
A Influência do *BookTok* na Formação de Novos Leitores¹

Ellen Patricia Belfor da SILVA²

Jhuliano Oliveira dos SANTOS³

Bruno Sérvulo da Silva MATOS⁴

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Macapá, AP

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 artigo 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. O estudo aponta 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.

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)

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Licenciatura em Letras do IFAP, e-mail: ellenbelfor46@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Licenciatura em Letras do IFAP, e-mail: jhulianooliveira@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Licenciatura em Letras do IFAP, e-mail: bruno.matos@ifap.edu.br.

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. O IMPACTO DO *TIKTOK* NA FORMAÇÃO DE LEITORES ENGAJADOS

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 algoritmos⁵, 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).

Entre os vários nichos que a plataforma agrega, o *Booktok* vem ganhando bastante visibilidade nos últimos tempos. Dentro dessa comunidade literária, os influenciadores,

⁵ 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.

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.

1.1. 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 pretense 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.

1.2. BOOKTOK⁶

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

⁶ 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.

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, 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's*⁷, 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.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho teve como base a abordagem qualitativa, a partir de dados oferecidos diretamente pelo objeto de estudo que foram analisados indutivamente para interpretação e significação do fenômeno de pesquisa deste projeto. 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

⁷ *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.

[...] 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, realizou-se uma contextualização histórica e conceitual sobre o aplicativo *TikTok* e a comunidade Booktok. Posteriormente, foi feita 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. (KOZINETS, 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, foram selecionados e analisados os perfis de três criadores de conteúdo literário do aplicativo *TikTok*. A escolha dos influenciadores deu-se com base nos seguintes critérios pré-definidos: número de seguidores, em que foi levado em conta a popularidade desses *influencers*; e interatividade com os seguidores, cuja análise teve foco na linguagem utilizada nessa interação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

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. 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. 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 LGBTQI+.

O influenciador Lucas Barros em seu perfil @lucasbarrosd possui mais de 100 mil seguidores, seus vídeos somam mais de 7 milhões de curtidas e suas indicações de vídeos contemplam diferentes temáticas. Em seus vídeos utiliza músicas, efeitos disponíveis na plataforma, compartilha *trends*, além de possuir um quadro de entrevistas sobre livros e outros temas.

Em seu perfil @theagoneiva, o *booktoker* Thiago Neiva, porém mais conhecido como Theago Neiva, compartilha livros com temas variados, porém 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. Em seu perfil possui mais de 700 mil seguidores e recebeu mais de 23 milhões de curtidas em seus vídeos, além do sucesso na plataforma, Thiago é autor do livro “O fim de Tudo”.

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.

Sendo assim, 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.

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.

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.

Em sua resenha do livro “Cartas 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.

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.

Figura 1. Seção de comentários da *booktoker* Letícia Bonetti (2020-2023).



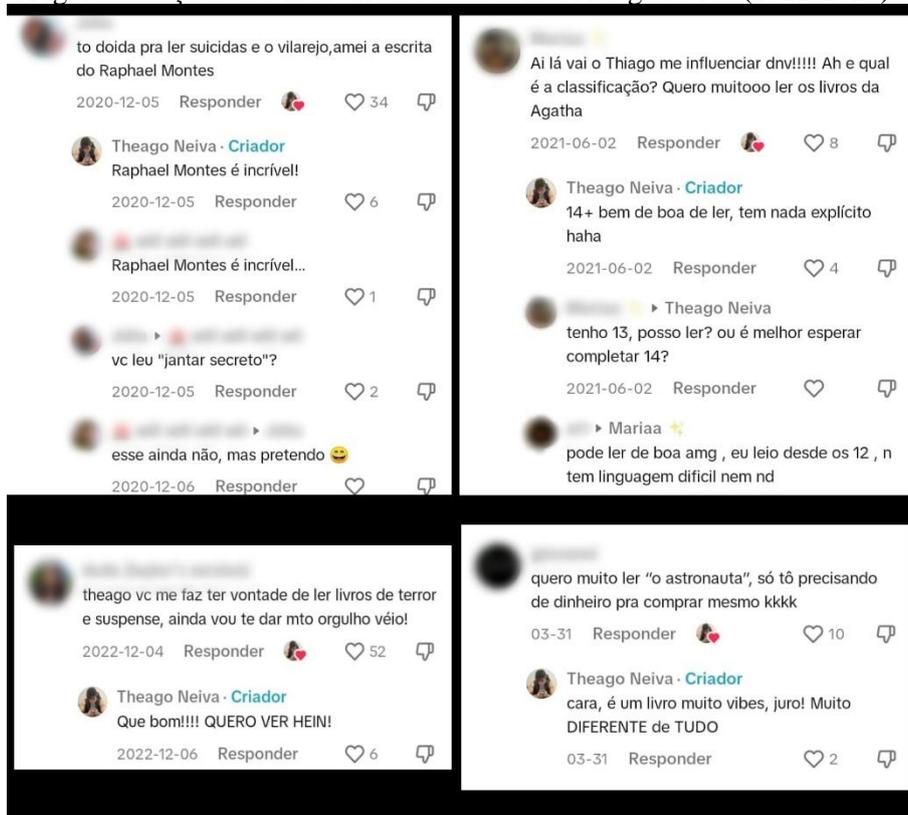
Fonte: TikTok (2023)

Figura 2. Seção de comentários do *booktoker* Lucas Barros (2022-2023).



Fonte: TikTok (2023)

Figura 3. Seção de comentários do *booktoker* Theago Neiva (2022-2023).



Fonte: TikTok (2023)

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.

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. Ademais, 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*.

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.

Assim sendo, espera-se que discussões acerca desse tema atual sejam fomentadas 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

ATLANTICS. *Latin America Digital Transformation Report 2022*. 2022. Disponível em: <<https://docsend.com/view/d24ww8wgnutcxqg>>. 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. 10. p. 85 - 106.

CETIC. **Resumo Executivo** - Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2021. 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.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2021.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.

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-videoes-sobre-livros-no-tiktok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml>>. Acesso em: 20/02/2023.

MELO, Nayara do Amaral. **A IMPORTÂNCIA DA LEITURA PRATICADA: UMA ATITUDE REFLEXIVA PARA FORMAÇÃO DO LEITOR**. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, vol. 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, Jean Carlos da Silva; PEREIRA, Alexandre André Santos. BOOKTOK: Uma estratégia de Incentivo à leitura no TikTok. In: **IV Simpósio Internacional e VII Nacional de Tecnologias Digitais na Educação**, 2022, São Luís: UFMA. p. 261-274. 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-Bf15Mwg37VWlbMaKjQVwi08T3g5fbRHUw23tUZQlnzyuDOA6PKFeKM6frJemXvf4~te8XzjOyEZfYxlmDiiVFE6-5s5mFTBnmHE8D4t6QBEXX-eY~Hy6FdHvkPU8TWNRRXJxmCLwbHfK90YSd7YeMZVs9Pzk8Uwzs1uZ-

[0LYAJfnMmgKIIML9TK3OouHDOapOJUYGaCb3JKCawZMgZwFk~Tb-rDYaO-~u9nyegtmSGQwKRw5ABjolkbJpmNJbmsVzdbJiSZfLWLgXlc4owk60p9Xy3gJSMgWoiGqD7T0kL8vCCatrDE3BVysRhQYUg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.scielo.br/j/cp/a/4Gy5WVZLMLFGwzBgZmPyWFt/?format=pdf&lang=pt). Acesso em: 03 mai. 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**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

TIKTOK. **#booktok**. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/tag/booktok?lang=en>>. Acesso em: 21/02/2023.

TIKTOK. **Centro de Transparência TikTok**. 2022. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/transparency/pt-br/>>. Acesso em 26 fev. 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 Miatização e Processos Sociais*. Vol. 1, nº 5, 2022. Disponível em: <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-miatizacao-resumos/article/view/1525/1402>. Acesso em 04 mai. 2023.