



**Fundação Escola de
Sociologia e Política
de São Paulo**
DESDE 1933

Escola de Sociologia e Política de São Paulo
Biblioteconomia e Ciência da Informação

Ana Clara Velozo Duete

Influenciadores do Tiktok e a promoção da leitura literária

São Paulo
2024

Ana Clara Velozo Duete

Influenciadores do Tiktok e a promoção da leitura literária

Monografia apresentada à Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação, sob orientação do professor Ms. Wanderson Scapechi.

São Paulo

2024

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional, digital ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo-na-Publicação – Biblioteca FESPSP

028.9

D853i

Duete, Ana Clara Velozo.

Influenciadores do Tiktok e a promoção da leitura literária / Ana Clara Velozo Duete. – 2024.

100 p.; 30 cm.

Orientador: Prof. Me. Wanderson Scapechi.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

Bibliografia: p. 94-104.

1. TikTok. 2. Mediação da Leitura. 3. Influenciadores. 4. Promoção da leitura literária. I. Scapechi, Wanderson. II. Título.

CDD 23: Interesses e hábitos de leitura: 028.9

Bibliotecário: Ederson Ferreira Crispim CRB-8/9724

Ana Clara Velozo Duete

Influenciadores do Tiktok e a promoção da leitura literária

Monografia apresentada à Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharelem Biblioteconomia e Ciência da Informação, sob a orientação sob orientação do professor Ms. Wanderson Scapechi.

Data da aprovação: ___/___/_____

Banca examinadora ou pareceristas:

Nome, titulação e assinatura dos componentes da banca examinadora ou pareceristas e instituições a que pertencem.

DEDICATÓRIA

A minha mãe, Francisca Maria Velozo, que me ensinou a ser tudo que sou e me guia no caminho da vida.

Ao meu irmão, João Victor Velozo, que se tornou meu companheiro nessa jornada e me incentivou ao longo dos meus 25 anos.

Aos meus amigos, Thayná Amaral e Gabriel Garcia, que tornaram mais leve e divertido os meus anos na faculdade, vocês fizeram toda a diferença.

A todos o meu muito obrigada!

AGRADECIMENTOS

A conclusão deste trabalho só foi possível graças à contribuição e ao apoio de diversas pessoas e instituições, às quais expresso minha profunda gratidão.

Agradeço, primeiramente, à banca examinadora, o professor Dr. José Mário de Oliveira Mendes e professor Ms. Derick Casagrande Santiago pelo tempo dedicado à leitura e análise deste trabalho e pelas valiosas contribuições, críticas e sugestões que enriqueceram esta pesquisa.

Ao meu orientador, professor Ms. Wanderson Scapechi, sou imensamente grata pela orientação, paciência, e incentivo ao longo de todo o processo. Suas orientações foram fundamentais para que eu pudesse transformar minhas ideias em um trabalho consistente e relevante.

A professora Dr. Angela Halen Claro Franco, por ter contribuído de forma significativa com orientações e sugestões importantes desde o início.

Aos professores da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, pela formação sólida e pelas reflexões inspiradoras durante o curso, que contribuíram para meu crescimento acadêmico e pessoal.

Também agradeço à Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, por proporcionar um ambiente de aprendizado, pesquisa e desenvolvimento, essencial para a realização deste trabalho.

Às entrevistadas, que gentilmente aceitaram participar desta pesquisa e compartilharam suas experiências e práticas, dedico um agradecimento especial. Suas contribuições foram fundamentais para o enriquecimento deste trabalho e o entendimento sobre o tema.

Por fim, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, me apoiaram nesta jornada acadêmica. Este trabalho é resultado de um esforço conjunto, e sou grata por cada pessoa que fez parte dessa história.

RESUMO

Este estudo investiga como os influenciadores da comunidade BookTok, no TikTok, promovem a leitura literária entre seus seguidores, com foco nas estratégias e formatos que utilizam para engajar o público. Através de entrevistas e análise de conteúdo, a pesquisa explora a mediação da leitura realizada pelos criadores de conteúdo, abordando fatores como a variedade de gêneros literários, a acessibilidade das obras e o fortalecimento de comunidades de leitores. Além disso, analisa os desafios e oportunidades que surgem na promoção da leitura em plataformas digitais, destacando o impacto dessas ações na promoção literária entre os usuários do TikTok.

Palavras-chave: TikTok; Influenciadores; Mediação da leitura; Promoção da leitura; Leitura literária; Comunidades de leitores

ABSTRACT

This study investigates how influencers from the BookTok community on TikTok promote literary reading among their followers, focusing on the strategies and formats they use to engage audiences. Through interviews and content analysis, the research explores reading mediation conducted by content creators, addressing factors such as the variety of literary genres, accessibility of works, and the strengthening of reader communities. Additionally, it analyzes the challenges and opportunities that arise in promoting reading on digital platforms, highlighting the impact of these initiatives in fostering literary promotion among TikTok users.

Keywords: TikTok; Influencers; Reading mediation; Reading promotion; Literary reading; Reader communities

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Perfil do TikTok Malu Marques	31
Figura 2 – Perfil do TikTok Bruna Martioli	34
Figura 3 – Perfil do TikTok Beatriz Ferreira	36
Figura 4 – Perfil do TikTok Beatriz Sobreira	38

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVO GERAL	13
2.1 Objetivos específicos	13
3 METODOLOGIA	13
4 A plataforma de mídia social TikTok e suas comunidades como o BookTok	16
4.1 O TikTok como mediador da leitura entre a comunidade BookTok e a promoção da leitura, literatura e cultura	18
5 Leitura e literatura na era digital	20
5.1 Mediação da leitura e novas práticas na era digital	25
6 As influenciadoras na comunidade do BookTok: análise e discussão dos dados	28
6.1 Apresentação das influenciadoras	30
6.1.1 Malu Marques	30
6.1.2 Bruna Martioli	32
6.1.3 Beatriz Ferreira	34
6.1.4 Beatriz Sobreira	37
6.2 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: as estratégias adotadas pelas influenciadoras	39
6.3 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: as abordagens adotadas pelas influenciadoras	53
6.4. A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: os formatos adotados pelas influenciadoras	62
6.5. A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: os desafios e as oportunidades	73
7 CONSIDERAÇÕES	91
REFERÊNCIAS	94
Anexo - A	105

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais são plataformas virtuais que conectam indivíduos, permitindo a interação e compartilhamento de conteúdo em tempo real. Estas plataformas proporcionam um espaço digital onde usuários podem criar perfis pessoais, estabelecer conexões com outras pessoas e publicar uma variedade de materiais, como textos, imagens, vídeos e links. O principal objetivo das redes sociais é ser um facilitador na comunicação e na construção de comunidades online, permitindo que as pessoas expressem suas ideias, opiniões e experiências. Elas desempenham um papel importante na disseminação de informações, notícias e tendências, tornando-se uma ferramenta determinante para a comunicação global. Nesse sentido, as redes sociais

[...]s referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social. (Tomaél; Marteleto, 2006, p.75).

Raquel Recuero diz o seguinte: “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. (Recuero, 2009, p. 24). Igualmente, a autora relata os padrões de conexões que se expressam no ciberespaço, e diz que:

Estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais”. (Recuero, 2009, p. 22).

Pierre Lévy, estudioso que disserta sobre as novas tecnologias comunicacionais - em especial aquelas do domínio da internet -, detalha o processo das relações sociais que ocorrem no âmbito da web, com conceitos que se referem a ciberespaço, cibercultura e inteligência coletiva, demonstrando as diversas formas de sociabilidade existentes no universo digital. Assim,

o ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (Lévy, 1999, p. 17).

A cibercultura consiste em um “conjunto de comportamentos, costumes e crenças influenciadas pelo uso ou decorrentes do uso da internet” (Cunha; Calvacanti, 2008, p. 80). Ela se caracteriza por apresentar novas formas de comunicação, interação e expressão cultural, é uma nova cultura formada pela integração de várias culturas e mediada por dispositivos tecnológicos, que possibilita o contato e interação entre indivíduos de distintos ambientes a partir de conexões estabelecidas no ciberespaço.

Nesse sentido, Pierre Lévy (1999) complementa a compreensão desse ambiente ao comparar a navegação na web a uma jornada em um território vasto e em constante expansão. Para ele, "o melhor guia para a web é a própria web", mas essa exploração demanda paciência e disposição para se perder entre links e filtros.

Mas assim que penetramos no universo da web, descobrimos que ele constitui não apenas um imenso “território” em expansão acelerada, mas que também oferece inúmeros “mapas”, filtros, seleções para ajudar o navegante a orientar-se. O melhor guia para a web é a própria web. Ainda que seja preciso ter a paciência de explorá-la. Ainda que seja preciso arriscar-se a ficar perdido, aceitar “a perda de tempo” para familiarizar-se com esta terra estranha. Talvez seja preciso ceder por um instante a seu aspecto lúdico para descobrir, no desvio de um link, os sites que mais se aproximam de nossos interesses profissionais ou de nossas paixões e que poderão, portanto, alimentar da melhor maneira possível nossa jornada pessoal. (Lévy, 1999, p. 94).

É importante ressaltar que há uma diferença entre a mídia digital e a rede social, conforme diz Nascimento (2011) O autor contextualiza a diferença entre elas quando descreve que “tal termo é muitas vezes confundido com o termo *redes sociais*, entretanto, eles não têm o mesmo significado. **Rede social é uma categoria das mídias sociais**”. (Nascimento, 2011, p. 4, grifo nosso). As mídias digitais têm como papel permitir a construção colaborativa de

conteúdos, compartilhamentos de informações e interações sociais, correspondendo a sites na internet que contêm diferentes formatos.

Essa rede social de vídeos rapidamente conquistou popularidade como uma plataforma de entretenimento. Com o tempo, o BookTok consolidou seu espaço na comunidade literária, buscando influenciar o consumo de livros e estimular a promoção da leitura por meio de conteúdos interativos e criativos.

O TikTok ganhou destaque no ambiente digital como um espaço de criatividade e entretenimento que tem o livro como uma das principais ferramentas para a construção de conteúdo. Este fato pode ser percebido pelos sucessos do TikTok, com livros que ganharam popularidade por serem divulgados pela comunidade do BookTok, gerando um alto consumo de compras e hábitos de leitura, literatura e cultura, entre essa comunidade. Essa tendência tem reformulado o mercado editorial, e inserido a leitura em um novo formato de disseminação simbólica.

Deste modo, a exploração da mídia digital com foco na rede social do TikTok, destacando como esses influenciadores promovem a leitura na comunidade do BookTok, é uma fonte importante para esta pesquisa e para demais pesquisadoras(es) que investigam a temática.

O fenômeno dos influenciadores digitais tem se destacado como uma poderosa ferramenta de comunicação, moldando atitudes, comportamentos e preferências dos usuários das redes sociais. Entre essas plataformas, o TikTok emergiu como um ambiente dinâmico, onde criadores de conteúdo têm o poder de impactar uma audiência significativa. Assim, é crucial questionar como essa influência se manifesta no âmbito da promoção da leitura e literatura.

A pergunta de pesquisa que norteia este estudo é: como os influenciadores do TikTok estão promovendo a leitura e literatura entre os seus seguidores?

A leitura é uma prática essencial para o desenvolvimento intelectual e cultural, mas em um mundo cada vez mais digital, a atenção do público está dispersa entre diversas formas de entretenimento. Surge, então, a indagação sobre o papel dos influenciadores do TikTok na disseminação e fomento da promoção de leitura. É possível que esses criadores de conteúdo empreguem diversas estratégias para envolver seu público com livros e material literário, e

assim, participando para a formação de mediação da leitura em um contexto predominantemente visual e instantâneo.

Além disso, é relevante citar a variedade de conteúdos literários promovidos pelos influenciadores do TikTok. Essa suposta seletividade pode impactar na formação do gosto literário do público, possivelmente influenciando suas escolhas de leitura.

A escolha desse tema de pesquisa, também se justifica pela necessidade de compreender o papel desses influenciadores, na promoção da leitura, considerando a relevância social e cultural dessa prática. A era digital trouxe consigo mudanças significativas na forma como as pessoas consomem informação, entretenimento e cultura, e os influenciadores digitais são agentes chave nesse processo.

A análise da influência desses criadores de conteúdo na promoção de leitura é crucial para a compreensão das dinâmicas contemporâneas de formação de hábitos culturais. A pesquisa pode contribuir também para a formulação de estratégias mais eficiente de engajamento do público com a leitura, aproveitando o alcance e as potencialidades das plataformas digitais.

Ao compreender as práticas e estratégias utilizadas pelos influenciadores do TikTok para promover a leitura, será possível identificar oportunidades e desafios na construção de uma cultura de leitura mais ampla e diversificada. A pesquisa proposta busca, portanto, preencher uma lacuna no entendimento do papel dos influenciadores digitais na promoção de hábitos de leitura, fornecendo insights valiosos para profissionais da área de Biblioteconomia e Ciência da informação e pesquisadores interessados no impacto das redes sociais na formação cultural contemporânea.

Como podemos destacar nessa informação o autor Wang (2020, p. 23), percebe-se a necessidade de estudos da área da ciência da informação que possa esclarecer as relações entre a criação de conteúdo, as influências em comportamento e as relações dos consumidores, cooperando para o entendimento da área sobre a mediação e circulação de informações do contexto dessa rede social.

[...] observa-se que o universo de possibilidades apresentado pelo TikTok pode vir a desencadear um cenário de

potencialidades de tendências de mercado, capaz de ditar comportamentos e influenciar relações entre o consumidor e o ambiente digital. (Wang, 2020, p. 23).

Dessa forma, a análise dos procedimentos do TikTok e de plataformas similares torna-se essencial para compreender as interações entre a criação de conteúdo, o comportamento dos leitores e a mediação da leitura, especialmente no contexto da promoção da leitura. De acordo com Wang (2020), essas plataformas têm um potencial transformador que pode não apenas inovar a forma como o público se engaja com livros e leitura, mas também redefinir o papel dos profissionais da informação, bibliotecários e dos BookTokers — que promovem livros e leituras na comunidade do BookTok no TikTok.

2 OBJETIVO GERAL

Analisar as estratégias adotadas pelos influenciadores da comunidade do BookTok no TikTok para promover a leitura e literatura entre os seguidores.

2.1 Objetivos específicos

- a) Investigar como os influenciadores do TikTok estão abordando a promoção da leitura e literatura em seus vídeos.
- b) Analisar a variedade de estratégias e formatos utilizados pelos influenciadores para promover a leitura.
- c) Identificar desafios e oportunidades na promoção da leitura e literatura por meio de plataformas de mídia social, como o TikTok.

3 METODOLOGIA

A pesquisa bibliográfica constituiu a primeira etapa do estudo. O objetivo desta primeira parte foi realizar uma revisão sistemática da literatura relacionada ao tema, buscando compreender as teorias, conceitos e terminologias usadas nas discussões da temática. Esse processo permitiu a contextualização do problema de pesquisa, identificando lacunas no

conhecimento existente e fornecendo uma base teórica para a continuidade da investigação.

A segunda fase do trabalho envolveu a pesquisa de campo, contando com a coleta de dados diretamente do público-alvo, por meio da observação direta extensiva. Esse método permitirá explorar as percepções, experiências e opiniões dos participantes, enriquecendo a compreensão do fenômeno em estudo. Sobre a observação direta extensiva, ela

[..] baseia-se na aplicação de formulários e questionários; medidas de opinião e de atitudes; testes; pesquisas de mercado; história de vida etc. Essas técnicas são empregadas, principalmente, na coleta de dados das pesquisas de campo (Andrade, 2010, p. 124).

A autora Maria Margarida de Andrade (2010) descreve o método da observação direta extensiva, e como são realizadas as entrevistas quando há coleta de dados do tema estudado.

O principal objetivo da utilização desse método é a coleta de dados por meio de observação direta extensiva, onde a rede será monitorada e analisada para obter informações do público-alvo. Serão realizadas entrevistas com influenciadores da comunidade do BookTok, uma rede de leitores e criadores de conteúdo que compartilham recomendações literárias, resenhas e discussões sobre livros. Esses criadores utilizam hashtags como #BookTok para engajar e alcançar seu público, impactando diretamente o mercado editorial.

Essa metodologia busca uma perspectiva abrangente, integrando análise de conteúdo, dados quantitativos para uma compreensão completa da relação entre influenciadores do TikTok e a promoção da leitura.

Foi desenvolvido um termo de consentimento para a utilização dos dados obtidos, acompanhado de critérios essenciais para a seleção e exclusão de informações na pesquisa. Esses critérios estarão centrados na mediação da leitura, abrangendo temas conexos, como análises de outras comunidades, como o BookTube, e questões relacionadas à leitura literária na era digital. A pesquisa se baseou na análise de três perfis de influenciadores do TikTok, pertencentes à comunidade do BookTok, e as entrevistas foram realizadas no

segundo semestre de 2024. As entrevistas foram realizadas por meio de roteiro de entrevista do tipo estruturado.

Para a seleção dos três perfis da comunidade do BookTok, foi conduzida uma análise direta dessa comunidade, visando identificar padrões nas contas que promovem a leitura. Os critérios para a seleção desses perfis foram os seguintes:

a) engajamento na comunidade: foi considerado o envolvimento das contas na comunidade, levando em conta a regularidade das postagens. Contas com vídeos postados há mais de um mês ou mais não serão incluídas na análise.

b) conteúdo: foi avaliado se o conteúdo dos perfis está direcionado para a promoção da leitura.

c) número de seguidores: foi exigido que os perfis tivessem um número igual ou superior a 10.000 seguidores, uma vez que na plataforma TikTok determina que perfis com esse número ou mais são considerados influenciadores.

d) influenciadores: Maiores de 18 anos, uma vez que a plataforma TikTok exige que para ter uma conta na rede social a pessoa seja maior de 18 anos ou, no caso de menores de idade, passe por diversas etapas em conjunto com os pais para utilizar a rede social. Portanto, foram utilizadas apenas as contas de influenciadores maiores de 18 anos.

Esses critérios foram estabelecidos para garantir a representatividade e relevância dos perfis selecionados na pesquisa. A escolha desses parâmetros segue as diretrizes da plataforma TikTok em relação à monetização e à comunidade, que estabelecem:

- 1. Elegibilidade:** Durante a participação do criador no programa, ele será elegível apenas se atender a todos os requisitos definidos pela plataforma. Estes incluem: a) O criador deve estar legalmente domiciliado no país onde o programa está disponível e ter 18 anos ou mais, ou ser considerado civilmente capaz de acordo com as leis do seu país de residência; b) O criador deve possuir no mínimo 10.000 seguidores autênticos, conforme as diretrizes da comunidade do TikTok; c) O criador deve ter alcançado pelo menos 100.000 visualizações

autênticas de vídeos, também de acordo com as diretrizes da comunidade, nos 30 dias anteriores à inscrição no programa.

Esses procedimentos garantem a representatividade e importância dos perfis na pesquisa. A metodologia proposta busca entender a influência dos BookTokers na promoção da leitura, oferecendo uma visão detalhada sobre as práticas e percepções dos leitores e a dinâmica da comunidade. A análise qualitativa fornecerá contribuições significativas para a Biblioteconomia e a Ciência da Informação, destacando o papel dos influenciadores digitais na mediação literária. Critérios éticos e termos de consentimento assegurarão a integridade da pesquisa e sua relevância.

4 A plataforma de mídia social TikTok e suas comunidades como o BookTok

A era digital transformou radicalmente a forma como consumimos informação, entretenimento e cultura, com as mídias sociais emergindo como plataformas poderosas de influência. Entre esses espaços virtuais, o TikTok desponta como um fenômeno global. Lançado em 2016 pela empresa chinesa ByteDance, a plataforma ganhou popularidade inicialmente por vídeos curtos e dinâmicos voltados ao entretenimento, como danças, desafios e memes. Em 2018, após a fusão com o aplicativo Musical.ly, consolidou-se no mercado global, atraindo um público diverso e criando comunidades em torno de interesses variados, como moda, educação e literatura.

No entanto, à medida que a atenção do público é disputada por uma infinidade de conteúdos, surge a necessidade de compreender como essa influência digital pode ser direcionada para promover culturas importantes, como a leitura.

O TikTok destaca-se pela criação e compartilhamento de vídeos curtos e envolventes. Com uma base de usuários diversificada e ativa, a plataforma influencia não apenas a cena do entretenimento, mas também o modo como as pessoas se expressam e interagem online. No Brasil, o TikTok ganhou ainda mais destaque com o surgimento do BookTok, uma comunidade dedicada a amantes da leitura que compartilham recomendações de livros de maneira criativa. Assim, o TikTok e o BookTok juntos desempenham um papel crucial

na promoção da criatividade e na construção de comunidades online no Brasil e por diversos outros países.

Wang (2020) dialoga com as novas formas de consumir no ambiente digital, e a potencialidade de uma plataforma de conteúdo, como o TikTok, e como isso influencia diretamente nas relações e na tomada de decisão para os usuários;

[...] observa-se que o universo de possibilidades apresentado pelo TikTok pode vir a desencadear um cenário de potencialidades de tendências de mercado, capaz de ditar comportamentos e influenciar relações entre o consumidor e o ambiente digital. (Wang, 2020, p. 23).

A comunidade Booktok é um recurso que pode ser utilizado para apoiar a promoção de livros junto a esse grupo demográfico. Por meio das hashtags populares, constrói-se uma comunidade em que autores e livros promovidos formam um grupo pequeno e seletivo. Os jovens usam o Booktok para fornecer recomendações, explorar a experiência do leitor, gerar comunidade e identidade entre os leitores, discutir personagens e lugares fictícios, desenvolver e promover a escrita e discutir a gestão pessoal da biblioteca.

O TikTok permite uma comunicação mais objetiva e mais vida real, priorizando o conteúdo do livro em poucos segundos, o que acaba passando uma credibilidade ainda maior para aquilo que está sendo dito. Especialmente com a geração Z. (Quirino, 2022, online).

Hashtags no TikTok são usadas para construir uma comunidade e atrair seguidores. A busca por vídeos pode ser realizada utilizando #booktok como termo de busca, para acessar os conteúdos postados na rede pelos influenciadores dessa comunidade e ser de fácil acesso aos que consomem conteúdo do BookTok. Com a hashtag, há maior probabilidade para que vídeos como esse apareçam na For You Page (FYP), sendo um fluxo interminável de vídeos adaptados de acordo com o algoritmo, personalizado para cada usuário.

Com isso, a plataforma, por meio da comunidade do BookTok, se estabelece como uma aliada na promoção da leitura e da literatura, atuando como mediadora entre leitores e autores. Dessa forma, torna-se uma influente

agente na formação de novos leitores, além de fomentar uma comunidade engajada em torno dos livros em destaque nas discussões da comunidade.

4.1 O Tiktok como mediador da leitura entre a comunidade BookTok e a promoção da leitura, literatura e cultura

O Jeffman afirma que as comunidades ligadas à leitura existem desde o início da internet (Jeffman, 2017). Nesses espaços, percebe-se a atuação de duas classes de indivíduos. A primeira delas é constituída por aqueles responsáveis pela produção do conteúdo. Através de uma plataforma de publicação - organizadas, na maioria das redes sociais, sob a forma de um perfil ou canal -, esses usuários compartilham e fomentam o diálogo com os que integram o segundo grupo. Esses, por sua vez, consomem o conteúdo produzido pelos primeiros, tomando parte na comunidade por meio do engajamento. Isso se dá através de interações como curtidas, comentários, compartilhamentos, inscrições, salvamentos, entre outras. Produtores de conteúdo podem ser consumidores de outros produtores, como já é de costume. Todavia, a maior parte dos usuários ocupa apenas o lugar de espectador, não se envolvendo na criação e divulgação de conteúdo autoral.

Em um mundo onde a produção para a internet acontece de forma acelerada, os criadores de conteúdo literário são responsáveis por oferecer uma curadoria alinhada aos gostos do seu público, dessa forma, reduzindo o esforço da busca e o desgaste de se iniciar uma leitura para então perceber que ela não é de real interesse para o leitor (Franzão, 2022).

Pierre Lévy enfatiza que “um modelo digital não é lido ou interpretado como um texto clássico, ele geralmente é explorado de forma interativa” (Lévy, 1993 p.121). No cenário atual, duas comunidades online se destacam no compartilhamento de conteúdo literário como os BookTokers e o BookTubers.

Os BookTokers são criadores de conteúdo que utilizam a plataforma TikTok para difundir sua paixão por livros e literatura. Em vídeos curtos, eles oferecem resenhas, recomendações, listas de favoritos, desafios literários e discussões sobre temas literários relevantes. Seu foco está na interação rápida e dinâmica com os seguidores, utilizando uma linguagem moderna e criativa para engajar o público.

Com as mesmas intenções do BookTok, mas com algumas diferenças, há o BookTube, que é uma comunidade no YouTube composta por criadores de conteúdo que compartilham sua paixão pela leitura em vídeos mais longos e detalhados. Os vídeos do BookTube incluem resenhas completas, discussões aprofundadas sobre obras literárias, recomendações de leitura, desafios literários e vlogs de eventos literários. Esses vídeos tendem a ter uma estrutura mais definida, com início, meio e fim claramente delineados, oferecendo uma experiência de visualização mais imersiva e contemplativa.

Ao longo dos anos, os vídeos relacionados à literatura em circulação na internet sofreram mudanças tanto relativas ao perfil de quem os produz como às características referentes ao seu formato, duração, conteúdo etc.

Antes do TikTok, amantes de livros estavam falando sobre eles no Instagram e no YouTube, mas isso não tinha o impacto de transformar as obras em best-sellers instantâneos. O algoritmo do TikTok contribuiu para viralizar determinado vídeo de forma imediata, sem que o criador de conteúdo precise de grandes produções, como cenário e edição.

Além de todo o diferencial, os BookTokers buscam para a comunidade a inclusão de autores nacionais e livros com gêneros diversos, enfatizando a importância da representatividade no meio literário e trazendo um caminho de pertencimento a essa comunidade.

Desse modo, a comunidade atua como uma incentivadora do progresso no mundo literário e na sociedade, ao cobrar a inclusão e o desenvolvimento de personagens diversos e representativos, de forma respeitosa, justa e verossímil (Lansom, 2022, online).

Após a criação da comunidade, o mundo editorial vem ganhando mais visibilidade, a demanda por literatura e cultura vem ganhando espaço com a partir da maneira com que os influenciadores promovem a leitura. A jornalista Thaís Matos (2021), contextualiza na matéria a evolução do mercado na busca por livros inclusivos;

No primeiro semestre de 2021, o número de vendas de livros infantojuvenis cresceu 42% em relação ao ano anterior, segundo pesquisa realizada pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros e a empresa Nielsen.

Entre os títulos que se destacavam, diversos foram os que também figuravam em posição de evidência no BookTok. Observou-se a frequência com que algumas questões se repetiam neles: em sua maior parte, as obras abordavam temas ligados à causa LGBTQIAP+ e tocavam em discussões acerca de temáticas como representatividade étnica, empoderamento feminino, questões de gênero, entre outras (G1, 2021).

O acesso da literatura contemporânea se dá, predominantemente, por meio da disseminação da informação através desses canais que propõem e fomentam o hábito da leitura. O BookTok consegue de forma inovadora transformar autores em grandes sucessos. Segundo a revista Forbes, o romance “É Assim que Acaba”, de Colleen Hoover, foi o sexto livro mais vendido em 2021 nos EUA – com mais de 770 mil cópias no ano passado – apesar de ter sido publicado originalmente em 2016. McLean acredita que a obra está lá “quase exclusivamente por causa do BookTok”, onde foi um dos favoritos do público. (Forbes, 2022).

5 Leitura e literatura na era digital

Para discutir o livro, é essencial resgatar sua origem, que difere do formato que conhecemos hoje. Inicialmente, o livro se manifestou de diferentes formas ao longo do tempo. As suas primeiras formas eram feitas de tabuinhas de cerâmica a rolos de papiros e seu formato moderno definiu-se na Europa medieval, principalmente nas bibliotecas dos conventos, primeiro com os pergaminhos costurados e pintados como iluminuras, e depois como papeis encadernados. Posteriormente, surgiram os livros encadernados em papel. Com a invenção da prensa de Gutenberg, o papel impresso tomou forma semelhantes aos códices medievais. O tipo itálico foi utilizado pela primeira vez por Aldo Manúcio Imprensa Aldina em 1501, um dos primeiros designs tipográficos em Veneza, inovou ao integrar novas formas de escrita, como o itálico, uma letra da qual é ligeiramente inclinada para a direita tornando-se uma nova fonte na produção da escrita para chamar a atenção do leitor. Essa evolução marcou uma revolução na arte de produzir e editar textos.

Há algum tempo, testemunhamos o surgimento de novas práticas de leitura no ambiente digital, conhecimentos e avanços tecnológicos que demonstram essa nova era digital, com termo como Web, internet, hipertexto e ciberespaço. Apesar disso, ao pesquisarmos a história da leitura, percebemos a interconexão incessante entre passado, presente e futuro. À medida que o ser humano, a se apropriar dos mecanismos da leitura em busca de sentido para a sua existência, ele cria costumes. Essa mescla de épocas e tradições pode aprimorar a promoção da leitura, tanto no que diz respeito a aquisição de conhecimento, quanto ao contato físico com texto, como é o caso dos livros.

Chartier (2002, p.8) disserta sobre o processo da leitura e da escrita quando diz: “as novas técnicas não apagam nem brutal nem totalmente os antigos usos, e que a era do texto eletrônico será ainda, e certamente por muito tempo, uma era do manuscrito e do impresso.”

Considerando a história da leitura, com base nas ideias de Chartier, interessante se nota que essas mudanças não acontecem de forma abrupta e definitiva, desconsiderando o passado. Em vez disso, as inovações na leitura, se referem as formas já existem de produção da escrita como tabuinhas de cerâmica, os rolos de papiros e, até mesmo, a criação da fonte itálico por Aldo Manúcio. Essas transformações se relacionam com as práticas anteriores, demonstrando uma continuidade e evolução.

Greggio, disserta sobre as inovações na leitura:

Ao ler em um livro ou em uma tela de computador, o leitor de hoje ainda mantém uma certa postura do leitor da Antiguidade que lia um volumem, um rolo. Ambos fazem uma leitura vertical e ambos são dotados de referências presentes no codex como paginação, índice, tabelas, etc. A diferença está no fato de que o leitor, principalmente aquele que usa o computador, pode ler, consultar, estudar qualquer texto não importa qual seja sua forma ou localização espacial original. O leitor de hoje pode também ser considerado um autor da escrita ou um co-autor, porque pode, se quiser, transformar os textos que lê constituindo novos fragmentos, fazendo recortes do que lê, anotando as idéias principais, deslocando ou recompondo os textos em múltiplas operações. (Greggio, p. 23, 2006).

A era digital, no século XX, foi a primeira vez que tivemos na história da leitura as revoluções nos três níveis, defendida por Chartier;

pela primeira vez, estes três níveis: o nível da técnica, o nível da forma de suporte, e o nível da prática da leitura se transformam ao mesmo tempo. Quer dizer que a textualidade eletrônica é, evidentemente, uma revolução tecnológica, que transforma totalmente a forma de inscrição da cultura escrita, substituindo pela tela do computador todos os objetos e a cultura impressa: o livro, o jornal, a revista, etc. E isso implica, ou permite, uma transformação da relação com o texto escrito pelo leitor. (CHARTIER, 1999, p. 97).

Chartier (1998), refere-se a leitura como uma prática criadora e produtora de sentidos, enfatizando o papel do editor na era do texto virtual. E assim, discutindo a liberdade do leitor na construção de significados em meio às interpretações propostas pelo texto. O texto, portanto, é gerado a partir dos significados atribuídos pelo autor, que interage com o seu mundo de significação. Por sua vez, o leitor reconstrói o texto, buscando atribuir novos significados com base em sua própria realidade e na relação que estabelece com o autor. Isso abre possibilidades para novas construções de sentidos.

Ferreira e Dias (2004), defendem que;

Na leitura, entendida como um encontro à distância entre leitor e autor via texto, ambos se constituem e são constituídos através desse encontro e confronto de significados gerados em interação de cada qual com seu mundo. Na interação que mantém com o autor, via texto, o leitor, ao compreendê-lo, vai modificando, ajustando e ampliando as suas concepções, as quais exercem um impacto sobre a sua percepção. O mundo transforma-se aos olhos do sujeito quando este é transformado. A sua posição frente à realidade se altera e está já não é mais vista como antes, porque a nova perspectiva assumida pelo sujeito ampliou sua compreensão da realidade. (Ferreira; Dias, 2004, p.440).

Dessa forma, os criadores de conteúdos resgatam um novo sentido para a leitura. A comunidade do BookTok tem contribuído para a digitalização, que tem transformado a maneira como consumimos e promovemos literatura, democratizando o acesso à leitura. Plataformas digitais como o TikTok permitem que os autores independentes e livros literários ganhem visibilidade alcançando um público maior, algo que talvez não seria possível através dos meios tradicionais. Isso resgata obras que, de outra forma, poderiam não encontrar espaço nas prateleiras das livrarias. Esse acesso facilita e amplia o

alcance dos autores, mas principalmente da voz a uma variedade de gêneros literários disponíveis para o público.

Além de incentivar seu público-alvo a querer ler um livro, os Booktokers também alcançam outros espaços como, resenhas e discussões sobre aquele livro específico. Isso é possível devido a troca constante que ocorre na comunidade do Booktok, que traz novos suportes de leitura como o Kindle. Esse dispositivo permite adquirir títulos tanto pela assinatura da Amazon Kindle Unlimited, quanto livros em formato de e-pub. Esse estilo de leitura, oferece novas formas de engajamento e interpretações, adaptando-se à era digital.

Prades e Leite (2011) discutem a aceleração da informação e sua relação com a interação entre autor e leitor, dialogando com os outros autores trazidos explorando temas como sentimento e pertencimento entre o autor e o leitor. Neste cenário, os Booktokers têm a capacidade de criar tendências e gerar um entusiasmo contagiante em torno de certos títulos. Eles atraem pessoas que não costumam ler, e assim, despertam o interesse de querer experimentar as aventuras empolgante descritas pelo influenciador. Seja por meio de resenhas de livros, desafios de leitura, discussões sobre obras literárias ou outras novas tendências da comunidade como as trends¹, esse fenômeno viral se espalha rapidamente na plataforma, muitas vezes na forma de recomendações temáticas e desafios literários.

Talvez justamente em contraponto a essa sociedade do instantâneo, devido à aceleração, ao excesso de informação, rapidez, agitação. É como se vivêssemos nessa velocidade, nesse nível de competição, de deslocamentos de espaço, de tempo e de uma necessidade cada vez maior de relatos, de histórias, de sonhos, de literatura, de música e de momentos de encontro e conversas. Talvez essa aceleração nas comunicações venha, de alguma forma, ajudar a ampliar as ações e os movimentos em prol da leitura literária e da transmissão da cultura. (Prades; Leite, 2011).

Portanto, podemos identificar que a aceleração da informação, conforme discutido pelos autores citados, não apenas altera a forma tradicional de interação entre autor e leitor, mas também pode ser vista como uma nova

¹ O TikTok define os trends como aqueles sucessos “que podem começar a partir de um único vídeo e se transformar em uma inspiração para toda a plataforma, se espalhando rapidamente com a ajuda de sons e hashtags, podendo ser uma dança, um formato de comédia ou uma simples frase”. (Fernandes, 2021).

prática para o fortalecimento da cultura literária. Através de plataformas como o TikTok e a sua comunidade do BookTok, novas formas de mediação da leitura estão sendo criadas, conectando pessoas expandido e alcançando narrativas literárias. Ao mesmo tempo que vivemos em uma sociedade marcada pela instantaneidade e o excesso de estímulos, a necessidade de histórias, de encontros e de diálogos parece crescer. Assim, talvez seja justamente essa aceleração que possibilita essa nova forma de pertencimento, onde a leitura, mediada por diferentes suportes e linguagens, continua a ser um espaço importante para a construção de significados e trocas culturais.

5.1 Mediação da leitura e novas práticas na era digital

A mediação da leitura é um processo essencial no mundo literário, em que tem como objetivo facilitar o encontro entre o leitor e a obra, criando uma conexão considerável entre eles. Essa prática é fundamental para compreensão, interpretação e apreciação do texto.

O programa *Prazer em Ler*, do Instituto C&A, é um exemplo marcante desse tipo de ação mediadora. Concretizado em parceria com o CENPEC, o programa reconhece a leitura como um direito fundamental e investe em formar leitores e desenvolver o gosto pela leitura através de projetos de mediação em ONGs, escolas e bibliotecas, assim como em espaços comunitários. A publicação *Prazer em Ler* destaca que a mediação não se restringe a instituições formais; ela se expande a diversos ambientes e interações cotidianas, adaptando-se às necessidades dos leitores e promovendo experiências enriquecedoras em múltiplos contextos.

Em seu fundamento, a mediação de leitura envolve diversas formas de estratégias e abordagens destinadas ao incentivo à leitura, promoção e compreensão do texto, além de estimular a reflexão crítica. Esse processo inclui uma seleção cuidadosa de materiais de leitura para que possa ser discutido e analisado após a leitura.

É importante ressaltar que a mediação de leitura não se restringe apenas ao cenário educacional ou formal, mas também se expandi para além das instituições, englobando espaços como bibliotecas, livrarias, comunidades online ou até mesmo interações corriqueiras do cotidiano dos indivíduos.

Sendo adaptável às necessidades e interesses dos leitores, proporcionando assim experiências importantes em seus diversos contextos e formatos de leitura.

Bortolin (2010) descreve que a mediação de leitura é apresentada a partir do texto literário. Bortolin entende que, mediação de leitura literária como a interferência casual ou planejada visando levar o leitor a ler literatura em diferentes suportes e linguagens. Ao relacionar o leitor e a obra literária a autora completa que, o mediador proporciona ao leitor um encontro consigo mesmo e com o outro, despertar sentimentos sem deixar de apresentar novas visões do meio, uma vez que, para a autora, a literatura é a “[...] possibilidade de conhecimento, percepção de sociedade em diferentes épocas, mas também como objeto de prazer e entretenimento do leitor” (Bortolin, 2010, p. 107).

Outras autoras debatem sobre a mediação da leitura e a aproximação do conceito com a mediação da informação, Sousa, Santos e Jesus (2022, p.18) para as autoras a mediação da leitura é uma

[...] ação realizada conscientemente por um profissional da educação, da informação e/ou da cultura, de maneira individual ou coletiva, que propicie uma leitura singular ou plural na ambiência dos dispositivos informacionais, sociais e culturais, na perspectiva de possibilitar a apropriação da informação. (Sousa; Santos; Jesus, 2020, p. 18).

A partir da reflexão apresentada pelas autoras, é possível inferir que, quando a leitura é mediada de forma consciente, pode favorecer a construção de encontros tanto singulares quanto plurais entre os sujeitos e os dispositivos, expandindo o alcance da apropriação da informação que pode subsidiar o protagonismo social. Nesse sentido, tanto o mediador quanto o leitor engajam-se em uma leitura reflexiva, considerando não apenas a si mesmos, mas também o outro e o contexto, com o intuito de contribuir para a ressignificação dos dispositivos culturais e sociais. Conforme destacado pelas autoras, a leitura e a mediação ocorrem em múltiplas instâncias, contendo as dimensões informacionais, sociais e culturais, onde é crucial considerar a variedade de dispositivos e novas dinâmicas de mediação envolvidas.

A partir do cenário contemporâneo, com o surgimento das tecnologias digitais e a proliferação de plataformas de leitura online, a mediação de leitura

assume um novo papel, dimensão e desafios. Portanto, surge a necessidade de compreender como as práticas de mediação de leitura evoluíram e se adaptaram as novas demandas de uma sociedade mais digitalizada, e como essas mudanças interferem na forma como os indivíduos se relacionam com os textos e com a leitura em si.

A experiência da leitura literária digital para os jovens leitores ocorre em um contexto coletivo. Não se resume apenas ao uso individual, à criação de formas de acesso e à apropriação de materiais e métodos de leitura em dispositivos digitais por parte de indivíduos isolados. Na verdade, um grupo de leitores, muitas vezes desconhecidos entre si, compartilha experiências de leitura literária digital por meio de uma rede de interação literária na Internet (Leveratto; Leontsini, 2008), estabelecendo a leitura e a obra como elementos sociais. Entendida dessa forma, como uma prática social e não individual, a leitura, independentemente do meio, requer intercâmbio entre os jovens leitores. É essa ampla rede de interação literária na Internet, juntamente com a disposição dos próprios jovens leitores, a influência da indústria cultural por meio de canais de TV e séries, jogos digitais, cinema, sites de livrarias e a mediação de colegas, que possibilita a expansão de suas práticas de leitura literária digital.

Nas redes sociais como o TikTok, com o espaço dedicados a obras literária pela comunidade do BookTok, criadores de conteúdo/escritores e sagas, incentivam os leitores da sua comunidade interagirem intensamente. Eles compartilham informações, oferecem sugestões de leitura, discutem possíveis futuras publicações, contribuem na criação coletiva de obras literárias baseadas em outras já lidas, produzem vídeos explicativos e muito mais. Nesse processo, buscam “arquivar e comentar conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação de novas e poderosas formas” (Jenkins, 2009, p. 45), estabelecendo uma comunidade de conhecimento na qual os conteúdos relacionados às práticas de leitura literárias são recebidos, concebidos e remodelados de forma colaborativa. Jenkins (2009) ressalta que:

[...] essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimento intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outros, à

medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio de produção mútua e troca recíproca de conhecimento. (Jenkins, 2009, p.57).

Fundamentada em uma variedade de estratégias e interpretações adotadas pela comunidade, a mediação da leitura abraça a tarefa de fomentar a promoção da leitura, estimulando a reflexão crítica e expandindo os horizontes literários dos leitores.

Nesses espaços digitais, a comunidade não é apenas um agregado de indivíduos, mas uma troca entre os leitores e mediadores que se movimentam no mesmo objetivo comum, o sentimento de amor pela leitura. Compartilhando recomendações, criando conteúdos colaborativos, debatendo ideias e reimaginando universos literários e, com essas atividades, impulsionam essa comunidade de conhecimento.

Portanto, a mediação da leitura ultrapassa os limites físicos e se reinventa no ciberespaço, em que o espaço entre o leitor, a obra e o mediador se tornem um único espaço que permite uma experiência literária, colaborativa e de práticas de leitura.

A seguir, no capítulo 6, será realizada a análise e discussão dos dados obtidos com as influenciadoras da comunidade do BookTok através de dados coletados nas entrevistas. Essa etapa busca compreender como elas promovem a leitura, engajam seus públicos e constroem espaços de sociabilidade literária na plataforma do TikTok, além de identificar os desafios e oportunidades presentes nesse formato da era digital e da mediação da leitura.

6. As influenciadoras na comunidade do BookTok: análise e discussão dos dados

No capítulo “*As influenciadoras na comunidade do BookTok: análise e discussão dos dados*”, serão apresentados e discutidos os resultados obtidos a partir das entrevistas realizadas com as influenciadoras do TikTok, destacando suas práticas para promover a leitura. A construção de comunidades literárias é um aspecto fundamental, onde as influenciadoras desenvolvem uma conexão próxima com o público, criando um senso de pertencimento. A interação direta

por meio de comentários, mensagens e respostas personalizadas transforma os seguidores em participantes ativos das discussões literárias. Como aborda Leveratto e Leontsini (2008), “as práticas de leitura literária digital são experienciadas pelos leitores jovens em contexto de uso coletivo”, de modo que a leitura deixa de ser uma atividade individual e se transforma em uma prática social, promovido pela sociabilidade expandida pela Internet. A mobilização de leitores, a mediação entre os influenciadores, os autores e a influência da indústria cultural fortalecem essa comunidade, permitindo que as práticas de leitura literária digital se ampliem e se fortaleçam.

As influenciadoras adotam diversas estratégias para tornar a leitura mais atraente e acessível. Práticas como vlogs de leitura, desafios literários e maratonas promovem o envolvimento dos seguidores, enquanto a mediação de leitura – onde trechos são lidos em vídeos ou lives – aproxima ainda mais o público da experiência literária. Além disso, o uso de recursos visuais, como o *aesthetic literário*², é uma ferramenta útil para transmitir a atmosfera e os temas dos livros, ajudando a conectar os leitores à narrativa por meio de imagens que dialogam com a trama.

A variedade de conteúdo é outro ponto central, evidenciando como as influenciadoras exploram diferentes gêneros e obras. Entre as recomendações destacam-se romances +18, fantasia, clássicos, ficção, romance, poesia, livros contemporâneos e etc, o que amplia as opções para os seguidores. Essa diversificação permite atender diferentes preferências e fomentar o interesse literário, desenhando o conteúdo com base no perfil da audiência e nos padrões de engajamento.

O impacto do trabalho das influenciadoras impacta diretamente na promoção da leitura de seus seguidores. As recomendações influenciam escolhas literárias e contribuem para a popularização de autores emergentes, além de incentivar leitores a experimentar novos gêneros. A internet, nesse contexto, tem desempenhado um papel fundamental como um facilitador da divulgação de escritores contemporâneos e do resgate de autores de outras

² A trend de *aesthetics literários* consiste em conjuntos de imagens relacionadas à história de um livro, fanfic, que ajudam a transmitir a essência da trama de forma visual. Essas imagens destacam elementos como características dos personagens ou cenas marcantes, oferecendo um exemplo do contexto sem revelar informações importantes sobre o livro.

épocas. Como destacado pela Mirian Gomes de Freitas (2010), “a internet tem se tornado um espaço facilitador que acaba por redimensionar a literatura em todo o mundo”. Ela não apenas amplia o acesso às obras por meio de downloads gratuitos e plataformas digitais, mas também aproxima leitores e escritores, permitindo que o público interaja diretamente com autores por meio de blogs, sites e e-mails. Assim, o BookTok exemplifica como as redes sociais têm potencializado esse movimento, demonstrando uma nova dinâmica de leitura que combina entretenimento, interação e democratização do conhecimento literário.

Contudo, a dinâmica entre criadores e seguidores é marcada pela participação e pelo fortalecimento de uma rede de apoio mútuo. A influência do algoritmo também desempenha um papel significativo, impactando na visibilidade dos vídeos, no engajamento e nas interações. Apesar dos desafios relacionados à instabilidade da entrega de conteúdo, as influenciadoras buscam se adaptar a essas mudanças para manter a consistência na promoção da leitura.

Assim, este capítulo mostra que a atuação das influenciadoras do BookTok vai além da simples recomendação de livros. Trata-se de uma prática complexa que envolve a criação de uma cultura literária interativa e acessível, onde redes sociais desempenham um papel fundamental na popularização da literatura e na formação de leitores engajados.

A seguir, no tópico 6.1, serão apresentadas as influenciadoras selecionadas para esta pesquisa. A partir de suas trajetórias e produções de conteúdo, será possível observar de forma detalhada como suas estratégias para ampliar a comunidade do BookTok, e o impacto da leitura na era digital.

6.1 As influenciadoras e seus perfis no TikTok

Neste tópico, são apresentados os perfis das influenciadoras entrevistadas durante a pesquisa, com base nas informações disponibilizadas em seus perfis no TikTok. O objetivo é entender como essas criadoras de conteúdo se destacam na comunidade BookTok, promovendo a leitura por meio de diferentes estratégias digitais. Serão abordados aspectos como

identidade digital, formatos de conteúdo, nichos literários, interações com o público e o impacto alcançado por cada influenciadora em suas redes.

6.1.1 Malu Marques

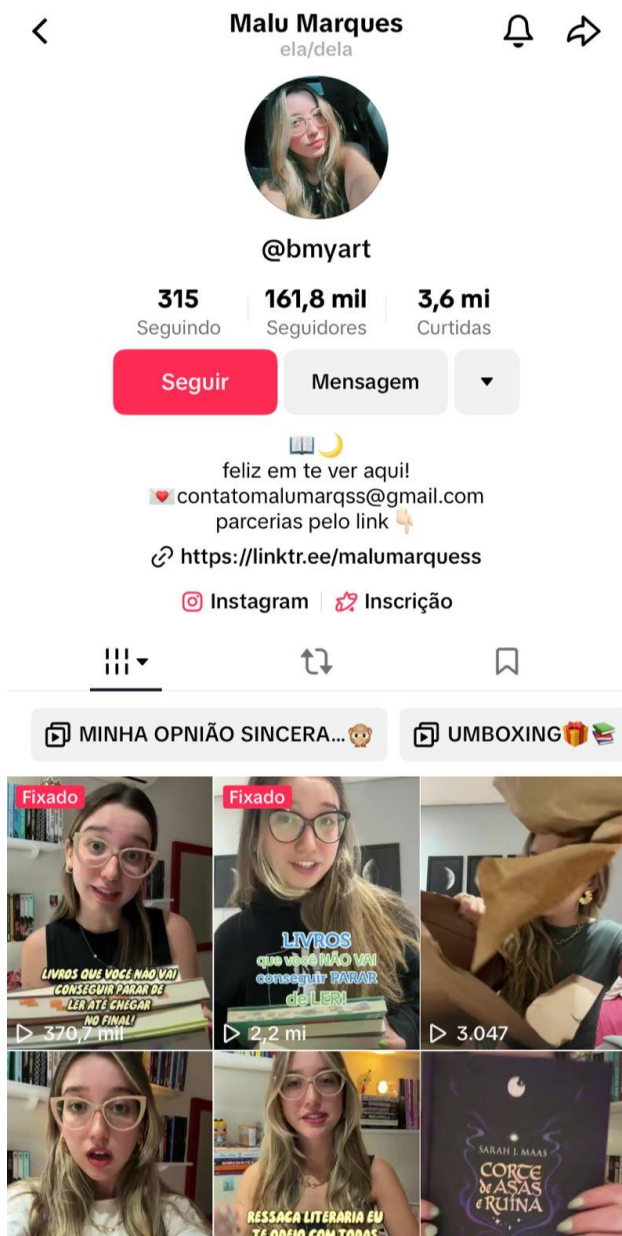
A influenciadora Malu Marques (@bmyart) é uma referência na comunidade BookTok, com 161,8 mil seguidores e 3,6 milhões de curtidas. Seu perfil cria uma conexão com um público jovem pela recomendação de livros contemporâneos, especialmente romances, fantasia e ficção, além de indicar leituras, Malu desenvolveu uma estratégia de engajamento significativa por meio de um clube de leitura.

Entre os formatos mais comuns utilizados por Malu estão:

- Listas de livros: Como “*Livros que você não vai conseguir parar de ler até chegar ao final!*”.
- Resenhas rápidas: Vídeos curtos com opiniões sinceras sobre obras recentes.
- Unboxings: Apresentação de lançamentos literários, destacando parcerias com editoras.
- Indicações de livros: Sugestões como “*Indicando 3 livros aleatórios da minha estante*”, “*Livros que com certeza eu leria de novo*” ou “*Livros para quem não gosta de ler*”, além de recomendações individuais de leituras que ela gosta ou está acompanhando.

A seguir, a imagem 1 mostra o perfil da influenciadora no TikTok, destacando sua identidade digital e informações de contato:

Figura 1 – Perfil da influenciadora Malu Marques



(Fonte: TikTok)

Malu Marques exemplifica como a construção de uma comunidade ativa e a promoção da leitura podem ser potencializadas por meio das redes sociais. Seu clube de leitura e a produção constante de conteúdo mostram o impacto positivo que o BookTok pode ter na formação de novos leitores e na criação de um espaço de discussão literária.

6.1.2 Bruna Martioli

A influenciadora Bruna Martioli (@brumartioli) se destaca na comunidade BookTok, com 256,7 mil seguidores e 7,3 milhões de curtidas. Seu

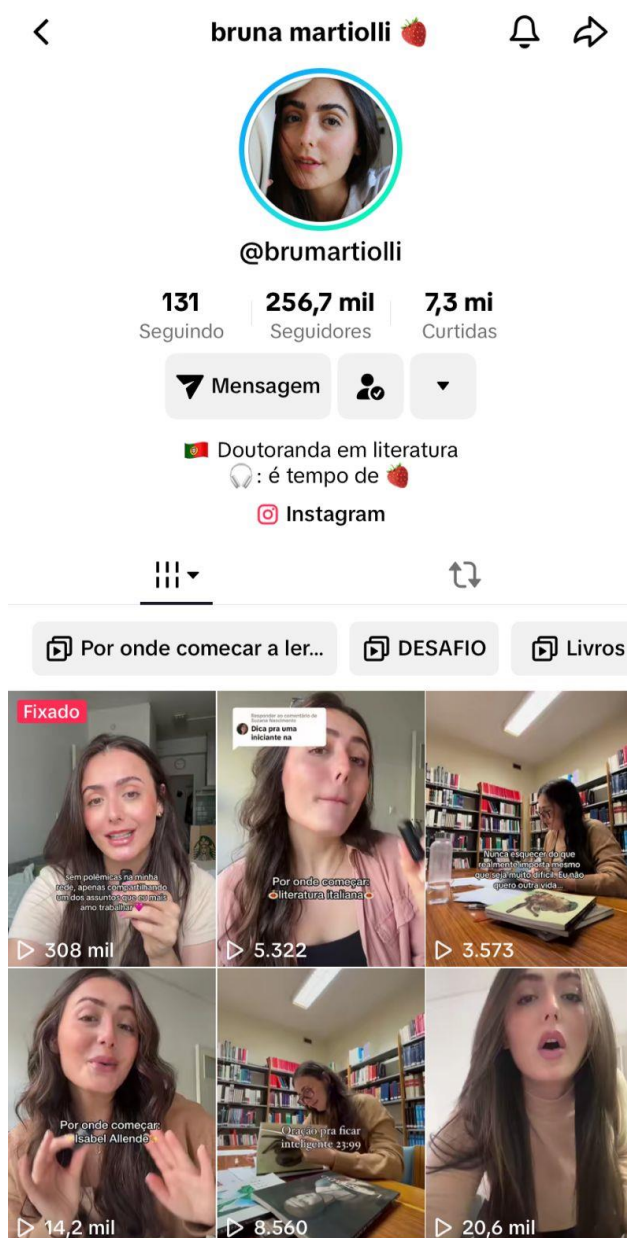
perfil chama atenção pelas recomendações de livros clássicos, estabelecendo uma conexão com o público jovem. Além de indicar leituras, Bruna desenvolveu uma estratégia de engajamento significativa ao tornar obras clássicas mais acessíveis, sugerindo abordagens diferenciadas para a leitura literária. Além de contribuir para a comunidade do BookTok, Bruna é professora e está cursando doutorado em Literatura em Portugal.

Entre os formatos mais comuns utilizados por Bruna estão:

- Por onde começar a ler...: Bruna indica autores clássicos e sugere quais livros são mais acessíveis para iniciar a leitura de cada um.
- Indicações de livros: Vídeos nos quais ela recomenda livros que está lendo ou que gosta, apresentando sugestões de forma independente.
- Fofocas literárias: Bruna cria vídeos em que compartilha curiosidades ou histórias inusitadas sobre autores clássicos, trazendo a literatura para um contexto leve e divertido.
- Visitas literárias: Vídeos em que ela explora lugares mencionados em obras literárias ou que foram importantes na vida dos autores clássicos, conectando literatura e geografia.

A seguir, a imagem 2 mostra o perfil da influenciadora no TikTok, destacando sua identidade digital e informações de contato:

Figura 2 – Perfil da influenciadora Bruna Martioli



(Fonte: TikTok)

Bruna Martioli demonstra como o uso criativo das redes sociais pode tornar a literatura clássica mais atrativa e acessível. Sua capacidade de engajar o público ao combinar entretenimento e aprendizado – por meio de vídeos leves, como “fofocas literárias” e visitas a lugares mencionados por autores clássicos – exemplifica como o BookTok pode ir além da recomendação de livros, criando um espaço dinâmico de trocas culturais. Ao compartilhar leituras e novas abordagens para obras tradicionais, Bruna não apenas promove a leitura, mas também constrói uma comunidade engajada.

6.1.3 Beatriz Ferreira

A influenciadora Beatriz Ferreira (@bibialeitora) enriquece a comunidade BookTok com 50,8 mil seguidores e 1,9 milhões de curtidas. Seu perfil se destaca pela variedade das recomendações, abrangendo tanto livros clássicos quanto contemporâneos, o que fortalece sua conexão com o público jovem. Além de compartilhar sugestões de leitura, Beatriz é formada em Letras pela USP, atua como professora e é autora do livro “O Escritor Que Nunca Amou” disponível na plataforma digital do Kindle Unlimited³.

Entre os formatos mais comuns utilizados por Bruna estão:

- Taylor + Livros: Beatriz relaciona as referências literárias presentes nas músicas de Taylor Swift, destacando obras mencionadas diretamente, como *Um Conto de Duas Cidades* de Charles Dickens, ou citações de William Shakespeare em músicas como "The Albatross".
- Recebidos: Vídeos em que Beatriz apresenta livros enviados por editoras, compartilhando suas primeiras impressões.
- Reading Challenge: Mostra um livro de desafios literários, no qual cada espaço contém uma proposta, como “Ler um livro de um gênero que nunca leu antes”, incentivando novas experiências e ampliando a promoção da leitura.
- Rankings: Sessão dedicada aos livros favoritos, como a série *Harry Potter*, onde ela compartilha curiosidades e faz indicações organizadas de forma ranqueada.
- Leitura do Mês: Beatriz comenta os livros que leu a cada mês, destacando suas impressões e favoritos.
- Resenhas Rápidas: Sugestões curtas e objetivas de livros que ela adora, como *A Invenção de Hugo Cabret*.
- Clássicos: Beatriz recomenda livros para quem quer começar a ler clássicos, sugerindo obras rápidas e acessíveis, como *Lady Susan* de

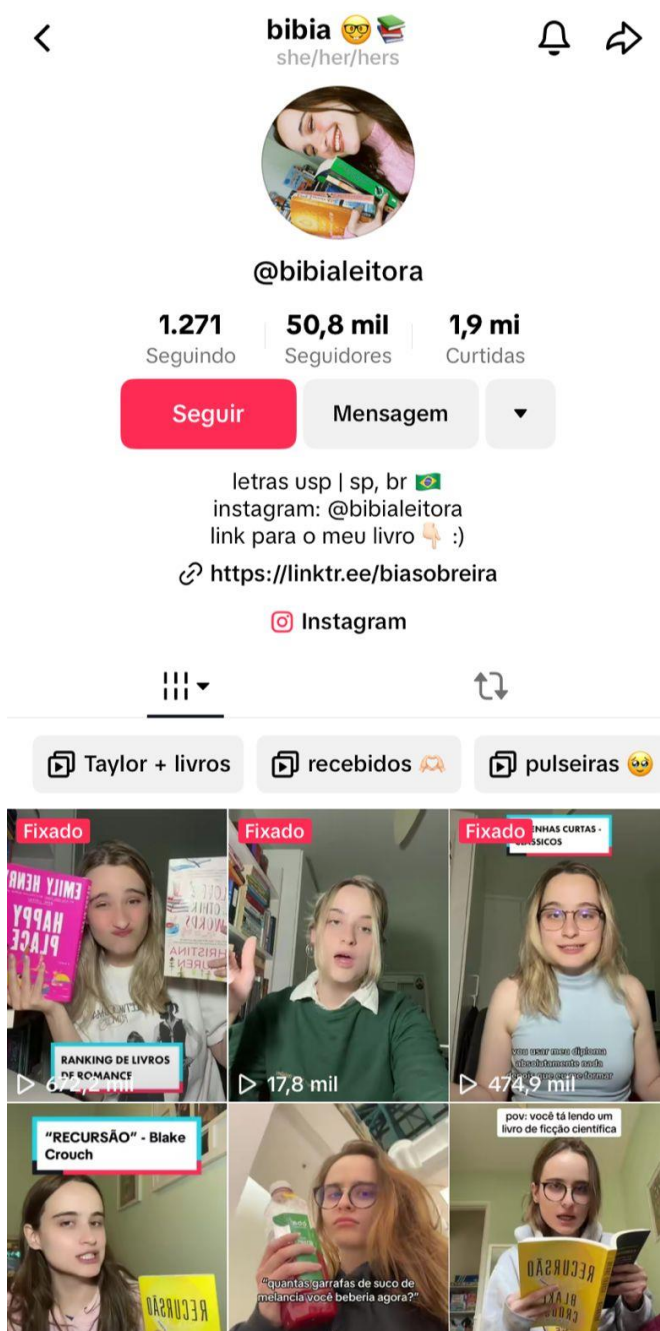
³ O Kindle Unlimited é um serviço de assinatura do aplicativo Kindle da Amazon Prime, com taxa mensal fixa, oferece acesso a um catálogo rotativo com mais de um milhão de e-books (de livros a revistas digitais) de gêneros variados. (Shimabukuro; Marques, 2024).

Jane Austen, para atrair leitores acostumados a títulos populares do BookTok.

- Maratona Literária: Propõe a leitura ininterrupta por 24 horas, permitindo que seus seguidores acompanhem em tempo real suas emoções e reações ao longo da jornada.

A seguir, a imagem 3 mostra o perfil da influenciadora no TikTok, destacando sua identidade digital e informações de contato:

Figura 3 – Perfil da influenciadora Beatriz Ferreira



(Fonte: TikTok)

Beatriz Ferreira exemplifica como o BookTok é capaz de fomentar a leitura, utilizando uma linguagem jovem e formatos variados para atrair novos leitores. Combinando sua paixão por literatura e música, ela promove tanto livros populares quanto clássicos, incentivando experiências literárias diversificadas.

6.1.4 Beatriz Sobreira

A influenciadora Beatriz Sobreira (@readingwbiaa) é uma figura importante na comunidade BookTok, com 120 mil seguidores e 6,9 milhões de curtidas. Seu perfil se destaca pelas recomendações voltadas para livros +18, com foco em romance, fantasia e ficção, fortalecendo sua conexão com o público jovem. Além de sugerir leituras, Beatriz também interpreta cenas dos livros, proporcionando uma experiência imersiva para seus seguidores.

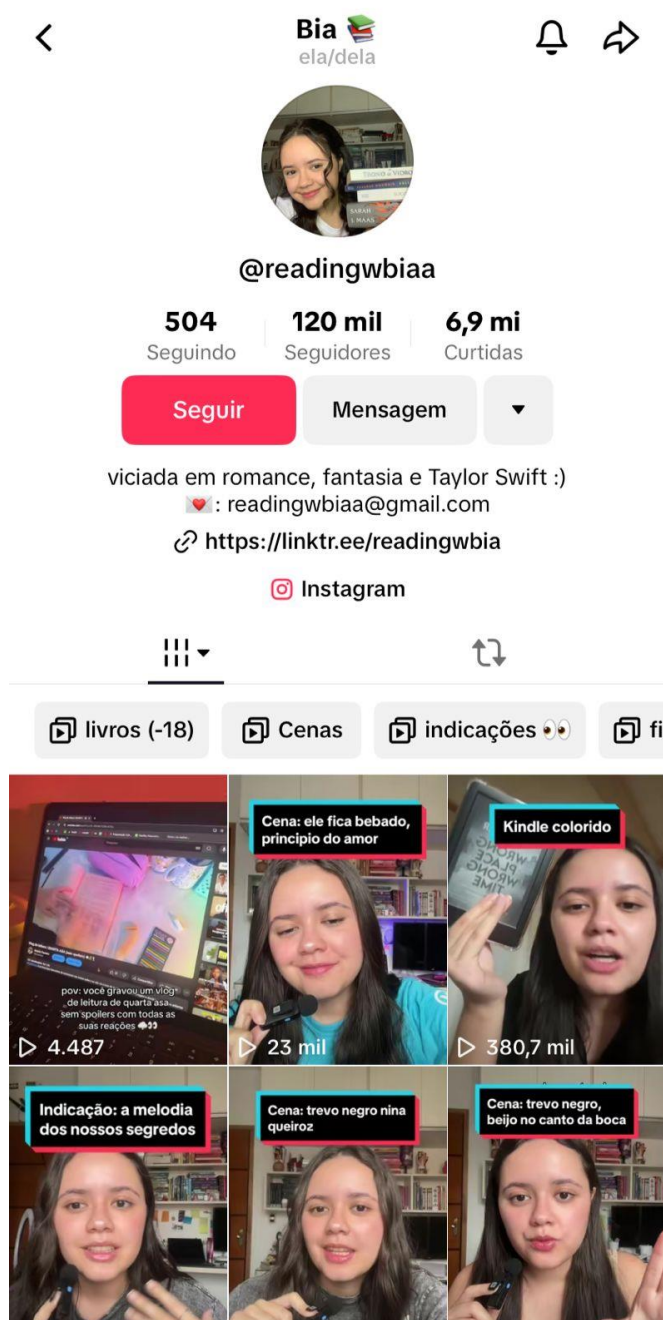
Entre os formatos mais comuns utilizados por Beatriz estão:

- Cenas literárias: Vídeos curtos que destacam passagens marcantes de livros, proporcionando uma imersão nas emoções e sentimentos dos personagens.
- Indicações rápidas: Sugestões de livros que marcaram sua trajetória de leitura, como "*A melodia dos nossos segredos*" da Bruna Pallazzo.
- Vlogs de leitura: Vídeos em estilo POV (ponto de vista), onde Bia grava suas reações e comentários em tempo real durante a leitura, criando uma conexão mais íntima e pessoal com os seguidores.
- Kindle colorido e curiosidades: Conteúdos sobre dispositivos de leitura e hábitos literários, comentando, por exemplo, a experiência de ler no Kindle colorido.
- Leitura acompanhada: Beatriz lê trechos dos livros que está explorando, demonstrando na prática como é a leitura e promovendo a mediação literária entre os seguidores.
- Aesthetic literária: Por meio de imagens, Beatriz ilustra a estética de determinadas histórias, como em "*É assim que acaba*", de Colleen Hoover, usando fotos que remetem aos elementos do enredo, como flores e uma mulher ruiva — alinhando a estética visual com a narrativa do livro, cuja protagonista é dona de uma floricultura.

- Desafios literários: Propostas interativas como "*Leiam 200 páginas comigo*", nas quais os seguidores acompanham sua leitura ao longo de uma semana, participando de discussões e interações durante o processo.
- Filmes e séries: Indicações de filmes e séries voltadas para fãs de romance, como em "*Filmes perfeitos para quem ama ler romances*", conectando histórias audiovisuais com o universo literário.

A seguir, a imagem 4 mostra o perfil da influenciadora no TikTok, destacando sua identidade digital e informações de contato:

Figura 4 – Perfil da influenciadora Beatriz Sobreira



(Fonte: TikTok)

Beatriz Sobreira (@readingwbiaa) exemplifica como o BookTok pode fomentar a leitura ao combinar uma linguagem jovem com formatos variados para atrair novos leitores. Além disso, Bia incentiva experiências literárias diversificadas por meio de desafios, interpretações de cenas e indicações de obras acessíveis, ampliando o horizonte literário de seus seguidores.

Os perfis apresentados desempenharam um papel fundamental na pesquisa, ao ilustrar como influenciadoras da comunidade BookTok utilizam

diferentes estratégias para engajar seus seguidores e promover a leitura. A combinação de conteúdos dinâmicos, como listas, resenhas, desafios e maratonas literárias, revela o potencial dessas criadoras na formação de novos leitores e na democratização do acesso à literatura. Será explorado em detalhe como essas estratégias são aplicadas na prática para incentivar a leitura e ampliar o interesse literário entre seus seguidores, na atuação nas plataformas digitais.

No tópico 6.2, será aprofundada a análise de como essas estratégias são aplicadas na prática para incentivar a leitura e o interesse literário entre os seguidores. Serão discutidos os caminhos percorridos pelas influenciadoras a partir de dados obtidos nas entrevistas realizadas.

6.2 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: as estratégias adotadas pelas influenciadoras

Antonio Candido (1998), um dos mais influentes críticos literários brasileiros, defende em seus escritos a ideia do "direito de ler", defendendo que o acesso à leitura é fundamental para a formação do indivíduo e o desenvolvimento de uma sociedade mais crítica e consciente. Para Candido, a leitura não deve ser um privilégio de poucos, mas um direito de todos, possibilitando a reflexão, a autonomia e a construção de conhecimentos. Essa perspectiva aborda a importância de mediadores e influenciadores na democratização da leitura, especialmente em um contexto digital onde novas formas de se conectar com a literatura estão surgindo.

No cenário atual, influenciadoras literárias têm se tornado vozes significativas na promoção da leitura entre seus seguidores, utilizando suas redes para incentivar a promoção literária e apresentar uma variedade de obras. Por meio de estratégias criativas, elas não apenas compartilham recomendações de livros, mas criam um ambiente que valoriza a leitura como uma prática prazerosa e acessível.

Durante as entrevistas foram realizadas perguntas que pudessem entender como essas estratégias são adotadas pelas influenciadoras, analisando aspectos como escolha de livros, técnicas de engajamento, impacto da plataforma e a diversidade literária abordada na comunidade do BookTok.

Para compreender a escolha de livros a serem abordados no perfil dessas influenciadoras, foi questionado em entrevista a seguinte pergunta: **4 - Como você escolhe os livros que vai apresentar nos seus vídeos? Quais critérios são mais importantes para você?**

A BookToker Beatriz (@bibialeitora) diz sobre as escolhas de livros para serem abordados em seu perfil da seguinte maneira:

Beatriz (@bibialeitora): “desde o começo, quando eu comecei a postar, eu sempre tive muito claro para mim mesma que eu só ia postar o que eu quisesse. [...] Eu postava muito disso porque era o que eu estava lendo na época, eu gostava de postar sobre isso. [...] Atualmente, eu leio bem menos livros clássicos, então aparece menos. [...] Quando eu escolho o conteúdo que eu vou postar, não é tão pensado, não é tão calculado, assim, estratégico. É muito tipo, ah, eu estou lendo isso agora, eu gosto disso agora, eu quero falar disso agora”.

Essa perspectiva de Beatriz (@bibialeitora) pode ser analisada à luz da *teoria do habitus* de Pierre Bourdieu (2007), que sugere que as práticas culturais de um indivíduo são influenciadas por suas disposições internalizadas, moldadas por experiências sociais e contextos individuais. Nesse sentido, as escolhas literárias de Beatriz refletem seu gosto pessoal e suas práticas habituais de leitura, expressando sua identidade e autenticidade nas redes sociais. Essa postura não calculada, mas espontânea, reforça a ideia de que as influenciadoras literárias no BookTok apresentam uma forma autêntica de mediação, construída a partir de suas vivências culturais e afetivas com os livros. A autenticidade, nesse caso, não apenas molda sua imagem pública, mas também cria uma conexão de confiança com os seguidores, que percebem a sinceridade de suas recomendações.

Enquanto a Malu Marques tem o mesmo foco da Beatriz, ambas escolhem livros que gostam independente do gênero. Ela diz sobre isso:

Malu Marques (@bmyart): "Olha, assim, eu leio o que eu gosto. Então, por exemplo, assim, se um leitor de terror entrar no meu perfil, ele não vai achar o que ele gosta, porque eu não leio terror. Stephen King, não leio Stephen King. Não porque eu não gosto de nada. Tipo, a primeira vez que eu li, não funcionou."

A fala de Malu destaca a importância da autenticidade na criação de conteúdo, reafirmando que as escolhas literárias são orientadas por suas preferências individuais. Ao estabelecer claramente os gêneros e estilos que consome, Malu define um campo cultural, no sentido proposto por Pierre Bourdieu (2007), onde os seguidores encontram uma curadoria específica e alinhada com as afinidades da influenciadora. Essa delimitação de gostos não apenas gera um alinhamento de expectativas, mas também fortalece a construção de uma comunidade de leitores com interesses semelhantes. A recusa de seguir tendências, como a leitura de Stephen King, revela uma postura crítica e coerente com suas disposições culturais, reforçando o caráter pessoal e não meramente comercial de suas escolhas.

Malu Marques (@bmyart): "Quem me segue sabe o que eu gosto. Sabe o meu estilo. [...] Agora, quem gosta de suspense, independente se é um suspense fofo ou um suspense com canibalismo, vai achar no meu perfil. Ou fantasia, romantasia, né, que falamos. Ou romance clichê, até mais ou menos. Mas uma Colin Hoover vai achar minhas indicações."

Nesta fala, Malu aprofunda a relação com seus seguidores ao definir os gêneros que predominam em suas recomendações. Essa clareza na curadoria não apenas organiza o conteúdo oferecido, mas também estabelece um "contrato de leitura", no sentido de que o público reconhece e espera encontrar no perfil livros alinhados às preferências da influenciadora. A categorização proposta por Malu, como "suspense fofo" ou "romantasia", demonstra a flexibilidade e a diversidade dentro dos gêneros escolhidos, dialogando com a teoria das formas narrativas discutida por Tzvetan Todorov (2009). Para Todorov, a análise dos gêneros literários permite compreender como as narrativas são estruturadas e como elas impactam o leitor. Assim, ao oferecer indicações específicas e bem delimitadas, Malu organiza o campo literário para seus seguidores, facilitando o acesso a livros que dialoguem com suas preferências.

Já Bruna (@brumartioli) tem um posicionamento diferente, apesar de indicar o que gosta também; ela tem um olhar como educadora em que comenta como realiza as escolhas em torno do que indica para os seus alunos.

Bruna (@brumartioli): "Eu tento combinar com eles um autor que eles vão precisar pra um vestibular, por exemplo. [...] Ou quando não são aulas assim, eu tento fazer uma troca que eu digo troca saudável. Teve uma época, até que faziam uma brincadeira no TikTok: contava a história como se fosse dela. E depois falava: 'Isso aqui não aconteceu comigo, aconteceu com... Quer saber a continuação dessa história? Leia tal livro.' Eu acho que o TikTok, em específico, é a melhor ferramenta que existe hoje pra promoção de leitura [...] virou um mecanismo de busca, tipo Google."

Nessa fala, Bruna revela sua preocupação em conectar as leituras com o contexto educacional e criar uma relação significativa com seus seguidores. Ao unir autores relevantes para vestibulares e propor trocas "saudáveis", ela engaja os leitores de forma prática e colaborativa. A estratégia mencionada, de contar histórias como se fossem pessoais e depois revelar o livro original, exemplifica o uso criativo da plataforma para despertar o interesse literário. Essa prática mostra a *cultura da convergência* proposta por Henry Jenkins (2009), que discute a interação dinâmica entre criadores e consumidores de conteúdo nas novas mídias. Segundo Jenkins, o público não é mais um mero receptor passivo, mas parte ativa na construção e na circulação do conteúdo, como exemplificado nos vídeos de Bruna. A forma como a influenciadora utiliza a narrativa pessoal para atrair os seguidores e, posteriormente, introduz o texto literário, reflete essa convergência, transformando o TikTok em um espaço de experimentação e engajamento literário. Bruna também reforça o poder da plataforma como uma ferramenta essencial na promoção da leitura, comparando seu impacto ao de um mecanismo de busca, o que demonstra a capacidade das novas mídias de facilitar o acesso à informação e expandir a curiosidade literária.

Por outro lado, a Beatriz (@readingwbiaa) diz sobre seus critérios para suas escolhas:

Beatriz (@readingwbiaa): "Não tenho critério fixo. Leio o que gosto e, se acho que o livro rende um bom vídeo, faço. Mas alguns livros não inspiram tanto conteúdo."

Nessa fala, a influenciadora expressa uma visão flexível e intuitiva em relação à sua escolha de leitura e à criação de conteúdo. Ao afirmar que não possui um critério fixo, ela enfatiza a importância do prazer pessoal na leitura, priorizando livros que a atraem e que podem gerar material interessante para

seus vídeos. Essa liberdade criativa permite que ela se conecte de maneira autêntica com seu público, embora também reconheça que nem todos os livros proporcionam o mesmo potencial de engajamento. Isso se alinha ao conceito de *discurso e poder* de Michel Foucault (1995), especialmente no sentido de que a escolha de quais livros destacar ou não molda a circulação de discursos literários e as percepções do público sobre o que merece atenção. A influência de Beatriz, portanto, vai além da recomendação de livros, pois ela participa ativamente da construção simbólica do que é relevante no universo literário do TikTok. O poder de escolha e de disseminação do conteúdo literário confere à influenciadora uma posição de curadoria cultural, mesmo quando essa escolha parte de uma intuição pessoal ou comercial.

Beatriz (@readingwbiaa): “Eu destaco sempre os pontos altos do livro, como a relação entre os personagens. E também gosto de falar sobre o que não gostei, para alinhar expectativas com os seguidores.”

Aqui, a influenciadora ressalta a importância de oferecer uma análise equilibrada e honesta das obras que lê. Ao destacar os aspectos positivos, especialmente as dinâmicas entre os personagens, ela cria um espaço para que os leitores se identifiquem e se envolvam com as narrativas. Essa prática expressa a *teoria da literatura* de Tzvetan Todorov (2009), que enfatiza a importância das estruturas narrativas e dos elementos que compõem uma obra literária. Todorov destaca que a análise narrativa vai além do enredo, envolvendo as relações entre os personagens e os elementos simbólicos presentes na história. A honestidade de Beatriz ao compartilhar tanto os aspectos positivos quanto as suas críticas gera uma relação de confiança com os seguidores, permitindo que eles formem expectativas mais realistas sobre os livros recomendados. Ao alinhar essas expectativas, a influenciadora fortalece o diálogo com seu público e estimula uma recepção crítica e participativa das leituras, contribuindo para uma experiência literária mais profunda.

Durante a entrevista foi realizada a seguinte pergunta sobre as técnicas de engajamento: **5 - Quais estratégias você utiliza para engajar seu**

público-alvo e incentivar a leitura? Poderia me dar exemplos de técnicas que funcionam melhor?

Beatriz (@readinwbiaa) relata sobre as suas estratégias quando diz:

Beatriz (@readingwbiaa): “Eu acho que, para incentivar, as pessoas que me seguem têm o mesmo gosto que o meu. [...] Então, eu sempre falo sobre as coisas que mais me pegaram no nível. [...] Eu também falo o que não me fez gostar, porque acho necessário. Não pra desincentivar, mas porque, às vezes, se eu estou indo pra um livro cego e a pessoa não me avisou que, por exemplo, o casal não conversa direito, eu vou ficar irritada. Mas se a pessoa me avisou, eu já sei disso e consigo curtir mais a história.”

Essa fala disserta sobre uma estratégia central no trabalho de influenciadores do BookTok: a personalização e a transparência na recomendação de livros. Ao focar em destacar elementos específicos que a cativaram, como a dinâmica entre personagens ou aspectos positivos de um relacionamento literário, a influenciadora busca criar uma conexão autêntica com seus seguidores. A afinidade de gostos entre criador de conteúdo e público é fundamental, e a recomendação ganha credibilidade justamente porque se baseia nas experiências de leitura da própria influenciadora.

Além disso, a inclusão de críticas negativas demonstra uma visão honesta e equilibrada, que tem como objetivo ajustar as expectativas do público e melhorar a experiência com a leitura. A influenciadora não busca apenas promover livros, mas também fornecer informações que ajudam seus seguidores apreciarem melhor uma história, mesmo que esta contenha elementos que poderiam causar frustração. Essa prática é importante, pois transforma a recomendação em algo mais próximo de uma conversa franca entre amigos, em vez de uma simples propaganda.

Por fim, a fala revela como a transparência é utilizada como uma ferramenta para construir confiança e engajamento. Ao explicar tanto o que a encantou quanto o que a decepcionou, a influenciadora empodera seus seguidores a tomar decisões de leitura mais informadas, oferecendo uma experiência literária mais prazerosa e alinhada às suas expectativas.

Enquanto Beatriz (@bibialeitora) tem um posicionamento diferente em relação ao engajamento do seu perfil, ela comenta;

Beatriz (@bibialeitora): "Eu digo mais na questão assim, ah, sei lá, se eles estão pedindo muitos livros clássicos, eu que já li tais livros, talvez vá indicar para eles e fazer uma resenha do que eu acho sobre esse livro. [...] Mesmo fazendo por diversão, não é o meu maior objetivo. [...] Mas quando você tem uma conta, assim, nunca sai da sua cabeça que tem que ter um engajamento. [...] Eu quero que os meus seguidores vejam, eu quero que eles comentem, eu quero ter essa conexão. [...] Então, de vez em quando, eu posto alguma coisa mais preparada para fazer vídeos compilados, ou alguma coisa usando som que está viralizando."

Essa fala destaca a dualidade enfrentada por influenciadores que utilizam o TikTok para falar de livros: o desejo de manter a autenticidade e o prazer na produção de conteúdo, em contraste com a necessidade de engajar seguidores e alcançar visibilidade. Embora a criação dos vídeos seja descrita como uma atividade recreativa e despreziosa, a influenciadora reconhece que há sempre uma preocupação latente com o engajamento. Isso demonstra a tensão entre produzir conteúdo livremente e atender às demandas do algoritmo e das expectativas do público.

A fala também sugere que, para construir uma conexão significativa com os seguidores, é necessário um equilíbrio entre espontaneidade e estratégia. Ao mencionar que gosta de falar sobre temas específicos, como livros para superar a "ressaca literária" ou títulos que não gostou, ela demonstra como utiliza experiências pessoais para atrair a atenção e interagir com seus seguidores. No entanto, a influenciadora admite que vídeos mais espontâneos e individuais raramente viralizam, o que a leva, ocasionalmente, a adotar estratégias direcionadas, como vídeos compilados ou o uso de sons populares.

Esse relato evidencia um aspecto relevante do BookTok: a busca por autenticidade pode coexistir com a necessidade de navegar pelas dinâmicas de uma plataforma altamente influenciada por algoritmos. Assim, mesmo quem não tem a viralização como objetivo principal precisa, em alguma medida, alinhar seu conteúdo às tendências para garantir que sua mensagem chegue ao público desejado.

Por outro lado, Malu Marques (@bmyart) comenta sobre suas estratégias:

Malu Marques (@bmyart): “As pessoas adoram saber se a leitura é fluida ou se os personagens são envolventes. Às vezes, a experiência de leitura importa mais que a sinopse. Muitos seguidores dizem que querem ler um livro só para ver se vão sentir o mesmo que eu.”

Nesta declaração, a influenciadora destaca a importância da experiência de leitura e a conexão emocional que ela estabelece com seus seguidores. Ao enfatizar que o interesse por um livro muitas vezes vai além da sinopse, ela sugere que a fluidez da leitura e a profundidade dos personagens são elementos cruciais que atraem os leitores. A menção de que muitos de seus seguidores se motivam a ler uma obra para compartilhar suas emoções com ela revela a influência que sua perspectiva tem sobre as escolhas de leitura do público. Essa troca afetiva entre a influenciadora e seus seguidores não apenas incentiva a leitura, mas também cria uma comunidade de apreciação literária que valoriza as experiências pessoais relacionadas aos livros.

Por outro lado, Bruna (@brumartioli) comenta sobre as estratégias utilizadas por ela:

Bruna (@brumartioli): “Uma vez fiz um vídeo indicando uma ordem para ler Clarice Lispector, e ele viralizou. Os comentários influenciam muito o que eu faço. Eu comecei a responder as pessoas em vídeo porque percebi que o TikTok impulsiona quando você responde dessa forma. Os booktoks são meus aliados e nem sabem. Eles fazem meus alunos lerem, e isso é incrível.”

Durante as entrevistas com as influenciadoras, foram realizadas perguntas sobre as particularidades de cada rede social na promoção da leitura
pergunta realizada: **6 - Como você enxerga o TikTok em comparação com outras plataformas quando se trata de falar sobre literatura?**

Beatriz destacou a forma como o TikTok, Instagram e YouTube se diferenciam em termos de interação e engajamento com o público:

Beatriz (@readingwbiaa): "O TikTok, eu gosto muito da rede social e como ela funciona. Eu acho que ela é uma rede muito espontânea, é uma rede muito de troca. Eu vejo que as pessoas comentam muito, interagem bastante. Enquanto o Instagram, eu sinto que as pessoas são mais olheiros, assim,

elas só olham e não interagem tanto. Eu vejo uma interação muito maior no Instagram por stories e direct. [...] Toda vez que eu pergunto, 'ah, o que vocês estão lendo?', chove de gente me respondendo, chove de gente conversando. E eu amo essa troca um a um, é muito gostoso, assim."

Essa fala descreve como a troca espontânea no TikTok facilita a disseminação de conteúdos literários, mas também indica que o Instagram, por meio de interações mais privadas, pode promover conversas mais pessoais e aprofundadas. Além disso, ao refletir sobre o papel do YouTube, a influenciadora menciona:

Beatriz (@readingwbiaa): "O YouTube é uma rede social que eu estou tentando focar mais agora. Não pela questão do retorno monetário, mas porque é uma rede social que eu consumo bastante. [...] Eu sinto que, na questão do meio literário, é uma rede social onde o seu público é muito mais fiel do que no TikTok ou no Instagram. [...] O TikTok, você tá lá rolando e cai na sua For You. Ninguém vai atrás do seu perfil. [...] No YouTube, a pessoa está assistindo porque quis me assistir. [...] Então, eu acho que elas são muito diferentes entre si, e elas trazem, acho que, coisas diferentes para você e ao seu perfil como influenciador."

Enquanto a Beatriz (@bibialeitora) pontua a sua visão sobre o consumo do conteúdo literário na era digital destacando as particularidades do TikTok em comparação as outras redes;

Beatriz (@bibialeitora): "Quando a gente fala sobre a leitura, eu sou um pouco suspeita pra falar, porque é a única que eu realmente acompanho. Eu acho mais gostoso esse quadro do TikTok em termos de leitura, assim. Eu consumo bastante conteúdo literário. [...] Eu até assisto alguns vídeos no YouTube, eu até sigo no Instagram. Mas o que eu sinto que é mais presente para eu acompanhar é justamente o TikTok. Eu acho que tem uma casualidade, assim, sabe? Tipo, parece que é uma coisa que você está realmente conversando com o FaceTime".

A influenciadora ressalta a espontaneidade do TikTok como fatores que facilitam o consumo e a interação em torno de conteúdos literários. Essa percepção revela a capacidade da plataforma de transformar a experiência de leitura em algo mais acessível e próximo do público:

Beatriz (bibialeitora): “Os vídeos serem curtos, então você não fica se estendendo muito. Tem até aquela coisa de ficar viciada em ficar passando. É, de novo, tentar usar isso ao seu favor, sabe? [...] Eu acho que tem todo um aspecto mais familiar, assim. Os vídeos rápidos, tem muita trend acontecendo o tempo inteiro. [...] As pessoas realmente comentam as coisas. A facilidade de salvar os vídeos, tipo, tudo isso, eu acho que ajuda muito”.

Enquanto a Bruna (@brumartioli) comentou sobre a dinâmica rápida e efêmera do TikTok e como essa característica se conecta às mudanças no comportamento das novas gerações:

Bruna (@brumartioli): Eu acho que é porque o TikTok é mais recente, está todo mundo saturado do Instagram. E no YouTube, as pessoas, elas dedicam na cabeça delas um tempo para te ouvir. No TikTok, é só uma coisinha. É só 30 segundinhos, 60 segundinhos. Você pode ver que os meus vídeos não passam de 50 segundos. Então, é o que eles querem consumir. Rápido, essa geração. É uma modernidade líquida, né? É isso aí.

Por fim, a influenciadora destaca a preferência da geração atual por conteúdos curtos e rápidos, alinhando essa tendência ao conceito de modernidade líquida de Baumann (2001), que descreve uma sociedade marcada pela fluidez, efemeridade e desapego às estruturas rígidas. Para ela, o TikTok exemplifica essa ideia com perfeição:

Bruna (@brumartioli): "Eu acho que o TikTok seria o exemplo perfeito do livro do Bauman. Igualzinho. Ele ia falar, 'isso aqui era o que eu estava tentando dizer'."

A influenciadora Malu Marques (@bmyart) tem um ponto de vista parecido com o que a Bruna também relata,

Malu Marques (@bmyart): "Olha, eu acho que é muito mais sobre o vício na dopamina rápida do que o BookTok como... BookTok. São os vídeos mais curtos. [...] Eu acho que o TikTok hoje... O TikTok, não o BookTok. Ele é a plataforma mais bem desenvolvida de entretenimento porque a gente, nós pessoas, a gente está muito viciada na dopamina muito rápida. E na sensação, tipo assim, na hora que eu passar pra baixo, o que será que vai ter? A curiosidade, e aí você passa de novo, passa de novo, passa de novo."

Essa fala evidencia como a lógica de consumo do TikTok está fundamentada no estímulo contínuo da curiosidade e da surpresa, alimentando um ciclo repetitivo que mantém os usuários engajados. A ideia de dopamina rápida faz referência à liberação constante de dopamina – o neurotransmissor associado à recompensa e prazer – sempre que o usuário descobre algo novo ao navegar pelo feed da plataforma. Essa dinâmica cria um comportamento quase compulsivo.

Esse padrão de consumo se diferencia de outras plataformas, como o YouTube, onde o usuário escolhe ativamente o que vai assistir:

Malu Marques (@bmyart): "O YouTube, você escolhe o que você vai assistir. Não é aquela surpresa, tipo assim, se eu apertar nesse botão em próximo, o que será que vai vir? Não, você escolhe."

A entrevistada também comparou o Instagram ao TikTok, ressaltando que, embora o Reels⁴ busque replicar o formato de vídeos curtos, a proposta original do Instagram é criar relações mais duradouras por meio dos stories:

Malu Marques (@bmyart): "O Insta é uma plataforma de rede social, não é de entretenimento. O Reels é, mas a ideia do Insta não é essa. [...] É ser uma rede sociável para você criar uma relação maior do que o TikTok, por causa dos stories."

Por fim, elas comentam sobre a variedade dos gêneros apresentados em seus perfis e como lidam com o mercado editorial e como contribuem diretamente para a divulgação, -ao responderem a seguinte pergunta: **7- Como você lida com a diversidade literária nos seus conteúdos? Você busca apresentar livros de diferentes autores, gêneros ou culturas?**

Malu Marques (@bmyart), comenta sobre esse assunto:

Malu Marques (@bmyart): "Eu gosto muito de ler o que eu gosto. Até porque eu sinto que, quando a gente dá uma forçada na leitura, você vai acabar manchando a resenha sobre ela. Porque não vai mais ser algo natural, vai ser algo tipo

⁴ Reels são vídeos do Instagram feitos principalmente para consumo rápido no formato vertical. Esse tipo de conteúdo é encontrado em uma seção dedicada no app do Instagram, mas também pode ser exibido no feed tradicional da rede social. (Marques, 2024).

assim, 'Tô lendo por causa disso'. [...] Muitas editoras me perguntam, tipo, 'Malu, vai ter esses lançamentos, você quer algum?'. [...] Eu acho legal, porque eu ganhei esse livro, eu quero ler esse livro e o pessoal também quer que eu leia."

Esse depoimento ilustra a importância da espontaneidade na leitura e como ela afeta a autenticidade das resenhas no TikTok. A fala da influenciadora destaca que a leitura forçada pode comprometer a qualidade da crítica literária, enfatizando que a liberdade de escolha é essencial para manter o engajamento com a obra. Além disso, ela revela uma relação próxima com o mercado editorial, ao comentar como editoras a consultam para novos lançamentos.

O comportamento de Malu está alinhado com a ideia de Henry Jenkins (2009) sobre cultura participativa, que destaca como os consumidores não são apenas receptores de conteúdos, mas participam ativamente na sua produção e circulação. Ao escolher quais livros resenhar e engajar seus seguidores, Malu transforma o mercado editorial e influencia diretamente os hábitos de leitura.

Por outro lado, a Beatriz (@readingwbiaa) tem um posicionamento diferente em relação a variedade e o mercado editorial:

Beatriz (@readingwbiaa): "literatura nacional acho que é algo que eu mais apoio e eu sempre indico livros nacionais, sempre falo para as pessoas lerem, não piratear livro nacional, né. Acho que isso é algo que eu sempre tento falar sobre. [...] Sobre a questão de gênero, eu acho que é um pouco mais difícil, porque as pessoas me seguem por conta do romance, mas eu não deixo de indicar, por exemplo, thrillers ou fantasias que eu gostei. [...] Eu tento fugir disso também um pouco, porque senão a gente fica nessa bolha de utopia que não é real e, assim, é meio absurda. [...] E também, assim, eu acho que é um nicho que é um pouco elitizado, assim, quando você vai ver as pessoas... um conteúdo que, se você for no meu perfil, acho que tem um ou dois e foi recebido, é de unboxing. [...] As pessoas compram 40 livros por mês para ler quatro. Aí eu fico assim, gente, de onde vocês têm dinheiro? E por que vocês ficam postando isso? Porque vocês influenciam o público".

Essa fala descreve a preocupação de Beatriz (@readingwbiaa) em evitar uma conduta elitista na promoção literária. Pierre Bourdieu (1983) observa que as práticas culturais criam distinções sociais entre grupos, e a crítica de Beatriz à ostentação de compras literárias descrevendo uma tentativa de romper com

essas barreiras, promovendo um consumo mais consciente e inclusivo. Ao incentivar a leitura de literatura nacional e condenar a pirataria, Beatriz (@readingwbiaa) procura fortalecer o mercado editorial local e promover práticas éticas de consumo.

Enquanto Beatriz (@readingwbiaa) comenta sobre a variedade literária, Bruna (@brumartioli) traz um olhar voltado para sua atuação como educadora:

Bruna (@brumartioli): “Então, as pessoas sabiam que eu era professora de literatura e elas ficavam vendo que eu trabalhava com os alunos, então um livro ou outro, e elas se interessavam em ler ou não aqueles livros. [...] Foi aí, por conta do TikTok, que eu criei uma plataforma, que hoje em dia não funciona mais, mas que era o Clube Gilmore [...] e a gente tinha um grupo ali de 15 mil pessoas lendo os livros. [...] Eu acho o BookTok incrível, maravilhoso, mas acho que existem muitos problemas tanto de elitização quanto de exclusão e questões raciais também nesse meio. [...] Eu não acompanho BookTok para não ser influenciada. Faço meu conteúdo com a visão de professora [...] e mostro bastidores, como visitas a casas de autores famosos. [...] O TikTok realmente abre as portas para a leitura, mas não é uma plataforma que aprofunda os conteúdos literários. [...] Eu faço negociações e indico livros que também atendem ao interesse comercial do público, como Colin Hoover e Taylor Jenkins Reid. [...] Para mim, é uma boa plataforma para vender a aula.”

A experiência de Bruna revela o papel fundamental dos mediadores na promoção da leitura. Segundo Roger Chartier (1994), os mediadores desempenham um papel essencial na legitimação e orientação das escolhas dos leitores. Ao criar o Clube Gilmore e organizar leituras conjuntas, Bruna atua como uma mediadora que transforma o ato de ler em uma experiência coletiva e significativa, indo além do mero entretenimento.

A fala de Bruna também sugere algumas limitações da cultura do BookTok, como a elitização e a exclusão de públicos específicos, que ela busca mitigar com uma linha editorial independente. Essa interpretação dialoga com as reflexões de José Castilho Marques Neto (2014), que enfatiza a leitura como um ato de cidadania e essencial para a formação de indivíduos críticos e conscientes. Ao equilibrar seu gosto pessoal e as demandas do mercado, Bruna contribui para a democratização da leitura, promovendo uma literatura mais acessível e diversa.

Beatriz também comenta sobre a intertextualidade em suas leituras:

Beatriz (@bibialeitora): "O meu livro favorito da vida é um clássico. E eu li esse clássico porque eu li o livro da Cassandra Clare, uma trilogia de fantasia infantojuvenil, que os personagens encostavam naquele livro. [...] Eu vejo muita gente falando que leu, tipo, 'Morro dos Ventos Uivantes' porque é mencionado em 'Crepúsculo'."

Nessa fala, a influenciadora destaca uma jornada de leitura que não segue uma linha direta, mas é influenciada por conexões literárias. A menção de clássicos dentro de obras contemporâneas serve como ponte para leitores jovens explorarem textos mais complexos. Ela menciona, por exemplo, como seu livro favorito — um clássico — foi descoberto por meio da trilogia de Cassandra Clare, assim como outros leitores podem ter se aventurado em *Morro dos Ventos Uivantes* após encontrá-lo em *Crepúsculo*. Essas referências criam uma intertextualidade que desperta a curiosidade e amplia os horizontes literários dos leitores.

Com isso, podemos perceber as diversas estratégias adotadas para promover a leitura literária, que dialogam com aspectos modernos e promovem interações que fomentam o interesse do público. Cada influenciadora utiliza um comportamento único, destacando a conexão entre o audiovisual e o material escrito, além de explorar referências que enriquecem suas apresentações. Elas criam uma verdadeira "sala de estar" virtual, onde seus seguidores se sentem à vontade para dialogar e se identificar, seja ao indicar clássicos ou contemporâneos, ou ao realizar contações de histórias através de seus vídeos, interagindo diretamente com os espectadores.

No tópico 6.3, serão analisadas de forma mais aprofundada as abordagens adotadas pelas influenciadoras na plataforma TikTok, explorando como se dá a produção e a criação desse conteúdo.

6.3 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: as abordagens adotadas pelas influenciadoras

No contexto das redes sociais, as influenciadoras digitais assumem um papel central na promoção da leitura e da literatura, atuando como mediadoras culturais e incentivando o hábito da leitura entre seus seguidores. Como

observa Zilberman, “a leitura, ao contrário do que se pensa, não é uma atividade puramente individual: ela resulta de uma prática social” (Zilberman; Lajolo, 2001). Esse papel social das influenciadoras é reforçado pela construção de uma relação de confiança e identificação com seus públicos, que veem nessas figuras um exemplo a ser seguido. Segundo Recuero (2009), “os influenciadores digitais são mediadores que exercem influência sobre as opiniões e atitudes de seus seguidores, estabelecendo relações de confiança e, muitas vezes, moldando comportamentos”. Dessa forma, elas não apenas indicam livros, mas também criam um ambiente no qual o interesse pela literatura é estimulado e valorizado, ajudando para a formação de uma comunidade leitora ativa e engajada.

Segundo Antonio Candido (1972), “a literatura humaniza na medida em que abre o espírito humano para a compreensão dos outros e de si mesmo, ao tocar questões essenciais da vida em sociedade.” Ao promover obras literárias brasileiras, influenciadoras desempenham um papel semelhante ao que Candido propõe, incentivando seus seguidores a adotarem uma postura reflexiva e crítica. Em suas práticas, elas não apenas recomendam leituras, mas também despertam o senso crítico do público, alinhando-se à ideia de que a literatura pode ser um agente de transformação pessoal e social.

Durante a entrevista foi abordado perguntas referentes a rotina de criação, comunidade do BookTok e ferramentas e recursos.

Para compreender essas abordagens foi realizado a seguinte pergunta referente a rotina: **8 - Você poderia compartilhar como é o seu dia a dia na criação de conteúdo literário?**

As influenciadoras têm critérios diferentes na produção de seus conteúdos diários nas suas contas do TikTok, cada uma tenta se adequar a sua rotina e casa tarefas e compromissos com as suas produções.

Bruna (@brumartioli) ressalta na entrevista que geralmente produz seu conteúdo entre o tempo que tem para se arrumar antes de dar suas aulas, nesse tempo ela grava alguns vídeos e vai salvando para serem postados durante a semana ou aquele dia.

Bruna (@brumartioli): "Aproveito que já estou arrumada, então, quando término de dar uma aula ou de fazer outra atividade, já

pego o microfone e gravo um vídeo, depois outro e mais outro. Geralmente, gravo uns três, quatro, até cinco vídeos de uma vez, o que leva uns trinta minutos."

Essa estratégia permite que ela poste um vídeo por dia, mantendo uma frequência regular de publicações. Ela destaca que o conteúdo é muitas vezes direcionado pelas preferências dos seguidores:

Bruna (@brumartioli): "É sempre baseado no que eles pedem."

A Beatriz (@bibialeitora) tem uma rotina parecida com a da Bruna (@brumartioli), na entrevista ela relata que geralmente grava vídeos e também vai postando durante a semana.

Beatriz (@bibialeitora): "Minha rotina de produção é engraçada, porque eu achava que só eu fazia assim, mas descobri que outras pessoas também. Durante a semana é inviável; agora eu até me formei, mas antes eu trabalhava das sete da manhã até às onze da noite, entre trabalho e estudos. Mesmo quando conseguia ler, estava exausta. Então, o que faço é reservar um dia da semana, normalmente sábado à noite, quando estou mais tranquila."

Nesse momento de gravação dos vídeos, ela maximiza o tempo produzindo vários em sequência:

Beatriz (@bibialeitora): "Gravo vários vídeos de uma vez. Vou mudando de roupa, faço uma maquiagem básica, pego várias camisas diferentes e gravo cerca de sete vídeos."

Essa estratégia permite que ela tenha conteúdo para publicar ao longo da semana, facilitando a regularidade das postagens mesmo em uma rotina intensa. A fala dela revela a realidade de muitos influenciadores que conciliam a criação de conteúdo com outras atividades, tornando a organização essencial para manter o engajamento com o público.

A Beatriz também fala dessa rotina que ainda sim, é muito parecida com a rotina das demais influenciadoras, em que ela separa um dia e realiza as gravações, mas no caso dela é um processo mais demorado já que ela lê e vai marcando os trechos que ela gostaria de fazer a interpretação ou leitura e só

após a leitura e que ela começa a pensar em como produzir aquele conteúdo dentro da curadoria realizada por ela.

Beatriz (@readingwbiaa): "Acho que o conteúdo começa a ser criado quando eu leio o livro. No momento em que estou lendo, já vou marcando cenas que podem ser interessantes para compartilhar em um vídeo. Só que eu sempre finalizo a leitura antes de recomendar, porque não gosto de indicar um livro sem terminá-lo. Vai que acontece algo no final que muda a história e minha percepção, então prefiro garantir que li tudo para poder recomendar com segurança."

Após a leitura completa, a influenciadora se organiza no Notion⁵, onde mantém uma página dedicada aos livros do ano, separando-os por mês e registrando cenas relevantes. Ela explica o processo:

Beatriz (@readingwbiaa): "Se leio no Kindle, já deixo as cenas marcadas no aplicativo. Se é um livro físico, marco as páginas com anotações como 'ele ajuda ela, página 50'. Então, quando vou gravar o vídeo, é só abrir o livro e retomar essas partes."

Enquanto a Malu Marques (@bmyart), tem um processo diferente das outras influenciadoras, devido ao seu formato e seu público-alvo ela adota estratégias diferentes para a produção do seu conteúdo, na entrevista ela diz:

Malu Marques (@bmyart): "Tem semana que é uma loucura, que eu passo, tipo assim, segunda, terça e quarta só gravando. Às vezes, eu não preciso gravar nada, como na semana passada que já tinha vídeos prontos. Mas essa semana, por exemplo, estou zerada e amanhã vou precisar gravar 10 vídeos. Para isso, eu preciso estar com as unhas bem-feitas, afinal, estou segurando um livro e as pessoas notam esses detalhes. E se uma marca de esmalte quiser me patrocinar, ela vai ganhar muito com isso, porque nos comentários eu sempre recebo perguntas como: 'Malu, que esmalte é esse?' ou 'De onde é essa roupa?'. É interessante ver como, além de promover a leitura, esses detalhes engajam outras questões também, como moda e beleza."

Durante a entrevista foi questionado a relação da comunidade do BookTok, tentando compreender se a promoção da leitura acontece nos

⁵ Notion é um aplicativo da web freemium para produtividade e anotações desenvolvido pela Notion Labs Inc. Ele oferece ferramentas organizacionais, incluindo gerenciamento de tarefas, rastreamento de projetos, listas de tarefas e marcadores. (Wikipédia, 2016).

eventos também, se essas influenciadoras são chamadas para participar de eventos literários, por meio da seguinte pergunta: **9 - Em relação à comunidade do BookTok, vocês costumam ser convidados para eventos voltados à literatura, como a Bienal do Livro?**

Bruna (@brumartioli), apesar de ser chamada para eventos como, por exemplo, as Bienais do Livro, ressalta que grande parte dos eventos que ela é palestrante ou frequenta não tem nada a ver com o TikTok, mas sim por estar fazendo doutorado em Portugal, ela descreve esse processo:

Bruna (@brumartioli): "Normalmente sou chamada para lançamentos literários, mas não por conta da internet. [...] Quando vou a esses eventos, eu divulgo e participo das discussões. Por exemplo, 'no dia tal, vai ter a apresentação do livro da Célia Corrêa Loureiro'. Eu sento e debato o processo de escrita, faço entrevistas e dou minhas considerações literárias. Minha atuação é muito mais relacionada ao meu nicho de pesquisa em inter-artes, estudando música, arte, cinema, literatura e teatro, do que pelas redes sociais. Na verdade, eles nem sabem que eu uso internet."

Malu Marques (@bmyart), tem um posicionamento diferente, todos os convites relacionados ao meio literário ela recebe convites a partir do seu perfil nas redes sociais, ela comenta que além de ter participado da Bienal Internacional do Livro de São Paulo também já foi convidada para realizar outros eventos:

Malu Marques (@bmyart): "Já fiz algumas palestras sobre leitura e, quando isso acontece, costumo avisar o pessoal que está por perto, convidando-os a ir. No entanto, não sou muito envolvida com eventos culturais mais amplos; por exemplo, já fui convidada para algumas coisas e não divulguei."

Além disso Malu Marques (@bmyart), enxerga a importância dessas palestras, eventos relacionados a leitura e ressalta:

Malu Marques (@bmyart): "Acho que, ao palestrar, é uma forma cultural de estar presente e incentivar a leitura."

Por outro lado, a Beatriz (@bibialeitora) tem uma participação parecida com o da Malu Marques (@bmyart), além de participar de eventos realizados

pelas editoras também participou da Bienal, mas de forma independente, ela comenta:

Beatriz (@bibialeitora): "Como minha conta é relativamente pequena — não é pequena, mas comparada a criadores grandes. [...] Tem criadores menores que são chamados para algumas coisas e criadores grandes que não são, e vice-versa. Eu já fui chamada para eventos de editoras, mas porque sou parceira. Vou fazer parceria com duas editoras, e eles me chamam para os eventos. [...] Acontece, mas para mim, é bem menos frequente. Geralmente, somos chamados mais quando somos parceiros."

Esse relato ilustra o mundo dos influenciadores, enfatizando a importância das parcerias e o esforço necessário para construir uma presença significativa nesse espaço.

A Beatriz (@readingwbiaa), também tem um posicionamento parecido com as outras, enfatizando também sobre os eventos que acontecem com as editoras devido a suas parcerias, ela comenta:

Beatriz (@readingwbiaa): "Já fui convidada para alguns eventos. Fui ao aniversário de uma editora, e também participei de um evento deles na Bienal, no Espaço da editora, onde apresentei os lançamentos. [...] Esses eventos são mais uma troca, onde a editora mostra seus lançamentos e nós, influenciadores, aproveitamos para fazer networking e ganhar livros que estão sendo lançados."

Sobre a Bienal Internacional do Livro de São Paulo a influenciadora explica que não recebeu um convite formal, mas encontrou uma alternativa:

Beatriz (@readingwbiaa): "Não fui convidada oficialmente, mas me inscrevi para ganhar a credencial de influenciadora e consegui. Isso facilita, porque assim não preciso pagar entrada todos os dias que vou."

Além disso ela fala que é frequentemente chamada pelas editoras para lançamento de algum livro ou evento específico, mas isso acontece devido a sua parceria com aquela editora.

Por fim, foram perguntadas para elas sobre as ferramentas e recursos utilizados em seus vídeos, a pergunta realizada: **10 - Quais ferramentas ou**

recursos da plataforma você considera mais úteis na criação de conteúdo literário?

Cada uma delas tem dinâmicas diferentes de como utilizam e se apropriam dessas ferramentas da plataforma. A influenciadora Bruna (@brumartioli) comenta que:

Bruna (@brumartioli): "Acho que é muito importante editar o vídeo pela plataforma, e não por um editor externo. Responder os comentários das pessoas é fundamental para que elas se sintam valorizadas e continuem interagindo. [...] Teve uma época em que, quando liberaram os vídeos de 10 minutos, todo mundo estava viciado nesses formatos. Eu não fiz nenhum, porque, embora funcione, acredito que nem tudo é adequado para o seu perfil. [...] Você precisa acompanhar o que a plataforma pede e repetir o que vê que dá certo."

Essa dinâmica demonstra a consciência da influenciadora sobre a importância de se adaptar às tendências enquanto mantém sua identidade e autenticidade em seu conteúdo e conhecendo o que funciona para o seu perfil.

A Beatriz (@bibialeitora) também fala sobre quais são as ferramentas que ela utiliza dentro da plataforma:

Beatriz (@bibialeitora): "Eu gosto muito da plataforma e acho as estatísticas muito boas. Recentemente, fiz um vídeo que viralizou e comecei a ganhar muitos seguidores. Fiquei me perguntando de onde estavam vindo essas pessoas. Aí, consegui entrar no vídeo e ver as estatísticas, como quantos seguidores ganhei apenas com aquele vídeo. Para mim, essa é a parte mais legal, pois dá uma noção do que as pessoas realmente gostam. [...] A parte de edição do TikTok é muito boa. Recentemente, tentei baixar um aplicativo de edição de vídeo, mas percebi que o próprio TikTok já faz as legendas e permite recortar os vídeos, o que é muito prático."

Ela destaca a importância de ferramentas que ajudam a entender melhor o público:

Beatriz (@bibialeitora): "Tem algumas ferramentas que usei, como saber qual é o melhor horário para postar e quando há mais interação. Essas informações existem, mas, para ser sincera, não as uso muito."

Beatriz (@bibialeitora) ressalta novamente a importância de conhecer o seu perfil e usufruir das ferramentas que funcionam para cada um.

Enquanto a Malu Marques (@bmyart), ressalta que utiliza outros recursos além da própria plataforma para editar seu conteúdo:

Malu Marques (@bmyart): "Antes, eu fazia tudo pelo TikTok, mas quando comecei a usar o Instagram, percebi que a qualidade dos vídeos que eram enviados diretamente do TikTok caía. Então, parei de fazer isso. Hoje, os vídeos que vão para o TikTok não são sempre os mesmos que vão para o Insta. [...] Agora, uso o CapCut⁶ Pro. Eu amo editar por lá, porque ele oferece muitas funcionalidades. Se você comparar um vídeo meu de hoje com um de um ano atrás, a diferença na edição é gritante. Hoje, uso efeitos sonoros, fontes que não são do TikTok, títulos, iluminação... enfim, acho o CapCut ótimo para editar. [...] Gravo pela câmera normal, porque assim, se eu quiser colocar o vídeo no Reels depois, não perde qualidade."

Ela completa dizendo que utiliza de outros recursos para organizar as suas produções:

Malu Marques (@bmyart): Para roteiros, uso o Notion. E para insights, uso o Notas do celular. Então, minhas ferramentas principais são Notas, Notion e CapCut para editar, e a câmera normal para gravação.

Esse relato mostra como a influenciadora se adapta às demandas das diferentes plataformas, melhorando suas habilidades de edição e organização ao longo do tempo que trabalha com a internet.

Beatriz (@readingwbia), tem uma dinâmica parecida com as demais também, ela comenta:

Beatriz (@readingwbia): "Eu sempre coloco legenda nos vídeos, pela acessibilidade. Às vezes, estou vendo vídeo no metrô sem fone e quero ler, mas não dá porque não tem legenda. [...] Na legenda, coloco as hashtags que conectam ao livro, à autora e aos temas do livro, que acho muito importante para a entrega do conteúdo. [...] Eu gravo pelo próprio TikTok,

⁶ O CapCut é atualmente um dos **editores de vídeo para celular** mais populares, fazendo sucesso, principalmente, entre os usuários do TikTok que procuram por uma ferramenta fácil de usar. A plataforma possui uma interface intuitiva e com diversas opções para editar e customizar os vídeos — que vão desde **efeitos visuais** simples até a possibilidade de importar templates de outros criadores de conteúdo. (Tecmundo, 2022).

porque acredito que isso ajuda no algoritmo, já que o aplicativo consegue reconhecer que você gravou dentro dele. Também uso o Kindle quando leio livros digitais. [...] Eu acho que o TikTok é bem básico na questão de edição. Gosto muito da câmera deles, que permite pausar, porque facilita a produção do meu conteúdo. Faço um conteúdo básico, sem muita edição, e a legenda é ótima."

Ela completa dizendo sobre recursos parecidos com outros editores de vídeos:

Beatriz (@readingwbia): "Eu vi que mudaram a forma como você escreve no TikTok. Agora tem pacotes prontos que você só clica e já vai daquele jeito. Por exemplo, texto branco com fundo preto. E agora tem animações de texto, assim como no CapCut."

A análise das estratégias de engajamento utilizadas pelos influenciadores do TikTok na promoção da leitura revela um panorama dinâmico e multifacetado, onde as práticas de mediação vão além da simples recomendação de livros. Os influenciadores, ao adotarem abordagens criativas e interativas, contribuem para a construção de comunidades de leitores que se sentem valorizados e incentivados a compartilhar suas experiências literárias. Essa experiência não só amplia o acesso à literatura, mas também transforma a forma como os jovens se relacionam com a leitura, tornando-a uma prática socialmente relevante. Nesse contexto, José Rodrigues Ferreira (2018), argumenta que "as mídias digitais não apenas alteram os modos de produção e circulação do saber, mas também reconfiguram as formas de apropriação e fruição da leitura", ressaltando a importância de compreender essas novas dinâmicas para fomentar um hábito de leitura mais inclusivo e participativo.

No tópico 6.4, serão analisados os formatos utilizados pelas influenciadoras para engajar seus seguidores. Táticas como vídeos curtos, resenhas criativas e desafios literários atraem o público e promovem um senso de pertencimento, diversificando o conteúdo e desafiando as normas tradicionais da mediação literária. O próximo tópico examinará como esses formatos impactam o engajamento e a promoção da leitura.

6.4 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: os formatos adotados pelas influenciadoras

A promoção da leitura e da literatura nas plataformas digitais, especialmente no TikTok, tem se mostrado um campo fértil para a criação de conteúdos inovadores que engajam os jovens de maneira efetiva. Segundo o autor brasileiro José Martins de Araújo (2020), "a forma como a literatura é apresentada e mediada nas redes sociais pode ser determinante para o interesse e a adesão dos jovens ao hábito da leitura". Nesse contexto, as influenciadoras utilizam uma variedade de formatos—como resenhas, desafios de leitura, e vídeos de discussão—para atrair e manter a atenção dos seguidores, transformando a literatura em um tema acessível e convidativo. Essa variedade de abordagens permite que a literatura deixe de ser uma atividade solitária, passando a ser vivenciada em um ambiente de comunidade e compartilhamento, onde os jovens se sentem parte de algo maior.

Durante a entrevista, foram abordados assuntos referentes a interação dos seguidores, o feedback, o impacto do algoritmo e a comunidade do BookTok.

Para compreender a interação dos seguidores foi realizada a seguinte pergunta: **11 - Como é a interação com seus seguidores? Eles costumam ser participativos, pedem conteúdos específicos? Você poderia falar um pouco sobre isso?**

Para Malu Marques (@bmyart) ela descreve essa interação, ela comenta sobre a sua trajetória como influenciadora literária pode ser marcada por momentos importantes que reforçam seu papel na promoção da leitura:

Malu Marques (@bmyart): “Olha, eu acho que foi quando a editora me mandou um livro pela primeira vez. Eu acho que a primeira vez que recebi de verdade foi um marco para mim, assim, de... Caramba! Vão me mandar? O que eu faço agora? [...] O dia 1 de agosto de 2023, quando fechei minha primeira parceria paga. Na época, eu cobrei pouquíssimo, mas foi uma realização. Alguém vai me pagar para ler um livro! Foi um marco incrível. [...] As pessoas falaram: 'Malu, eu não acredito que estou falando com você de verdade.' Eu percebi que as pessoas são minhas fãs. Falar comigo é tipo assim... uau! Isso me fez entender como elas me veem.”

Essas experiências ressaltam a importância do reconhecimento e da interação, evidenciando que, para muitos influenciadores, essa conexão com o público é uma das maiores recompensas de seu trabalho.

Por outro lado, a influenciadora Bruna (@brumartioli) tem um ponto de vista diferente. Como é professora, ela busca agir da mesma maneira que agiria com os seus alunos e descreve como acontece essa troca, grande parte do seu conteúdo é republicado a partir de um comentário do seguidor, como por exemplo “Bruna fala por onde começo a ler Clarisse Lispector”, ela comenta sobre:

Bruna (@brumartioli): “Para mim, é muito parecido com a relação que tenho com meus alunos em sala de aula. Eu realmente faço aquilo ali, respondo as pessoas e mantenho vínculos como os que teria com alunos, sempre estabelecendo limites. Quando isso passa do limite, eu simplesmente desligo meu celular e vou viver minha vida.”

Beatriz (@bibialeitora) também relata como é a sua interação com a sua comunidade de leitores:

Beatriz (@bibialeitora): “Eu estou muito privilegiada com os seguidores que eu tenho. Tem vários seguidores que eu tenho desde o começo. Eu sinto que as pessoas no TikTok interagem mais facilmente. Várias contas aparecem nos meus vídeos constantemente. Tipo, é a mesma pessoa que comenta em todos os vídeos. Ela reage às coisas e diz, ‘É claro que você falou desse livro. Na hora que você falou o tema, eu sabia que você ia falar desse livro.’ Você vê que tem gente que realmente assiste com frequência e te conhece. É muito legal ver que as pessoas esperam os seus vídeos. Eu sempre fico muito feliz quando vejo isso. [...] Eu tenho seguidores que me mandam mensagens. No Instagram, como eu tenho ADM⁷, às vezes as pessoas que querem falar de maneira mais aprofundada me chamam na ADM, e aí a conversa flui de forma mais fácil. Eles falam: ‘Ai, Bia, já aconteceu de eu ler o livro tal e lembrar de você.’ Eles acabam indicando para mim também, porque, como eu disse, eles me conhecem. Eles me transformam, tipo, ‘Bia, esse livro, eu sei que você vai gostar, você precisa ler.’ É muito legal, porque fica na minha cabeça e depois eu realmente compro.”

Enquanto a Beatriz (@readingwbiaa), relata essa interação mais participativa com seus seguidores da mesma maneira que a Beatriz @bibialeitora:

⁷ "DM" é uma abreviação para "Direct Message", que, em português, significa "mensagem direta". O termo é comumente usado por usuários que desejam manter uma conversa no chat privado com outros perfis para tratar de assuntos pessoais. Ao conversarem pela ferramenta, apenas os usuários envolvidos podem visualizar as mensagens. (Fabro, 2021).

Beatriz (@readingwbiaa): Eu vou falar mais sobre o TikTok, mas também vou falar um pouco sobre o Instagram. O TikTok acaba sendo a minha rede principal. Sinto que as pessoas interagem muito. Uma das estratégias que vejo sendo muito usada para impulsionar os vídeos é não falar o nome do livro. As pessoas se matam nos comentários pedindo: 'nome, nome, nome!' Mas eu sempre falo no final. Muitas vezes, eu reconheço os rostos das pessoas que comentam só para engajar. Quando eu respondo o comentário com o nome do livro, isso ajuda, porque, quando a pessoa vai pesquisar, o meu vídeo aparece na pesquisa, já que o nome está presente várias vezes.

Na da entrevista também foi questionado como acontece o feedback na comunidade, ao se perguntar: **13- Como os feedbacks dos seguidores influenciam suas escolhas para os próximos conteúdo? Poderia compartilhar um exemplo em que um feedback mudou seus planos?**

Bruna (@brumartioli) tem uma relação com os seus seguidores de troca, ela explica como essa interação influencia ou não as suas escolhas:

Bruna (@brumartioli): "Eu fiz, na verdade, um vídeo indicando uma ordem para ler Clarice Lispector. Como aquele vídeo viralizou, comecei a perceber que no TikTok você acaba repetindo a mesma coisa várias vezes. Recentemente, até dei uma pausa, pois não aguentava mais ver minha cara falando: 'por onde começar?' Mas, ao mesmo tempo, as pessoas adoram esse vídeo. Sinto que preciso expandir agora para outras nacionalidades, como a literatura irlandesa, por exemplo. [...] Na verdade, eu estava sem ideia. Escuto muito o que a audiência fala. Antes, eu não tinha um nicho definido. Postava um desabafo, falava de um livro, ou não falava. Então, pensei: 'E se eu focasse apenas em literatura?' E realmente funcionou. Vídeos semelhantes e repetidos têm um desempenho impressionante no TikTok. As pessoas até começaram a me chamar de 'a menina do Por Onde Começar'."

Enquanto, Malu Marques (@bmyart) reafirma que continua indicando apenas os livros que ela gosta de ler e que tem uma comunidade de seguidores muito forte e que também gostam do mesmo conteúdo que ela, mas que busca atender as solicitações dos seus seguidores:

Malu Marques (@bmyart): "Eu já recebi muitas opiniões de seguidores que aumentaram minha vontade de ler um livro. Às vezes, ganho ou compro um livro que não conheço, e vejo que

o pessoal está realmente falando sobre ele. Eu confio muito no que meus seguidores dizem. Postei um livro que ganhei, sem conhecer a escritora ou o título, e uma galera comentou: ‘Ué, muito bom! Eu já li e adorei!’ Isso me motiva a ler mais. [...] O Clube do Livro também tem sido um grande influenciador para mim. Por exemplo, este mês caiu ‘Layla’, da Colleen Hoover, que eu queria muito ler, mas não tinha planos para isso agora. O clube me faz ter que ler livros que, de outra forma, não escolheria. Um exemplo é ‘Divinos Rivais’, que eu nunca tive vontade de ler, mas acabei lendo por conta do clube e percebi que foi uma experiência positiva. Então, definitivamente, o clube tem me influenciado bastante.”

Enquanto a Beatriz (@readingwbiaa) tem um comentário diferente em relação as demais, essa troca frequente com a comunidade dela e a atender pedidos específicos de seus seguidores:

Beatriz (@readingwbiaa): “Eu acho que a criação da playlist foi uma ideia genial de uma seguidora que comentou: ‘Ah, Bia, você podia colocar os vídeos numa playlist.’ Eu sempre mencionava os livros que já indiquei, mas, quando postava dois vídeos por semana, o número de conteúdos era grande e as pessoas tinham dificuldade em encontrar as recomendações. Com a playlist, ficou muito mais fácil para elas se localizarem. [...] Eu leio porque gosto, e não tenho restrições de gênero. Não sou uma pessoa que só lê livros mais de 18 anos. Leio qualquer livro que me interesse. Contudo, acabo lendo mais livros desse tipo, pois, no mercado nacional, há uma maior oferta, especialmente por autoras que escrevem para esse público, como na plataforma Kindle Unlimited da Amazon. Quando leio um livro que não é mais de 18, meu foco é sempre extrair o máximo de conteúdo para compartilhar com as pessoas que me pedem essas informações.”

A Beatriz (@bibialeitora) também explica sobre essa interação com seus seguidores:

Beatriz (@bibialeitora): Sim, é inevitável. Tanto pro bem quanto pro mal. Graças a Deus, nunca tive nenhum vídeo que foi muito mal-visto ou que me fizesse sentir atacada. Isso acontece com frequência com outros criadores, mas eu não passei por isso. Recentemente, tive um vídeo que viralizou, onde falava dos meus alunos, embora essa não seja a temática principal da minha conta. Postei porque estava há muito tempo sem publicar e era um assunto que eu gosto. Para minha surpresa, o vídeo fez muito sucesso, e acabei fazendo mais um sobre o tema, já que as pessoas estavam interessadas. [...] Esse sucesso gerou uma conexão maior com meu público; as pessoas começaram a me associar a esse conteúdo. É claro que existe uma pressão: se algo dá certo uma vez, você se

pergunta se funcionará novamente. Porém, geralmente, o segundo vídeo não é tão bem-sucedido quanto o primeiro. Apesar disso, criar esses vínculos com os seguidores é muito gratificante, pois demonstra que eles estão realmente interessados no que compartilho.”

Durante a entrevista, foi questionado sobre o impacto do algoritmo, e foi realizada a seguinte pergunta: **16 - Como o algoritmo do TikTok influencia suas decisões de criação de conteúdo? Você percebe mudanças no alcance de seus vídeos com base nas mudanças do algoritmo?**

A influenciadora Malu Marques (@bmyart) comenta sobre como ocorre:

Malu Marques (@bmyart): “Sim, eu acho que tem muitos livros que acabamos lendo antes porque estamos vendo o que o pessoal está falando e os seguidores estão curtindo. Por exemplo, quando teve o boom da *A Empregada*, eu li porque estava muita gente falando sobre e queria saber a minha opinião. Sinto que isso influencia bastante nas minhas escolhas de leitura. [...] Em relação ao conteúdo, é um pouco complicado, pois o BookTok não é padrão. Por exemplo, a Bia grava vídeos com cenas, enquanto eu gravo indicações diretas. Isso faz com que o algoritmo funcione de maneira diferente para cada um. Às vezes, posto um vídeo que não ‘vinga’, e é muito difícil entender o porquê. Pode ser a data da postagem, a edição, ou simplesmente não funcionar. Essa incerteza é, para mim, a parte mais interessante do trabalho como criador.”

Enquanto a Beatriz (@readinhwbiala) comenta que:

Beatriz (@readinhwbiala): “Eu acho que o algoritmo é algo muito incerto. Há muitos gurus de marketing falando e vendendo fórmulas como se fossem verdades absolutas, mas, na realidade, não sabemos. TikTok e Instagram não revelam como funcionam. Eles afirmam que você deve seguir certas diretrizes, mas isso não garante que o seu vídeo vai performar bem. [...] Então, ao gravar um vídeo, menciono o gênero do livro, o nome da autora e o título do livro, porque isso ajuda quando as pessoas vão pesquisar. Também falo sobre as tropes e as escrevo corretamente nas legendas, pois isso pode impulsionar o vídeo. [...] Enquanto no Instagram eu costumo usar cerca de cinco hashtags, no TikTok me esforço mais e utilizo várias. Coloco uma hashtag relacionada ao meu perfil para que todos os meus vídeos sejam agrupados nessa categoria. Sempre incluo duas hashtags, uma do BookTok Brasil e outra do BookTok geral, pois são importantes para alcançar um público maior. Em um mês, o TikTok até fez um destaque especial para o BookTok, criando uma página exclusiva com vídeos dentro dessa hashtag. Depois dessas, eu

adiciono as hashtags específicas do livro e da autora, e sigo com as tropes e o gênero do livro.”

Do mesmo modo, a Beatriz (@bibialeitora) comenta:

Beatriz (@bibialeitora): “Mas esse foi uma coisa que me marcou muito. Nunca foi uma coisa que eu pensei, tipo, usar minha plataforma pra promover o meu livro. Nunca pensei. Eu queria até esconder o que eu tinha feito, na verdade. Não queria que ninguém soubesse que tinha sido eu. [...] Só que, por acaso, eu fiz um vídeo e mencionei. E aí, uma outra criadora de conteúdo viu, fez uma *review*. Depois, uma outra criadora, maior ainda, viu, leu e começou a falar. Aí começou, tipo, a se desdobrar de um jeito que eu não precisei promover. [...] Depois, as pessoas vinham falar comigo. Então, essa foi uma experiência muito marcante para mim, porque eu vi muito claramente o poder do BookTok. Eu passei seis meses promovendo, fiz promoção financeira, paguei para o TikTok entregar meu vídeo. Mas não foi isso que funcionou. Foi, tipo, boca a boca. O toque do BookTok, o poder do boca a boca, expandiu pra, tipo, 100 mil pessoas. [...] Essa foi uma experiência muito marcante pra eu entender também onde eu estava, né? Foi um marco. Porque foi uma coisa que começou sem intenção, mas, quando percebi, tomou uma dimensão muito maior. E eu fiquei, ‘Meu Deus, e agora?’ Eu me senti muito pequena, sabe? Tipo, eu não fiz nada.”

Bruna (@brumartioli) também fala sobre a sua experiência com o algoritmo:

Bruna (@brumartioli): "Eu comecei a responder as pessoas em vídeo porque percebi que o TikTok impulsiona quando você responde dessa forma."

Nesse trecho, a influenciadora analisa que após indicar livros clássicos no formato de responder perguntas percebeu o quanto os seus vídeos começaram a ser entregues e fez disso um dos seus quadros mostrados em seu perfil.

Por fim, buscou a compreender como a comunidade do BookTok se relaciona entre si, então durante a entrevista foi realizada a pergunta: **17 - Como você vê a comunidade do BookTok? Há colaboração entre os criadores de conteúdo ou é mais uma jornada individual?**

Bruna (@brumartioli) relata que a sua participação com a comunidade não é ativa, apesar de acompanhar outros influenciadores ela não tem contato direto com essa comunidade, mas descreve o papel importante dos BookTok:

Bruna (@brumartioli): " Os booktoks são meus aliados e nem sabem. Eles fazem meus alunos lerem, e isso é incrível."

Malu Marque (@bmyart) comenta sobre a comunidade:

Malu Marques (@bmyart): "Ó, vou te falar que, assim, eu demorei um pouco pra virar mais amiga do pessoal. Eu acho que, na verdade, eu não sei o que eu acho. Não sei se quem é amigo se conheceu em evento. Tipo, sabe? Muitos booktokers, às vezes, gravam conteúdo juntos. Não sei se você conheceu no evento, se foi no 'Oi, tudo bem?', tipo, vamos ser amigos? Não sei. [...] Eu sei que as amigas que eu tenho hoje... A Bia, por exemplo, que eu vou te passar o número, foi tipo de... ela me seguiu, eu a segui. Aí, a gente meio que conversou um pouquinho sobre algumas coisas. Aí a gente se viu no evento da editora. Aí viramos superamigas. [...] Isso, nossa, é uma colaboração muito boa, porque às vezes acontece alguma coisa, eu mando 'Bia, você viu isso? O que eu faço?'. Ou ela já me ajudou muito a precificar o meu trabalho. Tipo, 'Amiga, estou com essa publicidade, o que eu faço?'. Então, acho que isso é muito legal, ter gente do seu nicho que faz a mesma coisa que você no seu círculo social. Faz muita diferença. Porque quem não tá na criação de conteúdo não entende o trabalho. E não entende, não o trabalho braçal, mas como funciona, de onde vem, pra onde vai. E às vezes não apoia muito. E não é que não apoia, é que não acredita que é um trabalho. [...] Então, é muito legal você estar cercada dessas pessoas. Eu tento cada vez mais criar essa amizade. Estou começando a ser amiga também de outras duas meninas. [...] Colaboração direta? Eu sinto que é mais ou menos, porque o nosso conteúdo não é sempre um conteúdo que dá para você gravar com outra pessoa, de longe. Então, eu acho que é um pouco diferente essa colaboração direta. Eu sinto que, às vezes, tem uma colaboração de dúvidas e de opiniões comigo. 'Eu li esse livro, o que você achou?'. Isso, eu acho que ajuda demais. Então, acho que dos booktokers é isso."

Beatriz (@readingwbiaa) também comenta:

Beatriz (@readingwbiaa): "Como eu te falei, eu sou uma pessoa que, às vezes, acabo consumindo muito conteúdo gringo. E eu percebi que isso me afasta um pouco dos criadores aqui do Brasil. E eu sinto que é algo ruim, assim, pra mim, né. [...] Eu também percebo que eu uso muito o meu Instagram pessoal. Eu tenho um Instagram pessoal e um Instagram de criação de conteúdo. Eu não acho que os dois devem se misturar. Até porque eu falo sobre livros, sabe? E eu vejo que tem muitos criadores que dão essa permissão de ver a vida deles, e aí as pessoas... Elas abusam dessa liberdade, sabe? [...] Tipo, falam mal, e eu acho muito feio. Só que as

peessoas se estendem nessa liberdade. Então, ah, você deixou eu ver, eu posso falar sobre a sua vida. Só que não é assim que funciona. E aí, eu acabo seguindo muita gente no meu perfil pessoal. E eu interajo muito no meu perfil pessoal. Só que as pessoas, os criadores, não vão saber, né? Não vão saber que sou a Beatriz. E aí, agora, eu tô começando a focar mais e interagir com eles no meu perfil de literatura."

Igualmente, Beatriz (@bibialeitora) relata como acontece essa colaboração para ela:

Beatriz (@bibialeitora): "Pelo que eu vejo, assim, muitos começaram meio sozinhos. Então, eu comecei sozinha, eu não conhecia ninguém que fazia vídeo quando eu comecei. Fui na cara e na coragem, assim. Vejo que muita gente começou nesse aspecto. [...] Eu acabo fazendo mais vídeos sozinha mesmo. Mas existe, sim, uma colaboração muito grande. Tem pessoas que preferem ficar mais na delas, mas é uma comunidade muito querida, pelo menos dos criadores que eu conheço. É um pessoal muito tranquilo, muito legal. Realmente gente boa e gentil. [...] Na Bienal, por exemplo, encontrei vários. Perguntava: 'Quer aparecer no meu vídeo?' E eles: 'Sim, claro! Quer aparecer no meu?' É uma abertura muito bacana. Tem muita coisa que você acaba fazendo sozinho, sim, porque é você na frente da câmera, falando. Mas todo mundo é muito aberto a colaborações. [...] Você pega o tema de vídeo de alguém e dá os créditos. Ou eles fazem isso com o seu vídeo. O pessoal comenta muito nos conteúdos uns dos outros, dá like, engaja. Do meu nicho, as pessoas são muito unidas."

A promoção da leitura e literatura nas plataformas digitais, especialmente no TikTok, revela uma transformação da mediação literária em ambientes online. A variedade de estratégias utilizadas pelas influenciadoras, cria um espaço onde a literatura se torna acessível e compartilhada, aproximando os jovens de livros e autores. Como destaca Araújo (2020), "a mediação literária nas redes sociais é determinante para despertar o interesse dos jovens e fomentar um senso de pertencimento em torno da leitura".

As entrevistas realizadas evidenciam que a interação ativa dos seguidores, o impacto do algoritmo e o reconhecimento profissional são elementos centrais para o sucesso e continuidade dessas ações. As influenciadoras, ao adaptar seus conteúdos às preferências do público, consolidam uma comunidade engajada, onde o feedback dos seguidores não

apenas orienta as escolhas de novos conteúdos, mas também fortalece laços afetivos entre criadores e audiência.

Nesse cenário, a mediação literária deixa de ser uma experiência solitária e assume um caráter coletivo, como aponta Ferreira (2021), ao afirmar que “a leitura em comunidade, mediada por influenciadores digitais, transforma o ato de ler em uma prática social, que envolve diálogo, troca e colaboração”. Assim, o BookTok demonstra que, ao utilizar uma linguagem próxima do público e explorar as dinâmicas das plataformas digitais, é possível criar um movimento cultural que promove a leitura como prática contínua.

No tópico 6.5, serão analisados os desafios e oportunidades na promoção da leitura e da literatura enquanto influenciadora. O próximo tópico examinará como esses desafios e oportunidades impactam a promoção da leitura.

6.5 A promoção da leitura e literatura entre os seguidores: os desafios e as oportunidades

A promoção da leitura e da literatura entre os seguidores nas plataformas digitais enfrenta uma dinâmica única, em que a conexão entre os leitores e as obras literárias se torna essencial. Carlos Drummond de Andrade (2020) disserta sobre o papel transformador da literatura ao afirmar:

Não há muitos prosadores, entre nós, que tenham consciência do tempo, e saibam transformá-lo em matéria literária. Frequentemente a literatura se faz à margem do tempo ou contra ele — seja por incapacidade de apreensão, covardia ou cálculo. Daí o vazio e o desconforto do texto literário, como a insatisfação que ele desperta em cada vez mais descrentes leitores. E pouco importa que haja muitos leitores, uma vez que não amem o autor nem se confessem devedores de alguma coisa tirada ao livro. (Andrade 2020, p. 13).

Essa perspectiva reforça a necessidade de uma literatura que dialogue com o presente, promovendo a formação de identidades e a construção de significados pessoais e coletivos. Esses valores, por sua vez, podem ser ressignificados e potencializados no contexto das mídias sociais, que oferecem novas oportunidades para engajamento e mediação de leitura.

Complementando essa visão, Maurice Blanchot (2005) afirma: “a literatura é antes aquilo que não se descobre, não se verifica e não se justifica jamais diretamente, aquilo que só nos aproximamos desviando-nos, que só se capta indo para além dela”, essa definição enfatiza a importância das narrativas literárias na formação do conhecimento e da experiência, expandindo as possibilidades de interpretação da literatura nas plataformas digitais. Nesse contexto, Antonio Candido 1989 também ressalta que,

[...] a literatura corresponde a uma necessidade universal que deve ser satisfeita sob a pena de mutilar a personalidade, porque pelo fato de dar forma aos sentimentos e à visão do mundo ela nos organiza, nos liberta do caos e, portanto, nos humaniza (Candido, 1989, p. 122).

Relacionando a conexão emocional que as obras literárias têm com os leitores. Influenciadores digitais, como os da comunidade BookTok, atuam como mediadores que não apenas recomendam livros, mas também proporcionam um espaço de reflexão e diálogo que ajuda os leitores a se conectarem com narrativas diversas e enriquecedoras. Ao explorar os desafios e as oportunidades que surgem na interseção entre a literatura e a era digital, é possível compreender como essas interações moldam novas formas de engajamento literário.

Durante a entrevista buscou compreender os desafios enfrentados como influenciadores do BookTok, parcerias e monetização a influência da escolha do conteúdo, além do impacto da leitura literária na promoção da leitura.

Para entender quais são esses objetivos foram realizadas perguntas referentes a esse tema, a pergunta que buscou entender os desafios: **20 - Quais são os maiores desafios que você enfrenta ou enfrentou como influenciador do BookTok ao promover a leitura literária? Como você lida com esses desafios?**

Beatriz (@readingwbiaa) apresenta os seus maiores desafios quando diz:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu acho que nessa questão de se comparar, também tem a questão do algoritmo. Então, uma semana seus vídeos estão lá entregando muito, na outra não passa de 5 mil visualizações. E isso é um baque, assim, né? Porque você fica, poxa, fechei aqui um trabalho com uma autora e meu vídeo não entregou. Porque isso eu não tenho o

controle, sabe? Eu não tenho o controle do algoritmo. Eu produzi o meu vídeo do mesmo jeito, com a mesma qualidade de luz, de som, com as mesmas hashtags, com as legendas, com tudo. Eu não tenho o que fazer, sabe? Então eu tento não me preocupar com isso, porque senão a gente entra numa espiral e não sai mais."

Ela continua expressando também seu receio com a "ressaca literária", um bloqueio para leitura:

Beatriz (@readingwbiaa): "Acho que também a questão da ressaca literária, que é um medo, assim, eu fujo dela como o diabo foge da cruz, porque eu não posso entrar de ressaca literária. Se eu não consigo ler, já era... Até porque a gente que não é influenciador pode ter ressaca literária, mas você não dá. Tu fala, meu Deus, por que você não tá indicando? Aí você fala, tô numa ressaca literária."

Para contornar esses desafios, a influenciadora descreve sua estratégia de variar os estilos de leitura e as plataformas utilizadas:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu gosto muito de ler pelo Kindle, só que até eu canso de ler pelo Kindle... Então, eu gosto, às vezes, também de ler, por mais estranho que pareça, pelo celular... Eu também escuto muito audiobook. Então, eu sempre vou variando. E livro físico... Porque é isso, né? A gente tem o mundo digital que ajudou a gente a sair um pouco só do físico. Mas ainda assim, a gente intercala."

Essa fala evidencia dois desafios principais enfrentados pelos influenciadores literários. Primeiramente, a questão do algoritmo, que foge ao controle dos criadores de conteúdo e afeta a visibilidade dos vídeos. A influenciadora destaca que, embora mantenha consistência em termos de qualidade e estratégias de publicação, a instabilidade na entrega dos vídeos gera ansiedade e incerteza, especialmente ao realizar parcerias profissionais. Esse aspecto ressalta a natureza volátil da promoção de literatura nas redes, onde mesmo planejamento e consistentes podem ter resultados imprevisíveis.

Além disso, a necessidade de prevenir a "ressaca literária" é crucial para manter a recomendação de livros constante. A influenciadora adota diversas formas de leitura para poupar a monotonia e impedir que o bloqueio para a leitura prejudique seu ritmo de recomendações. Ao diversificar o formato e os

dispositivos de leitura, ela se mantém motivada e capaz de oferecer conteúdo relevante aos seguidores.

A influenciadora Beatriz (bibialeitora) descreve seu maior desafio como sendo a gestão do tempo:

Beatriz (bibialeitora): "Meu maior desafio é arrumar o tempo. Porque assim, vai de cada um. Se você trabalha com isso, o desafio deve ser outro. Porque você tem o tempo para isso, você tem pra ler. Para mim, não é nem só o tempo de fazer, é o tempo de ler. Eu não tenho tempo pra nada. Então isso, para mim, é muito difícil. Esse é o meu maior desafio."

Ela continua comentando sobre o desafio adicional de se manter atualizada sobre o que acontece no universo literário, especialmente em uma época de cancelamentos e polêmicas que podem envolver autores e editoras:

Beatriz (bibialeitora): "Eu acho que um desafio também, principalmente na cultura que a gente tem hoje, é estar atento ao que tá acontecendo. [...] Tem muita coisa acontecendo o tempo inteiro. E aí, você vai falar de um livro, mas esse livro foi cancelado seis meses atrás. Você não tá nem sabendo, sabe? [...] Pra você que não é o seu principal trabalho, que é um trabalho à parte que você faz, se manter atualizada com isso também deve ser uma loucura."

Essa fala expõe dois desafios centrais enfrentados por influenciadores que promovem literatura nas redes. Primeiro, a dificuldade de encontrar tempo suficiente para ler e produzir conteúdo, especialmente quando essa atividade não é a principal fonte de renda. A influenciadora observa que, ao contrário dos criadores que trabalham exclusivamente com conteúdo literário, ela precisa conciliar o tempo de leitura com outras obrigações. Esse aspecto descreve a realidade de muitos criadores de conteúdo literário que, ao gerenciarem suas redes sociais como um trabalho paralelo, enfrentam limitações de tempo que afetam tanto o volume quanto a consistência das postagens.

O segundo desafio mencionado é a constante necessidade de se manter informada sobre o que acontece no setor literário, em especial sobre temas de repercussão negativa envolvendo editoras e autores. A influenciadora exemplifica a situação com uma experiência pessoal, em que uma parceria com uma editora foi prejudicada por polêmicas que desconhecia no momento do acordo. Esse exemplo destaca o impacto das "polêmicas culturais" para

influenciadores literários, que precisam estar atentos às questões de reputação e à percepção pública de editoras e autores.

A influenciadora Bruna (@brumartioli) relata sobre os desafios do mundo literário no TikTok, especialmente no contexto brasileiro, onde a leitura é muitas vezes vista apenas como entretenimento:

Bruna (@brumartioli): "Eu acho muito difícil o mundo literário, não só dentro do TikTok, mas falando do TikTok, porque as pessoas não sabem meio que por que se lê. Elas têm uma ideia de que a leitura é entretenimento. Elas não entendem que a leitura é um direito, como diz o Antônio Cândido. Elas não entendem que a literatura é uma forma de emancipação, que a literatura é uma forma de conscientização e de cultura e de repertório de mundo."

Ela explica que, para ela, o primeiro passo ao criar conteúdo literário é convencer as pessoas da importância e do propósito da leitura:

Bruna (@brumartioli): "Então, no Brasil, eu faço um conteúdo que, primeiro, eu parto de um princípio de convencimento. Do porquê ler, do pra quê ler. [...] Eu acho que a maior dificuldade do BookTok, até mesmo do BookTok crescer, [...] é essa. Primeiro, fazer as pessoas entenderem por que elas precisam ler."

Essa fala revela uma dificuldade fundamental enfrentada pelos influenciadores literários: a necessidade de ressignificar a leitura como um direito e um recurso de emancipação cultural, alinhada à perspectiva de Antônio Cândido (1998) sobre a leitura como um direito humano essencial. A influenciadora nota que, ao contrário de outras categorias de influenciadores no TikTok, como aqueles focados em maquiagem ou lifestyle⁸, o conteúdo literário tem um público comparativamente menor. Essa diferença de audiência demonstra, segundo ela, a falta de entendimento da importância da leitura como algo além do mero entretenimento.

Além disso, ela aponta o contraste entre o impacto de influenciadores literários e influenciadores de outros nichos. No BookTok, mesmo perfis com

⁸ Lifestyle, ou estilo de vida, refere-se ao conjunto de características, hábitos, valores, comportamentos e preferências que definem como uma pessoa ou grupo vive no dia a dia. Esse conceito envolve aspectos como escolhas pessoais, práticas de consumo, atividades de lazer, interações sociais e prioridades culturais ou ideológicas. O termo é utilizado para descrever padrões de comportamento e consumo que refletem a identidade, aspirações e personalidade de indivíduos ou grupos, muitas vezes associados a segmentos específicos da sociedade.

um milhão de seguidores ainda são considerados pequenos, especialmente em comparação com influenciadores de outras áreas, que acumulam dezenas de milhões de seguidores. Essa diferença de alcance representa um desafio para o crescimento do BookTok e para a promoção da leitura no Brasil, exigindo que influenciadores literários dediquem parte de seu conteúdo à sensibilização sobre a importância da leitura, visando não apenas entreter, mas também educar e inspirar novos leitores.

A influenciadora Malu Marque (@bmyart) compartilha reflexões sobre o apoio familiar, as críticas de amigos e os desafios de trabalhar como criadora de conteúdo, enfatizando a instabilidade da profissão:

Malu Marques (@bmyart): "E assim, vou te falar, na minha família, não. Porque a minha família aqui me apoia demais. Mas eu sei que tem família de alguns criadores que, tipo assim... Você não vai ser CLT? Você não vai arrumar um emprego? Agora, já teve pessoas da minha idade, tipo assim, amigos... Amigos, entre aspas, que chegaram em mim, tipo assim... aí, você é blogueirinha, né? Aí eu... não, eu sou criadora de conteúdo, eu ganho dinheiro. Ah, para, ganha nada, né? Eu só, tipo assim... está bom. Então, só que são comentários que, assim... Ok, tipo, está, beleza."

Ao abordar os maiores desafios de sua carreira, ela destaca a falta de segurança financeira e a ausência de supervisão direta que as redes sociais oferecem:

Malu Marques (@bmyart): "Agora, se eu fosse te falar o maior desafio, eu acho que é a instabilidade. Porque é uma rede social, não é um chefe. Não é alguém que chega e te fala, Malu, você tá fazendo isso de errado. Malu, cadê o vídeo de hoje? Não é. É você por você. Se eu sumir da rede social, ninguém vai me procurar. Ninguém que eu digo ninguém do TikTok. [...] A instabilidade, tipo assim, tiraram o Twitter, né? [...] Pode ser que em algum momento o seu trabalho possa ter que mudar em algum momento. A gente não sabe, né?"

Ela também relata sobre a diferença entre um trabalho tradicional e a criação de conteúdo, destacando os benefícios de flexibilidade, mas também reconhecendo as dificuldades:

Malu Marques (@bmyart): "Não estou falando que é mais fácil, tá? É mais fácil, não estou falando que é mais difícil, não acho, é muito... Nossa, ser CLT é outra coisa. [...] Eu trabalho de casa, acordo a hora que eu quero, vou dormir a hora que eu

quero. Então, assim, se eu quiser ter quatro dias de treinamento de semana, eu posso. E trabalhar três, eu posso. Então, é um trabalho mais fácil. Mas não é porque ele é mais fácil que ele não é trabalhoso. [...] Dá um medinho."

A influenciadora também menciona momentos marcantes de reconhecimento em sua trajetória, que reafirmaram o valor de seu trabalho e o impacto positivo que tem sobre seus seguidores:

Malu Marques (@bmyart): "Eu acho que foi quando a Buzz me mandou um livro a primeira vez. [...] O marco também foi dia 1 de agosto de 23, quando eu fechei minha primeira parceria paga. [...] Outro marco foi quando eu criei o grupo no Zap [...] e as pessoas falaram assim, Malu, eu não acredito que eu tô falando com você de verdade. [...] E aí eu percebi que, meu, as pessoas são minhas fãs. [...] Eu fiquei, caramba, as pessoas me veem desse jeito."

Nesta fala, a influenciadora revela as complexidades e pressões do trabalho nas redes sociais, em que a independência e a flexibilidade são ao mesmo tempo libertadoras e desafiadoras. A incerteza que permeia sua carreira, com redes sociais podendo desaparecer ou mudar radicalmente, contrasta com a estabilidade de um emprego tradicional. Esses momentos de reconhecimento e o entusiasmo dos seguidores reforçam a importância de seu trabalho, motivando-a a continuar, apesar das dificuldades. A fala destaca a realidade complexa da influência digital, onde o apoio do público e o impacto emocional substituem, em parte, a segurança financeira e a estabilidade.

Para compreender a relação dos influenciadores com a plataforma e parceria foi realizada a seguinte pergunta: **21- Você realiza parcerias ou recebe apoio de editoras, autores ou outras marcas literárias? Se sim, como essas parcerias influenciam na escolha dos livros ou no tipo de conteúdo que você cria?**

A influenciadora Beatriz (@readingwbiaa) explica como funciona sua relação com as editoras e a dinâmica das parcerias:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu sou parceira da Planeta, da editora. A Astral Cultural também tem meu endereço. Eu não chego a ser parceira deles, mas toda vez que tem um livro que eles acham que eu vou gostar, eles me mandam. [...] A Paralela tem meu endereço também. Vira e mexe, chega uma

caixinha. [...] Então só chega uma caixa aqui em casa, é muito legal. Do nada, uma caixa com livro, sabe?"

Ela descreve o processo de inscrição para parcerias com editoras, mencionando as dificuldades que enfrentou ao tentar conciliar isso com outros compromissos:

Beatriz (@readingwbiaa): "A gente tem que se inscrever, né, pra fazer parte das parcerias. [...] Só que quando foi esse processo [...] eu estava na Disney trabalhando. [...] Era muito complicado. Porque eu trabalhava, sei lá, oito horas por dia. [...] Então, acabou que eu consegui me inscrever em muitas poucas. [...] A Planeta foi uma das únicas que eu realmente consegui me inscrever."

Ao falar sobre a escolha dos livros, ela destaca como o alinhamento com o perfil dela facilita a criação de conteúdo, pois as editoras enviam livros que ela tem interesse em ler e que também são populares entre seu público:

Beatriz (@readingwbiaa): "Quando você tem a parceria com a editora, [...] eles sabem o seu perfil, eles sabem do que você gosta [...] Eu falei pra eles que eu gostava de fantasia e romance. Então, eles já me mandaram uma fantasia com romance. [...] Eu vou ler, um, o que tá popular. E dois, o que eu acho que eu vou gostar. [...] Porque também não é válido pra editora me mandar um livro, nada a ver. Tipo, imagina ele me mandando um livro de negócios, um livro de alta ajuda."

A influenciadora revela a relação seletiva que mantém com os livros enviados pelas editoras, indicando que isso afeta diretamente a qualidade e a autenticidade de seu conteúdo. Ela mostra que o envolvimento em parcerias não é apenas sobre receber livros, mas sobre um processo de curadoria que alinha suas preferências com as expectativas do público. Essa seleção cuidadosa também é vantajosa para as editoras, já que livros bem escolhidos aumentam as chances de uma recomendação positiva e de maior engajamento.

A influenciadora Beatriz (bibialeitora) fala sobre sua participação em eventos literários e as oportunidades que surgem das parcerias com editoras:

Beatriz (bibialeitora): "Eu já fui chamada pra evento de editora. Mas porque eu sou parceira. Eu vou fazer parceria de duas editoras. E eles me chamam pra fazer os eventos. [...] Na Bienal mesmo, a Alt Livre fez um evento com os criadores pra

falar sobre os próximos lançamentos. [...] Foi todo mundo que era parceiro."

Ela explica que, embora possa ser chamada para eventos, isso geralmente acontece quando já possui uma parceria com a editora. Outras oportunidades, como convites de empresas com as quais não tem vínculo direto, são raras:

Beatriz (bibialeitora): "É muito raro, pelo menos pra mim, que alguma empresa que eu não sou parceira me chame. Já aconteceu, mas... Para mim, acontece bem menos. Acaba sendo chamado mais quando você é parceiro."

Ao detalhar sua experiência com a Bienal Internacional do Livro de São Paulo, a influenciadora compartilha como conseguiu acesso por meio do processo de credenciamento, e não por patrocínio ou remuneração:

Beatriz (bibialeitora): "A Bienal tem uma coisa que chama credenciamento. [...] Meses antes, você se inscreve lá, coloca qual é a sua conta, alguns dados, e eles vão fazer esse processo seletivo. [...] Então eu consegui o credenciamento esse ano. Então eu fui de graça, tipo, o ingresso da Bienal foi de graça."

A fala da influenciadora ilustra como o acesso a eventos e atividades do setor literário pode variar bastante de acordo com o tipo de parceria e o processo de credenciamento. As editoras geralmente valorizam os criadores com quem já possuem vínculo, proporcionando a eles acesso exclusivo e experiências como eventos de lançamentos. Contudo, a monetização direta dessas atividades ainda é limitada e pode depender de convites específicos, enfatizando que ser um influenciador literário nem sempre se traduz em retorno financeiro imediato para eventos, mas sim em oportunidades de networking e engajamento com o público.

A influenciadora Bruna (@brumartioli) compartilha sua experiência de parceria com espaços e projetos que considera confiáveis e de qualidade no universo literário:

Bruna (@brumartioli): "Eu faço com alguns espaços que eu confio e que eu acho que são bons. Eu faço parceria com a TAG Livros, com a Livraria da Vila. Eu adoro trabalhar com a

Livraria da Vila. E agora eu faço parceria com o Bookster⁹. E o Pedro, ele é incrível."

Ela enfatiza sua satisfação em colaborar com essas marcas e figuras, como Pedro, do Bookster, o que reforça seu comprometimento com projetos que compartilham de seu gosto e filosofia literária.

Ao ser perguntada sobre um conteúdo marcante que tenha produzido ou recebido um retorno especial do público, a influenciadora recorda com carinho as experiências em que visita lugares mencionados em livros, tornando a literatura tangível e emocionalmente impactante:

Bruna (@brumartioli): "Sim, eu gosto muito dos conteúdos que eu faço indo visitar os lugares citados nos livros. [...] Esse foi o dia mais feliz da minha vida, gente. Porque eu estava no Rio de Janeiro e a gente estava lendo *A Hora da Estrela*, que é o último livro da Clarice Lispector [...] Gravei o prédio onde a Clarice Lispector morou, onde ela viveu nos últimos anos de vida. E gravei a praia, que ela cita também várias vezes."

Essas experiências vão além de uma simples leitura; ela busca compartilhar a atmosfera e os cenários onde autores como Clarice Lispector, Machado de Assis e Carlos Drummond de Andrade viveram e ambientaram suas obras. Ela fala sobre como essas visitas também enriquecem seu conteúdo e proporcionam aos alunos e seguidores um entendimento mais profundo da literatura:

Bruna (@brumartioli): "Eu tento fazer os caminhos e levar os alunos comigo. Do Drummond também. Do Mário Quintana em Porto Alegre. [...] Eu tento fazer os alunos viverem aquilo, sabe? Uma visita meio que guiada, né? Só que de uma forma diferente."

Ao aproximar seus alunos e seguidores dos espaços literários, ela cria uma "memória afetiva" que conecta o leitor ao livro e aos locais onde essas histórias foram inspiradas. Sua prática de visitar os lugares mencionados nos livros favorece uma experiência educativa única, na qual a literatura transcende o texto e se mistura ao espaço físico.

⁹ Book.Ster é um espaço para compartilhar minha opinião sobre livros de diversos gêneros e novidades do universo da literatura, com um único objetivo: incentivar o hábito da leitura (Pacífico, 2017)

A influenciadora Malu Marques (@bmyart) compartilha um momento significativo em sua jornada, destacando como a recepção de livros de editoras foi um marco em sua trajetória:

Malu Marques (@bmyart): "Acho que o terceiro baque foi quando eu comecei a receber livros de editoras. [...] Hoje em dia eu sou parceira fixa, mas quando eu comecei a receber, foi tipo, 'Oi, Arqueiro, tudo bem? Eu gostaria muito de ler, queria saber se a gente não podia fazer uma parceria'. Eles me responderam, tipo, em dois dias: 'Manda o endereço que iremos enviar para você'."

Esse momento de transformação na sua relação com o mercado editorial marcou um avanço em sua carreira como influenciadora literária. Inicialmente, ela se aproximou das editoras de forma proativa, e a resposta positiva foi uma grande conquista. O reconhecimento das editoras ao enviarem livros para que ela os lesse gratuitamente mostra a evolução de seu trabalho e a importância do engajamento com seu público.

Ela continua refletindo sobre a gratidão e a surpresa de não precisar mais pagar pelos livros que ama:

Malu Marques (@bmyart): "A primeira a me mandar foi a Buzz [...] Porque, cara, antes eu pagava para ler os livros. Agora as pessoas vão me mandar para ler de graça? Tipo, eu não tive que pagar?"

os livros sem custos representam vidente, e o gesto das editoras em enviar os livros sem custos representa uma valorização do seu trabalho. Ela passa a perceber sua nova posição, não mais como uma consumidora que compra os livros, mas como alguém que recebe e compartilha conteúdo com seu público.

Por fim, ela descreve como a parceria com as editoras contribui para a realização de um sonho pessoal:

Malu Marques (@bmyart): "Hoje em dia, eu ganho, tipo assim, cinco livros por mês. [...] Eu tô construindo a minha biblioteca, que é tipo o meu sonho."

O envio de livros pelas editoras não só demonstra o sucesso de suas parcerias, mas também está diretamente ligado à realização de um desejo pessoal: construir sua própria biblioteca. Esse processo reforça a relação entre a influenciadora e a literatura, que agora é não apenas seu trabalho, mas também sua paixão e objetivo de vida.

Por fim, buscou compreender o impacto na leitura literária, então foi realizada a seguinte pergunta: **22- Na sua opinião, como o conteúdo no TikTok tem afetado a promoção da leitura? Você acredita que há um impacto positivo?**

A influenciadora Beatriz (@readingwbiaa) compartilha sua opinião sobre o impacto do TikTok na promoção da leitura, especialmente entre seu círculo social:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu acho que sim. Eu acho que tem um impacto muito positivo. Eu vejo que muita gente começou a ler por conta do TikTok."

Ela acredita que, além do impacto em sua carreira como criadora de conteúdo, a plataforma também influencia diretamente sua rede de amigos. O TikTok tem sido um espaço de promoção de leitura, levando muitas pessoas a se engajarem com livros que se tornaram populares na plataforma.

Ela segue falando sobre os tipos de livros que se destacam entre seus amigos e seguidores:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu vejo que tem muita gente que sempre tá na mão Um livro que é bem famosinho no booktok, então, livros da Colleen Hoover, A Paciente Silenciosa, livros que as pessoas falam muito, sabe? E eu acho que isso é muito bom."

A influenciadora menciona livros como os de Colleen Hoover e *A Paciente Silenciosa*, que se tornaram tendências no BookTok. Isso revela o poder da plataforma em popularizar livros específicos, estimulando a leitura de uma forma descomplicada e acessível, independentemente do gênero.

Ela enfatiza uma filosofia pessoal sobre a importância da leitura, independentemente do conteúdo:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu sou do time que, assim, não importa o que você tá lendo, o importante é ler, sabe?"

Ela defende a ideia de que o ato de ler é mais importante do que o tipo de livro escolhido. Em sua visão, muitas pessoas desistem da leitura devido a experiências negativas com a educação escolar, associando livros a obrigações e temas difíceis de se relacionar. Contudo, ela argumenta que a leitura pode ser prazerosa e acessível a todos.

A influenciadora Beatriz (@readingwbiaa) expressa sua felicidade com o aumento do número de leitores e a mudança na percepção do livro como vilão:

Beatriz (@readingwbiaa): "Livro não é isso. Se não, não tinha tanta gente que gostava de ler, sabe? E eu fico muito feliz. Muito feliz mesmo porque eu acho que os livros, eles não podem ser vilões, sabe?"

Ela acredita que os livros têm um papel essencial no desenvolvimento do pensamento crítico, independentemente de serem romances ou fantasias. A leitura, para ela, tem um valor imenso, ajudando os leitores a tirarem lições de vida e mensagens positivas de qualquer obra.

Ela também relata sobre a importância das distopias e o papel delas na reflexão sobre a sociedade:

Beatriz (@readingwbiaa): "Eu acho que também é muito importante também, e eu sinto muita falta de distopias estando muito na relevância, porque eu acho que, por exemplo, distopias como *Jogos Vorazes*, meu, muito importante pra nossa sociedade."

Ela menciona como as distopias, como *Jogos Vorazes*, desempenham um papel relevante ao trazer discussões importantes sobre a sociedade, embora de uma forma ficcional. As distopias têm o poder de mascarar questões sociais profundas por meio de narrativas fictícias, o que, para ela, é uma maneira válida e convincente de reflexão.

A influenciadora termina sua reflexão destacando como a ficção pode, de maneira indireta, trazer à tona questões reais e relevantes para a sociedade:

Beatriz (@readingwbiaa): "É um fictício meio que mostrando uma parte da história, né? Mesmo que de uma forma mais caricata, às vezes."

Aqui, ela reconhece o valor das distopias não apenas como entretenimento, mas como um meio de expor e discutir temas sérios de maneira mais acessível, o que contribui para a formação de uma leitura crítica e reflexiva.

A influenciadora descreve o papel da promoção e a presença constante de livros no TikTok, destacando a relação com o público e a forma como a plataforma funciona:

Beatriz (@bibialeitora): "Eu vejo que, meu, é promoção, realmente, essa é a palavra, porque você vê tantos vídeos de pessoas falando dos livros, de às vezes livros específicos, que é difícil até você não ter tempo de concorrer, assim."

Ela observa que a presença constante de livros no TikTok, por meio de diversos vídeos de criadores de conteúdo, torna quase impossível não ser impactado por essas promoções. O ciclo de vídeos e referências sobre livros cria uma saturação de informações que acaba influenciando os espectadores, tornando os livros onipresentes em suas mentes.

Ela continua explicando como a presença de certos livros se mantém vívida na memória do público:

Beatriz (@bibialeitora): "Todo vídeo que você vê sobre livro, aquele livro tá lá. Todo criador que você acompanha, aquele livro tá lá."

A influenciadora acredita que o TikTok tem o poder de fazer certos livros se tornarem populares, pois estão sempre sendo mencionados por vários criadores. A repetição e a visibilidade são fatores-chave para o engajamento com esses livros, fazendo com que fiquem na memória dos espectadores.

Ela destaca a importância da autenticidade nas resenhas e como isso influencia a percepção do público:

Beatriz (@bibialeitora): "Então, eu acho que quanto mais sincero, mais autêntico, mais genuíno forem as reviews e elogios a um livro, as críticas a um livro, até quando você fala

mal, às vezes... para ler, porque você foi tão genuíno no seu vídeo que as pessoas querem saber do que você está falando."

A influenciadora acredita que a sinceridade nas resenhas, sejam positivas ou negativas, é essencial para construir uma conexão com o público. Quanto mais genuíno for o criador de conteúdo, mais ele consegue engajar os seguidores, pois as pessoas valorizam a honestidade e querem saber a opinião real sobre os livros.

Ela comenta sobre a geração atual, sua relação com a velocidade da informação e a dificuldade de manter o interesse dos jovens:

Beatriz (@bibialeitora): "Os jovens se interessam, eu acho que é uma geração fora que é tudo muito rápido, muito desinteressante. Então, eu falo por mim mesma, assim. Eu vejo a diferença de quando eu era criança pra como tá agora."

Ela observa que a geração atual vive em um mundo de informações rápidas e muitas vezes sem profundidade. Ela se coloca como exemplo, refletindo sobre como as coisas eram diferentes quando ela era mais jovem e como é importante encontrar formas de manter o interesse, especialmente em tempos de distrações constantes.

A influenciadora acredita que a forma como os criadores de conteúdo no TikTok pode estimular o interesse pela leitura é uma maneira positiva de influenciar as pessoas no meio do caos:

Beatriz (@bibialeitora): "Então, eu acho que é usar aquilo a seu favor. Eu acho que é uma forma de manter as pessoas interessadas e estimular algo bom no meio do caos."

Ela vê o TikTok como uma plataforma poderosa para estimular o interesse em atividades positivas, como a leitura, em meio a um cenário de informações rápidas e, muitas vezes, fúteis.

Ela observa como os vídeos, mesmo que de outros gêneros, acabam deixando uma marca na memória dos espectadores:

Beatriz (@bibialeitora): "E as pessoas ficam vendo os vídeos e contam lá. Ver três vídeos de maquiagem, um vídeo sobre livro. Tá lá no meio, mas fica na cabeça, sabe? É uma coisa muito boa, assim."

Ela destaca como o TikTok, ao misturar diferentes tipos de conteúdo, consegue fazer com que temas como a leitura se tornem relevantes mesmo quando apresentados no meio de outros interesses, como maquiagem.

A influenciadora vê o impacto do TikTok na volta à leitura e a importância da credibilidade dos criadores de conteúdo:

Beatriz (@bibialeitora): "Eu vejo muita gente que voltou a ler ou que começou a ler por causa do booktalking. E a própria credibilidade, né."

Ela percebe que o TikTok ajudou muitas pessoas a retomarem o hábito de ler, principalmente por causa da credibilidade dos influenciadores. Os seguidores confiam no julgamento de criadores que consideram genuínos e autênticos, o que aumenta a efetividade das recomendações de livros.

Ela descreve a relação íntima que os seguidores desenvolvem com os criadores de conteúdo:

Beatriz (@bibialeitora): "Eu vejo uma pessoa, um influenciador assim, que a gente considera ali nos critérios de cada um, interessante acompanhar. E ele fala sobre alguma coisa, você dá credibilidade pro que ele tá falando."

A influenciadora observa que os seguidores desenvolvem uma conexão forte com aqueles que escolhem acompanhar, conferindo credibilidade a suas opiniões e recomendações.

Ela termina com uma observação sobre a relação quase pessoal que os seguidores podem criar com os criadores de conteúdo, devido à proximidade oferecida pela plataforma:

Beatriz (@bibialeitora): "Eu já tive esse comentário uma vez, foi muito engraçado, foi muito fofo. Tipo, alguém comentou, tipo, ai, te vejo como figura materna. Ou tipo, te tenho como minha irmã mais velha. Ou tipo, toda vez que eu vejo esse vídeo, parece que eu tô falando com uma amiga."

Ela compartilha um exemplo de um comentário carinhoso de um seguidor, o que demonstra o tipo de conexão emocional que se estabelece entre criador de conteúdo e público no TikTok. Ela compara essa relação a

uma amizade, revelando como a proximidade no ambiente digital pode gerar um vínculo pessoal forte.

Ela conclui refletindo sobre o quanto o TikTok facilita esse tipo de vínculo:

Beatriz (@bibialeitora): "Às vezes, eu passo mais tempo... falando com criadores de conteúdo do que com amigos meus."

Para ela, as interações digitais são tão frequentes e intensas que acabam criando uma sensação de amizade verdadeira, o que mostra o poder da plataforma em aproximar pessoas e construir relacionamentos importantes, mesmo no mundo digital.

A influenciadora Bruna (@brumartioli) começa refletindo sobre a realidade do Brasil e a questão da leitura no país, destacando a falta de um público leitor massivo:

Bruna (@brumartioli): "Porque no Brasil nós não temos um público leitor. A sociedade brasileira não é leitora."

Ela aponta que o Brasil enfrenta uma grande dificuldade quando se trata de leitura, considerando que uma boa parte da população não tem o hábito de ler, o que impacta diretamente a promoção da leitura.

Em seguida, ela faz um recorte sobre as condições necessárias para a leitura e a escolarização no país:

Bruna (@brumartioli): "A leitura exige um poder aquisitivo. Ser escolarizado no Brasil exige um poder aquisitivo. Seja ele maior ou menor, exige."

Ela destaca como a questão financeira está diretamente ligada ao acesso à leitura e à educação. Para ela, a falta de recursos pode ser um impeditivo para que grande parte da população tenha o acesso necessário para se tornar leitora e se escolarizar adequadamente.

A influenciadora segue falando sobre o papel da promoção da leitura no TikTok, mas ressalta que o acompanhamento e a continuidade dessa promoção são limitados:

Bruna (@brumartioli): "Eu acho que a promoção da leitura ela é feita no TikTok, mas o acompanhamento não é feito no TikTok."

Embora ela reconheça que o TikTok seja um espaço onde a promoção da leitura pode acontecer de forma dinâmica e eficiente, ela também acredita que o acompanhamento dessa promoção, com uma atenção mais profunda e sustentada, acaba não ocorrendo dentro da plataforma.

Ela sugere que as professoras poderiam ocupar um papel mais ativo na produção de conteúdo educativo:

Bruna (@brumartioli): "Eu acho que mais professoras deveriam produzir conteúdo, assim. Não que as professoras já não tenham trabalho demais, elas têm. Mas eu acho que é um espaço legal."

Ela entende que as professoras têm uma carga de trabalho intensa, mas acredita que a criação de conteúdo sobre leitura e educação nas redes sociais seria um espaço muito importante para elas. Isso ajudaria a reforçar a promoção de leitura e educação de forma contínua.

Além disso, ela propõe que os influenciadores expandam suas atuações para outros espaços, como podcasts e universidades, a fim de levar seu conteúdo a mais pessoas e diferentes públicos:

Bruna (@brumartioli): "E eu acho que, inclusive, esses próprios influenciadores deveriam estar mais em outros espaços também. Em podcasts, em universidades. Eu não sei o que que não convida essa garotada pra dar uma palestra."

Ela acredita que, além das redes sociais, os influenciadores poderiam ser convidados a participar de espaços como universidades e podcasts para compartilhar seu conteúdo, ampliando sua influência e a importância da leitura.

Por fim a influenciadora Malu Marques (@bmyart) da comunidade do Booktok fala sobre esse impacto do incentivo à leitura:

Malu Marques (@bmyart): "Eu acho o BookTok lindo, sabe? Ele tem incentivado as pessoas a lerem, especialmente em um país como o Brasil, onde muita gente não lê. E isso faz toda a diferença, porque a leitura transforma as pessoas, deixa elas mais inteligentes, mais humildes. Terminar um livro é uma

sensação única, dá uma dopamina especial – aquela que não desaparece rápido, que fica com a gente. Mesmo que estejamos viciados em conteúdo rápido, o BookTok se destaca porque consegue trazer essa profundidade. Ele realmente tem mudado vidas, e eu vejo que os livros mudam vidas. O BookTok, então, é uma ponte importante para isso acontecer."

O BookTok está incentivando a leitura em um contexto em que o hábito é limitado, e isso gera um impacto cultural significativo. No Brasil, onde o público leitor é pequeno, plataformas como o TikTok desempenham um papel fundamental ao popularizar a leitura, fazendo com que ela se torne mais desejável e acessível, especialmente entre os jovens. Essa dopamina "que fica" mencionada na fala ressalta como a leitura oferece um prazer mais duradouro e profundo do que o conteúdo digital rápido – uma experiência transformadora, que envolve e conecta o leitor. Mesmo em uma plataforma de consumo rápido, o BookTok valoriza uma dopamina que vem com esforço e recompensa, criando um espaço onde a leitura é, paradoxalmente, o prazer constante.

O fenômeno do BookTok revela como a promoção da leitura se adapta à era digital, com influenciadores atuando como mediadores que conectam livros e leitores por meio de narrativas pessoais e recomendações literárias. Essa mediação cultural também é observada em referências como a série *Gilmore Girls*, onde a personagem Rory Gilmore incorpora a leitura como parte essencial de sua identidade. A lista de livros mencionados na série, incluindo *Anna Karenina*, *Madame Bovary* e *O Apanhador no Campo de Centeio*, tornou-se popular entre os fãs, inspirando a redescoberta de obras clássicas e contemporâneas.

A frase "Madame Bovary, c'est moi", citada na série, exemplifica a conexão entre literatura e experiências pessoais, similar ao que os influenciadores digitais fazem ao relacionar suas vivências ao universo literário. Assim, a mediação da leitura, seja em séries ou redes sociais, aproxima a literatura do público, propagando o interesse pela leitura literária e criando formas de engajamento entre a comunidade.

7 CONSIDERAÇÕES

Esta pesquisa buscou investigar as estratégias adotadas por influenciadores da comunidade BookTok no TikTok para promover a leitura literária entre seus seguidores. Através de uma análise qualitativa, foi possível compreender como esses criadores de conteúdo têm utilizado a plataforma para instigar o interesse pela literatura literária.

Os resultados da pesquisa revelaram que os influenciadores se apropriam de diversos formatos, como vídeos curtos, desafios de leitura e discussões sobre temas literários relevantes, para captar a atenção de seus seguidores. Essas práticas não apenas aproximam a literatura do cotidiano, mas também incentivam um ambiente de troca e discussão que pode enriquecer a experiência de leitura. A autenticidade e a paixão demonstradas pelos influenciadores desempenham um papel essencial na motivação para explorar novas obras e gêneros literários.

Para entender a relação entre a era digital e a mediação da leitura literária, foi realizada uma pergunta direcionada às influenciadoras: "Como você vê o futuro da promoção da leitura literária na era digital, especialmente na plataforma do TikTok? Quais tendências ou mudanças você espera ver futuramente?" As respostas obtidas revelaram uma visão otimista e proativa em relação ao crescimento das plataformas digitais na promoção da leitura. Uma influenciadora destacou que "o TikTok tem o potencial de transformar a maneira como as pessoas se conectam com a literatura, tornando a leitura algo mais dinâmico e interativo." Outra mencionou a expectativa de que "as comunidades de leitores no TikTok cresçam e se tornem mais inclusivas, permitindo que vozes diversas sejam ouvidas."

Essas percepções evidenciam a necessidade de adaptação às novas demandas do público, bem como o proveito de formatos inovadores que tornem a literatura ainda mais acessível. A interação crescente entre criadores de conteúdo e seguidores pode fortalecer uma comunidade de leitores mais engajada, o que é imprescindível para a promoção da leitura na era digital.

A relevância deste estudo reside na sua contribuição para a compreensão da mediação da leitura na era digital. A promoção da leitura, especialmente em plataformas sociais, é uma resposta às transformações culturais e tecnológicas que formam o comportamento dos leitores

contemporâneos. O TikTok, com seu formato dinâmico e interativo, demonstra ser uma ferramenta influente para a democratização do acesso à literatura.

Entretanto, algumas limitações devem ser consideradas. A pesquisa se concentrou em um número específico de influenciadores e pode não refletir a totalidade das experiências na comunidade BookTok. Assim, futuros estudos poderiam expandir a amostra e examinar a influência de diferentes gêneros literários e suas respectivas comunidades.

Para concluir, a promoção da leitura na era digital é uma responsabilidade compartilhada entre influenciadores, educadores e a sociedade. O trabalho dos influenciadores no TikTok é uma peça-chave nesse quebra-cabeça, e seu papel como mediadores da leitura deve ser valorizado e incentivado. Ao preservarmos uma cultura de leitura acessível, podemos contribuir para a formação de leitores mais críticos e conscientes.

REFERÊNCIAS

- ALDO MANÚCIO **WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Aldo_Man%C3%BAcio&oldid=67290003. Acesso em: 12 jan. 2024.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **Confissões de Minas**. Posfácio de Milton Ohata. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, Atlas, 2010. 158 p.
- ANJ. **Folha segue tendência global e lança perfil no TikTok para dialogar com jovens**. 2021. Disponível em: <https://www.anj.org.br/folha-segue-tendencia-global-e-lanca-perfil-no-TikTok-para-dialogar-com-os-jovens/>. Acesso em: 1 nov. 2023.
- ARANTES, Juliana Leite. **Leitores eloquentes**: os booktubers e as novas práticas de leitura amadora na internet. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2017.
- ARAÚJO, José Martins de. **A mediação da leitura nas plataformas digitais**: desafios e oportunidades para influenciadores literários. São Paulo: Editora Cultura Digital, 2020.
- ARAÚJO, José Martins de. **Literatura e redes sociais: o impacto das mídias digitais na formação de leitores jovens**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2020.
- ARAUJO, Mônica Daisy Vieira; MORO, Roberta Gerling. Mediação de leitura literária digital com crianças. **Perspectiva**, [S. l.], v. 39, n. 1, p. 1–23, 2021. DOI: 10.5007/2175-795X.2021.e72463. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/72463>. Acesso em: 29 abr. 2024.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007
- BLANCHOT, Maurice. **O livro por vir**. Leyla Perrone-Moisés (trad). Martins Fontes: São Paulo, 2005.
- BOOKSTER. **Sobre a Leitura**: Book.Ster. Disponível em: <https://booksterpp.com.br/leitura/#:~:text=Book.,repetir%3A%20leia%20todos%20os%20dias!>. Aceso em: 21 nov. 2024.

BORTOLIN, Sueli. **Mediação oral da literatura**: a voz dos bibliotecários lendo ou narrando. 2010. 232 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho (UNESP), São Paulo, 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103349>. Acesso em: 04 jun. 2024.

BORTOLIN, Sueli; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Oralidade e a ética na mediação da literatura. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 171-190, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/13902>. Acesso em: 04 jun. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: Crítica Social do Julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2205278/mod_resource/content/1/Burgess%20et%20al.%20-%202009%20-%20YouTube%20e%20a%20Revolu%C3%A7%C3%A3o%20Digital%20Como%20o%20maior%20fen%C3%B4meno%20da%20cultura%20participativa%20transformou%20a%20m%C3%ADdia%20e%20a%20socieda.pdf. Acesso em: 1 nov. 2023.

CAGLIARI, Luiz Carlos. **A origem do alfabeto**. Disponível em: <https://docplayerr.com.br/390690-A-origem-do-alfabeto-luiz-carlos-cagliari-1.html>. Acesso em: 14 set. 2024.

CANDIDO, Antonio. **A literatura e a formação do homem**. In: CANDIDO, Antonio. *A educação pela noite e outros ensaios*. São Paulo: Ática, 1989.

CANDIDO, Antonio. Direitos Humanos e literatura. In: A.C.R. Fester (Org.) **Direitos humanos E... Cjp** / Ed. Brasiliense, 1989. Disponível em: <http://homoliteratus.com/antonio-candido-o-direito-humano-literatura/>. Acessado em: 21 de nov. 2024.

CARPINTÉRO, Ana Carolina Barbosa. **Nós booktubers**: o que, como e por que criamos vídeos sobre livros e literatura na internet. Anais do XV Congresso Internacional da Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2018. Disponível em: http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2018_1547475161.pdf. Acesso em: 1 nov. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2016. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/392268/mod_resource/content/1/ASociedadeEmRedesVol.I.pdf. Acesso em: 1 nov. 2023.

CASTILHO, José. "Política de leitura no Brasil: avanços e desafios". In: OLIVEIRA, Eliana Yunes de (Org.). **Caminhos da leitura**. São Paulo: Global, 2011. p. 87-108.

CEPECAC – Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária. **Prazer em Ler**. São Paulo: Instituto C&A, 20007.

CHARTIER, Anne Marie. (2016). **Os três modelos da leitura entre os séculos XVI e XXI**: como as práticas sociais transformam os métodos de ensino. Revista Brasileira de história da Educação, Maringá-PR, 16(1/40), 207-214. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rbhe/article/view/40774>. Acesso em: 1 nov. 2023.

CHARTIER, Roger. (1998). **A aventura do livro- do leitor ao navegador**. Trad. Reginaldo Moraes. São Paulo: Editora Unesp. Disponível em: https://edis.ciplinas.usp.br/pluginfile.php/6231520/mod_resource/content/1/A%20aventura%20do%20livro.pdf. Acesso em: 1 nov. 2023.

CHARTIER, Roger. **Cultura Escrita, Literatura e História**: Cultura Escrita, Literatura e História: e História: conversas de Roger Chartier com Carlos Aguirre Anaya, Jesús Anaya Rosique, Daniel Goldin e Antonio Saborit. Porto Alegre: ARTMED Editora, 2001. 189 p.

CHARTIER, Roger. **Do códex à tela**: as trajetórias do escrito. In: A Ordem dos Livros. Brasília, Ed. da UnB, 1999.

CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. Tradução de Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: UNESP, 2002.

CHAVES, Eduardo. **O computador na educação e informática**. Rio de Janeiro: Educom, 2016.

COSTA, Andressa Abraão. **Movimento booktubers**: leitores 2.0 e suas práticas emergentes de mediação de leitura. 2016. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação) – Programa de Pós-Graduação Lato Sensu em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Nilópolis, RJ, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/download/16724/13481/47809>. Acesso em: 1 nov. 2023.

DARNTON, Robert. (2010). **A questão dos livros, passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras.

ÉTENNE CANDEL, Jean-Marc; LEVERATTO, Mary Leontsini. Internet e sociabilidade literária. **Questões de comunicação**. Disponível em: <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1677>. Acesso em: 24 out. 2024.

FELTRIN, Tatiana. **Canal Ligando livros e pessoas**. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin>. Acesso em: 1 nov. 2023.

FERNANDES, Rodrigo. **O que é trend no TikTok? Veja o significado de cinco expressões do app.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/04/o-que-e-trend-no-tiktok-veja-o-significado-de-cinco-expressoes-do-app.ghtml>. Acesso em: 03. out. 2024.

FERREIRA, José Rodrigues. **Leitura e mídias digitais: novas práticas de leitura e formação do leitor contemporâneo.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2018.

FERREIRA, Sandra Patrícia Ataíde; DIAS, Maria da Graça Bompastor Borges. **A leitura, a produção de sentidos e o processo inferencial.** *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 9, n. 3, p. 439-448, set./dez. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/k4YrXnTw96BYSpSpvrJ9vLL/?format=pdf&lang=pt>. Acessado em: 14 set. 2024.

FONSECA, Diego Leonardo de Souza; FONSECA, Maria Gabriella Flores Severo. O TikTok como ferramenta de inovação em serviços de informação em bibliotecas. **Em Questão**, Porto Alegre, v.28, n.2, e-116231. DOI: <https://doi.org/10.19132/1808-5245282.116231>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/116231>. Acesso em: 29 abr. 2024.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber.** Rio de Janeiro: Forense Univer sitária, 1995.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011. Disponível em: <https://tecnologiamediaeinteracao.files.wordpress.com/2017/11/pesquisa-na-internet-fragoso-inteiro.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2023.

FRANZÃO, Luana. **O TikTok se tornou um dos maiores incentivadores à leitura entre os jovens;** entenda. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-tiktok-se-tornou-um-dos-maiores-incentivadores-a-leitura-entre-os-jovens-entenda/>. Acesso em: 1 nov. 2023.

FREITAS, Mirian de. **A literatura da Era Digital.** *Literatura Conhecimento Prático*, São Paulo, n. 28, p. 24-29, 2010.

GILMORE GIRLS. Direção: Amy Sherman-Palladino. Produção: Dorothy Parker Drank Here Productions; Hofflund/Polone; Warner Bros. Television. Elenco: Lauren Graham, Alexis Bledel, Kelly Bishop, entre outros. Warner Bros. Television, 2000–2007. 7 temporadas. Disponível em: <https://www.netflix.com>. Acesso em: 21 nov. 2024.

GOMES, Patrícia. **Conheça as competências para o século 21.** São Paulo: Porvir, 2012. 2 p. Disponível em: <http://porvir.org/conheca-competencias-para-seculo-21/>. Acesso em: 1 nov. 2023.

GREGIO, Solange Ana de Macedo. **MOTIVAÇÃO DA LEITURA POR MEIO DE ATIVIDADES COM TEXTOS HUMORÍSTICOS.** 2006. 107 f. Dissertação

(Mestrado) - Curso de Língua Portuguesa, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/LinguaPortuguesa/solange.pdf. Acesso em: 25 out. 2024.

HAYLES, N. Katherine. (2009). **Literatura Eletrônica**: Novos Horizontes para o Literário. São Paulo: Global.

INSTITUTO CLARO. BookTok: como usar o fenômeno literário do TikTok para estimular a leitura de alunos. 2024. Disponível em: <https://www.institutoclaro.org.br/educacao/nossas-novidades/reportagens/booktok-como-usar-o-fenomeno-literario-do-tiktok-para-estimular-a-leitura-de-alunos/>. Acesso em: 14 set. 2024.

ITÁLICO. In: **WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=It%C3%A1lico&oldid=68141688>. Acesso em: 18 jun. 2024.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube. Tese de Doutorado UNISINOS, 2017. Disponível em: <http://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6337?show=full>. Acesso em: 1 nov. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KAPLAN, Anna. **BookTok**: como o tiktok ajudou venda de livros a bater recorde nos eua. como o TikTok ajudou venda de livros a bater recorde nos EUA. 2022.FORBES. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2022/02/booktok-como-o-tiktok-ajudou-venda-de-livros-a-bater-recorde-nos-eua/>. Acesso em: 1 nov. 2023.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias**: o novo ritmo da informação. Campinas: Editora Papyrus. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bolema/a/9NNK8ZZ5vq5XNKjm9nBZzGj/>. Acesso em: 1 nov. 2023.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026580/>. Acesso em: 01 nov. 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LANSOM, Alicia. **BookTok Is The Last Wholesome Place On The Internet**. 2022. Disponível em: <https://www.thecrimson.com/article/2022/3/29/booktok-the-last-wholesome-place-on-the-internet/>. Acesso em: 1 nov. 2023.

LEVERATTO, Jean Marc; LEONTSINI, Mary. Internet et la sociabilité littéraire. **BPI POMPIDOU**, Paris, 2008. DOI: <https://doi.org/10.4000/books.bibpompidou.197>. Disponível em: https://www.academia.edu/81567536/Internet_et_la_sociabilite_litteraire. Acesso em: 04 jun. 2024.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARQUES, Ana. **Reels do Instagram**: o que é, como fazer e como funcionam os vídeos curtos na rede social. 2024. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/como-usar-reels-do-instagram/>. Acesso em: 24 out. 2024.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MATOS, Thaís. **'Booktok'**: onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/07/26/booktok-onda-de-ideos-sobre-livros-no-tiktok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2023.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. **TikTok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa**. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, v. 2, p. 05-20, 2020. Disponível em: <https://docplayer.com.br/195950340-Tiktok-como-novo-suporte-midiatico-para-a-aprendizagem-criativa.html>. Acesso em: 1 nov. 2023.

PRADES, Dolores; LEITE, Patricia B. Pereira (org.). **A formação dos mediadores**. São Paulo: Conversas ao pé de página, 2015. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/a-formacao-dos-mediado>. Acesso em: 14 set. 2024.

QUIRINO, Matheus Lopes. **Celebridades literárias do TikTok se preparam para a Bienal**. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/celebridades-literarias-do-tiktok-se-preparam-para-a-bienal,70b20ec353379ad08d76430c8942e65chhh0gxtj.html>. Acesso em: 1 nov. 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p. (Coleção Cibercultura).

SHIMABUKURO, Igor; MARQUES, Ana. **Como funciona o Kindle Unlimited? Veja vantagens e desvantagens da assinatura**. 2024. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/como-funciona-kindle-unlimited-vantagens-desvantagens-assinatura/>. Acesso em: 24 out. 2024.

SOUSA, Ana Claudia Medeiros de; SANTOS, Raquel do Rosário; JESUS, Indrid Paixão de. Mediação da cultura, da informação e da leitura para o protagonismo social. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 16, p. 120, 2020. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1333/1226>. Acesso em: 04 jun. 2024.

SOUSA, Ana Claudia Medeiros de; SANTOS, Raquel do Rosário; JESUS, Indrid Paixão de. Mediação da leitura no processo de atribuição de sentido e

significado para o (re)conhecimento identitário e o protagonismo dos sujeitos sociais. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, São Paulo, v. 14, p. 930-944, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/24974/1/Media%C3%A7%C3%A3o%20da%20leitura%20no%20processo%20de%20atribui%C3%A7%C3%A3o%20de%20sentido%20e%20significado%20para%20o%20%28re%29conhecimento%20identit%C3%A1rio%20e%20o%20protagonismo%20dos%20sujeitos%20sociais.pdf>. Acesso em: 04 jun. 2024.

SOUSA, Ana Claudia Medeiros de; SANTOS, Raquel do Rosário; JESUS, Indrid Paixão de. Mediação da cultura, da informação e da leitura para o protagonismo social. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 16, p. 120, 2020. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1333/1226>. Acesso em: 04 jun. 2024.

SOUZA, Márcio Vieira de *et al* (org.). **MÍDIAS DIGITAIS, REDES SOCIAIS E EDUCAÇÃO EM REDE**. São Paulo: Edgard Blücher, 2015. 1 v. Disponível em: <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/openaccess/midias-digitais/completo.pdf><http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/openaccess/midias-digitais/completo.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2023.

SOUZA, Warley. Carlos Drummond de Andrade. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/literatura/carlos-drummond.htm>. Acesso em: 21 de nov. 2024.

STEPHEN KING. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Stephen_King&oldid=68826793. Acesso em: 16 out. 2024.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010. Disponível em: <https://buscaintegrada.ufrj.br/Record/aleph-UFR01-000834057/Details>. Acesso em: 1 nov. 2023.

TECMMUNDO. **CapCut**: conheça as principais funções do editor de vídeos. 2023. Disponível em: <https://www.tecmmundo.com.br/software/233361-capcut-conheca-principais-funcoes-editor-videos.htm>. Acesso em: 21 nov. 2024.

TECNOBLOG. **O que é TikTok?** Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-tiktok/>. Acesso em: 23 out. 2024.

TIKTOK. **Creator rewards program**. 2024. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program. Acesso em: 14 set. 2024.

TIKTOK. **Diretrizes da comunidade**. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt?lang=pt>. Acesso em: 14 set. 2024.

TIKTOK. **Termos de Serviços**. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>. Acesso em: 14 set. 2024.

TODOROV, Tzvetan. **A Literatura em Perigo**. São Paulo: Editora 34, 2009.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. São Paulo: Record, 2012.

TOMAÉL, Maria Inês.; MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, n. esp, p. 75-91, 2006. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>. Acesso em: 1 nov. 2023.

VILELA, Igor Ribeiro. **O Booktok e a disputa por poderes no campo editorial**. 2023. 93 f. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2023. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/18027/2/Igor_Ribeiro_Vilela.pdf. Acesso em: 1 nov. 2023.

WANG, Yunwen. Influence of camera view on TikTok users' presence, immersion, 75 and adoption intent. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], p. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563220301266>. Acesso em: 1 nov. 2023.

Anexo – A

Neste anexo, apresentam-se as perguntas formuladas durante as entrevistas, com o objetivo de compreender os objetivos gerais e específicos da pesquisa realizada. Foram elaboradas tanto perguntas introdutórias para entender melhor o perfil das entrevistadas quanto questões relacionadas ao trabalho e à mediação da leitura literária, considerando tanto o perfil individual quanto a comunidade do BookTok. A seguir, estão numeradas as perguntas realizadas durante as entrevistas com os quatro perfis escolhidos para a análise da proposta da pesquisa.

Roteiro de entrevista:

1. Introdução e Contextualização

Apresentar o TCC, explicando o objetivo do projeto e destacando a importância das entrevistas para coletar informações sobre o tema.

- 1- Poderia se apresentar, falando um pouco sobre você, seu perfil no TikTok e como começou a produzir conteúdo sobre livros?
- 2- O que te motivou a criar conteúdo literário no TikTok? Houve algum momento específico que te inspirou?
- 3- Em que momento você percebeu a evolução do seu conteúdo ao longo do tempo? Quais foram as mudanças mais significativas?

2. Estratégias de Promoção Literária

- 4- Como você escolhe os livros que vai apresentar nos seus vídeos? Quais critérios são mais importantes para você?
- 5- Quais estratégias você utiliza para engajar seu público-alvo e incentivar a leitura? Poderia me dar exemplos de técnicas que funcionam melhor?
- 6- Como você enxerga o TikTok em comparação com outras plataformas quando se trata de falar sobre literatura?
- 7- Como você lida com a diversidade literária nos seus conteúdos? Você busca apresentar livros de diferentes autores, gêneros ou culturas?
- 8- Você poderia compartilhar como é o seu dia a dia na criação de conteúdo literário?
- 9- Em relação à comunidade do BookTok, vocês costumam ser convidados para eventos voltados à literatura, como a Bienal do Livro?

- 10- Quais ferramentas ou recursos da plataforma você considera mais úteis na criação de conteúdo literário?

3. Interação com a Comunidade

- 11- Como é a interação com seus seguidores? Eles costumam ser participativos, pedem conteúdos específicos? Você poderia falar um pouco sobre isso?
- 12- Quem é seu público-alvo? Como você descreveria a faixa etária, interesses e comportamentos em relação à leitura?
- 13- Como os feedbacks dos seguidores influenciam suas escolhas para os próximos conteúdos? Poderia compartilhar um exemplo em que um feedback mudou seus planos?
- 14- Que tipo de feedback você recebe sobre o impacto do seu conteúdo na vida dos seus seguidores? Já ouviu alguma história de como seus vídeos incentivaram alguém a começar a ler?
- 15- Como você definiria o perfil do seu público em termos de interesses literários e promoção da leitura?
- 16- Como o algoritmo do TikTok influencia suas decisões de criação de conteúdo? Você percebe mudanças no alcance de seus vídeos com base nas mudanças do algoritmo?
- 17- Como você vê a comunidade do BookTok? Há colaboração entre os criadores de conteúdo ou é mais uma jornada individual?

4. Impacto e Percepções

- 18- Como o trabalho de influenciador no TikTok influenciou sua própria relação com a leitura? Mudou sua perspectiva sobre a literatura de alguma forma?
- 19- Você enxerga o trabalho no BookTok como algo que pode evoluir para uma carreira a longo prazo? Quais são suas aspirações futuras com o seu perfil?
- 20- Na sua opinião, como o conteúdo no TikTok tem afetado a promoção da leitura? Você acredita que há um impacto positivo?
- 21- Quais são os maiores desafios que você enfrenta ou enfrentou como influenciador do BookTok ao promover a leitura literária? Como você lida com esses desafios?
- 22- Você realiza parcerias ou recebe apoio de editoras, autores ou outras marcas literárias? Se sim, como essas parcerias influenciam na escolha dos livros ou no tipo de conteúdo que você cria?

23- Há alguma experiência ou interação marcante relacionada ao seu conteúdo literário que você gostaria de compartilhar?

5. Reflexões Finais

24- Como você vê o futuro da promoção da leitura literária na era digital, especialmente na plataforma do TikTok? Quais tendências ou mudanças você espera ver futuramente?

25- Qual conselho você gostaria de ter recebido quando começou a criar conteúdo para o BookTok na promoção da leitura literária? Esses seriam os mesmos conselhos que daria para quem está pensando em começar?

26- Há algo mais que você gostaria de acrescentar sobre o seu trabalho ou sobre a leitura literária na plataforma do TikTok?