



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: apropriações e desafios

Modalidade: trabalho completo

Ferramentas colaborativas para a produção e representação de conteúdos no BookTok: perspectivas para a atuação do(a) Bibliotecário(a)

Collaborative tools for the production and representation of content on BookTok: perspectives for the Librarian's role

Lara Nóbrega de Sousa – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Raimunda Fernanda dos Santos – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Resumo: Discorre sobre as comunidades virtuais, suas concepções, conceitos e finalidades. Tem como objetivo analisar as ferramentas colaborativas para a produção e representação de conteúdos em comunidades virtuais de leitores, em especial no BookTok. Utiliza como metodologia as pesquisas bibliográfica, documental, exploratória, descritiva com abordagem qualitativa e aplicação de um estudo de caso e observação não-participante no Booktok. Apresenta como resultados a estrutura do BookTook, suas ferramentas e funções colaborativas, explorando as possibilidades de interação entre usuários; identifica as atividades que podem ser desenvolvidas por Bibliotecários(as) nesse cenário.

Palavras-chave: Comunidades virtuais de leitores. BookTok. Ferramentas colaborativas. Representação de conteúdos. Produção de conteúdos.

Abstract: Discusses virtual communities, their conceptions, concepts and purposes. Objective is to analyze collaborative tools for the production and representation of content in virtual communities of readers, especially on BookTok. Uses bibliographic, documentary, exploratory and descriptive research as a methodology with a qualitative approach and the application of a case study and non-participant observation in Booktok. Presents as results the structure of BookTook, its tools and collaborative functions, exploring the possibilities of interaction between users; identifies the activities that can be developed by Librarians in this scenario.

Keywords: Virtual communities of readers. BookTok. Collaborative tools. Representation of content. Content production.





1 INTRODUÇÃO

O Brasil é o segundo país do mundo cujas pessoas passam mais tempo *online*, com uma média de 9 horas e 13 minutos diários, permanecendo atrás apenas da África do Sul (Kemp, 2024a). É possível observar que o índice de utilização da Internet no Brasil vem aumentando a cada ano. Em 2021, 84,7% da população acima de 10 anos apresentava estar *online*; em 2022, esse número já era 87,2% (IBGE, 2022). Diante desse cenário de participação em ambientes virtuais, tornam-se relevantes estudos e pesquisas que analisam e discorrem sobre o poder e a influência da Internet, além de sua atuação em diversos contextos, tanto na esfera social como na econômica, política e cultural (Castells, 2003).

As diversas mudanças ocorridas na forma de interação e comunicação entre pessoas devido ao advento da web e, conseqüentemente, do acesso às Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) marcaram a sociedade atual. No hodierno contexto, as pessoas em locais opostos do globo podem se comunicar de forma imediata, assim, é possível que indivíduos com interesses semelhantes compartilhem opiniões, experiências e interesses, criando potenciais laços afetivos sem preocupação com limites geográficos.

Sob esse viés, as redes sociais podem atuar na criação de comunidades com o propósito de trocas de experiências e diálogos, permitindo que as pessoas interajam com tópicos e conteúdos de seu interesse (Rodrigues; Brennand, 2020). Tal prática, segundo Rheingold (1994), existe antes mesmo do início do que conhecemos como a Internet. Esse autor afirma que os elementos essenciais para a criação da conexão entre redes foram gerados por indivíduos que buscavam criar comunidades de suas subculturas em locais que não fossem dominados pela mídia tradicional.

Segundo Recuero (2009), no contexto da *web* atual, as redes sociais digitais podem ser definidas como ambientes dinâmicos que estão em constante transformações, tendo como foco dois elementos essenciais: os atores e as suas conexões. Os atores são os indivíduos, grupos ou organizações presentes na rede, enquanto que as conexões são as interações e relações que são estabelecidas pelos



atores entre si. Desse modo, as transformações existentes no ambiente digital são derivadas das mudanças nas conexões entre atores.

Uma das redes sociais digitais que mais possui destaque no cenário mundial no momento é o *TikTok*. Com a proposta inicial de criação e compartilhamento de vídeos curtos, o aplicativo conseguiu se expandir durante o período de pandemia do Covid-19, rapidamente tornando-se uma das redes sociais digitais mais utilizadas pelos brasileiros (Kemp, 2024), possuindo mais de 1 bilhão de usuários. Logo, a sua rápida ascensão permitiu o estabelecimento de comunidades virtuais dentro do próprio aplicativo.

Comunidades virtuais consiste em um termo cunhado pelo pesquisador Howard Rheingold, na década de 90, no seu livro *The Virtual Community* (1994). Para o autor, uma comunidade virtual se refere a um grupo de pessoas que se reúne no espaço online para interagir, discutir e compartilhar experiências, conectando-se de forma pessoal. Seguindo tal contexto, depreende-se que, em uma plataforma que permite a interação entre usuários, surge a possibilidade de criação de subculturas de comunidades virtuais com enfoques diversos, caracterizadas por agrupamentos de pessoas que compartilham de interesses em comum.

Dessa maneira, depreende-se que, dentro de cada rede social digital, é possível haver subculturas destinadas a interesses específicos que reúnem pessoas que compartilham de gostos e interesses em comum, como por exemplo as comunidades de leitores ou pessoas que se interessam por leitura. Tal prática pode ser observada em *blogs* literários presentes no início do século XXI, assim como também na criação de *sites* específicos para leitores e ambientes colaborativos com acervos e catálogos de livros.

Entretanto, também é possível verificar a presença de uma comunidade virtual literária em aplicativos que não foram criados originalmente com o propósito de ser voltado ao hábito da leitura, como por exemplo o *BookTok*, comunidade virtual de leitores dentro do aplicativo *TikTok*.

Logo, surge o seguinte questionamento: quais são as ferramentas colaborativas para a produção e representação de conteúdos disponíveis no Booktok?



Diante do exposto, esta pesquisa tem como objetivo analisar as ferramentas colaborativas para a produção e representação de conteúdos em comunidades virtuais de leitores, em especial no *BookTok*.

O *BookTok* se configura como uma comunidade virtual presente em uma das mais influentes redes sociais da atualidade após conquistar mais de 1 bilhão de usuários ativos em 2021 (BookTok, 2023), demonstrando-se um fenômeno sem precedentes.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC, 2023), foi possível ser observado que o público infantil tende a se conectar cada vez mais cedo à Internet, onde 63% das crianças e adolescentes possuem uma conta no *TikTok*. Quando se fala dos adultos, entretanto, é estimado que há mais de 98 (noventa e oito) milhões de usuários brasileiros com mais de 18 anos no *TikTok* (Kemp, 2024b), o que equivale a quase 45% da população.

Considerando-se o poder de abrangência e influência que o *TikTok* possui na sociedade atual, faz-se necessário compreender como funciona uma comunidade virtual dentro do aplicativo e como um(a) profissional bibliotecário(a) pode atuar e/ou interagir nesse cenário.

A relevância desta pesquisa decorre, em linhas gerais, da carência de estudos no âmbito da Ciência da Informação sobre comunidades virtuais de leitores, em especial o *BookTok*, de acordo com as pesquisas na Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Portal Brasileiro de Publicações e dados científicos de acesso aberto (OASISBR) e Portal de Periódicos da CAPES. Dessa forma, pode-se observar que o presente trabalho tem o potencial de contribuir com a comunidade bibliotecária e com a literatura do campo, uma vez que discute questões teóricas e práticas sobre as iniciativas que podem ser desenvolvidas por Bibliotecários(as) nesse cenário.



2 PLATAFORMAS E COMUNIDADES VIRTUAIS DE LEITORES

Rheingold (1994) foi um dos primeiros autores a utilizar o termo “comunidade virtual” para se referir às associações *online* criadas por indivíduos que compartilham de valores e interesses em comum, estabelecendo laços que seriam capazes de se estender para fora da *web*, sendo considerada uma inovação na maneira de se estabelecer relações sociais.

O conceito de comunidades virtuais é amplo, variando de pesquisador para pesquisador. Rheingold (1994) define esses grupos sociais no ciberespaço a partir das fortes conexões estabelecidas entre os indivíduos, enquanto Lemos (2002) defende que são comunidades cujos laços são mais fluidos. Castells (2003) afirma que as comunidades virtuais influenciam a ponto de modelar o comportamento e organização social.

Nessa perspectiva, percebe-se que as comunidades virtuais surgem de maneira espontânea, formando redes de relações pessoais a partir de interesses em comum, com vistas ao compartilhamento de saberes no ciberespaço por meio de uma participação regular e contínua.

Dessa maneira, as comunidades virtuais não são criadas por uma empresa ou há imposições a serem cumpridas para o membro em potencial, tendo em vista que ele deve se sentir motivado a participar por vontade própria ao ter interesse em um ou mais assuntos e identificar uma assimilação com outras pessoas com quem pode compartilhar ideias e experiências. Além disso, o autor também explana que, caso não encontre um local, um indivíduo pode criar e divulgar o seu conteúdo, impulsionando, assim, a criação de uma comunidade centrada no tópico de seu interesse.

Por se estabelecer de forma *online*, as comunidades virtuais possuem o fim de uma localidade espacial como característica notória. Assim, a ausência de um território a diferencia das comunidades tradicionais, onde o ciberespaço ocupa o local de uma base territorial fixa (Corrêa, 2004).

Outrossim, o contato regular é pontuado como importante ao se levar em consideração que a comunicação ocorre de forma *online*, sem a presença de interação face a face, sendo assim essa frequência irá estabelecer a sensação de intimidade e criar proximidade entre os usuários.



Portanto, ao se considerar que as comunidades virtuais são criadas ao redor de indivíduos que compartilham de interesses em comum no contexto da web, a quantidade de subgrupos *online* existentes é inumerável, haja vista a diversidade de ambientes e redes sociais. Castells (2003, p. 48) enfatiza que “não existe algo como uma cultura comunitária unificada da Internet” devido à sua diversidade que se assemelha à própria sociedade. E, com a popularização das novas tecnologias digitais da informação e comunicação, novas maneiras de se conectar foram estabelecidas, através de fóruns, blogs, grupos de discussão e redes sociais, por exemplo. Dessa maneira, é possível que um indivíduo encontre *sites* dedicados a tópicos de seu interesse que possuam uma comunidade de membros ativa.

Comunidades voltadas à leitura não são fruto da sociedade contemporânea. Os pesquisadores Luccio e Nicolaci-da-Costa (2010, p. 142) discorrem sobre como as “[c]omunidades de leitores e escritores existem há muito tempo. Mas, com o avanço da tecnologia, *sites* e plataformas voltadas especificamente para a leitura foram estabelecidos, como por exemplo o Goodreads¹, Skoob², *The StoryGraph*³, *LibraryThing*⁴.

Essas plataformas citadas anteriormente são todas voltadas, majoritariamente, para a literatura. Entretanto, é possível observar o estabelecimento de nichos dentro de aplicativos e/ou *sites* que não possuem como objetivo principal a leitura. Reddan (2022) comenta que as redes sociais estão presentes no dia a dia do usuário; desse modo, o usuário busca por comunidades e pessoas que compartilham de interesses semelhantes aos seus dentro das redes sociais digitais que mais utiliza durante o seu dia a dia.

¹ O Goodreads atualmente é considerado o maior *site* onde leitores podem se conectar, possuindo mais de 150 (cento e cinquenta) milhões de usuários. Está disponível em: <https://www.goodreads.com/>.

² O *Skoob* (que significa “books”, de trás para a frente), foi criado em 2009 por Lindenberg Moreira e possui mais de 8 milhões de usuários, e se caracteriza como uma rede social colaborativa de representação e compartilhamento de livros. A rede social está disponível em: <https://www.skoob.com.br/>.

³ Plataforma de representação colaborativa de livros criada em 2019 por Nadia Odunayo, estabelecendo-se como competidora da *GoodReads*. Disponível em: <https://app.thestorygraph.com/>.

⁴ Plataforma criada em 2005 que possui mais de 2,6 milhões de usuários, sendo reconhecida e utilizada por autores, bibliotecas e editoras pelo seu grande acervo que utiliza a Classificação Decimal de Dewey como método para a classificação do seu material. Disponível em: <https://www.librarything.com/>.



Destarte, nota-se como exemplos o *BookTube*⁵ e o *Bookgram*⁶. Ambos são comunidades virtuais de leitores que se encontraram dentro de plataformas (*Youtube* e *Instagram*) que não são voltadas para os livros, mas que criaram o seu próprio espaço nelas sobre livros, designando termo específico para se identificarem e sinalizarem para outros que possam ter interesse em participar. Assim, esses membros criam e compartilham conteúdos sobre o que gostam e conversam em comentários e/ou mensagens privadas, estabelecendo conexões.

Semelhante a esses espaços, pode-se reparar, recentemente, o surgimento e ascensão do *BookTok*, termo que os próprios usuários criaram para designar o espaço destinado à discussão e conexão por meio da leitura dentro do aplicativo *TikTok*. Apesar do *TikTok* ser um aplicativo de vídeos curtos, contempla-se que há uma agregação de leitores que interagem, produzem e consomem conteúdo literário, possuindo forte impacto e influência no mercado editorial (Reddan, 2022). Com base nesse panorama, a próxima seção objetiva descrever os procedimentos metodológicos que foram produzidos na pesquisa, cujo foco é analisar a estrutura e configuração das comunidades virtuais de leitores, especialmente o *BookTok*.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, documental, exploratória, descritiva com abordagem qualitativa e aplicação de um estudo de caso e observação não-participante no *BookTok*.

A pesquisa bibliográfica foi realizada em fontes como a Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI), a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), o Portal Brasileiro de Publicações e Dados Científicos em Acesso Aberto (OASISBR) e o Portal de Periódicos da CAPES, utilizando os termos “*BookTok*”, “Comunidades virtuais”, “*TikTok*”, “*Web 2.0*” e “*Virtual communities*”, entre os meses de fevereiro e março de 2024. Após o levantamento bibliográfico, foi realizada uma leitura nas produções científicas que se articulavam diretamente com esta investigação.

⁵O termo *BookTube* foi criado a partir da junção da palavra *book* (livro, em inglês) e *Tube* (final do nome da plataforma “YouTube”).

⁶De maneira semelhante ao *BookTube*, o termo *Bookgram* (ou *Bookstagram*) foi formado a partir da junção das palavras *book* e final de “Instagram”.



Por outro lado, a pesquisa documental foi realizada no intuito de analisar as plataformas virtuais de leitores, em especial o Booktok. De maneira complementar, a partir da pesquisa exploratória foi estudado o ambiente do *BookTok*, buscando apresentar seus conceitos, características e finalidades, analisando suas ferramentas colaborativas para a produção e representação de conteúdos. Além disso, a pesquisa exploratória foi utilizada neste estudo para fins de recuperação e análise da produção científica sobre a temática, com vistas a construir a sua fundamentação teórica.

De maneira complementar, foi utilizada a pesquisa descritiva, com vistas a descrever as principais características das comunidades virtuais e ferramentas colaborativas de leitores, além de descrever as ferramentas, as práticas colaborativas e as atividades biblioteconômicas que podem ser desenvolvidas dentro do *BookTok*.

Considerando que esta pesquisa analisa aspectos qualitativos relacionados às comunidades virtuais de leitores, especialmente o *BookTok*, com um foco nas ferramentas colaborativas de criação e representação de conteúdos, utilizou-se a abordagem qualitativa.

Nesse sentido, foi realizado um estudo de caso no *BookTok* com observação não-participante, haja vista que as pesquisadoras observaram a comunidade, mas não se integraram a ela, sem se deixar envolver pelas situações a partir do papel de telespectadoras (Marconi; Lakatos, 2017). Para tanto, foram avaliadas as suas ferramentas colaborativas na criação e representação de conteúdos, além de contribuir com a apresentação de atividades que podem ser desenvolvidas por bibliotecários(as) nesse contexto.

Para a coleta e análise de dados, foi criado um novo perfil no *TikTok* de modo a não haver influência prévia no algoritmo, simulando a atividade de um usuário que não tivesse envolvimento anterior com a comunidade *BookTok*.

Com base nessa perspectiva, a seção a seguir apresenta a análise e discussão dos resultados desta investigação.

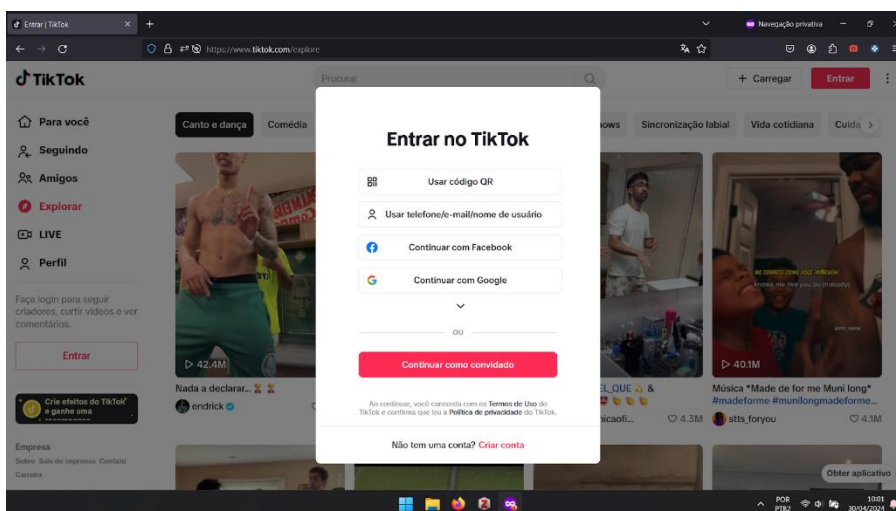
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com um foco na criação e compartilhamento de vídeos curtos, a empresa *ByteDance*, em 2016, lançou o aplicativo *Douyin* na China. Em 2017, foi lançada a sua



versão ocidental: o *TikTok*. Dessa forma, os dois aplicativos passaram a trabalhar de forma simultânea para mercados diferentes (Stokel-Walker, 2021). O *TikTok* rapidamente cresceu em popularidade e tornou-se um fenômeno global, sendo possível acessá-lo em aparelhos móveis através do seu aplicativo ou por meio de um navegador, como apresentado na Figura 1 a seguir, a qual apresenta a interface principal dessa rede social acessado pelo navegador Mozilla Firefox:

Figura 1 - Página inicial do *TikTok*



Fonte: *TikTok* (2024).

Descrição: a imagem apresenta, em primeiro plano, a tela de login do TikTok com as opções de entrada e cadastro na plataforma. Em plano de fundo é apresentada a tela inicial do TikTok após a realização do login nesse ambiente.

Em 2017, o *TikTok* comprou o seu concorrente, o aplicativo *Musical.ly*, e o incorporou à sua plataforma em 2018 (Abidin, 2021; Stokel-Walker, 2021). A pandemia de Covid-19 foi um fator contribuinte para que houvesse um aumento em popularidade, especialmente entre o público mais jovem (Freitas, 2023).

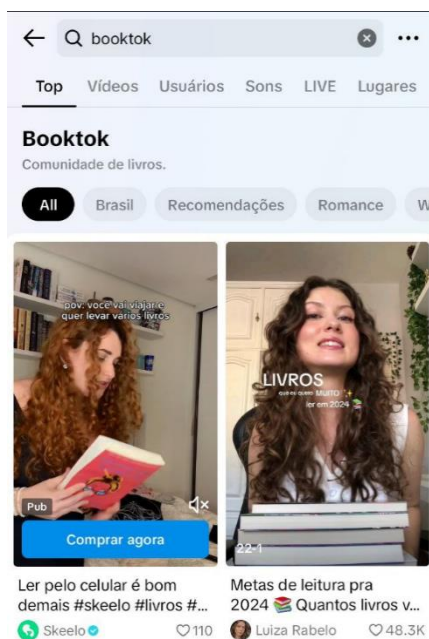
Devido à sua ampla base de usuários, diversas comunidades se estabelecem dentro do aplicativo, utilizando *tags* para classificar e possibilitar a recuperação de conteúdos produzidos sobre um determinado assunto por meio das Folksonomias, as quais se configuram como o resultado da atribuição de tags (palavras-chave) pelos usuários em ambientes digitais colaborativos (Santos; Corrêa, 2018). Complementarmente, Depexe e Freitas (2023, p. 267, grifo dos autores) comentam que a “dinamicidade do TikTok está na circulação de tendências criativas (*trends*) e no uso de *hashtags*, conectando vídeos de diferentes produtores sobre um mesmo tema”.



O *BookTok* é uma comunidade presente dentro do aplicativo *TikTok*. Dessa maneira, para ter acesso aos conteúdos e usuários que fazem parte desse grupo é necessário possuir o aplicativo instalado em um aparelho móvel ou acessá-lo via navegador. A seguir, o indivíduo precisa criar uma conta ou entrar com credenciais já anteriormente registradas.

Ao pesquisar pelo termo “BookTok” na barra de pesquisas do *TikTok*, representado na Figura 2, observa-se que o próprio aplicativo adiciona a descrição de “Comunidade de livros”.

Figura 2 - Busca pelo termo “BookTok”

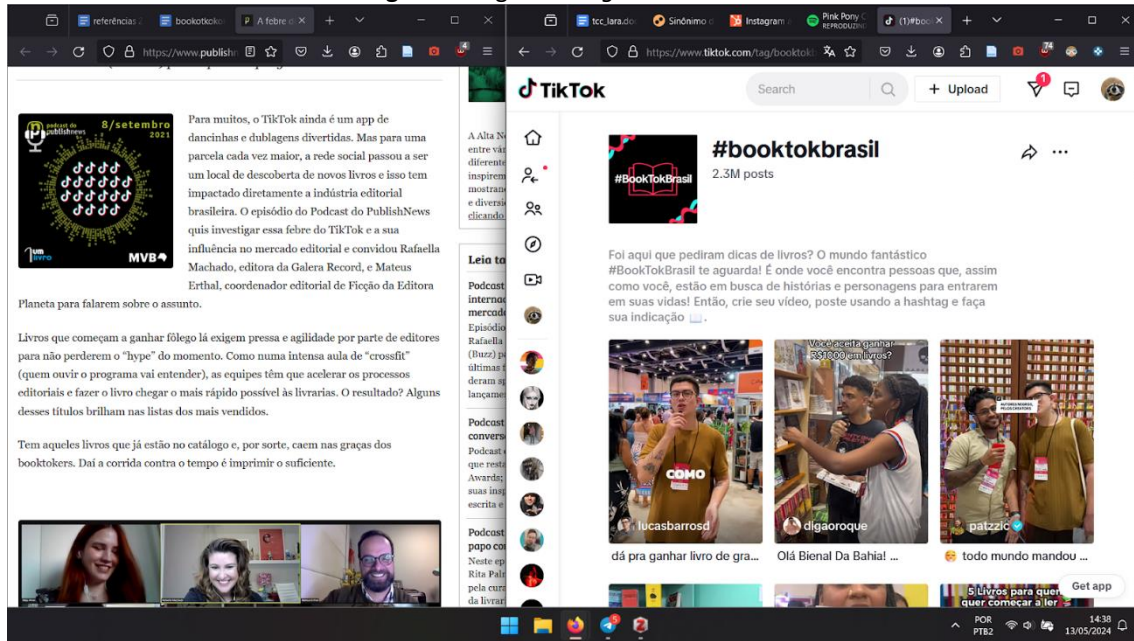


Fonte: *TikTok* (2024).

Descrição: a imagem apresenta a tela de busca do *TikTok*, em que foi digitado o termo “booktok”. Abaixo da caixa de busca esse termo é apresentado em negrito seguido da expressão “comunidade de livros” e as suas respectivas categorizações “All”, “Brasil”, “recomendações”, “romance”.

De acordo com o *Creative Assistant* do *TikTok*(assistente virtual com tecnologia de Inteligência Artificial), no período entre 24 (vinte e quatro) e 30 (trinta) de abril de 2024 (dois mil e vinte quatro), a *hashtag* #booktok recebeu mais de 430 (quatrocentos e trinta) mil postagens e mais de 2,55 bilhões de visualizações. Ao pesquisar pela *hashtag* que é relacionada à comunidade brasileira, o próprio *TikTok* adiciona uma breve descrição sobre os conteúdos que poderão ser encontrados nela (Figura 3).

Figura 3- Página da tag #booktokbrasil



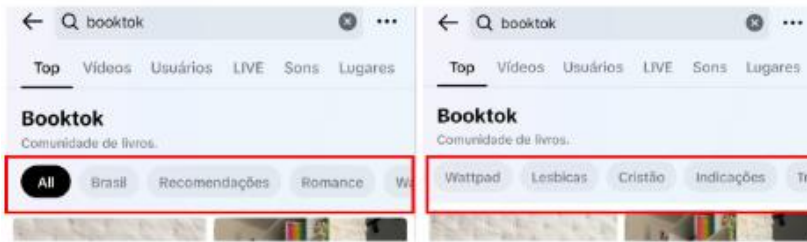
Fonte: *TikTok* (2024).

Descrição: a imagem apresenta duas telas. A tela à esquerda apresenta uma breve descrição do que se trata o TikTok e a tela à direita apresenta o resultado de uma busca com o termo “BooktokBrasil” dentro da rede social TikTok, com um breve texto de descrição sobre o BookTok brasileiro e, em seguida, três vídeos disponibilizados a partir da busca realizada.

Assim, é possível perceber que o *TikTok* não apresenta uma distinção entre comunidade de livros e comunidade de leitores, agrupando-os sob um só rótulo. A descrição disponibilizada para “booktok” é mais geral e cita somente livros, mas a definição para “#booktokbrasil” menciona tanto livros quanto leitores, indicando que é uma comunidade onde é possível tanto envolver-se em torno de livros e personagens fictícios, como também há a possibilidade de estabelecer laços e desenvolver relações com outros usuários.

Antes de o usuário interagir com os vídeos resultantes de sua pesquisa, há também, a opção de especificar ainda mais o termo procurado, como pode ser observado na Figura 4. O *TikTok* adiciona sugestões para o aumento de precisão dos resultados que o usuário busca ou que possa ter interesse.

Figura 4 - Sugestão de termos para aumentar especificação de busca no BookTok

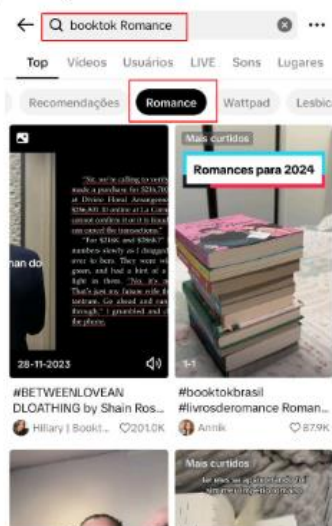


Fonte: TikTok (2024).

Descrição: a imagem apresenta duas telas. A tela à esquerda apresenta a busca pelo termo “booktok” e logo abaixo as seguintes categorias com um destaque na cor vermelha: “all” (para se referir a todos os vídeos do Booktok), “Brasil”, “recomendações” e “romance”. A tela direita, por sua vez, apresenta o resultado da busca refinada a partir das recomendações da plataforma com as seguintes categorias de conteúdos: “Wattpad”, “lesbicas”, “cristão”, “indicações”.

Após a seleção de um dos termos apresentados, a barra de pesquisa é atualizada para indicar os novos termos, exibindo os vídeos que se encaixam na categoria escolhida (Figura 5).

Figura 5- Especificação de termos ocasionando em novos resultados

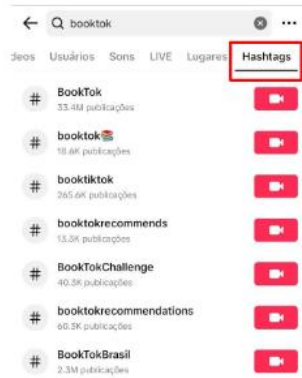


Fonte: TikTok (2024).

Descrição: a imagem apresenta um print da tela de busca do TikTok com o termo “BookTok Romance”, logo abaixo é apresentada em destaque essa categoria especificada na busca, além de apresentar vídeos relacionados a mesma.

A opção de “hashtags”, apresentada na Figura 6, exibe as tags que foram atribuídas por outros usuários e estão relacionadas ao termo “BookTok”, bem como quantas publicações cada uma possui.

igura 6- Hashtags contendo o termo “BookTok”



Fonte: TikTok (2024).

Descrição: a imagem apresenta um print da tela de busca do TikTok com o termo “booktok” e as sugestões de termos de busca apresentadas pela plataforma através do recurso autocomplete contendo os seguintes termos acompanhados do símbolo cerquilha “booktok”, “booktok e o ícone de livros”, “booktiktok”, “booktokrecommends”, “BookTokChallenge”, “booktokrecommendations” e “BookTokBrasil”.

Dessa maneira, é possível observar que mais de 33 (trinta e três) milhões de publicações foram feitas utilizando a *hashtagBookTok* para fins de sua representação, equivalendo a mais de 183 (cento e oitenta e três) bilhões de visualizações (TikTok, 2023b). Constata-se, também, o expressivo número de publicações utilizando as *tags* derivadas do termo *BookTok*, demonstrando que há uma grande produção e interação de conteúdo sendo realizada.

As *hashtags* auxiliam o usuário a buscar conteúdos sobre o qual possua interesse, introduzindo-o a outras contas que criam vídeos sobre tal temática, além de ajudar o algoritmo a categorizar, classificar e recuperar o conteúdo. Guehring (2023) afirma que, comparado com outras plataformas, o *TikTok* consegue, de uma maneira mais simples e fácil, apresentar conteúdo literário para uma nova audiência, uma vez que o seu algoritmo recomenda vídeos relacionados aos conteúdos que o usuário já possui familiaridade e interage frequentemente ou realiza previsões para possíveis futuros interesses baseados nos dados de atividade e histórico coletados.

Segundo Guehring (2023), atualmente os criadores de conteúdo estão conseguindo divulgar livros de maneira mais acessível e convidativa para novos leitores. O *TikTok*, devido aos seus vídeos curtos, é um facilitador nessa divulgação, uma vez que o seu formato característico de vídeos possibilita a memorização do título de um livro. Ademais, o *TikTok* não exige que uma conta seja grande e com vasto alcance, ou que já possua um público pré-estabelecido, para haver possibilidade de



“viralização”⁷ do seu conteúdo ao utilizar as *tags* corretas para alcançar o seu público ideal.

Assim, é possível afirmar que o algoritmo do *TikTok* incentiva os criadores de conteúdo a utilizarem *tags* para classificarem os seus vídeos, de modo a facilitar, também, a recuperação e entrega dos seus conteúdos. Além disso, a utilização de *tags* possibilita que os usuários busquem e encontrem outras contas com as quais se identifiquem, estimulando o estabelecimento de laços e a construção do senso de comunidade.

Dessa maneira, para poder avaliar as ferramentas colaborativas utilizadas e os formatos em que os conteúdos estão sendo criados no *BookTok*, a presente pesquisa utilizou o filtro de busca existente na página de resultados, disponibilizada pelo *TikTok*. Dessa maneira, os vídeos foram apresentados em ordem de popularidade, de maneira a analisar os mais famosos e qual técnica foi implementada na sua criação, buscando descobrir quais os estilos que se repetiam mais frequentemente e quais as suas principais características que podem ter colaborado na sua popularização na plataforma.

A partir da análise dos conteúdos recuperados no *BookTok*, foram identificados os principais formatos/estilos de conteúdos e as suas respectivas características. O Quadro 1, disposto a seguir, compila os principais formatos presentes no *BookTok* ao se referir à criação de conteúdo literário.

Quadro 1 - Principais formatos e estilos de vídeos presentes no *BookTok*

| Formatos/estilos | Características |
|---------------------------------------|---|
| Recomendação literária | Indicação de livros e/ou autores. |
| Resenha de livro | Vídeo dedicado à avaliação de um livro lido. |
| Vlog de leitura | Vídeo que possui um foco na leitura de uma obra, geralmente apresentado com cliques curtos do criador de conteúdo lendo em diferentes cenários. |
| Fofoca literária (<i>storytime</i>) | Apresentação de enredo de livros em formato de conversa casual. |
| TBR (<i>to be read</i>) | Lista de livros que o criador de conteúdo pretende ler em |

⁷ Espalhar-se de maneira a criar um efeito semelhante a de um vírus.



| | |
|---|---|
| | um espaço de tempo pré-determinado. |
| Lidos do mês (<i>reading wrap-up</i>) | Apresentação das leituras realizadas no período de um mês. |
| POV (<i>point of view</i>) | Vídeo que, geralmente, assume a perspectiva do criador de conteúdo, podendo ser do gênero comédia ou não. |
| <i>Unboxing</i> | Abertura de produtos adquiridos ou recebidos. |
| <i>Aesthetic</i> | Vídeo que possui um foco na estética de livros ou apresenta visualmente uma obra específica a partir de pequenos clipes e/ou imagens, normalmente acompanhados de música. |
| Humor/ <i>TikTok trends</i> | Vídeo de comédia referente a alguma obra ou a hábitos de leituras. Pode seguir ou não alguma <i>trend</i> que está em alta no <i>TikTok</i> . |

Fonte: Elaborado pelas autoras.

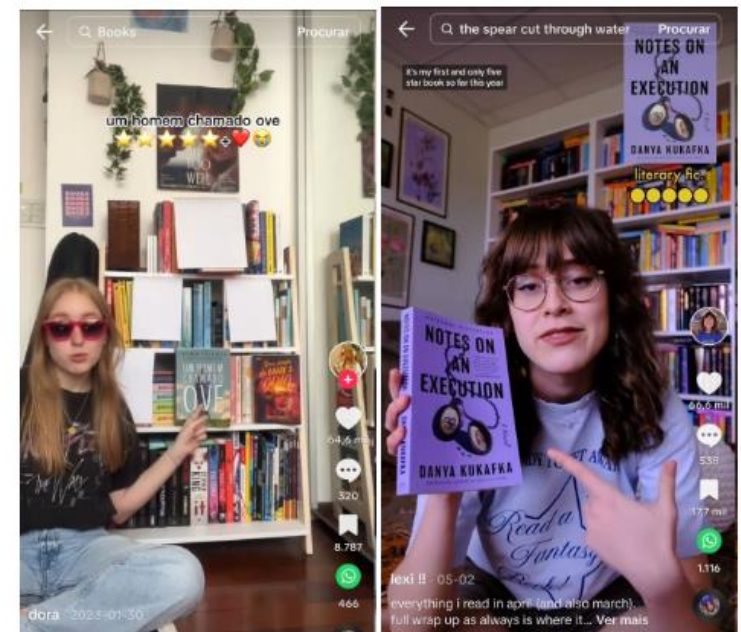
Descrição: O quadro apresenta os principais formatos e vídeos presentes no BookTok e as suas respectivas características, são eles: “recomendação literária”, “resenha de livro”, “vlog de leitura”, “fofoca literária (storytime)”, “TBR (To Be Read)”, “Lidos do mês (Reading wrap-up)”, “POV (ponto f view)”, “Unboxing”, “Aesthetic” e “Humor/TikTok trends”.

É relevante apontar que, apesar das distinções em formatos apresentadas no Quadro 1, é comum observar vídeos no *BookTok* que utilizam uma mistura de estilos e funções diferentes. Assim, não há regras (implícitas ou explícitas) sobre a maneira ‘correta’ de se publicar um vídeo no *BookTok* ou de como participar de sua comunidade.

Na Figura 7 a seguir, são exemplificados dois vídeos que possuem o objetivo principal de apresentar quais foram os livros lidos em um mês e quais as notas que eles receberam a partir do gosto dos criadores dos vídeos.



Figura 7- Vídeos no BookTok de leituras recentes



Fonte: TikTok (2024).

Descrição: A imagem apresenta prints de dois vídeos do BookTok com influenciadoras apresentando os livros lidos em um mês e quais as notas atribuídas pelas mesmas em relação ao conteúdo da obra. Na tela esquerda é apresentada uma mulher de cabelos ruivos e óculos escuros que aponta para o livro em sua estante. Na tela do vídeo são apresentadas 5 estrelas, um coração e um emoji chorando- retratando que a obra em questão foi uma das favoritas da influenciadora. Já no print do vídeo apresentado na tela direita uma mulher de cabelos castanhos escuros e óculos de grau se apresenta apontando para o livro e na tela printada são apresentados círculos pintados por completo indicando o nível de satisfação (máximo) da influenciadora em relação ao conteúdo da obra.

Os livros mais comentados e/ou favoritos recebem mais atenção do público que assiste, uma vez que, segundo Reddan (2022), cria-se uma relação entre quem assiste e quem cria o conteúdo, de modo que o criador de conteúdo se torna uma fonte confiável de recomendação devido à sua maneira “autêntica” de indicar obras de que realmente gosta.

Apesar dos vídeos de leituras recentes cumprirem a intenção inicial de apresentarem as leituras completadas em um certo período de tempo, esses vídeos também se tornam um meio de recomendação literária, uma vez que, outros usuários se baseiam nas opiniões pessoais dos criadores de conteúdo para criar e/ou alterar suas listas e objetivos de leitura.

Assim, estabelece-se a presença do “bookfluencer”. Segundo Reddan (2022), o *bookfluencer* é uma pessoa apaixonada por livros que utiliza as redes sociais como uma maneira de se conectar com outros leitores, podendo se tornar, até micro-celebridades (conhecidas principalmente no seu nicho). Reddan (2022) afirma que um dos pontos

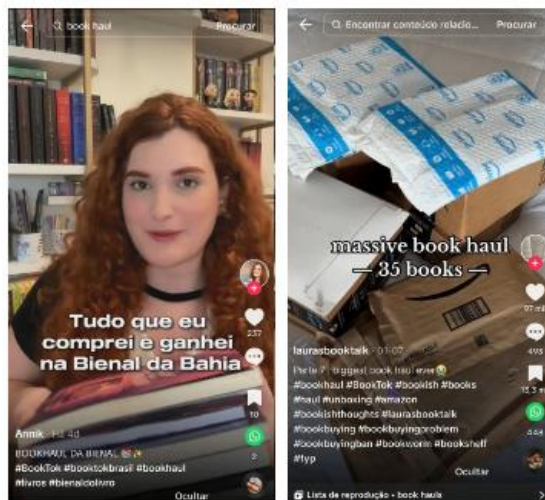


mais importantes do *bookfluencer* é a sua reputação como uma fonte confiável de recomendações ao compartilhar o seu gosto de forma autêntica e acessível.

Um estilo de vídeo popular no *BookTok* é o *unboxing*. Silva (2018) comenta que, em um vídeo de *unboxing*, há a abertura de pacotes de livros comprados e/ou recebidos. É comum observar que, em vídeos de influenciadores mais famosos, há uma quantidade significativa de produtos recebidos em troca de sua divulgação pelo criador de conteúdo — dessa maneira, em um vídeo ocorre a abertura das caixas (*unboxing*) e a apresentação dos produtos que foram recebidos (*book haul*).

No *BookTok*, é possível encontrar *unboxings* realizados por usuários que adquiriram todos os produtos sozinhos como por usuários que receberam livros como parceria (Figura 8). Por ser um conteúdo simples e que gera curiosidade no espectador sobre o que será desempacotado e apresentado na tela, os vídeos de *unboxing* são famosos e recorrentes (Silva, 2018).

Figura 8- Vídeos de *unboxing* no BookTok



Fonte: TikTok (2024).

Descrição: Na imagem são apresentados dois vídeos retratando experiências de abertura de livro adquiridos ou recebidos por influenciadores. No primeiro print é apresentada uma mulher branca de cabelos ruivos com livros na mão e a legenda “tudo que eu comprei e ganhei na Bienal da Bahia”. O segundo print apresenta caixas e embalagens de encomendas recebidas com a descrição “massive book haul – 35 books”.

As recomendações de livros podem ser realizadas de diversas maneiras, seja por indicação relacionada a um gênero literário, por semelhança de estilo de escrita entre autores ou por opinião pessoal que carece de explicação objetiva. No *BookTok* não existe uma só maneira de divulgar listas com sugestões de títulos.



Fitzgerald (2023) comenta que apesar do *TikTok* ser uma plataforma com o foco em vídeos, os usuários utilizam o espaço dos comentários para se expressar e se conectar com os seus amigos. Ademais, esse autor afirma que o *BookTok* é uma plataforma singular, pois seja a interação gerada ao se criar um novo vídeo com uma *tag* ou ao estabelecer diálogo nos comentários, essa plataforma irá impulsionar o algoritmo de modo a aprimorar a experiência do usuário nesse contexto.

Em relação à influência dos *booktokers*, uma pesquisa realizada pelo Instituto Pró-Livro com os visitantes da Bienal Internacional do Livro de São Paulo de 2022 indicou que 52% dos entrevistados consideravam que a opinião de um influenciador digital os motivou a ler um livro nos últimos 3 meses; comparativamente, 26% consideravam que um bibliotecário havia sido um motivo para instituir interesse na leitura de algum livro (Instituto Pró-Livro, 2022). Ao serem questionados sobre quem indicou a última leitura que haviam completado ou que estavam realizando no momento, 28% responderam que haviam visto o livro em alguma rede social; comparativamente, na Bienal Internacional do Livro do Rio de Janeiro de 2019, 13% responderam que haviam sido influenciados na sua última leitura por causa das redes sociais (Instituto Pró-Livro, 2020).

De modo a afirmar a sua relevância, o *TikTok*, em 2023, se tornou um dos patrocinadores oficiais da Bienal Internacional do Livro do Rio de Janeiro, recebendo um espaço de destaque na Bienal e realizando diversas ações e eventos especiais. Além disso, as próprias editoras, nos seus estandes, fizeram questão de reservar áreas específicas para os livros que mais fizeram sucesso no *TikTok*, uma vez que eram objetos de busca por boa parte do público visitante (Bienal..., 2023).

Em relação ao impacto do *BookTok* na indústria literária, Guehring (2023) discute sobre como o *BookTok* resgatou livros antigos e levou-os à fama, fazendo com que se esgotasse tiragens desses títulos e permitindo que alcançassem o topo de listas de livros mais vendidos mesmo anos após os seus lançamentos, tudo após viralizar no *BookTok* e se popularizarem entre os usuários. Um exemplo famoso desse caso é o livro “A canção de Aquiles” (*The Song of Achilles*), da autora Madeline Miller, lançado originalmente em 2011. O livro, baseado na *Ilíada* de Homero, é uma releitura da Guerra de Troia e possui um foco no relacionamento romântico entre Pátroclo e Aquiles. Apesar de ter vencido o *Orange Prize for Fiction* (uma das mais prestigiadas



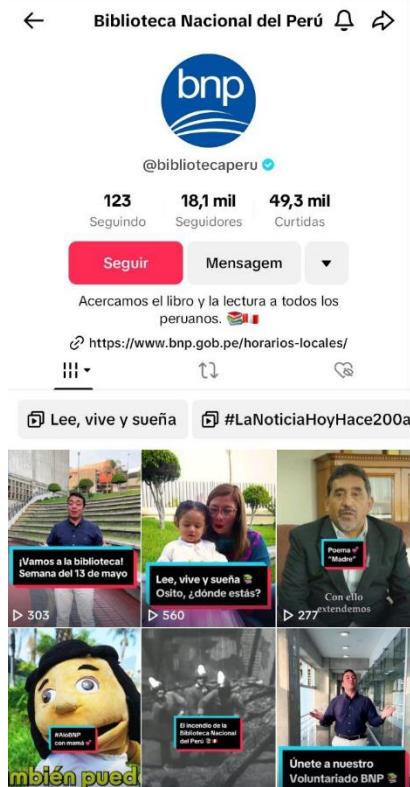
premiações literárias britânica) em 2012, foi a publicação de um vídeo no *TikTok*, em 2020, sobre o livro que alavancou as vendas e, conseqüentemente, o sucesso da obra (Harris, 2021). O vídeo, atualmente, já possui mais de 6 milhões de visualizações.

No Brasil, o livro “*A Canção de Aquiles*” foi lançado em 2013 pela editora Jangada, permanecendo esgotado desde então. Mas, após o grande sucesso internacional do livro, foi relançado pela editora Planeta Minotauro em 2021.

Desse modo, as livrarias, bibliotecas e sebos têm buscado se atualizar para conseguir atingir este novo público que busca por recomendações *online*. Reddan (2022) e Guehring (2023) discorrem sobre como ocorreu uma mudança em relação à divulgação de livros, onde *displays*, cartazes, estandes e adesivos são utilizados para identificar uma obra que faz sucesso no *BookTok*, de modo a diferenciá-la dos demais. Esse método é, também, uma maneira de tornar o livro um atrativo para as pessoas que conhecem sobre o *BookTok* e que fazem parte da comunidade, de modo a incentivá-las a consumir os conteúdos que estão em alta e sendo comentados dentro da rede.

As bibliotecas também podem utilizar o *BookTok* como maneira de divulgar os seus serviços e informar a comunidade local sobre as ações e eventos que estão ocorrendo em suas dependências. Como, por exemplo, na Figura 9 a seguir, observa-se o perfil da Biblioteca Nacional do Peru, que publica vídeos informativos e acessíveis para a sua base de usuários.

Figura 9- Visão geral do perfil da Biblioteca Nacional do Peru no TikTok



Fonte: TikTok (2024).

Descrição: a imagem apresenta a página principal do Instagram da Biblioteca Nacional do Peru com vídeos informativos e acessíveis relacionados à biblioteca (ações, espaço, por exemplo).

Ao se considerar a diversidade dos usuários que fazem parte do *BookTok*, observa-se, também, a presença do profissional bibliotecário dentro dessa comunidade virtual literária de maneira multifacetada e dinâmica, a partir da combinação de competências tradicionais e de novas habilidades digitais.

Isto posto, o(a) bibliotecário(a) pode atuar em diversos campos quanto à criação de conteúdos para vídeos no *BookTok*, desenvolvendo suas atividades biblioteconômicas e colaborando com a sociedade quanto à disseminação de informação e fornecimento de serviços. O Quadro 2 a seguir apresenta as principais atividades que podem ser desenvolvidas pelo(a) bibliotecário(a) nesse contexto.

Quadro 5 - Principais atividades a serem realizadas pelo bibliotecário em redes sociais literárias, em especial no *BookTok*

| Atividades | Definição |
|---------------------|--|
| Mediação de leitura | Estabelecimento de conexão entre um possível leitor e uma obra, despertando prazer pela leitura, e |

| | |
|---|---|
| | introduzindo diálogos. |
| Disseminação da informação | Compartilhamento de informação e conhecimento, combatendo <i>fake news</i> e a desinformação. |
| Exposição de atividades biblioteconômicas | Apresentação de atribuições e responsabilidades da rotina de um bibliotecário em diferentes contextos. |
| Prestação de serviços informacionais | Fornecimento de atividades autônomas, como consultorias e normalizações bibliográficas. |
| <i>Tag literacy</i> | Desenvolvimento de Competência dos usuários com foco no emprego de <i>tags</i> de maneira estratégica, possibilitando que os mesmos possam compreender quais são úteis e eficazes na representação e recuperação da informação em ambiente web. |

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Descrição: o quadro apresenta as principais atividades a serem realizadas pelo Bibliotecário em redes sociais literárias, em especial no BookTok, e uma breve definição do que se trata cada uma delas. As atividades listadas são: “mediação de leitura”, disseminação da informação”, “exposição de atividades biblioteconômicas”, “prestação de serviços informacionais” e “tag literacy”.

O campo de atuação do bibliotecário se atualiza e se transforma com o passar do tempo e com a introdução de novas tecnologias, tornando-se essencial que o profissional abrace as mudanças e se insira nos novos segmentos da sociedade. No Quadro anterior foi possível visualizar as principais atividades que podem ser realizadas pelos Bibliotecários em redes sociais literárias, dentre elas destaca-se a necessidade desses profissionais atuar contra a desinformação no contexto de redes sociais digitais como o *TikTok*, além da formação na competência classificatória (*tag literacy*) dos usuários, haja vista que a plataforma necessita realizar ações para confrontar o cenário da propagação de *fake news*.

Isto posto, o bibliotecário pode atuar em diversos campos quanto à criação de conteúdos para vídeos no *BookTok*, desenvolvendo suas atividades biblioteconômicas e colaborando com a sociedade quanto à disseminação de informação e fornecimento de serviços.

Observa-se que o próprio *TikTok* (2021) exemplifica que bibliotecas e bibliotecários podem utilizar tags específicas (#LibrariansOfTikTok e #LibraryTikTok) para divulgar as suas atividades, encorajando a participação da sociedade nessas instituições milenares de informação e conhecimento. A promoção da atuação dos



bibliotecários e instituições no *TikTok* também colabora com a quebra de estereótipos, de modo a se conectar com usuários de uma forma menos severa e mais acessível, facilitando o diálogo.

Nesse sentido, a atuação do profissional bibliotecário em plataformas e ambientes virtuais é multifacetada e dinâmica, de modo que exige a combinação de competências tradicionais e de novas habilidades digitais. Dessa maneira, várias são as atividades que podem ser desenvolvidas por um bibliotecário no contexto digital, como: atuar em segmentos de *streaming*, auxiliando na organização, tratamento e disseminação da informação; trabalhar com a análise e a organização de dados; colaborar na alimentação de metadados em plataformas de catalogação colaborativa; trabalhar com os serviços de referência *online*, na mediação e curadoria da informação.

Logo, o campo de atuação do bibliotecário se atualiza e se transforma com o passar do tempo e com a introdução de novas tecnologias, tornando-se essencial que o profissional abrace as mudanças e se insira nos novos segmentos da sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em linhas gerais, nesta pesquisa foi analisada a estrutura do *BookTok* e as suas ferramentas colaborativas, além de apresentar como o bibliotecário pode atuar dentro desse contexto e quais atividades que pode realizar. Ao focar nessa ferramenta, foi possível analisar a sua estrutura, constatando que se trata de um ambiente diverso e inclusivo, onde diferentes vozes produzem conteúdos e podem se conectar baseado em características e/ou aspectos específicos a partir de práticas de criação e representação colaborativa dos conteúdos por meio das Folksonomias.

A característica famosa do *TikTok* de vídeos curtos com fácil possibilidade de compartilhamento influencia na rápida disseminação de conteúdo literário. Logo, obras clássicas e esquecidas possuem a possibilidade de se tornarem relevantes novamente; um autor novo e desconhecido pode viralizar no *BookTok* e seu livro se tornar um *best-seller*. Dessa maneira, o *BookTok* se diferencia do padrão existente na indústria tradicional literária, reivindicando que as campanhas de *marketing* tradicionais se moldem e se adaptem para o novo cenário estabelecido pelo *BookTok* e os seus usuários, haja vista as suas potencialidades e o seu impacto na indústria literária.



Os bibliotecários podem utilizar o *BookTok* como forma de disseminação da informação sobre o campo da Biblioteconomia, como também podem colaborar na democratização do incentivo à leitura, utilizando-se do sucesso do *TikTok* entre os jovens para fomentar e fortalecer o interesse pelo mundo literário, sobretudo em um país como o Brasil, com alto índice de analfabetos.

Diante do exposto, esta pesquisa contribui para a compreensão de como uma comunidade virtual existe dentro do *TikTok* e como o profissional bibliotecário pode atuar dentro desse cenário. Devido à complexidade e a extensão do tema, foi possível traçar um panorama geral sobre o assunto abordado, com isso abrindo oportunidade para futuros estudos.

Por fim, sugere-se estudos que analisem os perfis dos usuários participantes da comunidade do *BookTok*, investigando os seus hábitos de consumo de mídia e de leitura, possivelmente comparando-os com o de outra comunidade virtual literária a fim de compreender as suas diferenças e similaridades. Também, recomenda-se investigar a influência do *BookTok* na revitalização de clássicos literários, analisando casos específicos de obras que receberam novo sucesso devido ao *BookTok*.

REFERÊNCIAS

- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de 2022**. Brasília: IBGE, 2022. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102040>. Acesso em: 03 ago. 2024.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CORRÊA, C. H. W. Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede. **C-Legenda**, Rio de Janeiro, 2004, v. 1, n. 13, p. 1-14. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36730>. Acesso em: 03 ago. 2024.
- DEPEXE, S.; FREITAS, M. J. S. “Tá, tá movimentando”: a indústria editorial e o TikTok no Brasil. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 20, n. 58, p. 265-284, 2023. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2802>. Acesso em: 03 ago. 2024.
- FREITAS, M. J. S. **Muito além da dancinha: as apropriações do Tiktok para o compartilhamento da leitura**. 2023. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023.



FITZGERALD, Jessica. Identities and Online Communities: #booktok. **UWL Journal of Undergraduate Research**, Wisconsin, v. XXVI, p. 1-11, 2023. Disponível em: <https://www.uwlax.edu/globalassets/offices-services/urc/jur-online/pdf/2023/fitzgerald.jessica.eng.pdf>. Acesso em: 07 set. 2024.

GUEHRING, K. **From BookTok to Bookshelf**: Algorithms and Book Recommendations on TikTok. 2023. Dissertação (Mestrado em Digital Culture) - Department of Linguistic, Literary and Aesthetic Studies, University of Bergen, Bergen, 2023.

HARRIS, E. How Crying on TikTok Sells Books. **The New York Times**, Nova Iorque, 20 mar. 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/03/20/books/booktok-tiktok-video.html>. Acesso em: 7 set. 2024.

KEMP, S. Digital 2024: Global Overview Report. **DataReportal**, [S. l.], 31 jan. 2024a. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 03 ago. 2024.

LEMOS, A. Agregações Eletrônicas ou Comunidades Virtuais? Análise das listas FACOM e Cibercultura. **404nOtF0und**, [S. l.], ano 2, v. 1, n. 14, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_14.htm. Acesso em: 03 ago. 2024.

LUCCIO, F. Di; NICOLACI-DA-COSTA, A. M. Blogs: De diários pessoais a comunidades virtuais de escritores/leitores. **Psicol. cienc. prof.**, [S. l.], v. 30, n. 1, p. 132-145, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RODRIGUES, G. C. F. S.; BRENNAND, E. G. G. Aprendizagem e interação na rede social Facebook. **P2P E INOVAÇÃO**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 88-106, 19 set. 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/5428>. Acesso em: 03 ago. 2024

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REDDAN, B. Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. **Synergy**, [S. l.], v. 20, n. 1, 2022. Disponível em: <http://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597>. Acesso em: 07 set. 2024.

RHEINGOLD, H. **The Virtual Community**. London: Secker & Warburg, 1994.

SANTOS, R. F.; CORRÊA, R. F. Análise das definições de Folksonomia: em busca de uma síntese. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 1-32, abr./jun. 2018.

SILVA, R. P. A. **Livros e leitores nas redes de sociabilidade do YouTube**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

STOKEL-WALKER, C. **TikTok Boom**: China's dynamite app and the superpower race for social media. United Kingdom: Canbury Press, 2021.