BOOK TRAILER: TECNOLOGIA E LEITURA

Porto Alegre - RS - 04/2015

Angela da Rocha Rolla – ULBRA – arolla@terra.com.br

Classe - Experiência Inovadora

Setor Educacional - Educação Infantil e Fundamental

Classificação das Áreas de Pesquisa em EaD – Tecnologia Educacional

Natureza – Pesquisa em andamento

RESUMO

O artigo Book Trailer: tecnologia e leitura aborda a criação de um novo gênero, book trailer, e as possibilidades de utilização dessa ferramenta digital como aliada na formação de leitores literários na escola. O book trailer assemelha-se em parte ao trailer cinematográfico pelo seu caráter publicitário e a revelação sintética do conteúdo da obra original. No entanto, estrutura-se a partir de uma obra literária e não de um filme. O novo gênero configura-se como uma das mídias que tem mostrado resultado significativo para a divulgação de livros e sedução de leitores pelas editoras. Para alcançar níveis mais avançados de letramento que as tecnologias digitais demandam, novas formas de criar/ler e interagir com o texto devem ser experienciadas e compartilhadas. A produção de book trailers por leitores escolares constitui um desafio pelo seu ineditismo e inovação. O experimento foi realizado com os leitores de escolas públicas e privadas do Programa de Leitura Fome de Ler da Universidade Luterana do Brasil. O que parecia impensável como mediação de leitura e possibilidade pedagógica há uma década atrás, hoje se mostra uma ferramenta poderosa na formação de leitores/autores.

Palavras chave: leitura; literatura; book trailer

1- O Espaço Escolar Informatizado e a Formação de Leitores

A antiga e sempre renovada busca pela formação de leitores, em especial na educação brasileira, faz retroceder no tempo e refletir sobre a publicidade como um meio poderoso de produzir leitores. José Marques de Melo (1999, p.70), em artigo original da revista *Leitura: teoria e prática*, cita Richard Bamberger, na conhecida obra *Como incentivar o hábito de leitura*:

Investigações provaram que os livros discutidos nos meios de comunicação de massa e os que fornecem motivos para filmes tornam-se *best-sellers* e são muito populares nas bibliotecas. Muitas pessoas que não têm o hábito de ler ou não estão familiarizadas com as possibilidades de escolha de livros são a miúdo induzidas à leitura por apresentações dos meios de comunicação de massa ou pela familiarização com o assunto e com os atores. (BAMBERGER, 1977, p.90)

No período histórico citado – décadas de 70 e 80 - as novas tecnologias, em especial as que surgiram com o advento do computador pessoal, estavam produzindo indagações, preocupações e anunciavam a *crise da leitura*. Melo traz situações brasileiras para confirmar as conclusões de Bamberger: o compositor e cantor Chico Buarque de Hollanda, ao ser entrevistado na televisão, cita um romance que estava lendo e em pouco tempo a obra torna-se um sucesso de vendas. Telenovelas e/ou seriados televisivos baseadas em obras de escritores como José de Alencar, Jorge Amado, Érico Verissimo e muitos outros tiveram suas obras reeditadas e vendidas massivamente.

A escola buscou inovar criando alternativas caseiras para simular em sala de aula a promoção do livro pela via publicitária: ler a obra e contar para os colegas, fazer uma propaganda do livro, criar entrevistas com o autor, escrever comentários críticos, elaborar sinopses, recontar a obra induzindo os colegas à curiosidade de ler etc. As estratégias aumentaram sua eficácia, seduzindo os que a produziam ou ouviam/liam quando a mídia eletrônica entrou neste circuito. A escritura/leitura atingiu outro *status* para os jovens estudantes quando foi associada ao computador. Em 1995, os alunos do primeiro ano do segundo grau do Colégio Municipal Liberato Salzano Vieira de Cunha, da rede municipal de Porto Alegre, se envolveram por inteiro no projeto

interdisciplinar *Literatura e informática: formação de críticos literários*. O objetivo era desenvolver a habilidade de produzir textos críticos baseados em leituras de obras literárias com a utilização do editor de textos no laboratório de informática da escola, orientados por professores de literatura, artes e informática. O produto final foi tornado público no espaço escolar. A atividade teve grande impacto e produziu novos leitores. Na atualidade esses recursos soam simplórios diante do incrível avanço tecnológico e da multiplicidade de espaços, suportes e interfaces à disposição dos jovens leitores. As novas mídias demandam índices mais avançados de letramento e novas formas de criar/ler e interagir com o texto. Dialogam entre si as velhas tecnologias – rádio, cinema, televisão - com smartphones, ipads, e-readers criando uma rede de saberes.

Os pesquisadores de neurociências, novas mídias e cognição, Glaucio Aranha (UFF) e Alfred Sholl-Franco (UFRJ) no seu estudo sobre narrativa transmídia comentam o tema buscando as reflexões de Henry Jenkins sobre o conceito de convergência. Henry Jenkins (2006) destaca o crescente processo de convergência dos saberes em nosso atual estágio socioeconômico-cultural, o qual configura o que ele denomina de “sociedade de convergência”. Esse processo seria impulsionado, principalmente, pelas transformações tecnológicas que afetam múltiplas instâncias, entre as quais os sistemas da escritura e o modo como se lida com as informações.

2- Novas Mídias e Tecnologias

O surgimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação nos anos 90 abre aos profissionais de comunicação canais diretos com o público através de novas formas de divulgação de seus produtos. O público, por sua vez, torna-se menos passivo e passa a ser protagonista, transformando-se também em produtor de mídia. Assim como a introdução da mídia televisiva em meados do século XX desafiou o mercado editorial (em especial o literário) a investir em novas linguagens, situação similar acontece no século XXI com a popularização da *Internet* e das mídias que a envolvem. Os conteúdos de novas e antigas mídias se tornam híbridos, criando novas configurações: transformam-se os processos de criação, circulação e consumo

do conhecimento onde se inclui o livro literário. Editoras, autores, livrarias, escolas, academias dispõem de meios para produzir autonomamente nos mais diversos formatos, técnicas, linguagens e suportes. Há um cruzamento entre mídias alternativas e de massa em múltiplos suportes, caracterizando a era da convergência midiática.

Segundo João Thomaz Pereira (2011, p. 18), “a flexibilidade da informação digital está criando meios para o enriquecimento de serviços convencionais (televisão digital, rádio e melhor qualidade nas comunicações móveis) assim como um grande espectro de novos serviços e aplicações”. Segundo o autor, isso significa que todos os equipamentos microprocessados podem se integrar em uma grande rede digital convergida. O essencial na convergência digital é que torna possível acesso a informação a qualquer momento, em qualquer lugar. Um meio que até então era domínio de um grupo restrito, se reiventava em outra linguagem, com outro suporte e serve a outros “usuários”. É, em parte, o que aconteceu com o gênero *trailer* no cinema e na literatura.

O *trailer* de um filme apresenta cenas importantes da obra original, com narração e/ou frases de efeito, buscando a motivação do espectador para assistir a obra na íntegra. Vale-se de cenas impactantes do filme, sem cronologia, de forma a não revelar aspectos da história nem seu desfecho. É considerado uma peça publicitária, na medida em que se destina a atrair o público para a exibição do filme antes de sua estreia no circuito.

O *book trailer* assemelha-se em parte ao *trailer* cinematográfico pelo seu caráter publicitário e a revelação sintética do conteúdo da obra original. No entanto, estrutura-se a partir de uma obra literária e não de um filme. É um gênero relativamente novo no Brasil, criado por autores e/ou editores e livreiros como peça publicitária com a finalidade de comercialização de livros. A *I Mostra de Book Trailers da América Latina* ocorreu em 2009 promovida pela Livraria Cultura do Shopping Market Place em São Paulo. Um novo conceito de promoção do livro através das novas tecnologias começa a aparecer nesta década, quando a informação passa a circular por diferentes canais e sistemas midiáticos. O canal é a *Internet* e a divulgação é realizada em sites de editoras, livrarias ou de escritores. Com o incremento da venda de livros *on line* o gênero se torna mais conhecido no Brasil e ampliam-se os

recursos para sua produção. O novo gênero configura-se como uma das mídias que tem mostrado resultado significativo para a divulgação de livros e sedução de leitores pelas editoras. Segundo os autores do artigo *Livros em cartaz: o book trailer e as novas formas de divulgação literária em tempos digitais*. Trailer para livros é uma tendência mundial que só se tornou possível com a popularização dos sites de hospedagem de filmes como o YouTube e o barateamento de novos softwares e câmeras. A projeção digital em salas de cinema contribuiu para a viabilidade desses curtas. Nos Estados Unidos, o book trailer é peça de divulgação de obras há pelo menos meia década e é levado tão a sério que o site da Amazon – a maior loja de comércio eletrônico naquele país - criou até um prêmio para os melhores produtos. (SOUZA; COSTA, 2012, p. 2)

A expansão desta modalidade publicitária nos Estados Unidos pode ser avaliada pela quantidade de obras que são veiculadas na *web* através de *book trailers*. Inúmeros sites americanos (como *Novel Publicity LCCs*)ⁱⁱⁱ anunciam a produção de *book trailers* como um dos meios mais eficientes para conquistar leitores e uma infinidade de títulos que ensinam a produzi-los.

Quanto à produção brasileira, em uma rápida circulação pela *Internet*, observa-se a variedade de recursos e efeitos buscados pelos produtores de vídeos com esta finalidade. Há vídeos realizados por equipes profissionais e vídeos “caseiros” postados na plataforma You Tube por indivíduos de diversas procedências que têm por objetivo veicular obras que leram. Via de regra, os vídeos partem de uma sinopse do livro reunindo os aspectos principais do enredo e buscam a essência da obra com a finalidade de despertar interesse pela sua leitura. Além das principais informações como título da obra, dados do autor, geralmente os *book trailers* apresentam a capa do livro e fragmentos do texto verbal impresso conjugados com imagem, animação e som.

São produções que se baseiam no livro literário e na percepção de um leitor/produtor do vídeo. Algumas são editadas com a participação do próprio autor, como o *book trailer* da obra *A bailarina fantasma*, da escritora cearense Socorro Acioli^{iv}. O cenário é o mesmo da obra - o Theatro José de Alencar, de Fortaleza - origem da lenda urbana ficcionalizada pela autora. Ficção e realidade se tocam neste *book trailer* que foge do convencional: estão em cena a escritora real Socorro Acioli e a personagem fictícia bailarina fantasma.

Enquanto a autora lê fragmentos da obra, a bailarina fantasma circula pelo teatro. No final fica o convite ao leitor: “Você também quer conhecer o segredo da bailarina fantasma?”

No *book trailer* da obra *Eu e o silêncio de meu pai*, de Caio Riter, o enredo é apresentado através de *flashes* com frases do texto original combinadas com cenas de atores representando o pai e o menino no cenário simples de uma casa, com uma música de fundo. Há uma voz que narra, à semelhança do narrador do livro e o que conta vai sendo reproduzido pelo olhar de uma câmera: menino lendo, os passos do pai, o pai saindo no portão etc. Produzido por Laura Linn, da editora Birutav, o vídeo (3:18) sugere o assunto principal da obra, deixando o leitor curioso para lê-la. O final de *Eu e o silêncio de meu pai* está ali exposto, mas somente a leitura desta obra literária dará ao leitor a sua dimensão. O *book trailer* mostra-se um processo criativo que transcende o literário, permitindo ao próprio escritor, no caso Caio Riter, repensar o seu texto compartilhado com as mídias digitais.

O livro de Dilmar Messias *Histórias mal-assombradas de Portugal e Espanha: contos para dormir* é apresentado em um *book trailer* que mistura cenografia (uma atriz metamorfoseada em várias personagens que se apresentam ao leitor com suas características peculiares), com trilha sonora de músicas folclóricas do norte de Portugal e texto original contado pelo narrador e mostrado na tela em uma simulação de imagens que lembram um texto sendo datilografado em uma máquina de escrever. A apresentação é impactante e tem aspectos de comicidade que podem conduzir o leitor a buscar a obra.

De duração breve, seja com linguagem objetiva ou metafórica, o argumento de uma obra literária é recriado sob o ponto de vista de seu leitor (ou coautor) usando tecnologia digital com recursos simples como celulares, câmeras digitais, câmeras fotográficas, filmadoras, animações e montagens. A obra *A maior flor do mundo*, de José Saramago tem inspirado muitos produtores escolares a realizarem vídeos como o trabalho de animação produzido por um grupo do segundo ano de uma escola de Atibaia, SP. O vídeo é inspirado no jogo *The Sims* e recria a obra de Saramago com o olhar das crianças leitorasvii. O próprio autor, Saramago, narra esta história em um curta-metragem de animação produzido na Galícia (adaptação da obra por

Etcheverria) viii com a voz do autor. É um recurso inspirador e tocante, especialmente em se tratando de grandes autores que um dia deixam de produzir: fica registrada a sua voz contando a história.

Há algum ceticismo em relação ao uso das TICS no meio educacional e livreiro. A publicidade da arte causa desconforto e desconfiança, mas ela está presente há tanto tempo que não se percebe. No site da editora Projetoix convergem várias mídias que podem traduzir o conceito de convergência digital: livro literário, ilustração, música, trailer de filme, filme, livro-catálogo, blog, revista pedagógica, loja virtual, *Face book*. A formação de leitores reais pode passar por uma rede virtual de informações em diferentes linguagens e suportes. Jorge Luis Antonio, em seu artigo *Meio impresso, meio digital, tecno-arte-poesia* (2012, p.59), salienta: “Já não há mais dúvida de que a cibercultura faz parte do nosso cotidiano. Diariamente estamos no ciberespaço para as coisas práticas da vida e para a fruição de diversos tipos de arte.”

3- Uma Aposta e uma Proposta: o Book Trailer como produtor de leitores/autores

O experimento intitulado *Festival Book Trailer*, em desenvolvimento na ULBRA campus Canoas no ano de 2014 (e continuidade em 2015), tem a finalidade de ampliar o universo de leitores/autores e o diálogo tecnologia/literatura a partir da participação dos estudantes do Programa como produtores de mídia – “book trailer” - sobre as obras literárias dos escritores de 2014 e de anos anteriores. Insere-se na linha de pesquisa *Literatura Infantojuvenil e leitura*, com ênfase em “Estudo de teorias da leitura, leituras intersemióticas e formação do leitor; teorias da literatura infantojuvenil obras e autores do gênero”, sob a coordenação de Angela da Rocha Rolla. O objetivo desta pesquisa-ação é desenvolver metodologia de leitura literária que permita alcançar níveis mais avançados de letramento que as tecnologias digitais demandam através de novas formas de criar/ler e interagir com o texto. O experimento foi desencadeado em quarenta e duas escolas municipais de Canoas e dez escolas privadas da Universidade Luterana do Brasil, desafiando os professores e alunos a desenvolver uma nova metodologia de leitura literária através da produção de book trailers. A concepção desta

proposta metodológica, inédita no meio educacional, tem a coordenação da pesquisadora Angela da Rocha Rolla, com o apoio pedagógico da Secretaria Municipal de Educação de Canoas (através da equipe de Letramento, coordenada por Eunice Lanes Berté), do Curso de Letras Ulbra (coordenação de Dóris Gedrat), da Direção da Rede de Escolas Ulbra (Nurfis Vargas) e o apoio técnico da equipe do Núcleo Produção Audiovisual da Ulbra (Daniel Petry, Leonardo Lothamer e Klaus Franz) e do Curso de Especialização Ead Língua, Literatura e Novas Mídias.

Seja com atores em cena, desenhos, animação com bonecos de massinha, ilustrações da obra, personagens e cenários criados a partir de objetos ou inúmeras outras modalidades de interpretação de uma obra literária, o *book trailer* mostrou-se um divertido processo criativo que pode ser transformado em um exercício de leitura multimídia. Independente do que o mercado editorial produza, as novas gerações têm uma conexão direta com as novas mídias e podem ser apresentadas a um modo inusitado de pensar sobre os livros que leem, de uma maneira nova e muito visual. As mídias que os atraem estiveram presentes – celular, ipad, câmera digital, iphone, redes sociais – mas foram indispensáveis também leitura, debate, interpretação, síntese, escrita de roteiros, enfim, elementos que possibilitaram a criação e que estão presentes no “sonho de consumo” de qualquer profissional de Letras quando pensa em uma docência responsável. Este novo gênero constitui-se como uma metodologia que desafia o olhar, pensar, fazer, compartilhar e aprender. Todas essas competências bastante familiares aos docentes e discentes não foram abandonadas, muito pelo contrário, são cada vez mais importantes em um mundo hiperconectado que depende de trabalho em equipes e em redes.

O projeto foi desenvolvido durante cinco meses, de março a agosto de 2014, através de encontros de assessoramento, oficina de produção de vídeo, experiências compartilhadas entre as escolas e elaboração de vídeos pelas equipes inscritas, finalizando com apresentação e avaliação tendo como jurados os próprios alunos das escolas do Programa. Além do protagonismo, o resultado imediato foi a produção de oito *book trailers* por equipes de alunos e professores. O que parecia impensável como mediação de leitura e possibilidade pedagógica, há uma década atrás, hoje se mostra uma

ferramenta poderosa na formação de leitores/autores. Entre as equipes que produziram

I Cf. HOLLANDA, Chico Buarque de. I love Cuba. Pasquim, n.666, 1/4/1982, p.9.

II Trabalho apresentado por Rogério Martins de Souza (UNIFOA) Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ e Débora Alves da Costa (UNIFOA) no IV Encontro Nacional da Ulepicc, no Rio de Janeiro, em 2012.

III *Web site* <http://www.novelpublicity.com>

IV *Book Trailer* produzido pela Editora Biruta a partir da obra *A bailarina fantasma*, de Socorro Acioli. Acesso em <http://www.editorabiruta.com.br/livro/a-bailarina-fantasma/>

V *Book Trailer* produzido por Laura Linn (Editora Biruta) a partir da obra *Eu e o silêncio de meu pai*, de Caio Riter. Acesso em www.youtube.com/watch?v=2wuf5cVuGRU

VI *Book Trailer* produzido pela Editora Biruta, da obra de Dilmar Messias. Acesso em https://www.youtube.com/watch?v=YVsQF2_YMAA

VII Trabalho de animação executado por um grupo do 2º Ano A da Etec Carmine Biagio Tundisi de Atibaia/SP. Acesso no You Tube: <http://www.youtube.com/watch?v=-2lzqLQmEIU>

VII Adaptação da obra original de José Saramago, *A maior flor do mundo* Video apresentado por Continental Animacion, com a colaboração de Junta de Galícia, Ministério da Cultura e Conselho de Ferrol. A Curta Metragem foi nomeada em 2008 para o prémio Melhor Curta-metragem de Animação nos Goya, e teve um grande êxito nos festivais como Prémios Mestre Mateo, Tokyo Global Environmental Film Festival, Anchorage International Film Festival de Alaska e no Festival Internacional de Cine Ecológico e Natureza de Canarias.

IX Web Site da editora Projeto: <http://www.editoraprojeto.com.br/>

X A Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), sediada na cidade de Canoas, RS, através do Programa de Leitura Fome de Ler realizou, em 2014, o **Festival Book Trailer**, nas categorias **Mirim, Junior e Juvenil**, com vídeos produzidos por um aluno ou uma equipe orientado(a) por um professor. Concorreram vídeos do gênero “book trailers” produzidos por alunos das escolas participantes do Programa Fome de Ler a partir da leitura de obras do

autor do respectivo programa em sua escola.

XI Os vídeos produzidos por alunos para o Festival Book Trailer podem ser visualizados no site do Programa (www.ulbra.br/fome-de-ler)

Referências

ANTONIO, Jorge Luis. Meio impresso, meio digital, tecno-arte-poesia. In: KIRCHOF, Edgar Roberto (org) *Novos horizontes para a teoria da literatura e vídeos*, tivemos também alunos da EMEF Bilíngue para Surdos Vitória e do CEIA – Centro de Capacitação em Educação Inclusiva e Acessibilidade, ambos da rede municipal de Canoas. Uma aposta metodológica, sua viabilidade e sucesso entre os jovens internautas a partir do Festival Book Trailer, um concurso/prêmios à produção de *book trailers* originados das obras de autores do Programa de Leitura Fome de Lerxi.

A proposta de inserção do *book trailer* como ferramenta pedagógica mostra-se desafiadora e com potencial para um novo caminho na formação de leitores/autores de mídia impressa e/ou digital. *das mídias: Concretismo, ciberliteratura e intermedialidade*. Canoas: Universidade Luterana do Brasil (Ulbra), 2012. p. 47 – 69

ARANHA, Glaucio; SHOLL-FRANCO, Alfred. Evolução e adaptação nos sistemas da escritura: narrativa transmídia e cognição. In: KIRCHOF, Edgar Roberto (org) *Novos horizontes para a teoria da literatura e das mídias: Concretismo, ciberliteratura e intermedialidade*. Canoas: Universidade Luterana do Brasil (Ulbra), 2012. p. 105 – 118

BAMBERGER, Richard. *Como incentivar o ato de leitura*. São Paulo: Cultrix, 1977.

JENKINS, Henry. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York; London: New York University Press, 2006.

KIRCHOF, Edgar Roberto (org). Apresentação. In: _____ *Novos horizontes para a teoria da literatura e das mídias: Concretismo, ciberliteratura e intermedialidade*. Canoas: Universidade Luterana do Brasil (Ulbra), 2006. p. 7 – 14.

PEREIRA, João Thomaz. Educação e sociedade da informação. In: COSCARELLI, Carla Viana; RIBEIRO, Ana Elisa (org) *Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. 3 ed. Belo Horizonte: Ceale / Autêntica, 2011. p. 13 – 24

SOUZA, Rogério Martins de; COSTA, Débora Alves da. Livros em cartaz: o book trailer e as novas formas de divulgação literária em tempos digitais. Disponível em http://ulepiccbrasil4.com.br/anais/pdf/gt3/SOUZA,_COSTA_livros_em_cartaz_o_book_trailer_e_as_novas_formas_de_divulgacao_literaria_me_tempos_digitais.pdf> Acesso em 12 set. 2014.