



30^º CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO



25 a 29 de novembro 2024

**Bibliotecas Fortes:
Sociedade Democrática Recife, PE**

Eixo 6 - O mundo digital: apropriação e desafios

Modalidade: trabalho completo

A formação de novos leitores: TikTok e sua influência na disseminação de leitura

The formation of new readers: TikTok and its influence on the spread of reading

Jonatas Daniel Duda – Universidade Federal de Pernambuco (UEPE)

Márcia Ivo Braz – Universidade Federal de Pernambuco (UEPE)

Resumo: O presente trabalho teve como objetivo analisar a influência do Tiktok nas práticas de leitura através da subcomunidade Booktok. O Tiktok, uma mídia social contemporânea de vídeos curtos, possui mecanismos modernos para formar novos leitores que podem impactar no mercado editorial, trazendo segmentos importantes e inovadores nas práticas de consumo de livros. Trata-se de uma pesquisa exploratória com procedimentos de coleta bibliográfica e documental, com abordagem quali-quantitativa. Realizou-se uma coleta de dados cujos resultados foram detectados e discutidos para compreensão do impacto do Booktok no hábito de leitura dos indivíduos. Concluímos que o Bibliotecário pode empreender esses espaços cibernéticos contemporâneos, importantes para atualizações de acervo nas bibliotecas e as necessidades literárias do usuário.

Palavras-chave: *Tiktok; BookTok; Formação de leitores; Leitura.*

Abstract: The present work aimed to analyze the influence of Tiktok on reading practices through the Booktok subcommunity. Tiktok, a contemporary social media featuring short videos, has modern mechanisms to form new readers that can impact the publishing market, bringing important and innovative segments to book consumption practices. This is an exploratory research with bibliographic and documentary collection procedures, with a qualitative and quantitative approach. Data collection was carried out, the results of which were detected and discussed to understand the impact of Booktok on individuals' reading habits. We conclude that the Librarian can undertake these contemporary cyberspaces, which are important for library collection updates and the user's literary needs.

Keywords: *Tiktok; BookTok; Reader training; Reading.*



1 INTRODUÇÃO

A leitura é uma capacidade cognitiva de interpretar símbolos escritos ou impressos que advém da evolução da informação, entretanto o acesso a livros foi historicamente reservado à nobreza, o que causou um déficit no acesso democrático à leitura, que reverbera até os dias de hoje.

A crise do Covid19 tornou mais grave essa crise no cenário literário, fazendo com que livrarias fechassem as portas e bibliotecas tivessem acesso restrito, com isso foi necessário se reinventar e procurar outros meios de comunicação para atingir os leitores, e um deles foi o uso das mídias sociais. A venda de livros no país em 2021 cresceu 33% em comparação com 2020, segundo dados divulgados pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). “Uma pesquisa realizada na última Bienal Internacional do Livro de São Paulo apontou o crescimento da influência das redes sociais, como o TikTok, no interesse por obras literárias.” (Anklam, 2022)

Com a adaptação do mercado ao meio digital, produtos e serviços estão sendo inseridos no descobrimento de livros e leituras com base nas redes sociais, onde são criados conteúdos diversos e criativos que atinge esse público. Uma dessas mídias sociais mais influentes na disseminação de leitura é o Tiktok, um aplicativo de vídeos curtos originalmente da China, nele os conteúdos destinados a resenha de livros e de influencers literários são publicados com a *hashtag BookTok*, onde são recuperados os vídeos mais curtidos e visualizados da rede. O Algoritmo do Tiktok é baseado em recomendação isso quer dizer que não importa os seguidores e suas conexões da sua conta para um vídeo ter engajamento dentro do aplicativo.

Segundo Nascimento (2023, p.19) “A comunidade em torna da *#BookTokBrasil*, que até fevereiro de 2023 tinha mais de 13,3 bilhões de visualizações” A mídia social vem sendo uma ferramenta muito importante para o mercado editorial, “Vemos regularmente livros mais comentados na plataforma chegarem ao topo das listas de mais vendidos”, (Valente, 2022 apud Valle, 2022) Conta o *BookToker*. Os criadores de conteúdo utilizam *trends* e *hashtags* para o engajamento e o direcionamento do algoritmo para atrair a nova geração de leitores hiperconectados. Sendo assim, o TikTok é uma ferramenta elementar que os profissionais da informação devem usufruir para



incentivos da leitura de uma forma interativa, criativa e que fale a linguagem da geração conectada.

A Biblioteconomia e as mídias sociais podem trabalhar juntas, os conteúdos de estudo do bibliotecário por sua vez foi adequando-se ao avanço tecnológico indo além das fronteiras das bibliotecas, ocupando espaços como arquivos, bases de dados e estantes virtuais. Entretanto, o profissional da informação como mediador em mídias sociais ainda é pouco debatido e estimulado, quase inexistente, “Independente da sua especialidade, do suporte informacional e do local onde ele trabalha, o bibliotecário é um mediador” (Salcedo; Silva, 2017, p.29)

O aplicativo Tiktok é uma ferramenta da modernidade que pode ser um objeto de estudo para o Bibliotecário, como mecanismos de busca, consumo da informação e a necessidades dos usuários e também incentivo à leitura de uma nova geração.

Portanto, essa pesquisa nos adentrará na contribuição da rede social TikTok na disseminação da leitura e seus instrumentos que facilitam a vida do leitor e dos criadores de conteúdo de leitura no aplicativo, atendendo as necessidades de cada indivíduo como é dito por Castells (2008) como sociedade em rede, trata-se de um espaço dinâmico de produção, de uso e de consumo da informação a partir das necessidades de cada indivíduo.

Desse modo, o objetivo desse trabalho é analisar a influência do TikTok nas práticas de leitura na atualidade através do fenômeno Bookok.

2 RELEVÂNCIAS SOBRE A FORMAÇÃO DE LEITORES

É comum encontrar na literatura da área de Ciência da Informação o tema formação de leitores voltado às atividades complementares da sala de aula ou relacionados à biblioteca escolar. Assim, constatou-se que há dois vieses comuns nas pesquisas sobre o tema: o primeiro voltado à competência e letramento informacional, enquanto o segundo é voltado às práticas de incentivo à leitura.

Um profissional da informação é apto para a filtragem informacional que pode contribuir para o desenvolvimento intelectual de cada um em benefício de todos, essa etapa se dá logo após a alfabetização onde já está formada sua compreensão de leitura e escrita de palavras de um indivíduo, o letramento informacional é uma ponte entre o



leitor e o questionamento, conhecimento e a reflexão do conteúdo que se busca e é consumido, como nos alerta Macedo (2007), a competência informacional, entendida como a capacitação para o competente uso da informação, é etapa posterior à iniciação implícita do usuário ao ato de ler criticamente e às formas do aprender a aprender fazendo.

Por outro lado, ainda sobre a formação de leitores, são citadas na literatura as estratégias para incentivo desde a tenra idade, como, por exemplo, contações de história, roda de conversa, troca e doações de livros e saraus de leitura. Outra forma de incentivo também é nos meios digitais, onde os jovens estão crescendo inseridos nesse meio, o bibliotecário pode atuar no letramento digital desses jovens, com ensino no foco das habilidades digitais, base de dados online, bibliotecas digitais, verificação das fontes e inteligência artificial. O letramento digital se diferencia do letramento tradicional, pelo fato de que este conduz “as práticas de leitura e da escrita digitais, na cibercultura, de modo diferente daquele como são conduzidas as práticas de leitura e de escrita quirógrafas e topográficas”. (Soares, 2002, p.146).

No tópico seguinte daremos seguimento ao tema, com uma abordagem contemporânea, onde as mídias sociais invadem o cenário social de forma maciça, o TikTok vai ser apresentado como uma ferramenta da contemporaneidade modificando as possibilidades de inserir novas abordagens para a formação de leitores e para a atuação do bibliotecário.

3 TIKTOK E FORMAÇÃO DE LEITORES

As redes e mídias sociais foram uma grande evolução da tecnologia e sua forma de globalizar as relações pessoais em rede, permitindo o compartilhamento de suas individualidades culturais e conectando indivíduos com interesses em comum. Segundo Marteleto (2001, p.72), representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” com base nessas relações, as redes sociais também são um mecanismo de disseminação de conhecimento e informação, desde conversas informais pela rede até acesso gratuito a conteúdo didático. Mas dentro do universo das redes sociais, teve aquelas que também



obtiveram sua própria evolução e sucesso momentâneo em impactar gerações, como a rede foco desta pesquisa.

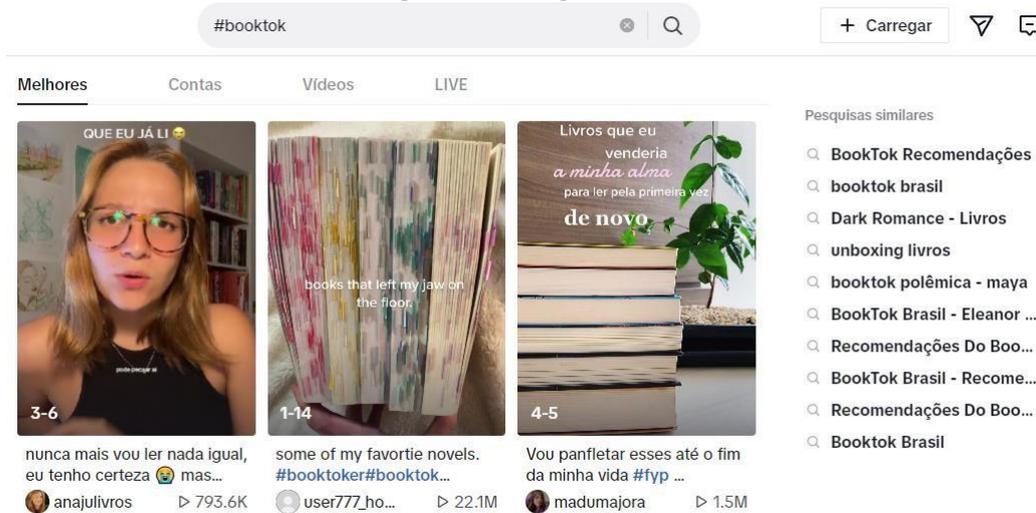
O TikTok é uma plataforma de mídia áudio visual chinesa, composta essencialmente de vídeos curtos. Lançado em 2016 pela *startup* chinesa ByteDance, foi popularizado no Brasil em 2021 durante o período pandêmico, e tomou contornos diversos no entretenimento na internet para os usuários brasileiros.

O aplicativo TikTok é uma mídia social de grande destaque e popularização dos últimos anos, com os conteúdos gerados pelos usuários que se tornam virais e se destacam em diversas áreas, como na música, dança, gastronomia, moda e literatura. O aplicativo tem um layout simples e um algoritmo que fornece conteúdo personalizado ao gosto do interagente, identificando o comportamento do usuário com base nas suas curtidas, comentários e tempo de visualização. A *For you* (“Para Você”), é uma área do aplicativo onde os conteúdos são desenvolvidos pelo seu gosto com base na compreensão do algoritmo, e esse ampliado de conteúdo fornece um maior engajamento para os fornecedores de conteúdo.

“O avanço da pandemia da COVID-19 no Brasil foi responsável por uma queda no setor editorial. O fechamento de muitas livrarias levou ao questionamento sobre quais seriam os novos caminhos desse departamento” (Glitz; Patricio; Leite, 2021) com isso, o TikTok foi criando um espaço para a inserção do mercado de diversos nichos incluindo o literário, o chamado *BookTok*. O impacto do *BookTok* na comunidade literária está atrelado aos conteúdos rápidos, e a fácil recuperação de conteúdo com a *hashtag* *#BookTokBrasil*, uma vez que o conteúdo consumido e produzido através das redes sociais é fator de influência para o leitor.



Figura 1: Hashtag BookTok



Fonte: Aplicativo Tiktok (2024)

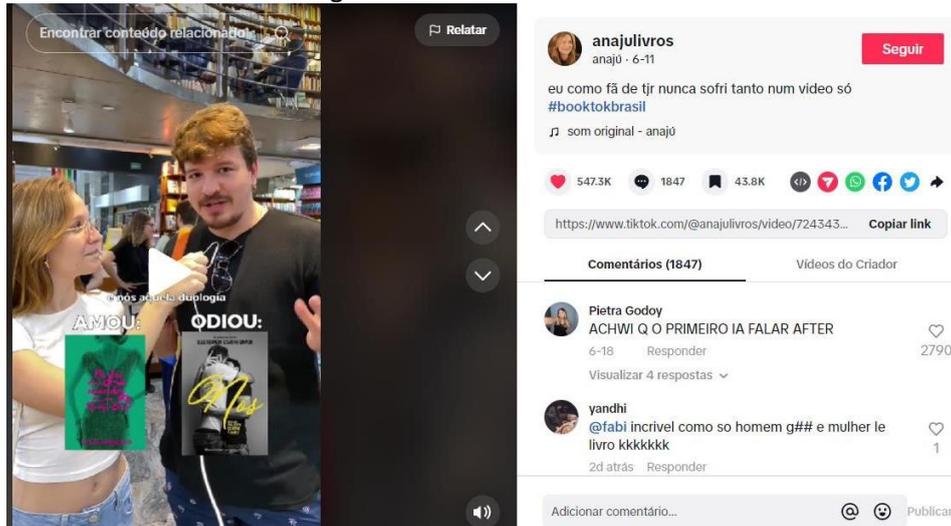
Descrição: tela de pesquisa do Tiktok com os resultados para #BookTok

Com milhões de visualizações em vídeos individuais a *hashtag BookTok* se pesquisada dentro da plataforma recupera vídeos populares dos influencers, sendo notório o engajamento e seu vasto conteúdo literário.

O *BookTok* é uma vasta comunidade dentro do Tiktok, (TikTok, 2023) para dimensionar este sucesso, as hashtags *#BookTok* e *#BookTokBrasil* contam com mais de 170 bilhões e 15 bilhões de visualizações cada, respectivamente, onde se criam resenhas, *trends*, unboxings que vão além do aplicativo, o Tiktok reconhece seu impacto e engajamento no setor literário e abrange em causas sociais, como no setembro amarelo onde a plataforma pensando na saúde mental fez um campanha “*#LivrosQueSalvam*, na qual as pessoas podem compartilhar vídeos contando como a leitura os ajudou emocionalmente, os inspirou a superar dificuldades ou a buscar apoio profissional, de amigos ou familiares, sobre saúde mental.” (Tiktok, 2023) em cada vídeo publicado com a *hashtag* o Tiktok doou R\$:1,00 para o IBEAC (Instituto Brasileiro de Estudos e Apoio Comunitário) e para a Rede Nacional de Bibliotecas Comunitárias.

Os criadores de conteúdos chamados de *BookTokers* usam a criatividade para o desenvolvimento dos seus vídeos, em diferentes ambientações como nas bienais e feiras de leitura para que os leitores participem efetivamente dos seus conteúdos, e essa interação fornece um diálogo com o interagente que foge da plataforma de mídia adaptada para uma tela celular e vai para o convívio social, fazendo com que os leitores frequentem os espaços literários.

Figura 2: Trends BookTok Brasil

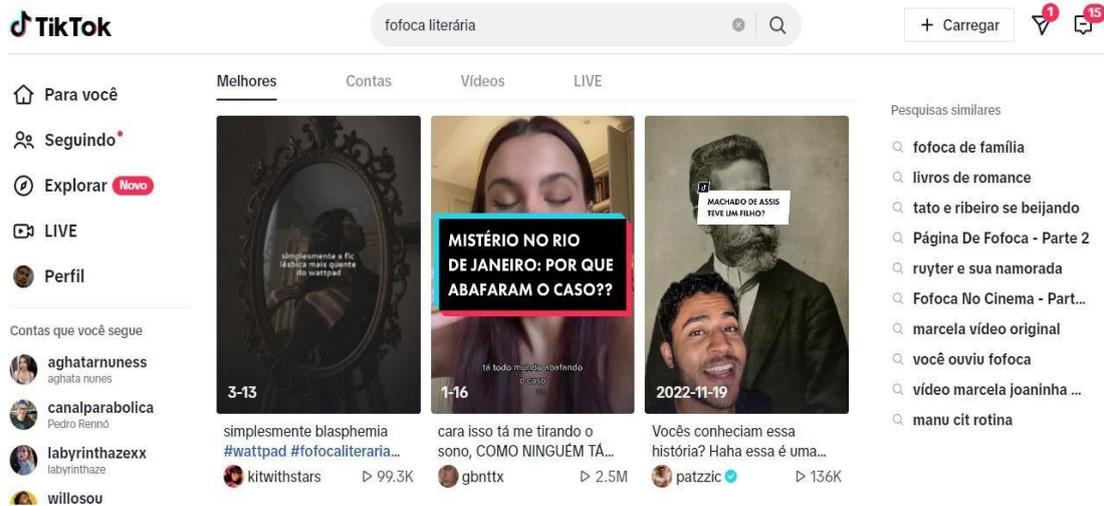


Fonte: [Desafio BookTok](#)

Descrição: Tela do TikTok com uma mulher entrevistando um homem sobre a escolha entre duas capas de livro

As *trends* literárias exigem uma certa criatividade e conhecimento dos personagens favoritos do leitor, ou mesmo indicação de livros para quem é um leitor iniciante. Uma das *trends* mais repercutidas é a fofoca literária, o desafio acontece do narrador do vídeo contando a história do livro de uma forma descontraída e uma verbalização coloquial como uma fofoca, mas sem contar de qual livro se trata e sem revelar o desfecho da história do livro, causando um suspense no telespectador, e o leitor que já descobriu qual livro se trata não pode revelar o título nos comentários, esse tipo de interatividade e conteúdo causa curiosidade no usuário. No que tange essa aceitabilidade da leitura literária influenciada por essa e outras *trends*, sua comprovação transcende os altos números de visualizações e de novos *BookTokers* que aderem ao hábito de leitura, passando a produzir o mesmo tipo de conteúdo (Monts, 2021).

Figura 3: Fofoca Literária



Fonte: [Fofoca Literária](#)

Descrição: página de resultados do TikTok com a busca Fofoca Literária

Os *BookTokers*, como são chamados os influenciadores literários da plataforma, participam ativamente para participar das tendências atuais do TikTok. De acordo com Matos (2021), a maioria dos *BookTokers* é de jovens e adolescentes. Eles fazem resumos divertidos e criativos das obras, encenam personagens e pequenas análises. Também existem as listas temáticas, receitas inspiradas em livros famosos e, claro, memes e "trends". Todo esse mecanismo acaba formando a promoção e divulgação de livros.

Toda essa interação com os livros e suas histórias forma um interesse em quem está recebendo os vídeos, um indivíduo não leitor ao se deparar com um conteúdo de um *BookToker* fazendo uma resenha de um livro acaba desenvolvendo um interesse que logo vai interagir e ler os comentários se deparando com opiniões de outros leitores. A representatividade com os livros no TikTok é um dos motivos do sucesso, se identificar com personagens e histórias instaurando no leitor a sensibilidade da leitura emocional por se sentir representado. Como relata Matos (2021) A representatividade não está só nos livros com personagens LGBTQIAPN+. TikTokers, seja usuários ou produtores de conteúdo, têm procurado conhecer autores iniciantes e independentes. Uma parte deles também dedica espaço a autores nacionais independentes e autores e personagens pretos.

Esses fragmentos da atualidade e das novas gerações são importantes para reformulação de como pôr em prática em ambientes fora da internet, como o bibliotecário por dentro das novas necessidades de um público jovem se torna importante para a realização mediadora de leitura, apesar de TikTok ser um aplicativo



gratuito, o *BookTok* e qualquer outra comunidade advém do consumo, que apesar de ter expandido a curiosidade de ler dos usuários, os preços dos livros continua não sendo acessível para todas classes sociais, sejam eles digitais ou físicos

Feiras, bienais, festivais de literatura, livrarias e bibliotecas públicas, escolares e comunitárias são alguns dos espaços de promoção do livro. O contato, o despertar e o encantamento citados pelas especialistas têm data e lugar marcados. Mas por que o hábito de leitura é numericamente tão baixo entre os brasileiros? Entre os motivos estão o acesso não democrático a todos esses ambientes e eventos, o alto preço do livro em relação à renda do brasileiro e a má distribuição de bibliotecas públicas pelas cidades. (Raith, 2022)

As bibliotecas públicas devem olhar para as redes e mídias sociais, principalmente o TikTok. Como uma aliada e um meio de promover suas programações e suas obras fazendo com que o público especialmente o mais jovem possa ter acesso democrático aos livros. Livrarias já tomaram iniciativas quanto ao impacto do TikTok, promovendo estantes e stands das obras mais compartilhadas dentro da plataforma.

Figura 4: Estante da Livraria Leitura dedicada ao Tiktok



Fonte: Elaborado pelos autores

Descrição: mulher de costas, vestindo blusa preta, pegando um livro na estante com o título Tiktok

Portanto, o público leitor está em grande evolução junto com a tecnologia, os livros estão conectados com a internet, não apenas por formatos, mas por histórias, por representatividade e por questões sociais, onde tangencialmente atinge um público diversificado de maneira a descobrir e entrar no universo literário que é uma cultura de diversas camadas em conjunto com o novo contexto onde estamos inseridos.



4 O USO DO TIKTOK PARA O BIBLIOTECÁRIO

O *BookTok* para o Bibliotecário com formação em mediação de leitura, porventura acaba sendo um espaço onde pode mostrar que sua didática vai além do ambiente das bibliotecas e que um dos campos da biblioteconomia são as mídias digitais onde se pode fazer o proveito também como estratégia de marketing para chamar atenção do público, segundo Lanke (2016), essa mudança de postura para atrair a atenção do usuário visa atender a evolução da sua demanda por informação.

Esses métodos podem ser introduzidos em bibliotecas escolares e públicas que têm seu papel voltado para os jovens e público geral respectivamente, para isso necessita de um bibliotecário antenado e dentro das tendências atuais que estimulam os interagentes a tornar a leitura um hábito, tornando-se um leitor. Kelseyn Bogan, Bibliotecária e especialista em mídia de biblioteca teve um viral no TikTok mostrando os recursos da biblioteca onde trabalha, ela fala do benefício do uso do aplicativo para construção da comunidade

TikTok nos ajuda a estabelecer um ambiente virtual de “sala comum” de conectividade que se estende além das paredes físicas da escola ou da biblioteca. Isso nos permite continuar a ser uma presença positiva e prestativa na vida de nossos alunos, mesmo após o término do dia letivo normal. (Bogan, 2021)

O TikTok pode ser uma ferramenta para o reconhecimento da diversidade profissional de um bibliotecário, ao mostrar seu desenvolvimento de trabalho dentro de uma biblioteca na gestão técnica e administrativa do espaço, fornecendo conhecimento sobre a profissão e desconstruindo estereótipos fornecidos por muito tempo ao bibliotecário como “limpar poeira dos livros” “pedir para fazer silêncio” e “guardar livros”

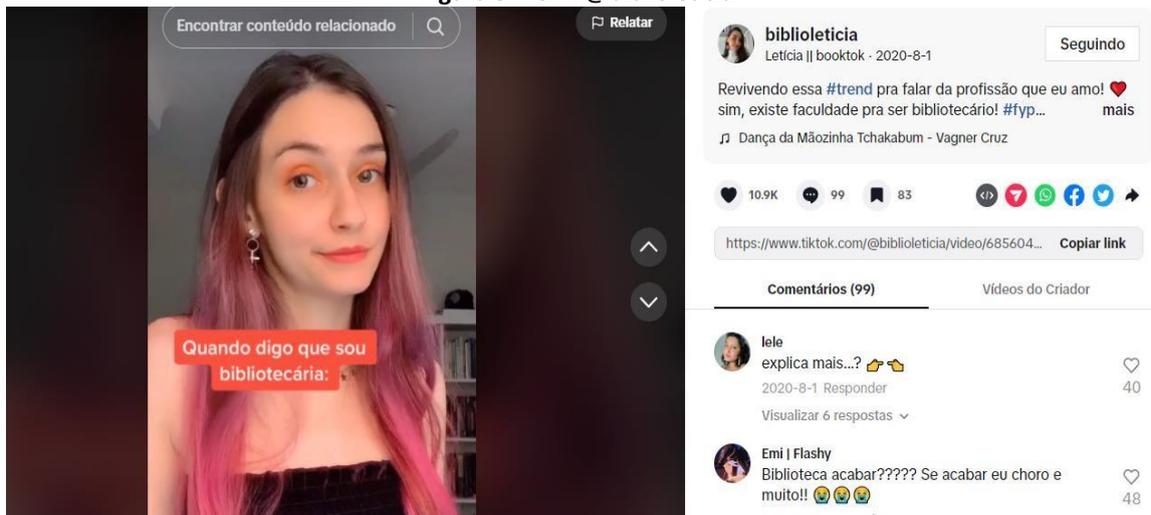
Desenvolvimento de Coleções por meio do *BookTok* pode ser analisando os atuais títulos que estão circulando dentro do aplicativo e identificar o interesse dos interagentes e se aquele livro vai ser pertinente ou não dentro da sua biblioteca, com as informações coletadas os títulos podem ser adicionados dentro da coleção da biblioteca e ser compartilhado dentro das mídias sociais ou estante de novas aquisições sinalizando que determinado livro é famoso no TikTok.

A comunidade de bibliotecários dentro do TikTok vem crescendo gradativamente, se encontra alguns Bibliotoks dentro da plataforma onde fazem *trends*,



mostram seu local de trabalho, divulgação do acervo e disseminação de informações aprendendo e se conectando um com outros. Bibliotecários internacionais são mais engajados dentro da plataforma por produzir mais conteúdo, como a @gvhslibrary que foi citada no segundo anteriormente e tem alguns brasileiros também como:

Figura 5: Perfil @biblioleticia



Fonte: Aplicativo Tiktok (2024)

Figura 6: Perfil @mariamariahttk



Fonte: Aplicativo Tiktok (2024)

Os Bibliotecários com sua versatilidade dentro das mídias sociais podem reinventar a visão estereotipada que se criou historicamente sobre a profissão; com o apoio das mídias sociais o profissional pode mostrar sua rotina profissional, falar sobre livros e disciplinas ofertadas durante a graduação, dando visibilidade para bibliotecários ocuparem esses espaços.



5 METODOLOGIA

A pesquisa apresentada neste trabalho foi motivada pelas inquietações sobre o surgimento dos mecanismos de influência do aplicativo TikTok na leitura de livros indicados na plataforma e seu impacto na formação do leitor. No referencial teórico, foi analisado o percurso da leitura e como foi transfigurada com seu viés histórico até a contemporaneidade, onde está presente o TikTok. Foi necessária uma investigação no comportamento dos interagentes da mídia social e as ferramentas de ação desse aplicativo para formar esta pesquisa e entender como esse fenômeno acontece. Os procedimentos metodológicos foram de natureza aplicada com objetivos exploratórios

A linha da pesquisa segue a conceituação de informação e mídias sociais e seu impacto na literatura, as mídias sociais estão entre os meios de pesquisa da ciência da informação, onde faz análise do meio de comunicação informal e o comportamento pessoal dentro das redes e seus meios informacionais

Dentro a linha de pesquisa o desenvolvimento do referencial teórico foi por meio do procedimento bibliográfico, sendo também classificada como pesquisa documental, uma vez que analisa informações que ainda não possuem o tratamento científico.

A abordagem de dados quali-quantitativos utilizou como base um formulário online pelo **Google**, investigando o grau de interações e a usabilidade dos indivíduos nas mídias sociais, dando ênfase no TikTok e sua subcomunidade *BookTok* para a compreensão da influência do aplicativo no consumo de livros, observando suas subjetividades e quantidade de títulos consumidos a partir do envolvimento com a plataforma.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O formulário foi aplicado entre 29 (vinte e nove) de janeiro de 2024 e 16 (dezesesseis) de fevereiro de 2024, cuja as repostas buscavam corroborar com o objetivo geral da pesquisa que é “analisar a influência do TikTok nas práticas de leitura na atualidade através do fenômeno Bookok e divulgado em grupos de leituras no aplicativo TikTok e em grupos de alunos em graduação em Biblioteconomia.

As questões do formulário foram comentadas individualmente e iniciaram com a primeira tela, correspondendo ao Termo de ciência para a participação de pesquisa,



onde 32 (trinta e dois) participantes que concordaram em contribuir. A maioria se identificou como sendo do gênero feminino com 19 (dezenove) respostas, logo em seguida o gênero masculino com 11 (onze) respostas e em seguida transgênero com 2 (duas), os demais (não binário e prefiro não informar) não foram assinaladas.

A idade foi um fator que não poderia faltar no relatório, quando foi mencionado durante o trabalho que a Geração Z são os principais interagentes do *BookTok* e das mídias sociais em geral, A geração Z denominada pelas pessoas nascidas entre 1995 a 2010 já nascerem inseridos dentro dos meios digitais e é chamada de geração conectada. Os resultados foram representativos com base nas pessoas que responderam, 12 (doze) pessoas responderam que tem entre 19 e 24, 10 (dez) pessoas responderam que tem 25 a 30 anos e 9 (nove) pessoas responderam que tem entre 13 a 18 anos enquanto 1 pessoa respondeu que tinha mais de 30 (trinta).

Quanto às mídias sociais mais utilizadas (poderia assinalar mais de uma resposta), os resultados foram: o Instagram em primeiro lugar com 24 (vinte e quatro) votos, logo em seguida o TikTok com 23 (vinte e três) e depois X (Twitter) com 14 (quatorze) votos e por último o Youtube com 12 votos. Foi constatado que mesmo sendo um aplicativo que se popularizou em 2020, o TikTok ocupou o segundo lugar dos mais utilizados segundo o formulário, ficando atrás apenas do Instagram, que detém mais funcionalidades e tempo de mercado.

O tempo destinado às redes sociais foi também bastante significativo para a pesquisa, pelo tempo de uso pode-se ter uma noção da navegação em diversas redes sociais, assim tendo conhecimento dessa segregação de tempo dos internautas nos aplicativos.

A questão obtém mais de uma resposta por indivíduo, portanto, a utilização das redes sociais por horas dos internautas que responderam à pesquisa está entre 1 a 5 horas e 5 a 10 horas empatados com 14 (quatorze) pessoas cada uma, e com 4 (quatro) pessoas com mais de 10 horas de utilização das redes sociais. O resultado mostra que mais da maioria consome conteúdo das mídias sociais diariamente, absorvendo notícias, entretenimento e comunicação frequentemente.

Já ouviu falar do BookTok? O BookTok por ser uma subcomunidade do TikTok vai ser apresentado na For you de cada usuário por meio do algoritmo, quem pesquisa conteúdo literário ou frequenta livrarias o algoritmo entende seu interesse em livros e



vai apresentando os conteúdos literários, mas nem sempre é mencionado a nomenclatura “BookTok” sendo apenas apresentado o vídeo como resenha ou *trend* ficando sem o conhecimento que existe uma subcomunidade.

O *BookTok* é bastante ativo dentro do Tiktok com mais de 13 bilhões de publicações no Tiktok com a *hashtag* #BookTokBrasil, o Tiktok por entender toda a importância do engajamento dos leitores fornece patrocínios em bienais, apoio a saúde mental dos leitores e atividades como o clube do livro. Entre os resultados do formulário, 25 (vinte e cinco) pessoas responderam que já ouviu falar do *BookTok* enquanto 8 (oito) responderam que não.

Se os respondentes acompanham a hashtag BookTok ou algum BookToker e se já postou algum conteúdo com a hashtag: Enquanto nem todo leitor posta vídeos no *BookTok*, é necessário entender que a interação nos vídeos de influenciadores já faz que esse leitor seja participante da comunidade *BookTok* se tornando um interagente, sem cruzar a linha de postar conteúdo que muitas vezes requer edição e roteiro, mas é aberto para todos postarem. 22 (vinte e duas) pessoas não postaram conteúdo literário com a *hashtag* *BookTok* enquanto 10 (dez) afirmam que sim. E se tratando do acompanhamento da *hashtag* *BookTok*, 17 (dezessete) afirmam que sim e 15 (quinze) não acompanha.

Indagados se já leram algum livro influenciado pelo TikTok, essa pergunta foi dividida entre “sim”, “não” e “ainda não, mas já fiquei interessado em alguns títulos” 20 (vinte) pessoas responderam que sim, 7 (sete) que não e 5 (cinco) que já ficou interessado por algum título. Os que ficaram interessados por algum título, já ouviram falar dos títulos por meio do aplicativo, em *trends* ou *reviews* que acaba sendo apresentado na *For you* das pessoas sem precisar de ir buscar pelo conteúdo, sendo impulsionado pelo algoritmo que vai sendo moldado pelo seu gosto e sua interação dentro do aplicativo e até fora dele, quando um indivíduo aceita que o aplicativo monitore sua localização o TikTok acaba entendendo o interesse do interagente nesse lugar, caso esse indivíduo frequente uma biblioteca os conteúdos literários serão apresentados com mais frequência.

A quantidade de livros que foram lidos pelos participantes se torna importante pela presença dos interagentes nos vídeos literários e como isso os ajudou na formação literária com base no *BookTok*, quando 8 (oito) pessoas responderam que já leram mais



de 10 livros, uma quantidade significativa e que advém de resultados de estimulações do *BookTok*, em seguida vem 8 (oito) pessoas que leram de 1 a 5 livros que chamou atenção e logo depois vem 5 (cinco) pessoas que leram entre 6 a 10 livros influenciado pelo TikTok, enquanto 11(onze) pessoas responderam que não leram nenhum livro influenciado pelo TikTok.

Ao analisar o resultado temos o total de 22 (vinte e duas) pessoas que leram livros influenciados pelo TikTok, e 8 (oito) delas leram mais de 10 (dez) livros se tornando um consumidor literário da plataforma, esse estímulo ao consumo dos livros são tomados pelas enormes variações de atrações de conteúdo literário que obtém um retorno, vídeos curtos e não seguindo uma fórmula engessada muitas vezes padronizados em ambientes escolares, esse método abordado pela disseminação de conhecimento literário do TikTok acaba atraindo e dando uma outra visão de interesse aos novos leitores.

Em questão de compras de Livros pela influência do TikTok 17 (dezessete) pessoas disseram que já compraram, enquanto 15 (quinze) relataram que não. Esse resultado tem que levar em consideração que existe outros meios de consumir livros sem ser por meio da compra, como em bibliotecas, empréstimo de amigos e pirataria de livros digitais, infelizmente a compra de livros ainda é um fator caro de ser consumido para algumas pessoas, sendo utilizado outros meios para consumir determinada leitura.

A questão de representatividade é essencial para o contexto dessa pesquisa que se tornou um dos fatores do sucesso do *BookTok*, que se popularizaram diversos títulos em questões sociais importantes como forma de referência e representação de personagens e que de certa forma o leitor possa se identificar e pertencer ao contexto da história contada, usando os efeitos da leitura emocional onde se atravessa sua subjetividade, interesse e entretenimento.

Entre as identificações de representatividade literária no formulário, 15 (quinze) pessoas responderam que já leram um livro indicado pelo TikTok por questões de representatividade LGBTQIAPN+, 3 (três) por representatividade étnico-racial e 1(uma) por empoderamento feminino. Por meio dessa conclusão identificamos que a representatividade é um fator importante e que chama atenção da Geração Z, um romance LGBTQIAPN+ onde possam ter personagens principais ou não como forma de inclusão é um retrato importante de que essas pessoas existem e merecem ter suas



histórias contadas, como a narrativa do livro *heartstopper* que se popularizou dentro do TikTok, que é uma história que retrata sobre romances com leveza entre personagens trans, sáficos, gays e bissexuais. A representatividade étnico-racial também vem crescendo dentro da literatura, tanto com personagens negros que falam sobre suas raízes, romances e que sejam histórias escritas principalmente por autores negros. A representação do empoderamento feminino com livros que fala sobre com temas pertinentes ao feminismo e também que possuam autoras que escrevam sua própria narrativa e histórias. 13 (treze) pessoas responderam que não é uma questão que leva em conta para a escolha de uma leitura.

Também investigamos outras representatividades que não foram listadas dentro das escolhas da questão anterior, mas que foram importantes para incentivo de leitura dos interagentes. Foram mencionado temas como: Imigração, representatividade Indígena e personagens PCD.

Foi questionado se o público da pesquisa já encontrou alguma menção do *BookTok* em estabelecimentos literários como forma do seu impacto fora das redes. As Livrarias foram as mais mencionadas como identificação de conteúdo com menção ao *BookTok*, com 17 (dezesete) respostas, assim como as bienais que também são relevantes para as vendas, a exemplo do próprio TikTok como um dos patrocinadores da Bienal do Rio de Janeiro em 2023, e, por último as Bibliotecas Públicas que acabou sendo a menos votada por sua pouca participação em iniciativas para compreender como funcionam as novas tendências, e o que os jovens estão lendo e quais ambientes eles estão debatendo sobre leitura. 13 (treze) pessoas não observaram alguma citação ao *BookTok* no seu cotidiano.

Desse modo, consideramos, após a análise dos resultados coletados a partir do formulário com sua interpretação e análise por meio dos tópicos foram essenciais para confirmar a interação dos internautas dentro do aplicativo Tiktok, que foi surpreendente a quantidade de livros lidos pelos interagentes do *BookTok* por meio da influência da mídia social e a confirmação de tópicos já identificados na literatura.



7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Processo da realização deste trabalho se deu a partir do objetivo pautado e colocando em papel central a leitura e suas formas de alcançar o público leitor, seguindo pelo profissional bibliotecário como mediador de leitura e pelo papel das mídias sociais como um novo cenário de atuação, que se torna um campo de pesquisa abrangente e com constante evolução, onde se faz necessário a presença da Biblioteconomia.

As novas gerações de leitores estão procurando algo com que se identifiquem, como foi averiguado com o questionário para obtenção de dados desta pesquisa, antes não se via personagens principais LGBTQIAPN+ vivendo histórias de romance na literatura e hoje existe diversos títulos no mercado literário, mas que ainda necessita de mais produções que abranjam toda essa diversidade, como foi uma resposta bastante pertinente sobre a representação de personagens PCD e negros dentro de romances comerciais. Mesmo com ajuda do *BookTok* em disseminar títulos com histórias com diversidade ainda falta muito para representação de fato de toda diversidade que abranja toda pluralidade de pessoas, e que fuja da narrativa do sofrimento e opressão que sempre foram colocadas essas minorias nas obras culturais, e que para essa geração finais felizes são importantes para todos.

O TikTok se tornou uma rede importante para leitura e para as editoras e a própria empresa estimula essa relação com patrocínios de eventos e criação de clubes de livros dentro do aplicativo, mas ainda é importante e necessário o apoio de familiares e profissionais como bibliotecários e professores dentro de espaços de leitura como bibliotecas e sala de aula para firmar o hábito da leitura do indivíduo, fornecer o pensamento crítico e praticar mecanismos de pesquisa que não pode ser funções de aprendizado de apenas um aplicativo. As mídias sociais são um complemento que se relaciona, organiza e interage por meio desse espaço que se torna uma virtualidade real.

Por fim, a formação de leitores através do TikTok para o bibliotecário é um desafio ainda a ser explorado, são poucos bibliotecários que estão presentes dentro das mídias sócias disseminando informação sobre literatura ou qualquer outra demanda informativa, os meios de comunicação de rede também são um espaço de trabalho que pode facilitar o entendimento para quem não conhece o papel do bibliotecário e a graduação de biblioteconomia, fazendo com que o bibliotecário saia da margem e se



coloque no centro das mídias sociais, onde tem que ser visto, ouvido e disseminado. O trabalho do bibliotecário por atuação em novas tendências nas redes faz com que o público conectado se interesse na profissão, seja por indicações de livros ou mostrando o trabalho técnico dentro de uma biblioteca.

Dessa forma, como sugestão para trabalhos futuros, indica-se que os bibliotecários empreendam esforços no sentido de melhorar a comunicação com os interagentes e descobrir os espaços onde estes ocupam, os novos territórios de interação literária e as leituras que estão sendo lidas e difundidas dentro desses espaços que podem ser importantes para as bibliotecas e atualização de acervos e incentivos a leitura. O curso de graduação de Biblioteconomia pode incluir nas ementas e pautas de suas disciplinas com tópicos relacionados a informação nas mídias sociais e estudo de usuário em ambientes digitais onde se possa com a presença do profissional bibliotecário incentivar a pesquisa científica e estudo desse ambiente digital que está em constante evolução.

REFERÊNCIAS

- ANKLAM, S.R. BookTok impulsiona mercado literário e demonstra impacto das redes sociais no consumo. *In: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Jornal da Universidade***. Porto Alegre: 15 dez. 2022. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/efeito-booktok-no-consumo-dos-leitores/> Acesso em: 09 de abril. 2023.
- BOGAN, K. TikTok and libraries: a powerful partnership. **Connections**, Melbourne, n. 115. 2020. Disponível em: <https://www.scisdata.com/connections/issue-115/tiktok-and-libraries-a-powerful-partnership/> Acesso em: 29 de jan. 2024
- GLITZ, C.; PATRICIO, M.C.; LEITE, M. A influência do BookTok entre os jovens no mercado literário. *In: Escola Superior de Propaganda e Marketing. **Portal Jornalismo***. Disponível em: <https://jornalismorio.espm.br/geral/a-influencia-do-booktok-entre-os-jovens-no-mercado-literario/> Acesso em: 10 de mar.2022.
- LANKES, D. **Expect more**: melhores bibliotecas para um mundo complexo. São Paulo, SP: Febab, 2016.
- MACEDO, N. D. **Leitura e sintonia entre bibliotecário e professor, eis a questão! In: SANTOS, J. P. A leitura como prática pedagógica: na formação do profissional da informação**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2007. P. 47-64.



MARTELETO, R.M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/940> Acesso em 16 mar. 2024.

MATOS, Thais. Bootok: Onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia. **Pop & arte, G1**. Disponível em link: <https://g1.globo.com/poparte/noticia/2021/07/26/BookTok-onda-de-videos-sobre-livros-no-TikTok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml> Acesso em: 05 de abril. 2021.

MONTS, M. **Como uma trend do TikTok tem feito jovens se iniciarem na literatura**. UOL, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/06/08/nem-chato-ou-forcado-jovens-se-interessam-por-literatura-no-tiktok.htm> Acesso em: 28 fev. 2022

NASCIMENTO, Thaysa Costa. Como se forma comunidades de consumo no Tiktok. **GV Executivo**, Rio de Janeiro, v. 22. N. 2, p.18-24. 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/issue/view/v22n2/2781> Acesso em 14 abr. 2024.

RAITH, Alexandre. Um Perfil do leitor brasileiro. **Itaú Social: boas lições**. Disponível em link: <https://www.itausocial.org.br/noticias/um-perfil-do-leitor-brasileiro/>. Acesso em: 10 de dezembro. 2023

SALCEDO, D.A.; SILVA, J.R.P. A disseminação da informação: O papel do bibliotecário mediador. **REVISTA ACB**, Santa Catarina, v. 22, n. 1, p. 23-30, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/71504> Acesso em: 06 de abril. 2023.

SOARES, M. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. **Educação e Sociedade**, Campinas, v.23, n.81, p.143-160, dez. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/zG4cBvLkSZfcZnXfZGLzsXb/abstract/?lang=pt> Acesso em 04 jun. 2024.

TIKTOK CELEBRA O INCENTIVO À LEITURA NA BIENAL DO LIVRO DO RIO 2023. **Tiktok**. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-na-bienal-do-livro-rio2023> Acesso em: 16 de jan. 2024.

VALLE, Leonardo. BOOTOK: como usar o fenômeno literário do TikTok para estimular a leitura dos alunos. **Instituto Claro**. São Paulo, 7 fev. 2022. Disponível em: <https://www.institutoclaro.org.br/educacao/nossas-novidades/reportagens/BookTok-como-usar-o-fenomeno-literario-do-TikTokpara-estimular-a-leitura-de-alunos/>. Acesso em: 10 de abril. 2023.

VENDAS, B.L. A influência do booktok na mudança de hábito de leitura dos jovens durante a pandemia. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 5, nov. 2022. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticom-resumos/article/view/1525> Acesso em: 02 ago. 2024.