe quando há um leitor. Esse leitor pode realizar uma leitura neutra, apenas codificando os grafismos percebidos por meio da visão ou do tato. Contudo, na leitura literária – na qual o autor se foca na poesia – há uma “presença corporal do leitor”. É a partir dessa presença que Zumthor (2014, p. 34) chega à ideia de performance, entendendo-a como “constitutiva de forma”, implicando uma competência, um “saber-ser”. Saber esse que comanda e implica uma conduta, uma presença, “uma ordem de valores encarnada em um corpo vivo”. A performance concretiza, realiza, traz algo da virtualidade para a atualidade, é um “ato de comunicação”.

Deste modo, Zumthor (2014, p. 36) entende a leitura literária enquanto performance. Lembra que o hábito de ler é mais do que a “repetição de uma certa ação visual”. Ler implica em um conjunto de disposições psíquicas, fisiológicas e exigências de um ambiente, como uma cadeira confortável, um lugar isolado ou silencioso, composto de maneira particular por cada leitor. Assim, a posição do corpo do leitor durante a leitura será determinada por uma “capacidade máxima de percepção” do texto. Independentemente do que se lê e em que posição se lê, os ritmos sanguíneos do leitor são afetados. Seu corpo é afetado durante a leitura. Zumthor (2014, p. 41) argumenta que a performance geralmente está atrelada a um acontecimento gestual ou oral, mas acrescenta que ela também acontece durante a percepção do texto por parte do leitor,

---

mesmo essa percepção sendo muda e visual. Por isso reclama a “necessidade de reintroduzir a consideração do corpo no estudo da obra”.

Compreendendo a leitura – diálogo entre texto e leitor – enquanto performance, Zumthor (2014) menciona as percepções de Iser (1999). Para este, a estética literária se dá a partir da maneira pela qual o texto é lido pelo leitor. A leitura, assim, além de diálogo, é criação e absorção. O texto é potência de produtividade. Sobre tal aspecto, Chartier (1999, p. 19) afirma que cada leitor “produz uma apropriação inventiva da obra ou do texto que recebe”, logo, a leitura é produção de significado, invenção, apropriação.

Para Chartier (1999), todo consumo cultural é uma produção. Zumthor (2014, p. 53-66) acrescenta que a produtividade do texto atrelada a um “conjunto de percepções sensoriais” gera um prazer. “O texto vibra; o leitor o estabiliza, integrando-o àquilo que é ele próprio. Então é ele que vibra, de corpo e alma”. O corpo do leitor reage ao objeto livro. A voz do leitor mistura-se virtualmente com a voz do escritor. É desta relação que advém o prazer do texto, um prazer que necessariamente transcende à sua “ordem informativa”.

Quando o leitor “ouve” e lê o texto, está em copresença com seu autor, participa da obra, gerando um prazer: “esse ato único é a performance”. Na performance da leitura está a materialidade do livro, a presença e a ausência do leitor, quando este cede lugar à voz do autor. A partir disso, a percepção do texto é “profundamente presença”. Quando percebe-se lendo, o leitor suscita uma presença em si. Presença essa que “se move em um espaço ordenado para o corpo, e, no corpo, rumo a esses elementos misteriosos” (ZUMTHOR, 2014, p. 78).

Em suma, compreendo que a performance é uma ação, constitui nossa identidade na qual o “eu” é um produto composto, também, pelas escolhas que fazemos; é o modo como nós nos representamos, sendo interpretados pelos outros. Com Schechner (2006) percebo que a vida cotidiana é uma das oito situações nas quais a performance acontece, intuindo que as performances são únicas, mas formam-se por meio da combinação de comportamentos restaurados utilizados em sete diferentes funções. Ehrenberg (2010) elucida como fabricamos nossa identidade através de uma performance voltada para o futuro, tornando-nos autônomos e singulares em uma época em que instâncias como família, religião e política são insuficientes para dizer ao outro quem somos. Goffman (2002) esclarece como a performance acontece e quais são os elementos que a constituem, tais como expressões, fachadas e cenários. Zumthor (2014), por fim, mostra como a

---

leitura pode ser apreendida enquanto performance, ao ressaltar a relação corporal e sensorial entre livro e leitor.

## **PERFORMANCE DE GOSTO**

O gosto possui caráter distintivo e atua como elemento constitutivo de mapas sociais, nota Bourdieu (2013, p. 9) ao propor que as necessidades culturais dos indivíduos são produtos de sua educação, estritamente ligados ao seu nível de instrução. Neste caso, a hierarquia existente dentro das artes, tais como escolas, épocas ou gêneros, estaria em simetria com a hierarquia daqueles que a consomem. Essa relação mostra, para o autor, como o gosto atua enquanto um marcador privilegiado da classe. O gosto classifica aquele que classifica. Distingue os indivíduos a partir de suas percepções sobre o que é feio e belo, vulgar e distinto.

A “ciência do gosto”, proposta por Bourdieu (2013, p. 42), descobre as relações que unem as escolhas de determinadas pessoas, relações estas que poderiam ser incomensuráveis a partir de um olhar naturalizado, mas que foi pensado e conceituado pelo autor. Contudo, mostra uma distinção entre o “gosto puro” e o “gosto bárbaro”, alegando que nada distingue tão rigorosamente diferentes classes quanto a disposição para o consumo de “obras legítimas”, a partir da “aptidão para adotar um ponto de vista propriamente estético a respeito de objetos já constituídos esteticamente”. Tal “disposição estética” é entendida pelo autor como uma “expressão distintiva”, ao mostrar uma posição de privilégio na esfera social.

Bourdieu (2013, p. 216) constata que o gosto pode ser entendido como a manifestação de preferências, como aptidão e propensão “para a apropriação”, como um “sistema de classificação constituído pelos condicionamentos associados a uma condição situada em determinada posição no espaço de condições diferentes”. Todavia, constitui-se essencialmente por aversão e repulsa àquilo que não se gosta, ou seja, o horror ao gosto do outro. Neste caso, Bourdieu (2013) nota que a única função das classes populares seria de atuarem como uma oposição estética, como contraste.

Há uma estreita relação entre as práticas culturais e as origens sociais, na percepção de Bourdieu (2013, p. 164). Tal relação se procede a partir de dois caminhos: dos efeitos de inculcação das condições sociais e da família e por meio da trajetória social. As práticas culturais originam-se a partir do *habitus* que, por sua vez, atua como “sinais distintivos”. O *habitus* é uma “estrutura estruturante”, pois “organiza as práticas” e suas

---

percepções, mas também é “estrutura estruturada”, uma vez que atua como o “princípio de divisão em classes lógicas que organiza a percepção do mundo social e, por sua vez, o produto da incorporação da divisão em classes sociais”.

A posse de bens e as condições financeiras não atuam na distinção entre os indivíduos, e sim, o *habitus*, o estilo de vida, o gosto. Neste caso, são esses elementos que elucidam, para o autor, por que pessoas com a mesma renda consomem coisas diversas, investem seus recursos em diferentes esferas, essencialmente, quando tais indivíduos consomem cultura. As classes privilegiadas refutariam as coisas fáceis, sem profundidade, de fácil decifração, e com propensão à alienação, consumindo coisas complexas e densas. Isto é, refutariam o gosto grosseiro e vulgar, alinhando-se ao gosto entendido como “puro”. A questão problemática e revista na teorização de Bourdieu (2013) é o determinismo social que orientaria o consumo e o gosto. O capital cultural, para além do capital econômico, atua como elemento central para a distinção entre as classes porque traduziria competências para julgar aquilo que é de bom ou mau gosto na concepção do autor.

Hennion (2011) propõe que a sociologia do gosto, proposta essencialmente por Bourdieu (2013), abriu caminhos para mensurar o que era incomensurável. Reintroduziu definitivamente no campo da sociologia o estudo do gosto e das práticas culturais, relacionando-as com fatores determinantes e condições sociais. Entretanto, reflete sobre a pragmática do gosto afastando-se da sociologia do gosto, uma vez que esta é uma concepção crítica na qual o gosto é entendido como um “jogo social passivo”, reduzindo suas práticas a determinantes sociais.

Na visão do autor, sociologia do gosto não leva em consideração o amador – aquele que ama, aquele que gosta. A pragmática do gosto, ao nos tirar de um mundo dual e nos inserir em um mundo de efeitos, de mediações e de vínculos afetivos, trata os amadores com mais respeito, entendendo-os como produtivos e ativos, dotados de competências, transformando gostos e performances, obras e objetos. Sua compreensão vem de baixo, a partir do entendimento do “longo trajeto que produziu a realidade estudada”, e não de cima, a partir de disciplinas que “se debruçam” sobre o objeto. Assim, o pesquisador não se contenta em observar o gosto de fora, mas através da visão dos próprios amadores. Ele precisa e deve ser um amador (HENNION, 2010, p. 32).

O gosto é “uma modalidade problemática de ligação com o mundo”, constata Hennion (2011, p. 253). É uma “atividade reflexiva” em que o amador produz suas

competências e um “repertório de objetos” que valoriza. Ao perceber o gosto como uma “atividade reflexiva”, o pesquisador resgata a importância dos objetos de apoio do gosto, dos procedimentos e dos formatos elaborados, empregados e discutidos coletivamente pelos amadores, assim como suas capacidades criativas e não somente reprodutivas. Quando se investe no caráter performático e pragmático das práticas culturais, evidencia-se a capacidade dos amadores de criar e transformar sensibilidades, ao invés de reproduzir em silêncio uma ordem já existente. Deste modo, o pesquisador compreende o que sucede por meio das ligações que o gosto estabelece com o mundo, o que se produz em relação aos coletivos, aos objetos, “às relações com os outros e consigo, e aos próprios amadores”, entendendo o gosto não como algo estático, mas como algo que é construído – ou desconstruído – analiticamente.

Utilizando o gosto pela música e pelo vinho como base empírica compreendida por meio da etnografia, Hennion (2011, p. 257) estipula algumas “regras de métodos” para tal pesquisa: “respeitar a especificidade do objeto”; não entendê-lo como algo dado; “interessar-se sistematicamente pelas mediações por meio das quais as relações [...] reais passam em sua diversidade histórica e geográfica”; e “analisar os lugares e os cenários, os dispositivos e as condições concretas da performance [...] como partes integrantes” do objeto que se gosta.

Hennion (2011, p. 259) ressalta que aplica a ligação entre o mundo, o gosto e os amadores à “análise do uso, e não da recepção”. Neste viés, a pragmática do gosto oferece uma nova forma de interpretação, na qual o “explicado se torna aquilo que explica”. Assim, se restabelece “a natureza performativa da atividade do gosto ao invés de fazer dela uma constatação”. Para o sociólogo, “degustar é uma performance: é algo que age, que engaja, que transforma, que faz sentir”. Por isso o foco não é apenas o objeto (o livro, por exemplo) ou somente aquele que faz alguma coisa com esse objeto (os leitores), mas sim, o que se faz desse objeto (hábitos e práticas de leitura, consumo, relações, desafios, etc) a partir dele.

O gosto se revela na incerteza, nas variações, no “aprofundamento dos efeitos” do objeto. É produzido, é “tentativo”. Não é algo dado, pois se revela na performance de quem degusta, desempenhada com apoio em treinamentos corporais, técnicas e testes. Por consequência, o efeito, o prazer e o gosto não são “atributos automáticos dos objetos”, mas sim, o “resultado reflexivo de uma prática corporal, coletiva, instrumentada, regulada pelos próprios métodos incessantemente rediscutidos”. A reflexividade é uma noção

chave para a performance de gosto, atuando como “modalidade central da atividade dos próprios amadores e como método necessário ao sociólogo para dar conta de tal atividade” (HENNION, 2011, p. 265). Em outras palavras, o gosto pode ser entendido como um “dispositivo reflexivo e instrumentado para pôr a prova” as sensações do amador (HENNION, 2010, p. 27). Ao perceber a reflexividade do gosto, o pesquisador entende que este é exercido por meio de vínculos afetivos, conectando através do afeto o objeto, o amador, o coletivo, os modos de fazer, as técnicas, enfim, todas as variedades do gosto, todas as formas de prática comum.

A forma mais clássica do amador exercer a reflexividade é através da verbalização e da escrita, dominando e utilizando um “vocabulário específico” para relatar as suas comoções. É por intermédio de “expressões altamente codificadas” – que não são puramente imagéticas ou técnicas – que o gosto é equipado, identificado e compartilhado com os outros. Sobre este aspecto, Hennion (2007, p. 9) constata que muitas vezes os amadores verbalizam seu gosto de uma forma similar a um viciado em drogas ou com expressões relativas à sexualidade. Para o autor, isso não é uma mera metáfora, mas um modo de expressar a capacidade de “ser levado pelo sublime”, de ter “acesso à paixão que não pode ser descrita em palavras porque transcende completamente a visão excessivamente estreita de aceitar o sentimento de prazer”.

A partir disso, Hennion (2011, p. 265) propõe um “quadro vazio” composto por quatro elementos que constituem a base que as ligações do gosto mobilizam. São eles: “o objeto degustado, o coletivo dos amadores, dispositivos e condições de degustação, e o corpo que experimenta”. O objeto é aquilo que desperta interesse no amador, que existe para ser provado, degustado; que se revela no e pelo gosto e que é indissociável da história e da atividade coletiva que o faz um objeto com o qual o amador se liga. É tanto o alvo desse gosto, desse amor, quanto seu suporte material, de formas, de coisas, de utensílios e de “meios cuja consistência e durabilidade permitem ao gosto organizar-se em torno” dele. O “objeto de amor” do amador é composto por um conjunto, isto é, o amador não gosta apenas de uma determinada música, mas também do “chiado do disco”, das obras que deseja, das obras antigas, dos gêneros, dos estilos, do repertório, do “ambiente da sala”, do “som de um instrumento”, etc.

Através do coletivo dos amadores percebo que o gosto se baseia no gosto no outro, seja de forma positiva ou negativa. O gosto não se revela sozinho, mas no contato, advindo do contraste com o gosto do outro. O coletivo, dessa forma, é seu ponto de

partida. Alguns amadores experientes são modelos para os amadores iniciantes, outros atuam como contraste ou como base de gostos do passado. Os objetos se revelam na sensibilidade de quem os sente, apoiar-se nas sensibilidades do outro é uma maneira de antecipar suas próprias inclinações, obtendo “algumas garantias ao delegar parcialmente o próprio julgamento àqueles que possuem mais experiência”.

O gosto não é uma relação face a face entre o sujeito e o objeto, tal como proposto pela crítica sociológica. Entre o gosto e o amador há uma “multidão de dispositivos materiais e espaciais, uma organização temporal minuciosa, os arranjos coletivos, os objetos e os instrumentos de todos os tipos, um amplo leque de técnicas para gerir tudo isso” (HENNION, 2011, p. 268). Dispondo do gosto como performance, como uma prática mediada, clarifica-se que este é uma atividade coletiva, situada, instrumentada e equipada. O amador sente prazer, emoção, satisfação no contato com o objeto, tais sentimentos são suportes do gosto, formas privilegiadas de discutir, comentar, enunciar, aumentar, melhorar ou contestar suas características. Com a ideia de mediação, Hennion (2010) ressalta que os meios que nos permitem captar os objetos (o livro, o vídeo, a resenha, a conversa, a prática coletiva) também participam dos efeitos produzidos por este. Tal como ressalta Zumthor (2014), o corpo do leitor reage à obra – objeto e conteúdo – alcançando o prazer por meio das percepções proporcionadas pelos sentidos.

O gosto é, assim, uma atividade “corporada”. É engajamento da alma e do corpo nas emoções dos amadores ou na “experiência artística”. Um corpo desconhecido que se revela para o sujeito e para si à medida que interage com os objetos, que desenvolve o treinamento das “práticas repetidas” que o tornam mais sensível, mais hábil, mais apto “ao que se passa”. O corpo torna-se pronto para sentir, para degustar, adquirindo capacidades para reconhecer “aquilo que os outros reconhecem e de partilhar com outros corpos os efeitos sentidos”. Em outras palavras, o corpo que gosta e o objeto amado atuam em uma coprodução por meio de uma atividade instrumentada e coletiva. Atuando como suporte mínimo de nossas sensações, o corpo nos possibilita o contato, o sentido, a apreensão dos objetos (HENNION, 2011, p. 270).

Por conseguinte, a performance de gosto pode ser entendida como uma mobilidade problemática para exercer e entender a relação entre o amador e o mundo por meio do objeto amado. Ao contrário de Bourdieu (2013), que classifica o gosto e, deste modo, separa os amadores como atores passivos de um sistema entre melhores e piores, Hennion (2007, 2009, 2010, 2011) coloca-se ao lado da reflexividade, onde o gosto é

cultivado e ponderado a partir do momento em que se reflete sobre aquilo que se gosta. O gosto é ação, acontece na relação entre o amador e o objeto, relação esta que é circundada por diversos elementos que a complementam; refletida, usufruída, sentida e dialogada em conjunto.

### PERFORMANCE DE GOSTO NO *BOOKTUBE*

Através das palavras de Ehrenberg (2010) e da descrição biográfica ofertada pelos *booktubers*, percebo que Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida, os *booktubers* selecionados para análise da tese, são empreendedores da própria trajetória. Suas identidades são construídas através de uma performance voltada para o futuro.



Figura 1 – Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida  
Fonte: YouTube

Seus “pertencimentos coletivos tradicionais” tornam-se irrelevantes nesta construção, pois esta é formada por suas ações, suas leituras, sua visão de si, do outro e do grupo, expressa por meio dos vídeos. Os *booktubers* revelam percursos que constituem sua trajetória, são autores de sua biografia, ambicionando tornarem-se o seu melhor. O medo que Eduardo e Victor sentem em relação ao fracasso elucidada a vivência e a pressão do culto da performance: a obrigação de ser infalível, de ser o vencedor, aquele que se tornou o seu melhor “eu”, um “eu” que é reconhecido através de sua visibilidade social.

Goffman (2002) esclarece os pormenores desta construção identitária. Inicialmente, entendo que todos os elementos que disponho para compreender os *booktubers*, sua comunidade e suas relações são performances que acontecem na região de fachada, na qual há um esforço, mesmo que involuntário, para aparentar e manter certos padrões. Não tenho acesso à região de fundo, pois não visualizo o que acontece antes e depois da gravação dos vídeos. Meu conhecimento sobre estes momentos ampara-se apenas naquilo que os *booktubers* contam, quando desejam contar.

Os *booktubers*, enquanto atores sociais, utilizam expressões emitidas e transmitidas em suas representações. Expressões faciais e corporais transmitem

significados através do corpo quando a comunidade é formada por relações mediadas por vídeos. O corpo é uma forma de comunicação. Tal como mencionado anteriormente, as relações na comunidade não são desencarnadas da imagem, pois estão profundamente atreladas ao corpo físico. Os gestos, as expressões e a movimentação dos *booktubers* no vídeo nos dizem tanto sobre o seu “eu” e sua relação com os livros e a leitura quanto as expressões transmitidas, ou seja, quando falam e agem de forma consciente.

Observando o equipamento expressivo padronizado empregado pelos *booktubers* em suas representações, compreendo que as fachadas pessoais e sociais são expressas. Através da fachada pessoal, a mais íntima delas, conheço a idade, o sexo, as características raciais, as expressões, o vestuário, a profissão e a linguagem dos *booktubers* analisados. Interessante notar que, quando se conhecem pessoalmente, os *booktubers* atentam-se a um dos únicos elementos da fachada pessoal que não é revelada através dos vídeos: a altura. Mesmo quando partilham do enquadramento na cena com outro *booktuber*, a altura pode ser mascarada. Um exemplo é o vídeo de Klebio Dantas (canal *Mundo Paralelo*) com Prata (canal *Estante de Prata*) pois, durante um erro de gravação, descobrimos que Klebio utilizara uma banqueta para ficar na altura de Prata<sup>5</sup>.

## CONCLUSÕES

Ao findar as análises, tornou-se claro que a performance desempenhada pelos *booktubers* ocorre essencialmente na vida cotidiana. Neste contexto, exercem quatro funções: (1) entreter, (2) modificar ou formar uma identidade, (3) educar ou construir uma comunidade e (4) convencer, persuadir e educar. Ou seja, os vídeos e as relações no *booktube* podem entreter aquele que assiste, constituem o sujeito enquanto *booktuber* e enquanto leitor, constroem a comunidade *booktube* e almejam convencer e persuadir os leitores ao hábito da leitura.

Refletindo com Ehrenberg (2010), compreendi que o consumo é um dos âmbitos em que o indivíduo se singulariza, torna-se empreendedor de sua própria trajetória, é composto por uma história feita de percursos. Através dos vídeos no YouTube, tive a oportunidade de conhecer os percursos que compõem a trajetória de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida. Suas trajetórias enquanto leitores era o foco de sua narrativa, mas, como os livros também são meios pelos quais falamos sobre nós mesmos,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q4JDYct-FJc>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

as informações pessoais dos *booktubers* atravessavam sua relação com a cultura literária. Assim, foi possível perceber o papel da família na formação do indivíduo enquanto leitor.

Se a performance é entendida como uma ação, como algo que engaja; percebi que as relações são estabelecidas através da ação de falar, de conversar, de narrar a si e suas experiências. O contato que temos com os *booktubers*, o meio pelo qual os seguidores podem estabelecer relações com estes, constituindo vínculos sociais e afetivos, concretiza-se na visão que o *booktuber* tem sobre si e, a partir disso, daquilo que narra. O *booktuber* constitui sua representação do “eu” ao narrar-se. Logo, as relações acontecem através da conversa, através da narrativa biográfica construída pelos *booktubers*.

## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2013.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: Editora UNESP, 1999.
- EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- HENNION, Antoine. Music Lovers. Taste as performance. **Theory, Culture & Society**, v. 18, n. 5, p. 01 - 18, 2007.
- \_\_\_\_\_. Reflexividades: a atividade do amador. Estudos de Sociologia: **Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE**, v. 16, n. 1, p. 33 - 58, 2009.
- \_\_\_\_\_. Gustos Musicales: de una sociologia de la mediacion a una pragmática del gusto. Comunicar: **Revista Científica de Educomunicacion**, v. 17, n. 34, p. 25 - 33, 2010.
- \_\_\_\_\_. Pragmática do gosto. Desigualdade & Diversidade: **Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, n. 8, p. 253 - 277, 2011.
- ISER, Wolfgang. **O ato da leitura**: uma teoria do efeito estético. São Paulo: Editora 34, 1999.
- SCHECHNER, Richard. “O que é performance?”. In: SCHECHNER, Richard. **Performance studies**: an introduction. New York & London: Routledge, 2006.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.