

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS – PORTUGUÊS E INGLÊS
CAMPUS MACAPÁ

ELLEN PATRICIA BELFOR DA SILVA
JHULIANO OLIVEIRA DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NA FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

MACAPÁ
2023

ELLEN PATRICIA BELFOR DA SILVA

JHULIANO OLIVEIRA DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NA FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a coordenação do curso de Licenciatura em Letras Português/Inglês como requisito avaliativo para obtenção do título de Licenciatura em Letras Português/Inglês.

Orientador: Dr. Bruno Sérvulo da Silva Matos.

MACAPÁ – AP

2023

Biblioteca Institucional - IFAP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

- S586i Silva, Ellen Patricia Belfor da
 A influência do booktok na formação de novos leitores / Ellen Patricia Belfor da Silva, Jhuliano Oliveira dos Santos. - Macapá, 2023.
 60 f.
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Campus Macapá, Curso de Licenciatura em Letras Português/Inglês, 2023.
- Orientador: Bruno Sérvulo da Silva Matos.
1. Booktok. 2. Formação de novos leitores. I. Santos, Jhuliano Oliveira dos. I. Matos, Bruno Sérvulo da Silva, orient. II. Título.

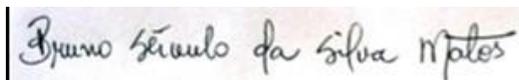
ELLEN PATRICIA BELFOR DA SILVA
JHULIANO OLIVEIRA DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NA FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a coordenação do curso de Licenciatura em Letras Português/Inglês como requisito avaliativo para obtenção do título de Licenciatura em Letras Português/Inglês.

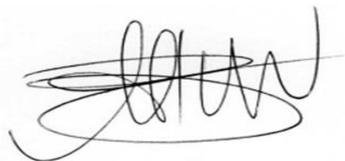
Orientador: Dr. Bruno Sérvulo da Silva Matos.

BANCA EXAMINADORA



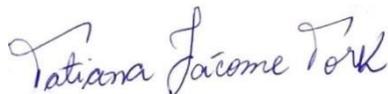
Dr. Bruno Sérvulo da Silva Matos (Orientador)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá



Me. André Adriano Brun

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá



Esp. Tatiana Jácome Tork

Secretaria de Educação do Estado do Amapá

Apresentado em: 12/12/2023.

Conceito/Nota: 100

Aos meus queridos avós Maria Risoleta Barbosa dos Santos e Odilon Dias Belfor (*in memoriam*), cujo empenho em me educar sempre veio em primeiro lugar. Aqui está o resultado de todo esforço, carinho e empenho que tiveram comigo.

Ellen Patricia Belfor da Silva

Aos meus pais, cujo apoio foi fundamental em cada etapa desta jornada acadêmica, e aos meus amigos, por toda inspiração e motivação para seguir em frente.

Jhuliano Oliveira dos Santos

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado esperança e força para continuar quando desistir parecia ser o único caminho.

A minha família materna, sem vocês nada disso seria possível, me ajudaram de todas as formas possíveis para que eu pudesse seguir meus objetivos, agradeço pelo suporte, puxões de orelha, abraços e sorrisos que me fizeram aguentar essa jornada, amo todos vocês.

Ao meu amigo e parceiro de escrita, Jhuliano Oliveira dos Santos, obrigada por deixar os momentos de surto mais leves, afirmo com todas as letras, você é a melhor pessoa que eu poderia escolher para caminhar comigo durante essa jornada.

Aos sobreviventes de curso, Marcos Alves e Stephane Nunes, vocês tornaram tudo mais fácil e divertido, obrigada por acolherem aquela adolescente assustada e por contribuírem para o meu crescimento pessoal e profissional.

Ao nosso orientador Bruno Sérvulo da Silva Matos, que acreditou nas nossas ideias e contribuiu para que pudéssemos levar nossa pesquisa além do estado.

Ao colegiado de Letras do IFAP, profissionais incríveis e que fizeram um trabalho brilhante durante todos esses anos.

A todos os personagens literários que fizeram eu acreditar que poderia ser inteligente, destemida, persistente e que nada poderia abalar meus objetivos.

A todos que torceram por mim, me deram apoio e ficaram ao meu lado mesmo que às vezes eu pareça distante.

E a mim, que apesar de tudo conseguiu continuar.

Ellen Patricia Belfor da Silva

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela minha vida e por me ajudar a vencer os obstáculos que se fizeram presentes ao longo do curso.

A minha mãe, Maria Ideinan Oliveira Tenorio, por acreditar em mim, por me apoiar emocionalmente durante toda minha jornada acadêmica e ser uma inspiração para seguir em frente em busca dos meus sonhos. Ao meu pai, José dos Santos Lobato, por todo suporte logístico e incentivo dados ao longo da minha trajetória e por ser exemplo de perseverança, mesmo nos momentos mais difíceis.

Aos professores do colegiado de Letras que contribuíram para a minha formação docente e que servirão de inspiração para minha atuação profissional.

Ao nosso orientador, Bruno Sérvulo da Silva Matos, por ter acreditado no nosso projeto e por nos incentivar a não ter receio de buscar sempre mais, permitindo nosso trabalho ir além das fronteiras do Instituto Federal do Amapá.

A Casie Sousa, amiga que o curso me deu de presente e que, além de ser referência como profissional, ajudou-me a cultivar a autoestima que achava não possuir mais.

A Ellen Belfor, minha amiga e parceira desde os primeiros momentos da graduação, que aceitou compartilhar suas ideias para a elaboração desse projeto cujo fruto viemos colhendo ao longo desses semestres. Obrigado pela confiança e por todos os momentos partilhados ao longo desses anos.

A Marcos Alves, amigo que tive o prazer de conhecer ao longo do curso e que se mostrou um ótimo parceiro de trabalhos e de vivências, além dividir comigo as experiências incríveis na Residência Pedagógica.

A Stephane Nunes, amiga que entrou na minha vida por acaso e que, com toda sua experiência e sagacidade, inspira-me de diversas maneiras a ser, além de um profissional melhor, um ser humano mais íntegro.

Aos meus amigos do Discipulado que sempre me apoiaram e mostraram que a amizade é uma das dádivas mais preciosas que alguém pode ter. Obrigado por serem luz no meu caminho.

E, finalmente, agradeço ao Jhuliano do passado que tomou a corajosa decisão de se aventurar nesse curso e ao Jhuliano do presente por jamais desistir e ter continuado firme nessa trajetória.

Jhuliano Oliveira dos Santos

“Leitura, antes de mais nada, é estímulo, é exemplo.”

(Ruth Rocha)

RESUMO

Nos últimos anos, a plataforma TikTok vem ganhando cada vez mais espaço entre jovens usuários. Conseqüentemente, o Booktok, comunidade literária na qual é incentivada a leitura entre seus membros na plataforma, também ganhou destaque e tornou-se um fenômeno dentro e fora do aplicativo. O presente trabalho analisa elementos que são considerados essenciais para o estímulo à leitura dos usuários do Booktok. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e a coleta de dados se deu por meio da netnografia. Além disso, foi realizada uma entrevista com um dos influenciadores literários mencionados no trabalho. O estudo aponta que a interação influenciador-usuário contribui de maneira significativa no acesso a novas obras e, conseqüentemente, no estímulo a novas leituras. Além disso, constatou-se que a linguagem utilizada é um fator importante para instigar os usuários a adquirirem o hábito da leitura, que, como foi percebido, acontece em três estágios diferentes: no primeiro, o leitor toma conhecimento da obra; no segundo, há a aquisição e leitura do livro; e, por fim, o usuário expõe suas percepções acerca da obra lida.

Palavras-chave: booktok; tiktok; leitura; linguagem; interação.

ABSTRACT

In recent years, the TikTok platform has been gaining increasing popularity among young users. Consequently, Booktok, a literary community that encourages reading among its members on the platform, has also gained prominence and become a phenomenon both within and outside the app. This paper analyzes elements considered essential for stimulating the reading habits of Booktok users. The methodology employed included bibliographic research, and data collection was conducted through netnography. Additionally, an interview was conducted with one of the literary influencers mentioned in the study. The study indicates that influencer-user interaction significantly contributes to accessing new books and, consequently, stimulates new readings. Furthermore, it was found that the language used plays an important role in prompting users to develop a reading habit, which, as observed, occurs in three different stages: initially, the reader becomes aware of the work; secondly, there is the acquisition and reading of the book; and finally, the user shares their perceptions of the read work.

Keywords: booktok; tiktok; reading; language; interaction.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dados sobre visualizações de comunidades do TikTok	20
Figura 2 - Perfil da Letícia Bonetti no TikTok	29
Figura 3 - Perfil do Booktoker Lucas Barros no TikTok	30
Figura 4 - Perfil do Theago Neiva no TikTok	31
Figura 5 - Seção de comentários da booktoker Letícia Bonetti (2020-2023)	33
Figura 6 - Seção de comentários do booktoker Lucas Barros (2022-2023)	33
Figura 7 - Seção de comentários do booktoker Theago Neiva (2022-2023)	34
Figura 8 - Captura de tela do vídeo "Te convencendo a ler Sua Alteza Real pelo aesthetic", da influenciadora Letícia Bonetti	35
Figura 9 - Captura de tela do vídeo "queria ler um livro mas não sei qual", do Booktoker Lucas Barros	36
Figura 10 - Captura de tela do vídeo com resenha do livro "Flores para Algernon", do influencer Theago Neiva	37
Figura 11 - Expressão do Booktoker ao longo da análise do livro "Flores para Algernon"	37
Figura 12 - Captura de tela do vídeo "O quanto eu chorei lendo esses livros famosos", de Theago Neiva	38
Figura 13 - Interação no perfil de Letícia Bonetti	57
Figura 14 - Comentários no perfil de Letícia Bonetti	58
Figura 15 - Comentários no perfil de Lucas Barros	58
Figura 16 - Comentários no perfil de Theago Neiva	59
Figura 17 - Respostas ao vídeo de Theago Neiva	59

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Estratégias de Pesquisa	14
2	PERCURSO HISTÓRICO E POPULARIZAÇÃO DO TIKTOK	16
2.1	Do Musical.ly ao TikTok	16
2.2	O TikTok e Suas Comunidades	17
2.2.1	#BookTok	21
3	A INFLUÊNCIA DO MUNDO VIRTUAL	23
3.1	A Cultura Digital	24
3.2	Do Virtual ao Real: O BookTok e a Crítica Literária	25
4	OS BOOKTOKERS E A INFLUÊNCIA NA LEITURA ENTRE OS JOVENS	28
4.1	Quem São os Booktokers?	28
4.1.1	Letícia Bonetti (@biblioleticia)	29
4.1.2	Lucas Barros (@lucasbarrosd)	30
4.1.3	Theago Neiva (@theagoneiva)	31
4.2	A Influência da Comunidade Literária	31
4.2.1	O Poder da Interatividade	32
4.2.2	O Papel da Linguagem nesse Fenômeno	34
4.2.3	Nas Entrelinhas do BookTok: A Visão de um Criador de Conteúdo Literário	39
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
	REFERÊNCIAS	45
	APÊNDICE A – VÍDEOS ANALISADOS DOS INFLUENCIADORES LITERÁRIOS	48
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA	50
	APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO DAS RESPOSTAS DA ENTREVISTA	51
	ANEXO A – CAPTURA DE TELA DE COMENTÁRIOS NOS VÍDEOS ANALISADOS	57

1 INTRODUÇÃO

A leitura proporciona para seus adeptos resultados expressivos como enriquecimento de vocabulário, construção do aprendizado, auxilia no processo de comunicação, interatividade e escrita, além de contribuir para o desenvolvimento do ser humano compreensivo, crítico e capaz de expressar opiniões acerca de múltiplas temáticas.

Entretanto, é necessário compreender que o ato de ler vai muito além da decodificação de letras, sílabas ou frases; a leitura concede sentidos. Sendo assim, quando o leitor compreende o texto como um todo coerente, ele tem a capacidade de usá-lo durante sua vida, realizando reflexões e críticas acerca do conteúdo lido. (CAFIERO, 2010, p. 86)

A leitura deve ser significativa para o sujeito; ao ser colocada como obrigação, pode resultar em resistência ou baixo interesse na busca por novas leituras, assim, implicando nos benefícios que o ato de ler pode proporcionar ao indivíduo. Portanto, é necessário que haja um suporte para o sujeito ter uma leitura compreensível, indo além dos discursos escritos e contemplando também o meio no qual o indivíduo está envolvido para o desenvolvimento de uma leitura significativa, com isso, tornando-a um ato prazeroso. (MELO, 2014, p. 4)

A partir das contribuições que a leitura tem para o desenvolvimento do indivíduo, surge a necessidade de alcançar o público jovem, visto que são sujeitos que estão passando ou iniciando o processo de construção de suas próprias ideias, reflexões, percepções e pensamento crítico acerca do meio no qual estão inseridos. Nessa perspectiva, surge o questionamento de como incentivar esse público a ler de maneira prazerosa e contínua.

Considerando, também, que os jovens estão cada vez mais conectados em diferentes aplicativos, envolvidos com interação e compartilhamento de conteúdos diversificados; ou seja, a necessidade de alcançar esses possíveis leitores por meio de ambientes familiares, interativos e que apresentem a leitura com uma atividade leve, prazerosa, significativa e que deve ser propagada, está em constante crescimento. A produção de conteúdos relacionados a livros e leitura literária no ambiente digital está presente em diferentes plataformas e formatos, alguns dos exemplos mais conhecidos são o *Booktube* (comunidade de leitores dentro do *YouTube*), o *Bookgram*, *Bookstagram* ou IG Literário que são perfis literários dentro da rede social *Instagram*. Não aproveitar os recursos de interações midiáticas em voga é no mínimo um desperdício, para não dizer uma desvantagem em um mundo globalizado por meio das plataformas digitais de comunicação.

Seguindo essa perspectiva, o *Booktok*, recente fenômeno entre a comunidade literária, está ganhando espaço entre os usuários da mídia social *TikTok*. Com foco no incentivo à leitura,

essa comunidade global cria vídeos com o intuito de compartilhar experiências literárias, sugerir novas leituras e comentar sobre seus títulos favoritos de maneira criativa e autêntica.

Os números de visualizações demonstram muito bem esse enorme sucesso. Segundo o *TikTok* (2021), em 2021, as hashtags *#BookTok* e *#booktiktok* acumulavam 10 bilhões e 211 milhões de visualizações; atualmente, *#booktok* conta com mais de 100 bilhões de visualizações em todo o mundo.

O aumento na venda de livros no Brasil é outro indicativo de que o *Booktok* tem contribuído para o incentivo à leitura. Obras antigas como "Mentirosos" (2014), de E. Lockhart, "Um de nós está mentindo" (2017), de Karen McManus e "Corte de espinhos e rosas" (2018), de Sarah J. Maas ganharam grande popularidade na plataforma e ficaram entre as obras infantojuvenis mais vendidas do Brasil em 2021. Segundo o G1 (2021), no primeiro semestre de 2021 foram vendidos mais de 5 milhões de livros infantojuvenis/educacionais no Brasil, um aumento de 42% em relação ao mesmo período no ano anterior, entretanto, há outros fatores para considerar, como, por exemplo, a presença de crianças e adolescentes em casa durante esse período, devido às medidas de isolamento impulsionadas pela emergência de saúde pública ocasionada pela pandemia de COVID-19. Com isso, espaços dedicados aos livros que são relevantes no TikTok estão cada vez mais comuns nas livrarias.

Sendo assim, pôde-se inferir que o aplicativo *TikTok*, com sua relevância na mídia social, é um ambiente ou plataforma que permite o incentivo à leitura e que exerce influência em seus seguidores, principalmente em relação ao público mais jovem. Considerando esses fatores, emerge novo questionamento a respeito de quais aspectos o *TikTok* pode auxiliar na formação do jovem leitor dentro e fora da sala de aula.

Havendo a possibilidade do contato direto entre o influenciador e o jovem que consome esse tipo de conteúdo, baseado na linguagem informal utilizada nos vídeos e o formato dinâmico que a plataforma propõe, o indivíduo que acessa o conteúdo digital encontra mais facilidade para se envolver com o mundo da leitura, por meio de indicações e análises literárias realizadas de forma clara, atual e, em certos casos, bem-humoradas.

Com base nas pesquisas que apontam o crescimento do acesso aos conteúdos relacionados à comunidade *Booktok* dentro da plataforma *TikTok*, e analisando o impacto que esse nicho virtual vem trazendo para a realidade, a hipótese levantada por esta pesquisa foi a de que a linguagem acessível utilizada pelos influenciadores, assim como o fácil acesso que o jovem tem ao aplicativo, são fatores que auxiliam de forma significativa no processo de formação de novos leitores.

1.1 Estratégias de Pesquisa

O presente trabalho teve como base a abordagem qualitativa, onde dados oferecidos diretamente pelo objeto de estudo foram analisados indutivamente para interpretação e significação do fenômeno de pesquisa deste estudo. Para isso, inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema, no qual livros, artigos, teses, pesquisa e monografias formaram a base teórica. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa bibliográfica é

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Com isso, aspectos históricos, conceituais e complementares sobre o objeto de pesquisa foram explorados. Após o levantamento bibliográfico, realizamos uma contextualização histórica e conceitual sobre o aplicativo *TikTok* e a comunidade *Booktok*. Posteriormente, fizemos uma pesquisa netnográfica, que de acordo com Kozinets (2014) é uma

[...] pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal. Portanto, assim como praticamente toda etnografia, ela se estenderá, quase que de forma natural e orgânica, de uma base na observação participante para incluir outros elementos, como entrevistas, estatísticas descritivas, coletas de dados arquivais, análise de caso histórico estendida, videografia, técnicas projetivas como colagens, análise semiótica e uma série de outras técnicas, para agora também incluir a netnografia. (KOZINETTS, 2014, p. 61- 62)

A pesquisa netnográfica foi utilizada para analisar a linguagem utilizada dentro da plataforma e a interatividade entre os usuários e influenciadores da comunidade. Para tal fim, selecionamos e analisamos os perfis de três criadores de conteúdo literário do aplicativo *TikTok*. Os influenciadores foram escolhidos com base nos seguintes critérios pré-definidos: número de seguidores, em que levamos em conta a popularidade desses *influencers*; e interatividade com os seguidores, cuja análise teve foco na linguagem utilizada nessa interação.

Para observação da linguagem e o processo de análise, optamos por analisar vídeos do ano em que cada influenciador iniciou na plataforma até o ano de 2023. Sendo assim, foi estabelecido o mínimo de dois e o máximo de três vídeos para serem analisados em cada ano, totalizando 29 vídeos sobre conteúdo exclusivamente literário. Com exceção do booktoker

Lucas Barros, que começou a postar vídeos em 2022, as publicações dos demais influenciadores, Letícia Bonetti e Theago Neiva, iniciaram em 2020.

Por fim, foi realizada uma entrevista com um dos influenciadores literários, Lucas Barros, cujo perfil se encaixava nos critérios supracitados, com o intuito de compreender a importância da comunidade virtual para o *influencer* e como é realizado o processo de criação dos vídeos, organização das leituras e interação com os usuários dentro da plataforma. A entrevista foi direcionada por meio de um roteiro de 10 perguntas referentes à rotina de um criador de conteúdo para a comunidade literária *Booktok*. Lüdke e André (1986) afirmam que

Mais do que outros instrumentos de pesquisa que em geral estabelecem uma relação hierárquica entre o pesquisador e o pesquisado, [...] na entrevista a relação que se cria é de interação, havendo uma atmosfera de influência recíproca entre quem pergunta e quem responde. (LÜDKE e ANDRÉ, 1986, p. 33)

Em seguida, as autoras acrescentam que “a grande vantagem da entrevista sobre outras técnicas é que ela permite a captação imediata e corrente da informação desejada, praticamente com qualquer tipo de informante e sobre os mais variados tópicos” (LÜDKE e ANDRÉ, 1986, p. 34). Com a realização da entrevista, foi possível chegar a conclusões inicialmente inferidas sobre o processo de criação e, para além disso, foi uma oportunidade de conhecer a maneira como o *influencer* se comporta e se organiza para realizar as indicações literárias no perfil. Portanto, dado o objetivo da pesquisa, buscou-se compreender como é realizado o processo de influência sob a perspectiva do criador de conteúdo que contribui para a divulgação de obras e estimula os usuários do TikTok a desenvolver o hábito da leitura.

2 PERCURSO HISTÓRICO E POPULARIZAÇÃO DO TIKTOK

Ao longo dos anos, o crescimento das redes sociais tem transfigurado o modo como ocorre a comunicação digital e ocasionado mudanças significativas na maneira como as pessoas interagem entre si no meio virtual. Entre as várias plataformas que viabilizam essa interação, destaca-se o *TikTok*, plataforma que ascendeu e se consolidou como uma das mais populares nos últimos anos e cuja principal característica é o compartilhamento de vídeos curtos.

2.1 Do Musical.ly ao TikTok

O *TikTok*, rede social que apresenta um crescimento exponencial a cada ano que passa, tem sua origem a partir do aplicativo *Musical.ly*, ambos sob domínio da empresa chinesa ByteDance que, após o lançamento da plataforma *TikTok*, aderiu os usuários do *Musical.ly* à nova aposta de produção de mídias visuais para a internet.

Criado em 2014, o aplicativo *Musical.ly* era “[...] uma rede social especializada na criação de vídeos curtos de 15 a 60 segundos e transmissões ao vivo, com multiplicidade de efeitos e sons”¹ (TORRES-TOUKOMIDIS et. al., 2021, p. 16). Além disso, a rede social tinha como principal intuito permitir que os usuários produzissem vídeos curtos de dublagem musical, também conhecidos como *lip sync*, nos quais era possível acrescentar efeitos visuais e outras edições. Durante o tempo em que ficou no ar, o aplicativo ganhou bastante popularidade, principalmente entre adolescentes, que impulsionaram o crescimento da plataforma que agregou elementos de redes sociais, tais como a seção de comentários, seguidores e o uso de *hashtags* para categorizar os vídeos e tornar mais fácil a busca por um conteúdo específico criado dentro da plataforma.

Em 2016, a empresa ByteDance lançou o aplicativo *TikTok* no mercado chinês, a princípio denominando *Douyin*, e no ano seguinte realizou a compra do *Musical.ly*, tendo em vista que a proposta de ambas as plataformas era semelhante e, por conseguinte, a unificação traria mais reconhecimento para a empresa e, também, usuários. Assim, as contas criadas no aplicativo *Musical.ly* foram migradas para o *TikTok* e recursos foram adicionados para tornar o aplicativo mais interessante, intuitivo e que se adequasse ao seu usuário, inserindo algoritmos que permitissem a personalização da experiência dentro da rede social. Segundo Ángel Torres-Toukomidis et. al. (2021)

¹ Tradução dos autores para “una red social especializada en la creación de vídeos cortos de 15 a 60 segundos y trasmisiones en directo, con multiplicidad de efectos y sonidos.”

Em 2020 e 2021 a popularidade dessa plataforma digital aumentou, principalmente entre pessoas entre 15 e 29 anos, e infere-se que isso se deva ao número de tópicos na rede social.² (TORRES-TOUKOMIDIS et. al., 2021, p. 16-17).

Logo, compreende-se que a abordagem utilizada dentro do aplicativo, aliada às melhorias impostas após a fusão das duas plataformas, consolidou o *TikTok* como uma das redes sociais mais utilizadas mundialmente, tendo destaque o público jovem que utiliza a plataforma. Além disso, com a expansão de usuários e influenciadores, os nichos também se expandiram e se solidificaram dentro do *TikTok*, abrindo espaço para a inserção de comunidades diversas, nas quais são tratados assuntos referentes aos gostos dos usuários que consomem os conteúdos ali presentes, baseados nas suas interações dentro do aplicativo.

2.2 O TikTok e Suas Comunidades

O termo “comunidade” pode tomar muitos sentidos, variando de acordo com o autor e o contexto retratado. Embora muitos autores tenham promovido discussões a respeito, ainda há muito debate sobre suas características. Assim, não é um conceito unânime entre os autores, entretanto é frequentemente associado a três elementos: lugar comum ou território, interesse comum ou o compartilhamento de algo em comum que proporcione interações ou laços sociais (RECUERO, 2006).

Segundo Daniela Haetinger (2005), historicamente o ato de viver em comunidade sempre foi relacionado a proximidade geográfica, instituições sociais e lugares específicos. Porém, na era industrial e com as descobertas e avanços na ciência e tecnologia, o ser humano passou a ter maior mobilidade ao se deslocar, permitindo, assim, o aumento em suas práticas sociais.

De acordo com Mc Luhan (1964 *apud* RECUERO, 2006) o crescimento dos diálogos sociais tem como ponto de partida o surgimento dos meios de transporte e de comunicação. Com isso, os laços sociais baseados na territorialização são enfraquecidos e a comunicação já não é mais dependente da presença ou proximidade geográfica.

Entretanto, foi com o advento dos novos recursos de informação e comunicação que o termo quebrou as barreiras territoriais e institucionais, com isso a interconexão de cidadãos de

² Tradução dos autores para “*En 2020 y 2021 la popularidad de esta plataforma digital se há acrecentado, em especial, em personas comprendidas entre 15 y 29 años, y se infiere que es por la cantidad de tópicos de la red social.*”

diferentes realidades e localidades, via computadores, instalou-se com uma prática comum sob forma de comunidades virtuais (HAETINGER, 2005).

O termo comunidades virtual começou a ser difundido, em 1993, pelo jornalista Howard Rheingold. O autor presenciou o surgimento desse modelo de comunidade a partir da ascensão da web e o caracterizou como

agregações sociais que emergem da web quando um quantitativo suficiente de pessoas dá prosseguimento a discussões públicas, por tempo suficiente, com humanidade suficiente, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço³ (RHEINGOLD, 1993, p. 6).

Para Rheingold, essas novas organizações humanas poderiam apresentar semelhanças comportamentais vivenciadas por comunidades no contexto real, com exceção da presença física.

Pessoas em comunidades virtuais usam palavras em telas para trocar gentilezas e discutir, envolver-se em discurso intelectual, realizar comércio, trocar conhecimento, compartilhar suporte emocional, fazer planos, debater ideias, fofocar, brigar, se apaixonar, encontrar amigos e perdê-los, jogar, flertar, criar um pouco de arte erudita e muita conversa fiada. As pessoas em comunidades virtuais fazem quase tudo que as pessoas fazem na vida real, mas deixamos nossos corpos para trás⁴ (RHEINGOLD, 1993, p. 5).

A partir disso, é possível refletir a respeito das divergências do processo de socialização virtual e o processo que ocorre em contexto físico. Em campo real, geralmente, as relações físicas são o ponto inicial para as interações sociais, após esse contato a proximidade cresce, afinidades são compartilhadas e conseqüentemente são criados laços afetivos. Nas comunidades virtuais os interesses em comum são os pontos que aproximam as pessoas, onde podem se conhecer melhor e posteriormente migrarem para o contexto real.

Um exemplo disso é o encontro de *Booktokers*, em março de 2023, promovido pela plataforma *TikTok* onde alguns dos principais influenciadores da comunidade puderam ter interação em contexto real. Além disso, durante o processo de análise, conseguimos observar a interação entre criadores de conteúdo do *Booktok*, por exemplo, em vídeos que exploraram

³ Tradução dos autores para “*social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace*”.

⁴ Tradução dos autores para “*People in virtual communities use words on screens to exchange pleasantries and argue, engage in intellectual discourse, conduct commerce, exchange knowledge, share emotional support, make plans, brainstorm, gossip, feud, fall in love, find friends and lose them, play games, flirt, create a little high art and a lot of idle talk. People in virtual communities do just about everything people do in real life, but we leave our bodies behind.*”

perguntas relacionadas ao gosto literário do influenciador entrevistado por outro *Booktoker*. Sendo esse encontro possível porque em determinado momento, levados por seus interesses literários, esses usuários começaram a interagir e compartilhar conteúdo dentro da plataforma, assim, tornaram-se membros daquela comunidade.

Na publicação “Por dentro do mundo de tendências do TikTok” (2022) a plataforma explica a respeito de como ocorre a entrega dos conteúdos para os usuários e como isso influencia na identificação e participação nas comunidades. Ao iniciar no aplicativo, a página “*For You*” pode até apresentar vídeos comuns na plataforma como de danças ou de humor, visto que são categorias populares no geral. Mas com conforme o usuário age no aplicativo o conteúdo passa a ter como base as interações com os vídeos, ou seja, a partir das curtidas, comentários ou até mesmo pulando algum conteúdo. Sendo assim, o *feed* é personalizado para refletir os gostos e principais interesses de cada usuário (TIKTOK, 2022).

A partir desses fatores os usuários conseguem encontrar *trends* ou comunidades de seu interesse, assim tendo a oportunidade de participar de um ambiente que permite o compartilhamento de seus gostos pessoais, além de proporcionar novas descobertas e alcançar, também, a interação e influência fora da plataforma. Sendo o *#booktok* um exemplo dessa influência, pois

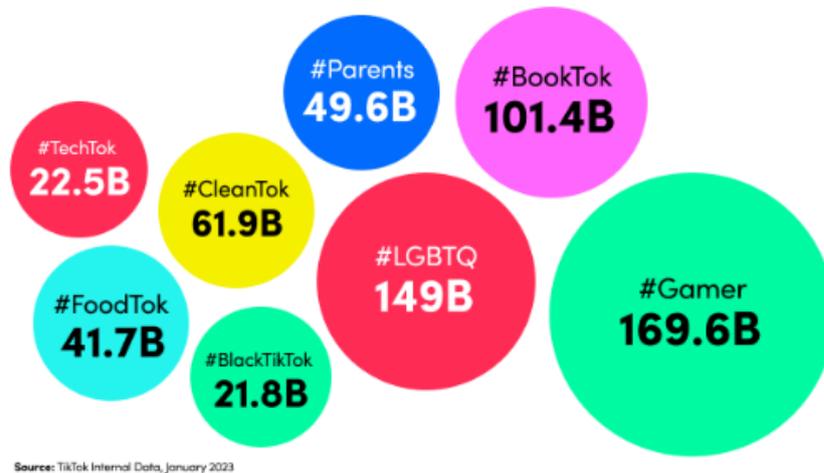
[...] os vídeos com a hashtag, de criadores de conteúdo que fazem resenhas e indicam livros, alcançaram bilhões de visualizações com suas variantes no Brasil e no mundo. Mas mais do que isso, influenciaram também marcas e livrarias a ter espaços dedicados às obras que estão bombando no app (TIKTOK, 2022).

E reconhecendo o poder e a amplitude de suas comunidades, a plataforma as promove como um atrativo comercial. Em maio de 2023, o *TikTok for Business* fez a seguinte publicação “O poder das comunidades no TikTok”, com o intuito de explicar a respeito do funcionamento das comunidades e traçar estratégias que podem ser utilizadas para a produção de conteúdos e alcance da comunidade desejada. O aplicativo promete entregar a seus usuários o que eles gostam, sendo esse o ponto de partida para descobertas de novos interesses, marcas ou produtos.

O TikTok entrega ao público o conteúdo que as pessoas adoram. Esse entretenimento na nossa plataforma é chave pra facilitar a descoberta de novos interesses e até de novas marcas e novos produtos. E é em torno desses pontos que se formam as comunidades por aqui (TIKTOK, 2023).

No texto são destacadas algumas das principais e mais populares comunidades presentes na plataforma e apresenta números acerca das visualizações de cada comunidade.

Figura 1 - Dados sobre visualizações de comunidades do TikTok.



Fonte: *TikTok for Business* (2023)

Os dados do início do ano mostram o poder que as famosas *hashtags* estão alcançando com o público da plataforma, os números estão em constante crescimento e alcançam diferentes objetivos, ponto percebido pelos autores em observações mais recentes a respeito de visualizações em três comunidades presentes no gráfico, #Gamer, #FoodTok e #BlackTikTok.

A #Gamer atualmente conta com mais de 218 bilhões de visualizações e é destinada ao público com interesse em jogos e tudo que está relacionado a esse universo. Os criadores compartilham vídeos de partidas online, sugestões, comentam sobre lançamentos de jogos, explicam vocabulários próprios da comunidade, compartilham memes e fazem até mesmo *lives* de campeonatos.

E prometendo em sua descrição “receitas perfeitas, restaurantes incríveis e comida deliciosa”, a #FoodTok já possui mais de 74 bilhões de visualizações com seus vídeos sobre receitas, indicações de restaurantes e vídeos onde os criadores provam diversos alimentos. Outra comunidade popular na plataforma é a #BlackTikTok que já soma mais de 34 bilhões de visualizações em vídeos que reúnem criadores de conteúdo negros, essa comunidade conta com diversos tipos de vídeos como tutoriais de maquiagem, música, humor, pautas sociais e muitas outras temáticas de grande relevância na plataforma.

Essas são somente algumas das inúmeras comunidades existentes na plataforma de vídeo, onde os usuários motivados por interesses em comum conseguem se conectar a pessoas

de diferentes lugares, países e idiomas, pois “estar em contato com uma comunidade online é, cada vez mais, um componente comum das vidas sociais das pessoas” (KOZINETTS, 2014, p. 20).

2.2.1 #BookTok⁵

O *TikTok*, assim como outras redes sociais, possui muitas comunidades que podem ser encontradas na plataforma através de *hashtags*. Assim, é muito comum os criadores de conteúdos que desejam alcançar um público maior e também se firmar como criador pertencente naquela comunidade utilizarem a hashtag da comunidade em questão, além de utilizar as que possuem alguma relação ou que são utilizadas fora do seu país de origem. No Brasil, as *hashtags* #BookTok, #BookTokBrasil e #booktiktok são as mais acessadas no que concerne a busca por conteúdo literário dentro da rede social *TikTok*.

Com o crescente uso de mídias sociais, plataformas como o *TikTok* têm se tornado cada vez mais populares entre os jovens como um espaço para discutir e compartilhar suas experiências de leitura. Embora a influência do *BookTok* na formação de novos leitores tenha sido objeto de discussão, uma revisão descritiva da literatura acadêmica existente é necessária para avaliar as evidências disponíveis.

A literatura acadêmica sobre o *BookTok* ainda é limitada, mas estudos recentes apontam que a plataforma tem um impacto significativo na promoção da leitura entre jovens. De acordo com VENDAS (2022),

O cenário da literatura brasileira só obteve melhora com o surgimento do *booktok*, isso associado ao início da pandemia em 2020. O que de acordo com o presidente do SNE, Dante Cid, trouxe resultados positivos para o setor literário, ao contrário dos demais setores da economia que obtiveram resultados negativos, uma vez que o isolamento social proporcionou o reencontro do leitor com a literatura. (VENDAS, 2022, p. 4)

À vista disso, compreende-se que o papel da comunidade literária na plataforma *TikTok* tem tido grande relevância para o desenvolvimento do hábito de leitura dos usuários, motivada,

⁵ Resultado da combinação das palavras “*book*” (livro em inglês) e “*tok*” (*TikTok*), o “*booktok* é uma comunidade formada por usuários do *TikTok* que compartilham dicas e resumos de livros. Essas pessoas amantes do mundo da literatura recebem o nome de ‘*booktokers*’.” EDUCA Mais Brasil. **BookTok e o estímulo à leitura**. 2022. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/booktok-e-o-estimulo-a-leitura>. Acesso em: 07 jun. 2023.

em sua maioria, pelos criadores de conteúdo que se encarregam de compartilhar suas experiências de leitura e recomendações de obras.

Em um estudo realizado por MONTEIRO e PEREIRA (2022), observou-se que o *BookTok* pode contribuir para a construção de uma comunidade de leitura, em que “[...] os *BookTokers* utilizam narrativas comuns da mídia social TikTok para falar ao seu público, como dublagem, *POV*'s⁶, listas, desafios, entre outros conteúdos que geram engajamento com seus seguidores.” (MONTEIRO e PEREIRA, 2022, p. 269). Desse modo, o *BookTok* fornece um espaço para os leitores se conectarem com outros leitores que possuam interesses semelhantes. Nota-se, então, que essa comunidade inserida na plataforma *TikTok* pode auxiliar no aumento da motivação e engajamento dos jovens na leitura.

Em síntese, a literatura acadêmica sugere que o *BookTok* tem um efeito expressivo na promoção da leitura entre os jovens, permitindo que eles conheçam novos livros e possam se relacionar com outros leitores usuários da plataforma.

⁶ *POV* significa "*Point of View*" ou, em português, ponto de vista. A tradução em si não ajuda muito, mas ela é usada pelos *TikTokers* quando eles criam vídeos que simulam a visão de quem está vendo [...]. (UOL, 2020) VARELLA, Thiago. *FYP, POV, IB: o que significam as hashtags que bombam no TikTok*. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/10/27/fyp-pov-ib-o-que-significam-as-hashtags-que-bombam-no-tiktok.htm>. Acesso em: 21 mai. 2023.

3 A INFLUÊNCIA DO MUNDO VIRTUAL

No Brasil, o quantitativo de jovens entre 9 e 17 anos que possuem acesso à internet é de 93%, dos quais 78% utilizam as redes sociais (CETIC, 2022, p. 4). Essas plataformas alcançam públicos de várias faixas etárias e, por intervenção dos algoritmos⁷, adequam-se aos gostos dos usuários conforme utilizam os conteúdos sugeridos e/ou pesquisados dentro delas. Redes sociais como *Instagram* e *WhatsApp* são bastante utilizadas pelos jovens usuários de internet no país, porém, segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil (2021), o *TikTok* foi a rede social mais utilizada por jovens entre 9 e 17 anos, o que corresponde a 34% dos usuários brasileiros nessa faixa etária (CETIC, 2022, p. 4).

O *TikTok* é uma plataforma de compartilhamento de vídeos desenvolvida em 2017 pela empresa chinesa ByteDance Ltd., responsável pela gerência de diversas mídias sociais que trabalham com conteúdos informativos, educacionais, culturais e de entretenimento em todo o mundo (TIKTOK, 2022). Essa rede social tornou-se bastante famosa durante o período da pandemia de COVID-19 que assolou o mundo e impactou de forma direta a vida das pessoas a partir do ano de 2020. Com as medidas de isolamento social e a permanência das pessoas em suas casas, a utilização da internet cresceu e, junto a isso, o uso das mídias sociais para divulgação de informações, permanência de contato e alternativa para entretenimento.

Na página oficial da plataforma, encontra-se a seguinte mensagem a respeito da missão da rede social: "O *TikTok* é o principal destino para vídeo móvel no formato curto. Nossa missão é inspirar a criatividade e trazer alegria" (TIKTOK, 2021). Logo, a otimização de tempo que o usuário possui graças à duração dos vídeos postados, aliada à forma criativa que os influenciadores utilizam na rede para captar a atenção do público são pontos essenciais que permitiram o vasto alcance da rede social, atingindo mais de 1 bilhão de pessoas ao redor do mundo (TIKTOK, 2022) e por volta de 62 milhões de usuários ativos até agosto de 2022, no Brasil, o que aponta o *Latin America Digital Transformation Report 2022* (ATLANTICS, 2022, p. 24).

⁷ Algoritmo é um conjunto de instruções lógicas que tem como propósito solucionar um problema ou realizar uma função específica, comumente aplicado às áreas de ciência da computação e matemática. No ambiente virtual, "os algoritmos projetados para calcular o que 'está em alta', o que é 'tendência' ou o que é 'mais discutido' nos oferecem uma camada superficial das conversas aparentemente sem fim que estão disponíveis. Juntos, eles não só nos ajudam a encontrar informações, mas nos fornecem meios para saber o que há para ser conhecido e como fazê-lo." (GILLESPIE, 2014, p. 97) GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018. Tradução: Amanda Jurno. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722/563>. Acesso em: 20 mai. 2023.

Entre os vários nichos que a plataforma agrega, o *Booktok* vem ganhando bastante visibilidade nos últimos tempos. Dentro dessa comunidade literária, os influenciadores, conhecidos como *BookTokers*, fazem vídeos em que expõem suas opiniões acerca das obras que leram, por meio de vídeos mais dinâmicos, assim como publicam resenhas curtas e bem elaboradas, dos livros que acabaram de ler. Esses influenciadores têm o papel de movimentar a comunidade promovendo discussões de tópicos referentes ao mundo da leitura, assim como debater sobre aspectos políticos, sociais, econômicos e culturais que se encontram presentes nos livros. Dessa maneira, por meio da interação promovida pelos *Booktokers*, os usuários interessados na comunidade *Booktok* estão suscetíveis a embarcar na experiência da leitura crítica, uma vez que, ao lerem determinadas obras, já o fazem com um olhar mais cauteloso voltado à captura de aspectos previamente citados e discutidos pelos influencers da comunidade.

Atualmente, a popularização da internet vem permitindo que mais pessoas utilizem a *web* para acessar conteúdos, sejam eles de fins educacionais, trabalhistas ou, simplesmente, recreativos. Com o avanço da tecnologia e a mudança de hábitos dos seres humanos, surge a oportunidade de utilizar a modernidade a favor do desenvolvimento intelectual dos indivíduos.

3.1 A Cultura Digital

O surgimento e evolução das tecnologias permitiram que a cultura também passasse a se adaptar aos novos meios de comunicação presentes no dia a dia dos seres humanos. Desse modo, a cultura digital reúne os aspectos sociais já existentes no mundo real e os adequa ao ambiente virtual, promovendo o acesso à informação e a interação entre os indivíduos adeptos às novas tecnologias. De acordo com NONATO (2020),

Falar, assim, em cultura digital implica a compreensão do papel das tecnologias digitais no agir humano nesta quadra da história, sem com isso implicar um pretenso rompimento da pureza de uma cultura plenamente humana agora invadida pelas tecnologias: toda cultura humana contém e supõe a técnica e a tecnologia que o homem produz como condição e desdobramento de sua existência no mundo. (NONATO, 2020, p. 537)

Assim, percebe-se que os valores sociais são condicionados a esse novo formato cultural, permitindo a comunicação entre as pessoas de forma mais rápida e direta, proporcionando a interação social nesse processo de imersão ao mundo tecnológico. Na sociedade contemporânea, os meios digitais têm-se mostrado fundamentais para a comunicação

acessível, assim como propiciam a liberdade de expressão e criação de mídias que podem ser acessadas de maneira fácil, rápida e prática pelos que possuem interesses semelhantes e convivem em um mesmo círculo social, ainda que virtual.

Podemos citar como exemplo o Booktok como parte dessa cultura digital, tendo em vista que essa comunidade existente dentro da rede social TikTok permite que os usuários mantenham uma troca de experiências, compartilhem gostos em comum e propiciem um ambiente de interação cujos valores são centrados na liberdade de expressão, na diversidade de pensamentos e no estímulo ao envolvimento dos membros, enriquecendo, assim, a experiência online de milhares de usuários da rede social.

3.2 Do Virtual ao Real: O BookTok e a Crítica Literária

O *BookTok* é uma comunidade virtual na qual os amantes de literatura se reúnem para compartilhar experiências de leitura e recomendações de livros. O *booktokers* discutem sobre enredo, construção de personagens, temáticas e outros aspectos presentes nas obras que leem e indicam.

A crítica literária, no que lhe diz respeito, é caracterizada por ser uma atividade intelectual centrada no estudo e interpretação de obras literárias, cujas análises são baseadas em princípios teóricos e metodológicos para dar suporte aos críticos na formulação de suas opiniões.

Propondo uma relação entre as duas categorias, infere-se que os *booktokers* atuam, dentro da comunidade, como críticos literários amadores. Eles compartilham suas impressões e experiências que tiveram durante a leitura e suas opiniões podem afetar diretamente o comportamento de outros leitores. Na visão de Antoine Compagnon (1999),

Por crítica literária compreendo um discurso sobre as obras literárias que acentua a experiência da leitura, que descreve, interpreta, avalia o sentido e o efeito que as obras exercem sobre os (bons) leitores, mas sobre leitores não necessariamente cultos nem profissionais. A crítica aprecia, julga; procede por simpatia (ou antipatia), por identificação ou projeção: seu lugar ideal é o salão, do qual a imprensa é uma metamorfose, não a universidade; sua primeira forma é a conversação. (COMPAGNON, 1999, p. 21-22)

Seguindo esse pensamento do autor, a crítica literária é interpretada como uma manifestação por meio do discurso acerca de obras literárias que enfatiza a experiência da leitura. A crítica literária, segundo Compagnon, descreve, interpreta e avalia o sentido e o efeito que as obras desempenham nos receptores, ou seja, os leitores, mas não necessariamente leitores

cultos nem profissionais. Logo, é possível traçar uma relação entre os *booktokers* e os críticos literários descritos por Compagnon, visto que os influenciadores compartilham suas emoções e reflexões baseadas na leitura dos livros, sejam elas boas ou ruins.

Ademais, o *Booktok* é uma comunidade que democratiza a crítica literária e pode ser vista como uma forma de conversação sobre a literatura, como sugere Antoine Compagnon. Ao interagirem com os seguidores, seja por meio da seção de comentários, seja em vídeos de entrevista com leitores, os influenciadores literários incitam essa conversação que pode contribuir para a formação de uma compreensão coletiva acerca da literatura.

Desse modo, essa democratização da crítica literária interliga-se à teoria (ou estética) da recepção, que enfatiza o papel do leitor na construção do significado da obra. Terry Eagleton (2006) apresenta o conceito dessa teoria e enfatiza a importância do leitor para que os textos literários, de fato, existam. Segundo o autor,

A teoria da recepção examina o papel do leitor na literatura e, como tal, é algo bastante novo. De forma muito sumária, poderíamos periodizar a história da moderna teoria literária em três fases: uma preocupação com o autor (romantismo e século XIX); uma preocupação exclusiva com o texto (Nova Crítica) e uma acentuada transferência da atenção para o leitor, nos últimos anos. O leitor sempre foi o menos privilegiado desse trio - estranhamente, já que sem ele não haveria textos literários. Estes textos não existem nas prateleiras das estantes: são processos de significação que só se materializam na prática da leitura. Para que a literatura aconteça, o leitor é tão vital quanto o autor. (EAGLETON, 2006, p. 113)

Desse modo, a partir do momento em que o leitor toma posse de um texto literário e deposita nele suas emoções, valores e expectativas, nota-se que a compreensão de uma obra literária não se pode definir como um processo linear, mas dialógico, em que o leitor interage com o texto e, similarmente, com outros leitores. Eagleton (2006) acrescenta que

O leitor estabelece conexões implícitas, preenche lacunas, faz deduções e comprova suposições - e tudo isso significa o uso de um conhecimento tácito do mundo em geral e das convenções literárias em particular. O texto, em si, realmente não passa de uma série de "dicas" para o leitor, convites para que ele dê sentido a um trecho de linguagem. Na terminologia da teoria da recepção, o leitor "concretiza" a obra literária, que em si mesma não passa de uma cadeia de marcas negras organizadas numa página. Sem essa constante participação ativa do leitor, não haveria obra literária. (EAGLETON, 2006, p. 116)

Para o autor, a teoria da recepção enfatiza a importância da participação ativa do leitor na construção do significado de uma obra literária, argumentando que a verdadeira significação de uma obra emerge de um envolvimento participativo do leitor e das interpretações individuais, o que tornam a experiência de leitura valiosa e frutífera.

Portanto, no contexto do *BookTok*, os leitores estão “concretizando” as obras literárias ao compartilharem suas experiências de leitura e estando abertos à interação e troca de opiniões, contribuindo para uma criação de significados baseada em diversas perspectivas e interpretações.

4 OS BOOKTOKERS E A INFLUÊNCIA NA LEITURA ENTRE OS JOVENS

Em convergência aos critérios pré-estabelecidos para a seleção dos influenciadores, número de seguidores e a interatividade com os usuários, os perfis dos *booktokers* Letícia Bonetti, Lucas Barros e Theago Neiva foram selecionados para a análise de conteúdo.

4.1 Quem São os Booktokers?

A prática de compartilhamento de conteúdos literários na internet não é uma ação recente, desde o início, o ciberespaço proporcionou uma diversidade de ambientes para que os leitores tivessem a oportunidade de compartilhar as impressões pessoais e coletivas sobre livros. No começo o compartilhamento ocorria de maneira textual por meio dos *blogs*, posteriormente surgem os *vlogs*, semelhante ao blog, porém tendo como formato principal vídeos que podem ser postados em diferentes plataformas (REIS, CHAVES e MUSSE, 2023).

Os *BookTubers*, criadores de conteúdo literário no YouTube, são exemplos do início desse novo formato de compartilhar conteúdo literário. E como destacam Susana Reis, Ana Paula Chaves e Christina Musse a evolução tecnológica contribuiu para o compartilhamento e surgimento de perfis sobre conteúdos específicos.

Com a evolução das tecnologias, novas redes e mídias sociais foram desenvolvidas e permitiram o compartilhamento de conteúdos literários. Com a facilidade para produzir, gravar e editar vídeos no próprio celular, plataformas contemporâneas viram surgir os perfis que tratam de nichos específicos, como os livros (REIS, CHAVES e MUSSE, 2023, p. 252).

Seguindo essa perspectiva, podemos falar sobre os *BookTokers* e o papel que esses influenciadores possuem no incentivo à leitura entre jovens usuários da plataforma, “os BookTokers possuem um grande alcance entre os conteúdos publicados no TikTok [...] Por isso, os BookTokers têm desenvolvido um papel relevante dentro da mídia social (PEREIRA e MONTEIRO, 2022, p. 166).

Esses criadores de conteúdo, a maioria jovens, oferecem em seus vídeos, resumos, análises breves, opiniões e experiências sobre suas últimas leituras, além de diversas sugestões de livros.

Ao contrário das análises longas e detalhadas compartilhadas no YouTube, os *booktokers* apostam em vídeos curtos e pontos específicos acerca das obras literárias, esses vídeos, geralmente, são acompanhados de uma música dramática, gestos e frases que

contribuam para o compartilhamento com o público das emoções e razões vividas durante a leitura.

Além disso, utilizam as ferramentas oferecidas pelo aplicativo e produzem vídeos com diversos formatos e fazem adaptações para o contexto literário de áudios, memes e *trends* que estão populares na rede social. Ao utilizar essas ferramentas conhecidas pelos jovens usuários da rede social, os influenciadores apresentam a leitura como uma atividade divertida e prazerosa.

4.1.1 Letícia Bonetti (@biblioleticia)

Responsável pelo perfil @biblioleticia, Letícia Bonetti, em sua conta no TikTok, até o presente momento desta pesquisa, possui mais de 600 mil seguidores e o número de curtidas em todos os seus vídeos ultrapassa o total de 30 milhões.

Figura 2 – Perfil da Letícia Bonetti no TikTok.



Fonte: TikTok (2023)

Além disso possui uma conta na rede social Instagram dedicado a compartilhamento de conteúdo literário, o perfil possui mais de 300 publicações e quase 80 mil seguidores. A influencer de 26 anos é graduada em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília e recentemente obteve o título de Mestre em Ciência da Informação pela UFSCar. A booktoker

utiliza dublagens, trends, áudios virais, efeitos e músicas em suas recomendações, apesar de apresentar um conteúdo diversificado, suas principais indicações são livros com a temática LGBTQIAP+⁸.

4.1.2 Lucas Barros (@lucasbarrosd)

O influenciador Lucas Barros em seu perfil @lucasbarrosd possui mais de 100 mil seguidores, seus vídeos somam mais de 8 milhões de curtidas e suas indicações de vídeos contemplam diferentes temáticas.

Figura 3 – Perfil do Booktoker Lucas Barros no TikTok.



Fonte: TikTok (2023)

Em seus vídeos utiliza músicas, efeitos disponíveis na plataforma, compartilha trends, além de possuir um quadro de entrevistas sobre livros e outros temas. O influenciador possui também um canal no YouTube, seu perfil “Lucas Barros” tem mais de 80 mil inscritos e ao todo 288 vídeos que apresentam as leituras realizadas pelo influenciador, sua rotina e bate-papo

⁸ LGBTQIAP+: L: Lésbicas; G: Gays; B: Bissexuais; T: Transexuais, Transgêneros, Travestis; Q: Queer; I: Intersexo, A: Assexual, P: Pansexualidade, +: Demais orientações sexuais e identidades de gênero. (SECOM/TRT4, 2021). GARCIA, S. C. G. LGBTQIAP+: Você sabe o que essa sigla significa?. 2021. Disponível em: <https://www.trt4.jus.br/portais/trt4/modulos/noticias/465934>. Acesso em: 26 ago. 2023.

com outros criadores de conteúdo literário. Além disso, possui um Podcast chamado “não que alguém se importe” onde faz reflexões sobre histórias pessoais e uma conta no Instagram onde compartilha conteúdos diversos e literários.

4.1.3 Theago Neiva (@theagoneiva)

Em seu perfil @theagoneiva, o booktoker Thiago Neiva, porém mais conhecido como Theago Neiva, em seu perfil possui mais de 700 mil seguidores e recebeu mais de 23 milhões de curtidas em seus vídeos.

Figura 4 – Perfil do Theago Neiva no TikTok.



Fonte: TikTok (2023)

O influenciador fala sobre livros com temas variados, entretanto muito de seus vídeos são voltados para indicação de obras de suspense e terror, as obras dos autores Stephen King e Agatha Christie estão entre os mais recomendados pelo influenciador. Assim como os outros influenciadores, possui uma conta no Instagram, seu perfil soma mais de 140 mil seguidores e 295 publicações de conteúdo pessoal e literário. Além do sucesso nas plataformas, Thiago é autor do livro “O fim de Tudo”, publicado de maneira independente na Amazon.

4.2 A Influência da Comunidade Literária

Para observação do conteúdo, foi levado em consideração o fato de alguns dos influenciadores também produzirem conteúdos com outras temáticas como rotina, trabalho, música, publicidade, entre outros assuntos, assim, optamos por selecionar apenas vídeos que são exclusivamente relacionados a conteúdo literário ou ao hábito de ler.

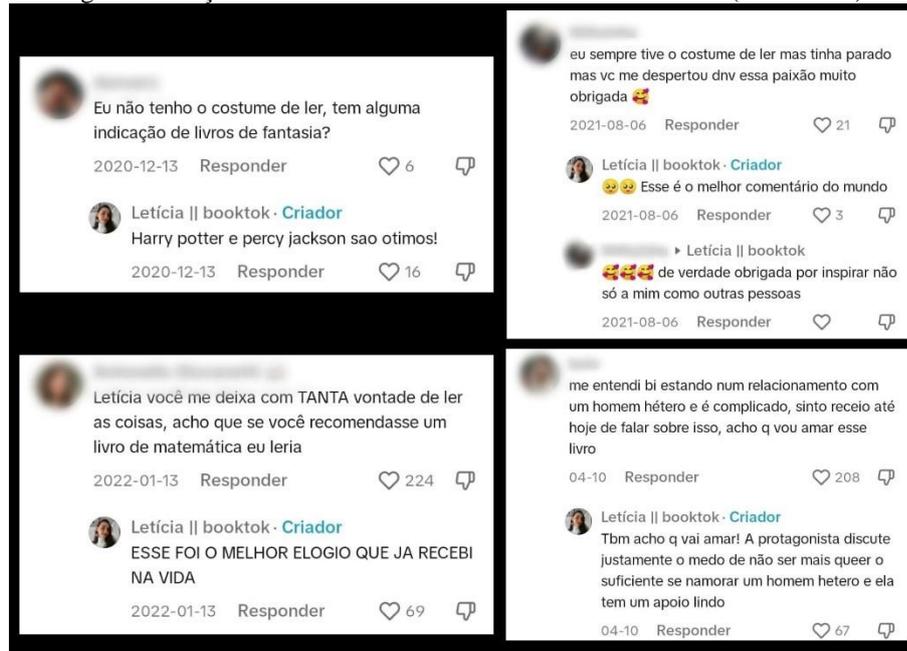
Portanto, para observar a interação com os usuários e a linguagem utilizada pelos influenciadores durante as indicações de livros no período de 2020 até 2023, estabelecemos o mínimo de dois e o máximo de três vídeos a serem analisados em cada ano. A partir disso, observou-se que a seção de comentários é o principal canal de interação entre os criadores de conteúdo e os usuários, visto que apenas dois vídeos, de um total de 29, não apresentaram interação com o público utilizando esse recurso; os dois vídeos são do *booktoker* Theago Neiva. Além do mais, os *booktokers* utilizam essa ferramenta como uma opção para acrescentarem informações que não estão presentes nos vídeos, ou seja, a seção de comentários nessas circunstâncias serve, também, como uma extensão para os vídeos.

4.2.1 O Poder da Interatividade

Em relação ao conteúdo dessa interação influenciador-usuário, os pontos de discussão mais frequentes foram respostas em dúvidas que usuários tinham a respeito das obras indicadas, agradecimentos de elogios para as indicações ou para o vídeo, experiências e opiniões sobre os livros, além de comentários em que o usuário expõe seu interesse em ler e o *booktoker* responde reforçando o incentivo à leitura da obra. Esses conteúdos estiveram presentes nos comentários dos vídeos durante todo o período de 2020 a 2023, além disso, notou-se usuários solicitando indicação de livros para iniciar o hábito de leitura, relatos de leitores que estavam afastados desta prática e que motivados por um influenciador retomaram esse hábito ou que não gostava de ler, mas que a partir do conteúdo visto em um vídeo despertou interesse em tal atividade.

Além disso, foi possível observar que o processo de interação não se limita apenas na relação influenciador-usuário. Os próprios usuários, que não produzem conteúdos literários, utilizando os comentários interagem compartilhando indicações de livros, falam sobre curiosidades, respondem dúvidas uns dos outros, compartilham experiências literárias, dicas de onde adquirir uma determinada obra, chegam até mesmo a compartilhar promoções de livros.

Figura 5 – Seção de comentários da booktoker Letícia Bonetti (2020-2023).



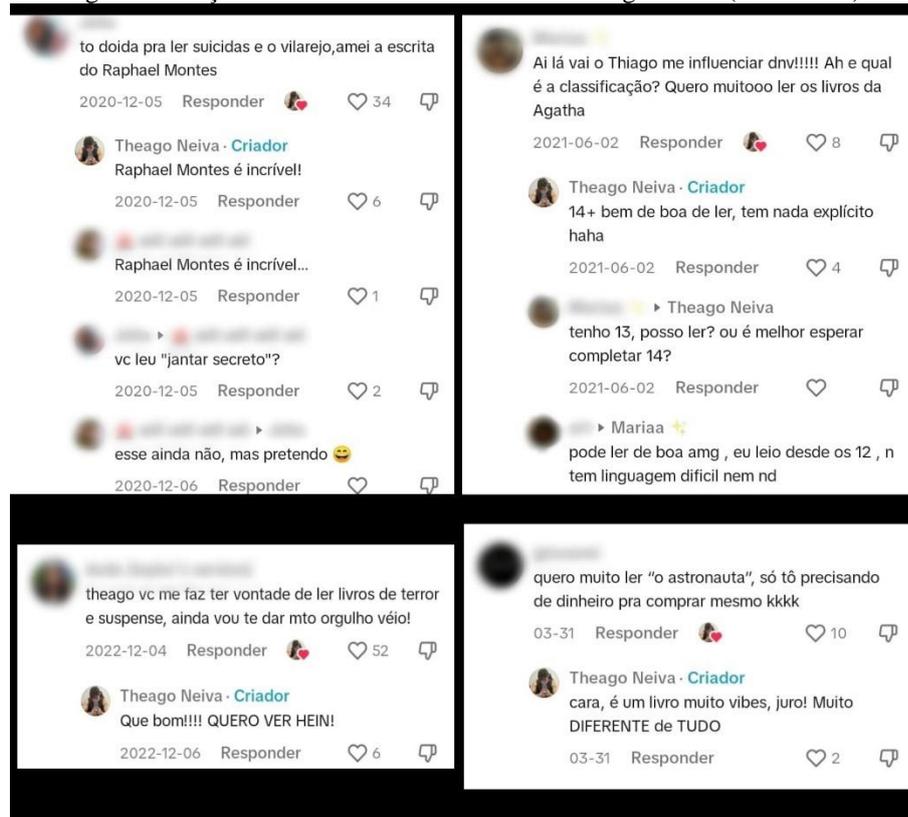
Fonte: TikTok (2023)

Figura 6 – Seção de comentários do booktoker Lucas Barros (2022-2023).



Fonte: TikTok (2023)

Figura 7 – Seção de comentários do booktoker Theago Neiva (2022-2023).



Fonte: TikTok (2023)

4.2.2 O Papel da Linguagem nesse Fenômeno

Quanto à linguagem utilizada pelos influenciadores, nota-se falas mais objetivas, simples e informais. Além disso, os *booktokers* não apresentam receio ao demonstrarem suas emoções; durante seus discursos, utilizam expressões faciais e corporais como complemento para o compartilhamento de suas experiências e percepções a respeito de determinada obra. Sendo assim, podemos assumir a presença de uma linguagem multimodal nos vídeos analisados, pois a multimodalidade é o

[...] resultado dos recursos semióticos mobilizados para uma ação de comunicação, o que envolve a utilização orquestrada de diferentes linguagens ou modos para atingir um propósito comunicativo, ou seja, para realizar com eficiência uma ação comunicativa que vai atingir um objetivo numa determinada situação e ambiente. (ARAÚJO *et al.*, 2020, p. 7)

Podemos incluir nesse espaço multimodal dos vídeos analisados, as músicas e imagens que complementam esses conteúdos, elementos que intencionalmente são escolhidas para convencer o usuário a consumir determinada literatura.

Por exemplo, o vídeo “Te convencendo a ler Sua Alteza Real pelo *aesthetic*”, da influenciadora Letícia Bonetti, são apresentadas várias imagens que revelam a estética presente no texto, ou seja, ela reúne possíveis descrições de ambientações e personagens em um vídeo curto formado por fotos e acompanhado de uma música calma e melancólica. A booktoker em um vídeo de 14 segundos conseguiu fazer uma sugestão de leitura e entregar elementos do livro sem precisar dizer uma palavra e por meio dos comentários observamos o resultado positivo desse formato de vídeo.

Figura 8 – Captura de tela do vídeo "Te convencendo a ler Sua Alteza Real pelo aesthetic", da influenciadora Letícia Bonetti.



Fonte: TikTok. (2023)

O criador de conteúdo Lucas Barros, também utiliza de imagens e músicas. Em um dos vídeos analisados, “queria ler um livro mas não sei qual”, o influenciador faz recomendações utilizando apenas imagens das capas dos livros e uma música, ele apresenta diversos gêneros e em pequenas frases guia o usuário para uma próxima leitura. Assim como no vídeo da Letícia Bonetti, os usuários utilizaram os comentários para expor suas opiniões sobre o vídeo e a sugestões de leitura presentes nele.

Figura 9 – Captura de tela do vídeo “queria ler um livro mas não sei qual”, do Booktoker Lucas Barros.



Fonte: TikTok. (2023)

Além disso, temos presença da relação fala e gesto nos vídeos, a conexão desses elementos contribui no processo de comunicação e permite ao usuário observar reações espontâneas dos influenciadores sobre os livros apresentados.

E como destaca Dominique Maingueneau (2015, p. 159) o [...] “discurso oral já é multimodal por natureza, visto que a comunicação ativa simultaneamente a produção de um fluxo sonoro e a de movimentos corporais associados”.

Em sua resenha do livro “Flores para Algernon” o influencer Theago Neiva aparece com o rosto e olhos vermelhos e, no início do vídeo, há um enquadramento em sua face, possivelmente com o objetivo de enfatizar sua experiência com a leitura da obra. Além disso, durante todo o seu discurso sua voz é calma e melancólica, visto que o livro possui um conteúdo mais sério e dramático. Algo parecido ocorreu no vídeo “O quanto eu chorei lendo esses livros famosos”, no qual o *booktoker* fala suas experiências emocionais com livros populares no *Booktok*. Sendo assim, o público, além de receber a resenha, pode observar experiências prévias sobre a obra e também ser instigado a descobrir o motivo de tal reação através da leitura do livro.

Figura 10 – Captura de tela do vídeo com resenha do livro "Flores para Algernon", do influencer Theago Neiva



Fonte: TikTok. (2023)

Figura 1 – Expressão do Booktoker ao longo da análise do livro "Flores para Algernon"



Fonte: TikTok. (2023)

Figura 12 – Captura de tela do vídeo "O quanto eu chorei lendo esses livros famosos", de Theago Neiva



Fonte: TikTok. (2023)

Essas características também foram observadas nos vídeos dos demais criadores de conteúdo analisados neste trabalho, onde as sugestões não são limitadas a palavras que repetem o discurso escolar sobre a leitura como uma atividade crucial para o desenvolvimento profissional ou acadêmico, mas sim como algo prazeroso e capaz de proporcionar sentimentos, descobertas, representatividade, que pode fazer sorrir, chorar e que, sim, pode ser divertido, além de apresentar cada experiência como única.

Em relação ao modo como o conteúdo dos vídeos é transmitido, José Luiz Fiorin (2021) afirma que

A finalidade última de todo ato de comunicação não é informar, mas persuadir o outro a aceitar o que está sendo comunicado. Por isso, o ato de comunicação é um complexo jogo de manipulação com vistas a fazer o enunciatário crer naquilo que se transmite. Por isso, ele é sempre persuasão.

Nesse jogo de persuasão, o enunciador utiliza-se de certos procedimentos argumentativos visando a levar o enunciatário a admitir como certo, como válido o sentido produzido. A argumentação consiste no conjunto de procedimentos linguísticos e lógicos usados pelo enunciador para convencer o enunciatário. (FIORIN, 2021, p. 75)

Além do mais, o uso de gírias, memes, piadas e trocadilhos deixam o conteúdo mais leve e semelhante a uma conversa/indicação feita por um amigo, em que a preocupação não é o uso de palavras formais ou discursos prolongados, mas levar o outro a compartilhar da mesma

experiência ao realizar a leitura de uma obra. Desta forma, o *booktok* proporciona um ambiente acolhedor e confortável para que os usuários possam tirar dúvidas, pedir indicações e compartilharem suas próprias experiências, como foi observado nas interações analisadas nos comentários.

A partir da pesquisa netnográfica foi possível identificar, também, que há três estágios de interação/influência dentro da comunidade *Booktok*. O primeiro estágio ocorre quando o usuário toma conhecimento e interesse pela obra a partir do vídeo. Nesse estágio, o seguidor afirma sentir interesse pela obra após a apresentação feita pelo *influencer* literário e registra na seção de comentários a vontade de adquirir o livro. No segundo estágio, o leitor já conhece a obra e, ao ter contato com o conteúdo do influenciador resolve comprá-la e realizar a leitura. Nesse estágio é comum identificar comentários como “Já está na minha lista de compras” e “Agora eu irei realizar a leitura desse livro”. Por fim, o último estágio mostra o leitor que já adquiriu a obra, fez a leitura e voltou para compartilhar que conheceu o livro a partir do vídeo assistido, apresentando sua experiência e percepções pessoais acerca da obra.

Esses estágios foram resultado de discussões a partir de análise dos comentários presentes nos vídeos dos três influenciadores selecionados para o desenvolvimento dessa pesquisa, sendo possível concluir, também, que os *booktokers* utilizam dos comentários para interação e extensão do conteúdo apresentado nos vídeos.

4.2.3 Nas Entrelinhas do BookTok: A Visão de um Criador de Conteúdo Literário

Desvendar as nuances da comunidade que interliga criador e usuário é essencial para compreender o impacto da plataforma TikTok no incentivo à leitura promovido pelos *influencers* literários e os próprios usuários consumidores dos conteúdos que são disseminados utilizando a *hashtag* da comunidade literária. Partindo desse princípio, além das pesquisas que giraram entorno das opiniões e pontos de vista compartilhados pelos seguidores nos comentários dos vídeos analisados, buscou-se, também, conhecer o ponto de vista de quem cria o conteúdo para a comunidade. Assim, realizou-se uma entrevista com o *booktoker* Lucas Barros, na qual foi possível entender como funciona o processo de criação dos vídeos, opiniões sobre a comunidade literária e como acontece a interação com os leitores.

A respeito da iniciativa de produção de vídeos para o TikTok, Lucas Barros, que também é *BookTuber*, afirma que uma das escolhas foi a praticidade que a plataforma oferece, como o alcance que os vídeos compartilhados lá têm comparado a outras plataformas.

[...] ano passado, é... foi quando eu comecei a postar no Booktok oficialmente; eu comecei a ter ideias de conteúdos que eu achava que eles combinavam mais com o Booktok do que com o YouTube e, enfim, existe conteúdos que eu também já publico no Instagram, mas esses conteúdos mais curtos e também justamente por causa da questão do tempo eu ficava pensando “poxa, eu passo a semana para fazer um vídeo pro YouTube de 30 minutos e no TikTok é um minuto e tem o vídeo pronto e ainda tem esse... essa chance de crescer mais, e aí eu comecei a postar, é... assim como quem não quer nada, até porque eu não entendo muito o público lá, e aí quando eu comecei a postar eu fui percebendo que tem um poder muito grande de visualização e aí, tipo assim, tanto é que hoje em dia mesmo tendo sido a plataforma que eu comecei há menos tempo, é que eu tenho mais seguidores.

O alcance mencionado pelo influenciador pode estar diretamente ligado ao público que acessa os vídeos e a finalidade que esses usuários têm ao usar o aplicativo TikTok. De acordo com o próprio entrevistado, a faixa-etária do seu público está entre 18 e 24 anos, segundo dados que são fornecidos pelo próprio aplicativo.

No que diz respeito à interação com os seguidores e o processo de seleção de livros a serem indicados, Barros afirma que busca livros que não tem tanta visibilidade, mas também se torna parte do público influenciado ao adicionar às suas leituras obras que são popularizadas na comunidade. O *influencer* afirma

[...] eu gosto muito de, por exemplo, pegar um livro que eu nunca vi ninguém falando sobre, aí eu leio, eu gosto desse livro e aí faço questão de tentar fazer este livro acontecer. Eu faço muita isso de tentar fazer as pessoas conhecerem esses livros desconhecidos e dar atenção pra eles. Fico muito feliz pelas pessoas que dão essa atenção, só que, às vezes, também a gente acaba indo nos livros que está todo mundo falando tanto porque eu fico muito curioso, [...] aí eu vou, eu acabo de ler e vou produzir conteúdo sobre porque eu também sei que a plataforma vai ajudar a gente.

Adiante, Lucas Barros também reforça a importância da interação com o público para as leituras e possíveis indicações a serem realizadas em seu perfil, mesmo de gêneros que não são de indicações comumente feitas por ele:

[...] as pessoas comentam mesmo sabendo que é um livro que não tem nada a ver com o que eu recomendo, aí fala “ah, mas eu quero saber tua opinião sobre esses livros, então leia pra tu falar”; com muitos livros de romance, principalmente, eles sempre ficam insistindo para ler e aí eu leio por causa, porque quero produzir os conteúdos então eu tento sempre equilibrar porque... é... eu acho que é legal você tanto entregar o que as pessoas querem ver, né, e o que as pessoas estão falando, mas também você tentar... é... fazer com que outro livro diferente chegue nelas também.

Analisando por esse viés, percebe-se que à medida em que os influenciadores mantêm uma relação de proximidade com seus seguidores, estando abertos ao diálogo e à interação,

conseguem construir um público mais diversificado e, conseqüentemente, mais adeptos ao tipo de conteúdo produzido. Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2015) afirmam que

Os criadores de conteúdo não trabalham com magia nem são desprovidos de poder. Não concebem vírus nem esperam simplesmente que algo aconteça. Os criadores bem-sucedidos compreendem os aspectos estratégicos e técnicos que precisam dominar para criar um conteúdo com maior probabilidade de propagação, e refletem sobre o que motiva os participantes a compartilhar informações e a construir relacionamentos com as comunidades que definem sua circulação. (JENKINS, FORD e GREEN, 2022, p. 340)

Portanto, ao conhecer o público que faz parte da comunidade e que segue os influenciadores, torna-se mais fácil adequar o conteúdo a ser repassado, nesse caso, indicações literárias que surtam efeito e cativem os seguidores.

No que tange a linguagem presente nos vídeos, Barros cita a espontaneidade no processo de criação da mídia audiovisual, como analisado no decorrer da pesquisa.

Então, eu gosto sempre de... assim, não é nem questão de gostar, mas eu acho que acaba que, por ser uma rede social tão espontânea, eu acabo falando de maneira muito espontânea lá também, então, a... eu sempre tento trabalhar os conteúdos lá da forma mais enxuta possível. Sempre, também, tento trazer de uma forma bem humorada porque eu acho que é um aplicativo que ele acaba pedindo isso porque as pessoas, meio... vão meio que lá pro TikTok pra se entreter com algo, pra se divertir, e aí tanto é que quando eu vou falar, por exemplo, sobre o mesmo livro no YouTube, acaba que eu faço outros tipos de comentários. Eu vou muito mais a fundo; e não é porque as pessoas do TikTok não estejam prontas para esse aprofundamento, mas é só porque eu acho que quem tá ali tá buscando outro tipo de conteúdo e eu sempre tento deixar a linguagem mais dinâmica possível, mais informal, porque, querendo ou não, é... mesmo sendo um nicho que tá crescendo, ainda é pequeno comparado aos outros nichos que estão no TikTok.

Apesar da espontaneidade ser uma característica inerente aos criadores de conteúdo, é necessário ter cuidado para não infringir as diretrizes da plataforma, seja por meio da oralidade, escrita ou imagens/vídeos que são publicados. Adiante, o entrevistado menciona em sua resposta sobre a linguagem dentro da plataforma

[...] eu acho que, quanto mais eu tento deixar essa linguagem mais dinâmica, espontânea e informal possível, e eu também tento não xingar muito porque tanto o aplicativo não... não gosta e, também às vezes, eu tenho que ficar censurando palavras, então eu acabo fazendo na edição porque... questão, tipo assim, falar de um livro de suspense que tem um assassinato ou uma coisa, um tema muito pesado, aí eu sempre tenho que usar ou palavras que só avisem isso ou eu tenho que falar isso e colocar um bip na hora porque eu já percebi que ou às vezes o aplicativo nem liberta ou às vezes, é... diminui muito o alcance, assim, do vídeo enquanto, tipo, em outras plataformas isso não acontece, mas o TikTok realmente se preocupo muito com isso tudo das diretrizes e tal, o que eu acho bacana que eles estão fiscalizando, só que às

vezes eu tenho que ter esse cuidado para não falar algo que eu... eu sei que não vai ser legal.

A plataforma TikTok não fornece uma lista com palavras e expressões proibidas, todavia, apresenta em suas diretrizes normas do que pode ou não ser publicado, com o intuito de manter os princípios da comunidade “centrados em equilibrar a expressão com a prevenção de danos” (TIKTOK, 2023). No que está relacionado à prevenção de danos, afirma-se que

Nosso foco principal é manter nossa comunidade segura, promovendo a inclusão e garantindo que o TikTok seja um lugar de diversão. Consideramos as várias maneiras pelas quais o conteúdo ou os comportamentos podem causar danos às pessoas ou à nossa comunidade diversa. Isso inclui danos físicos, psicológicos, financeiros, de privacidade e sociais. Para estabelecer o equilíbrio certo com a liberdade de expressão, restringimos o conteúdo apenas quando necessário e de forma a minimizar o impacto no discurso. (TIKTOK, 2023)

Desse modo, quaisquer elementos discursivos que façam alusão a algum tipo de atitude que possa ser sensível a um usuário poderão ser restringidos e até mesmo removidos. Portanto, nota-se a preocupação envolvida na utilização de termos para que seja possível fazer as indicações literárias referentes a temáticas que são sensíveis e que possam gerar desconforto em quem recebe o conteúdo.

Em virtude da realização da entrevista foi possível confirmar hipóteses levantadas ao longo da execução da pesquisa, assim como obter informações e opiniões de quem está diretamente ligado ao *BookTok* e testemunha de dentro da comunidade as interações, atualizações e comportamentos dos usuários. Assim, ao explorarmos as percepções de um *influencer* literário, torna-se evidente que as relações do *BookTok* extrapolam a promoção de leitura, dando oportunidade à compreensão das relações entre criadores de conteúdo e leitores. Dessa forma, a entrevista não somente confirma, mas também enriquece nossa compreensão acerca do papel do *BookTok* na disseminação da literatura e formação de leitores engajados que são influenciados pela comunidade em que interagem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou investigar de que forma o *TikTok* pode influenciar na formação de novos leitores. Para isso, foi analisado o efeito da linguagem adotada na comunidade *Booktok* e como a interação influenciador-usuário se dá por meio dos recursos presentes dentro da própria plataforma. Além disso, procurou-se analisar os perfis de criadores de conteúdo literário que são populares na comunidade inserida na rede social, a fim de identificar os mecanismos presentes nos vídeos publicados e examinar o efeito que tais vídeos causam nos seguidores desses *influencers*.

Por meio da pesquisa bibliográfica pôde-se perceber que a literatura acadêmica que trata desse assunto ainda é escassa, todavia, foi possível reunir dados importantes para a consolidação desta pesquisa. Vale ressaltar, também, que por meio da pesquisa netnográfica a coleta de dados necessários para análise foi satisfatória, uma vez que os resultados apontaram para um lugar comum de influência que a comunidade *Booktok* exerce sobre seus usuários, bem como foi possível identificar diferentes estágios dessa influência, relatados pelos próprios utilizadores imersos no *TikTok*.

Em adição a isso, foi possível observar o papel de uma linguagem multimodal e como esse ponto tem contribuído nesse processo. O uso de diferentes recursos como músicas, áudios virais, gestos, imagens e memes contribuem na contextualização do conteúdo que o influenciador deseja compartilhar, sendo assim, são técnicas que podem ser utilizadas na tentativa de conectar o leitor à obra por meio de uma breve experiência através dos recursos apresentados durante os vídeos.

A análise feita à luz das ideias de autores da teoria literária evidenciou a natureza da crítica literária presente na comunidade *Booktok* como um discurso que focaliza na experiência de leitura e permite uma agregação dos usuários que buscam conhecer novas obras e fazer parte das discussões levantadas dentro da comunidade. Nesse sentido, os *booktokers*, conceituados como críticos literários amadores, cumprem um papel fundamental ao apresentarem suas perspectivas informais e pessoais sobre as obras, influenciando direta ou indiretamente no comportamento dos seguidores que acompanham esses *influencers*.

Ademais, a entrevista realizada com um influenciador literário inserido ativamente na comunidade *Booktok* emergiu como um componente crucial para aprofundar a compreensão dos elementos subjacentes à influência literária no *TikTok*. O diálogo com esse influenciador permitiu uma perspectiva mais holística, enriquecendo a pesquisa ao fornecer uma visão mais

prática e experiencial do criador de conteúdo, o que complementou de maneira expressiva as análises teóricas.

Portanto, o papel do *Booktok* na formação de novos leitores é significativo. Por meio dos *influencers* e seguidores, a comunidade proporciona um ambiente de interação e recomendação de obras literárias em uma plataforma cujo crescimento e popularização são notáveis, além de servir como um disseminador de acesso à literatura, especialmente sobre o público mais jovem.

É indiscutível que a ligação entre o *BookTok* e a crítica literária amadora representa não somente uma mudança no consumo tradicional de obras literárias, mas também um avanço na própria natureza da discussão acadêmica sobre literatura na era digital. Conforme o *BookTok* se consolida como uma comunidade influente no que diz respeito ao consumo de obras literárias, surge a necessidade de que seja dada mais atenção a esse fenômeno emergente.

Assim sendo, espera-se que novas investigações e estudos críticos sobre o impacto do *BookTok* na formação de leitores e na propagação da cultura literária sejam fomentados, dada a relevância desse tema atual, e que a literatura acadêmica seja enriquecida com materiais referentes à comunidade *Booktok* e aos benefícios que ela traz para os usuários que estão imersos nesse ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Mônica Daisy Vieira; FRADE, Isabel Cristina da Silva Alves; COSCARELLI, Caria Viana. Multimodalidade: Aproximações Conceituais, Produções Infantis e Propostas Pedagógicas no Processo de Alfabetização. **Revista Brasileira de Alfabetização**, n. 13, p. 4-25, 3 dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.47249/rba2020454>. Acesso em: 07 out. 2023.
- ATLANTICS. **Latin America Digital Transformation Report 2022**. 2022. Disponível em: <https://docsend.com/view/d24ww8wgnutcxqgf>. Acesso em: 26 fev. 2023.
- CAFIERO, Delaine. Letramento e leitura: formando leitores críticos. *In*: RANGEL, E. O.; ROJO, R. H. R. **Língua Portuguesa: ensino fundamental**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. v. 19. p. 85 - 106.
- COMPAGNON, Antoine. **O Demônio da teoria: literatura e senso comum**. Tradução de Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- EAGLETON, Terry. **Teoria da Literatura: Uma Introdução**. 6. ed. Tradução: Waltensir Dutra. São Paulo, Martins Fontes, 2006.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2021.
- HAETINGER, Daniela. **Comunidades Virtuais: convívio, colaboração e aprendizagem no ciberespaço**. Especialização em Informática na Educação – Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação, Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/29925>. Acesso em: 09 set. 2023.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. [recurso eletrônico] 1. ed. São Paulo: Aleph, 2015.
- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Tradução: Sírio Possenti, 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- MATOS, Thaís. 'Booktok': onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia. **G1**. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/07/26/booktok-onda-de-videos-sobre-livros-no-tiktok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2023.
- MELO, Nayara do Amaral. A importância da leitura praticada: uma atitude reflexiva para formação do leitor. **Revista Científica Semana Acadêmica**. Fortaleza, v. 1, n. 000066, 2014. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/importancia-da-leitura-praticada-uma-atitude-reflexiva-para-formacao-do-leitor>. Acesso em: 15 fev. 2023.

MONTEIRO, J. C. S.; PEREIRA, A. A. S. BOOKTOK: Uma estratégia de Incentivo à leitura no TikTok. *In: IV Simpósio Internacional e VII Nacional de Tecnologias Digitais na Educação*, 2022, São Luís, MA. **Anais e Ebook do IV Simpósio Internacional e VII Nacional de Tecnologias Digitais na Educação**. p. 261-274. São Luís: EDUFMA, 2022.

Disponível em:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/94425374/ANAIS_E_EBOOK_2022_261_274-libre.pdf?1668727313=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBookTok_uma_estrategia_de_incentivo_a_le.pdf&Expires=1684637450&Signature=A37CV2PvRV35NbkTk3mgpNW-Bf15Mwg37VWibMaKjQVwi08T3g5fbRHUw23tUZQInzyuDOA6PKFeKM6frJemXvf4~te8XzjOyEZfYxlmDiiVFE6-5s5mFTBnmHE8D4t6QBEXX-eY~Hy6FdHvkPU8TwNRRXJxmCLwbHFk90YSd7YeMZVs9Pzk8Uwzs1uZ-0LYAJfnMmgKIIML9TK3OouHDOapOJUYGaCb3JKCawZMgZwFk~Tb-rDYaO~u9nyegtmSGQwKRw5ABjolkbJpmNJbmsVzdbJiSZfLWLgXLc4owk60p9Xy3gJSMgWoiGqD7T0kL8vCCatrDE3BVysRhQYUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 03 maio 2023.

NONATO, Emanuel do Rosário Santos. Cultura digital e ensino de literatura na educação secundária. **Cadernos de Pesquisa**, v. 50, p. 534-554, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/cp/a/4Gy5WVZLMLFGwzBgZmPyWFt/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 abr. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. [recurso eletrônico] 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/8614>. Acesso em: 09 set. 2023.

REIS, Susana Azevedo, CHAVES, Ana Paula Dessupoio, MUSSE, Christina Ferraz. As novas formas de se discutir literatura: BookTokers e o consumo de livros pela geração Z. *In: DESIDÉRIO, Ricardo et al (org.). Arte, Literatura e Gênero na Cultura Pop*. p. 250-265. Londrina: Syntagma Editores, 2023. Disponível em:

<https://syntagmaeditores.com.br/livraria/arte--literatura-e-genero-na-cultura-pop>. Acesso em: 13 jul. 2023.

RESUMO Executivo - Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2021. **CETIC**. 2022. Disponível em:

<https://cetic.br/pt/publicacao/resumo-executivo-pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2021/>. Acesso em: 15 fev. 2023.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Addison-Wesley Publishing Company. Reading, MA. 1993.

TIKTOK. **#booktok**. Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/booktok?lang=en>. Acesso em: 21 fev. 2023.

TIKTOK. **Centro de Transparência TikTok**. 2022. Disponível em: <https://www.tiktok.com/transparency/pt-br/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

TIKTOK. **Diretrizes da Comunidade**. 2023. Disponível em:
<https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt-br/>. Acesso em: 14 nov. 2023.

TIKTOK. **O poder das comunidades no TikTok**. 2023. Disponível em:
<https://www.tiktok.com/business/pt-BR/blog/communities-on-tiktok>. Acesso em: 08 set. 2023.

TIKTOK. **Por dentro do mundo de tendências do TikTok**. 2022. Disponível em:
<https://www.tiktok.com/business/pt-BR/blog/por-dentro-do-mundo-de-tendencias-do-tiktok>. Acesso em: 08 set. 2023.

TIKTOK. **Sobre o TikTok**. 2021. Disponível em: <https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR>. Acesso em: 26 fev. 2023.

VENDAS, Brenda Lima. A influência do booktok na mudança de hábito de leitura dos jovens durante a pandemia. *In: V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais. Anais de Resumos Expandidos V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais*. v. 1, n. 5, 2022. Disponível em:
<http://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticao-resumos/article/view/1525/1402>. Acesso em: 04 maio. 2023.

APÊNDICES

APÊNDICE A – VÍDEOS ANALISADOS DOS INFLUENCIADORES LITERÁRIOS

Letícia Bonetti @biblioteticia 2020	
Título do vídeo:	Sem título - Resposta de um comentário de usuário.
Título do vídeo:	Como conservar melhor seus livros.
Letícia Bonetti @biblioteticia 2021	
Título do vídeo:	Te convencendo a ler “Sua Alteza Real” pela aesthetic.
Título do vídeo:	Rotina de Leitura.
Título do vídeo:	Te indicando um livro baseado no seu signo.
Letícia Bonetti @biblioteticia 2022	
Título do vídeo:	Resenha: A Biblioteca da Meia-Noite.
Título do vídeo:	Manual de assassinato para boas garotas.
Título do vídeo:	Dia Mundial do Livro: Criando o hábito de leitura.
Letícia Bonetti @biblioteticia 2023	
Título do vídeo:	Cinco romances sáficos em menos de cinco minutos.
Título do vídeo:	Resenha: lenda de korra.
Título do vídeo:	Perfeita (na teoria).
Theago Neiva @theagoneiva 2020	
Título do vídeo:	Livros para se cagar de medo.
Título do vídeo:	5 livros para pegar o costume de ler.
Título do vídeo:	4 livros LGBTs essenciais.
Theago Neiva @theagoneiva 2021	
Título do vídeo:	O quanto eu chorei lendo esses livros famosos.
Título do vídeo:	Flores para Alg.
Título do vídeo:	A casa torta.
Theago Neiva @theagoneiva 2022	
Título do vídeo:	Os melhores livros que eu li de cada gênero.
Título do vídeo:	5 livros incríveis pra você enlouquecer de vez!
Título do vídeo:	O caso das penas brancas.
Theago Neiva @theagoneiva 2023	
Título do vídeo:	Sem título Livro indicado: Se ele estivesse comigo.

Título do vídeo: Top 5 melhores livros do ano até agora.
Título do vídeo: 3 livros que vão te dar crise existencial.
Lucas Barros @lucasbarros 2022
Título do vídeo: Livros que você não vai conseguir PARAR DE LER.
Título do vídeo: Livros que mudaram minha percepção sobre o mundo.
Título do vídeo: “Qual foi o último livro que você leu?”
Lucas Barros @lucasbarros 2023
Título do vídeo: “Queria ler um livro, mas não sei qual”.
Título do vídeo: Os livros mais pesados que eu já li.
Título do vídeo: Quantos livros você já leu na vida e qual o seu favorito?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA

1. O que o motivou a produzir conteúdos para a plataforma TikTok?
2. Ao começar a produzir esses conteúdos literários, você tinha em mente um público-alvo específico (faixa etária/escolaridade/outros)?
3. Qual a importância da interação com seus seguidores para você continuar produzindo conteúdos? Você utiliza isso como uma ferramenta para moldar suas leituras e, conseqüentemente, as indicações feitas?
4. Durante as suas leituras você faz anotações e/ou pesquisas externas para utilizar na produção dos vídeos?
5. Você busca explorar diferentes gêneros ou indica apenas um específico?
6. Você utiliza muitos recursos da plataforma? Se sim, esses recursos são suficientes para a produção dos seus vídeos ou você precisa recorrer a outros aplicativos?
7. Você posta seus conteúdos em outra plataforma? Se sim, essa plataforma permite um alcance de público inferior, igual ou superior ao que o TikTok oferece?
8. A partir de que momento você sentiu que o BookTok estava ganhando destaque e crescendo fora da plataforma TikTok?
9. Você tem uma preocupação relacionada à linguagem utilizada nos vídeos?
10. Costuma montar um roteiro? Se sim, você o planeja pensando na recepção do público ou na emissão do conteúdo que busca apresentar?

APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO DAS RESPOSTAS DA ENTREVISTA

Transcrição das Respostas da Entrevista com Lucas Barros

Pergunta (P): O que o motivou a produzir conteúdos para a plataforma TikTok?

Resposta (R): É... eu já produzia conteúdo há um tempo, mas não passava muito tempo no nicho BookTok em si porque usava mais o TikTok para ver outros tipos de conteúdo, mas eu sempre gostei muito de observar como as coisas que o TikTok, principalmente no nicho literário, né, as coisas se propagavam muito mais rápido, porque no YouTube acaba que a entrega é bem menor e é uma coisa muito chata e não tem esse potencial sempre que o TikTok tem de viralizar as coisas, de viralizar livros. E eu já tenho até feito alguns vídeos *pro* YouTube lendo livros recomendados pelo BookTok e *tal*, e eu nunca tinha postado nada porque eu achava que, sei lá, já tinha gente demais ali no meio do booktok e meu lugar não era ali porque eu preferia fazer vídeos mais longos e porque eu tenho essa dificuldade também de fazer vídeos mais curtos, porque é uma coisa que é a plataforma pede, né, você ter um conteúdo bem mais enxuto e também justamente porque, na minha cabeça, o tipo de livro que o pessoal recomenda mais, assim, no booktok, a maioria não são livros que eu gosto muito, e aí eu achava que não tinha justamente esse espaço para recomendar outros tipos de livros que são os livros que eu mais gosto. Só que aí, ano passado, é... foi quando eu comecei a postar no booktok oficialmente; eu comecei a ter ideias de conteúdos que eu achava que eles combinavam mais com o booktok do que com o YouTube e, enfim, existe conteúdos que eu também já publico no Instagram, mas esses conteúdos mais curtos e também justamente por causa da questão do tempo eu ficava pensando “poxa, eu passo a semana para fazer um vídeo pro YouTube de 30 minutos e no TikTok é um minuto e tem o vídeo pronto e ainda tem esse... essa chance de crescer mais, e aí eu comecei a postar, é... assim como quem não quer nada, até porque eu não entendo muito o público lá, e aí quando eu comecei a postar eu fui percebendo que tem um poder muito grande de visualização e aí, tipo assim, tanto é que hoje em dia mesmo tendo sido a plataforma que eu comecei há menos tempo, é que eu tenho mais seguidores. Eu acho bizarro porque eu comecei ano passado mesmo a postar fielmente e já está tudo o dobro de todas as minhas outras plataformas, porque é uma rede social que realmente tem esse poder no sentido de viralizar e eu acho que a plataforma também ela dá mais atenção para a gente que fala de livros lá; nas outras plataformas não é tanto, que eu comecei a perceber que tinha sim espaço para falar dos outros livros e que dava para fazer outros conteúdos. Não são os conteúdos que eu posto no YouTube, mas que também são legais e que eu comecei a gostar de interagir por lá e todos esses

conteúdos mais curtos, então, foi basicamente por isso eu comecei porque eu queria, é... estar em outro lugar e também experienciar isso, ter essa experiência de postar nesse lugar que estava todo mundo postando que eu comecei a consumir muito mais também.

P: Ao começar a produzir esses conteúdos literários, você tinha em mente uma faixa-etária ou público específico?

R: Então, não. É... tipo assim, eu meio que eu um tanto... tipo assim, desde o começo que eu comecei a produzir conteúdo, eu queria falar sobre os livros que eu gostava, tanto é que no começo, é... eu comecei a achar até um pouco é... não é estranho, mas é um pouco chocante quando algumas pessoas vinham falar comigo e eu percebi a diferença de idade dessas pessoas porque eu percebia que essas pessoas, tipo assim, muito mais velhas do que eu ou às vezes muito mais novas assistiam um conteúdo e gostavam e aí depois eu fui percebendo também que o meu conteúdo ele acaba sendo entregue para pessoas que têm uma faixa etária parecida com a minha, então tipo, lá na porcentagem aparece em todas as redes sociais é a galera de 18 a 24 o... o... público maior e aí eu comecei a pensar que isso também deve ter a ver com questão de interesse, né, que acaba que geralmente as pessoas que têm a idade acabam tendo os mesmos interesses no sentido de livros, mas eu não tinha o público-alvo, o meu público-alvo era leitores no geral então só queria postar pra ir na esperança de que alguém visse no TikTok a mesma coisa porque eu também achava que o público do TikTok era mais novo, assim, o pessoal dos livros gostava mais de livros, mais jovens e *tal*, e jovens no sentido de livros mais adolescentes, e aí eu comecei a ficar com receio justamente porque eu gosto de retorno; os livros que eu leio, mas são livros mais adultos, no caso; não é bom que abordam os temas mais pesados e *tal*, mas acaba que lá tem também esse... esse público e por causa disso eu acho que deu certo.

P: Qual a importância da interação com seus seguidores para você continuar produzindo vídeos? Você utiliza isso como ferramenta para moldar suas leituras e, conseqüentemente, as indicações feitas?

R: Então, é eu acho que é... é um pouco dos dois porque eu gosto muito de, por exemplo, pegar um livro que eu nunca vi ninguém falando sobre aí eu leio, eu gosto desse livro e aí faço questão de tentar fazer este livro acontecer. Eu faço muita isso de tentar fazer as pessoas conhecerem esses livros desconhecidos e dar atenção pra eles. Fico muito feliz pelas pessoas que dão essa atenção, só que, às vezes, também a gente acaba indo nos livros que está todo mundo falando tanto porque eu fico muito curioso, acho que vai ter que ter alguma coisa nesse livro tá todo mundo falando desse livro, aí eu vou, eu acabo de ler e vou produzir conteúdo sobre porque eu

também sei que a plataforma vai ajudar a gente. Também às vezes tem que pensar um pouco no... na questão de o que vai dar certo, né, já que a gente está querendo trabalhar com isso e aí às vezes leio livro justamente só para produzir conteúdo. Já tiveram vários livros que eu li já pensando no conteúdo que não seriam livros que eu leria por vontade própria, assim, se eu fosse pegar para ler eu não leria, mas às vezes eu pego justamente porque eu quero fazer esse conteúdo, porque eu sei que vai ser um conteúdo que vai dar o engajamento legal e às vezes até as pessoas pedem; tipo, as pessoas comentam mesmo sabendo que é um livro que não tem nada a ver com o que eu recomendo aí fala “ah, mas eu quero saber tua opinião sobre esses livros, então leia pra *tu* falar”; com muitos livros de romance, principalmente, eles sempre ficam insistindo para ler e aí eu leio por causa, porque quero produzir os conteúdos então eu tento sempre equilibrar porque... é... eu acho que é legal você tanto entregar o que as pessoas querem ver, né, e o que as pessoas estão falando, mas também você tentar... é... fazer com que outro livro diferente chegue nelas também.

P: Durante as suas leituras você faz anotações e/ou pesquisas externas para utilizar na produção dos vídeos?

R: Sim, eu adoro marcar livros. Eu sempre marco, eu sempre *tô* com canetinha, marcador, *post-it*, não só pelos vídeos, tipo, me ajuda muito nos vídeos porque sempre quando eu vou gravar vídeo acaba me dando um norte para não precisar tipo ler, reler tudo para lembrar o que eu estou falando porque eu sempre deixo alguma anotação que eu quero falar nos conteúdos, mas porque eu gosto de ter as anotações para mim mesmo, porque eu acho que deixa marcado ali sua experiência de leitura; eu gosto muito e eu sempre também gosto de pesquisar coisas além do livro, então às vezes eu, por exemplo, eu vou falar sobre um livro específico eu sempre vou atrás dos outros livros do que eu não falei tudo mas eu vou atrás dos outros livros daquele mesmo autor, vou tentar entender o contexto também que aquele livro foi publicado se tinha alguma intenção por trás não faço com todos os livros, mas tem livros que eu sinto que eles pedem procurar esse contexto e procurar mais sobre o livro, aí também quando eu gosto muito livro, eu vou ler a entrevista dos autores; vou ver entrevista porque às vezes os próprios autores falam coisas muito legais que não tem na história, mas é só para falar no conteúdo e acaba que acho muito mais fácil fazer essas marcações e anotações.

P: A partir de que momento você sentiu que o BookTok estava ganhando destaque e crescendo fora da plataforma TikTok?

R: Então, antes de me tornar criador de lá eu já tinha percebido, como eu falei, tipo, essa questão de como estava crescendo muito rápido, aí na bienal do ano passado também é que eu tive essa proporção muito maior porque teve aquele recorde de vendas foi o recorde de... é... pessoas participando da bienal, também, e sempre que eu entrava no *stand* de uma editora, as editoras sempre tinham o *stand* que era “Famosinhos do *Booktok*” aí eu ficava tipo “caramba, *vei*, essa rede social ela *tá* chegando em lugares muito, muito doidos”, e aí depois que eu comecei a... é... produzir conteúdo *pra* lá, e não foi só vendo de fora que estava crescendo muito, eu comecei a perceber, também, que o TikTok *tava* crescendo muito e o *Booktok* em si também, por causa que tanto meus conteúdos lá chegavam muito mais rápido nas pessoas, então tinha esse poder viral muito grande. Eles também fizeram um evento ano passado que foi o *Booktok Dinner*, que foi o primeiro evento do TikTok para livros no mundo, e aí eu fiquei pensando “poxa, não só o *Booktok* está muito grande, mas o *Booktok* aqui no Brasil, porque eu acredito que é um dos países que tem essa força maior, porque as pessoas aqui são realmente muito engraçadas e até, *tipo*, passam um tempo que hoje em dia quando me veem em algum lugar assim *aí* sempre falam “ah, é o menino do TikTok”, até vai “o menino do YouTube”, o “menino, sei lá, do Instagram”, mas agora, *tipo*, quase 100% das vezes, é sempre “do *Booktok*”, mesmo sendo a plataforma que eu tinha menos tempo, então... até, *tipo*, impactou nesse sentido de que eu começo a perceber que as pessoas me conhecem muito mais agora, *tipo*, por causa da internet, especificamente por causa do TikTok, e aí eu fico chocado porque é muita, muita gente mesmo.

P: Você tem uma preocupação relacionada à linguagem utilizada nos vídeos?

R: Então, eu gosto sempre de... assim, não é nem questão de gostar, mas eu acho que acaba que, por ser uma rede social tão espontânea, eu acabo falando de maneira muito espontânea lá também, então, a... eu sempre tento trabalhar os conteúdos lá da forma mais enxuta possível. Sempre, também, tento trazer de uma forma bem humorada porque eu acho que é um aplicativo que ele acaba pedindo isso porque as pessoas meio... vão meio que lá pro TikTok *pra* se entreter com algo, *pra* se divertir, e aí tanto é que quando eu vou falar, por exemplo, sobre o mesmo livro no YouTube, acaba que eu faço outros tipos de comentários. Eu vou muito mais a fundo; e não é porque as pessoas do TikTok não estejam prontas para esse aprofundamento, mas é só porque eu acho que quem tá ali tá buscando outro tipo de conteúdo e eu sempre tento deixar a linguagem mais dinâmica possível, mais informal, porque, querendo ou não, é... mesmo sendo um nicho que *tá* crescendo, ainda é pequeno comparado aos outros nichos que estão no TikTok, né, então, *tipo*, para as pessoas que já são da comunidade, tudo bem que elas vão ver o vídeo de qualquer jeito na maioria das vezes, mas para pessoas novas que *podam*... que possam

aparecer esse vídeo na... na... *For You* delas do TikTok, e eu sempre tento fazer com que os vídeos tenham essa... essa... coisa de chamar atenção *pra* justamente pessoas que não fazem parte dessa comunidade do... do mundinho dos livros, possam se interessar, também; e aí eu acho que, quanto mais eu tento deixar essa linguagem mais dinâmica, espontânea e informal possível, e eu também tento não xingar muito porque tanto o aplicativo não... não gosta e, também às vezes, eu tenho que ficar censurando palavras, então eu acabo fazendo na edição porque... questão, tipo assim, falar de um livro de suspense que tem um assassinato ou uma coisa, um tema muito pesado, *aí* eu sempre tenho que usar ou palavras que só avisem isso ou eu tenho que falar isso e colocar um *bip* na hora porque eu já percebi que ou às vezes o aplicativo nem liberta ou às vezes, é... diminui muito o alcance, assim, do vídeo enquanto, *tipo*, em outras plataformas isso não acontece, mas o TikTok realmente se preocupa muito com isso tudo das diretrizes e *tal*, o que eu acho bacana que eles estão fiscalizando, só que às vezes eu tenho que ter esse cuidado para não falar algo que eu... eu sei que não vai ser legal.

P: Costuma montar um roteiro? Se sim, você planeja pensando na recepção do público ou na emissão do conteúdo que busca apresentar?

R: Então... por incrível que pareça, quase nenhum vídeo meu que, independente de plataforma, eu faço roteiro, roteiro, mesmo. Geralmente, eu só anoto, *tipo* assim “a ideia para falar desse livro vai ser isso”, *aí* anoto de maneira bem curta, só *pra* lembrar que eu quero falar daquele livro, daqueles livros de tal maneira, e acaba que sempre eu... na hora de gravar, vai saindo as coisas automaticamente, assim, espontaneamente, e depois uso; mas, às vezes, acontece de eu pensar, *tipo*, meio que eu já espero o tipo de engajamento que eu vou receber de determinados vídeos, então *tipo*, por exemplo, esses vídeos de entrevista eu sempre sei quando alguma pessoa fala alguma coisa muito específica, que a pessoa tem uma resposta muito excêntrica, foi uma coisa engraçada, *aí* na minha cabeça automaticamente eu fico “*pô*, esse vídeo vai viralizar, eu acho”. E pior que sempre acontece. E aí, porque, sei lá, acho que com um tempo, eu comecei a perceber o tipo de conteúdo que as pessoas acabam engajando mais nas falas, assim, que... frases que... soltas assim mesmo, que as pessoas acabam engajando mais ou até, sei lá, a forma como as pessoas respondem. Então, nesse quesito, acontece, sim, de pensar ou não pensar “poxa, eu acho que um vídeo assim, desse jeito, vai ter uma recepção melhor; desse jeito, vai acabar chegando em outro outra galera”, mas, *tipo*, roteiro, roteiro, mesmo eu não faço não.

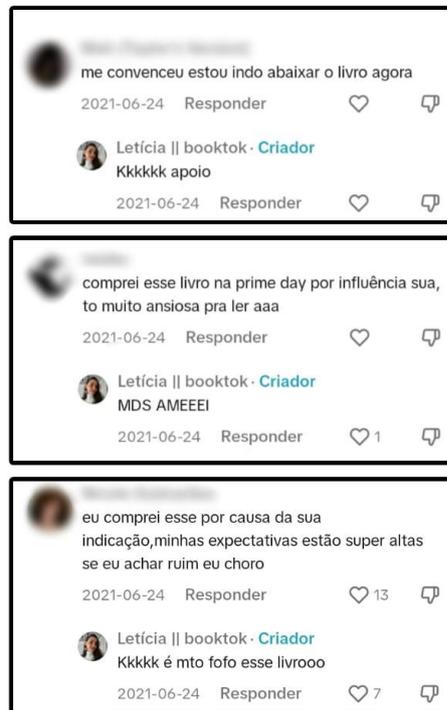
P: Em média, quantos livros você consegue ler por mês?

R: Depende muito do mês. *Tipo*, esse ano está sendo um ano que eu *tô* lendo bem menos, comparado aos outros, só que, *tipo*, antes de quando eu comecei a produzir conteúdo foi na pandemia, né, então... acabava que eu tinha muito mais tempo de ler e aí era bizarro porque eu lia muito, *tipo*, até hoje vendo, olhando para trás, eu fico chocado com a quantidade de livros que eu conseguia ler num mês. Antigamente, que era tipo 20 livros, 18 livros, era a minha média, assim, e hoje em dia a minha média sempre fica entre 7 e 8 livros, e aí nos meses... isso, nos meses bons; e nos meses mais ou menos, eu leio, *tipo*, 4. Só que eu... eu não me apego muito a isso, eu sempre tento, justamente, eu falo nesse vídeo quando eu pego livros muito grandes, aí eu fico “ai, não vai dar pra ler 8 livros esse mês porque eu *tô* lendo um livro gigante” ou às vezes também no momento que eu estou da minha vida, que eu estou querendo ler muito e aí, às vezes tem meses que eu só consigo focar nos livros que eu preciso ler para trabalho, seja alguma publicidade, algum conteúdo que eu preciso fazer e não consigo ler nenhum livro, assim, que eu queira. *Tipo* assim, não que eu não queira ler esses outros, mas que seja um livro que eu vou... “ai, eu estou com muita vontade de ler esse livro só por ler porque eu estou querendo ler essa história”. Tem meses que eu não consigo e eu sempre vou deixando, mas eu sempre tento também mesclar, pegar livros que eu tenho que ler, entre aspas, e livros que eu quero ler, porque acaba que tudo vira conteúdo, né, só que tem uns que já meio que... eu já sou avisado antes que aquilo vai ser por um conteúdo e tem outros que eu só vou ler porque eu estou com vontade e acaba virando um conteúdo depois, mas a média geralmente é essa.

ANEXOS

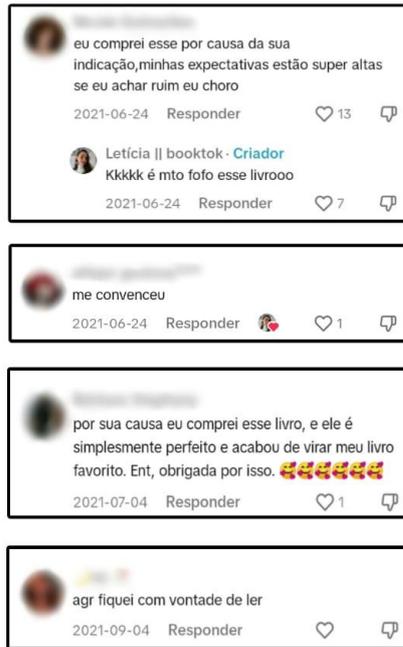
ANEXO A – CAPTURA DE TELA DE COMENTÁRIOS NOS VÍDEOS
ANALISADOS

Figura 13 – Interação no perfil de Letícia Bonetti



Fonte: TikTok. (2023)

Figura 14 – Comentários no perfil de Letícia Bonetti



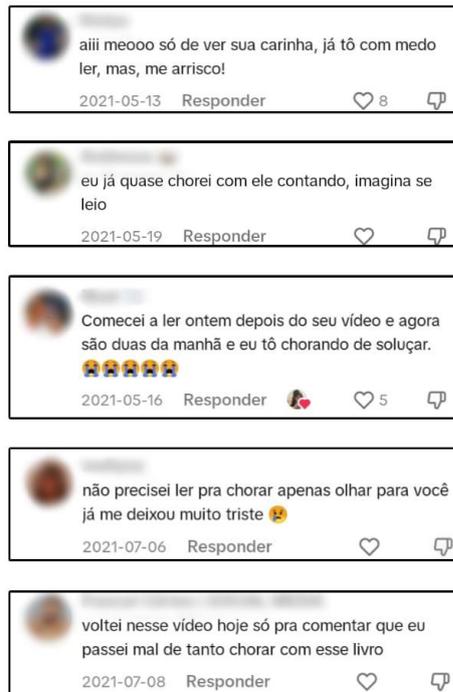
Fonte: TikTok. (2023)

Figura 15 – Comentários no perfil de Lucas Barros



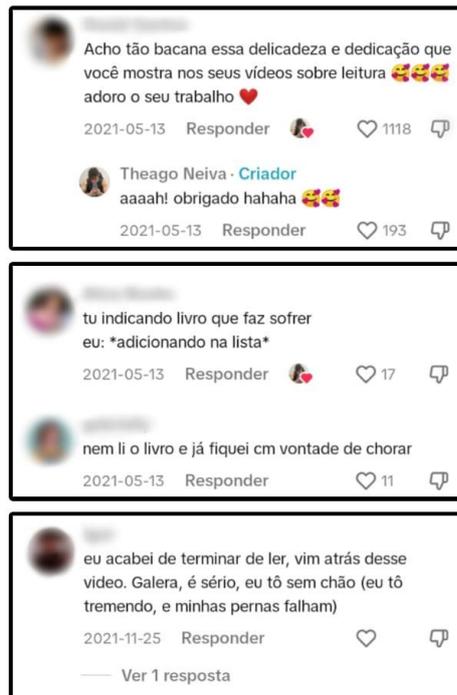
Fonte: TikTok. (2023)

Figura 16 – Comentários no perfil de Theago Neiva



Fonte: TikTok. (2023)

Figura 17 – Respostas ao vídeo de Theago Neiva



Fonte: TikTok. (2023)