

O TikTok e as mudanças nos hábitos de leitura dos jovens de 17 a 22 anos¹

Ana Clara Oliveira PERIOTTO²

Ana Elisa DESIDERÁ³

Isabela ROSA⁴

Kiara La Serra MUCCI⁵

Manoela da Silva UBERTI⁶

Maria Fernanda Marchini de Pereira GODOI⁷

Maria Lúcia de Paiva JACOBINI⁸

Tarcisio Torres SILVA⁹

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

Esta pesquisa aborda a relação do funcionamento do TikTok para a viralização de conteúdos, com a ascensão de seu nicho sobre livros, BookTok, e seus impactos nos jovens. Tem como objetivo entender como a rede funciona e a colaboração desse conteúdo para a transformação nos hábitos de leitura dessa geração. Como método, foram utilizados dados qualitativos e quantitativos, com uso de pesquisa bibliográfica sobre o comportamento do algoritmo do TikTok e de seu público, juntamente com um questionário sobre o uso do aplicativo, hábitos de leitura, engajamento com o BookTok e as mudanças que ele provocou nesses indivíduos. Como conclusão, é notório que o aplicativo tem grande poder de influência em quem o consome, não só na esfera virtual, como na real também, onde é perceptível o aumento do consumo de livros por causa do BookTok.

PALAVRAS-CHAVE: TikTok; BookTok; algoritmo; livros; hábitos de leitura.

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

²Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda PUC-Campinas, e-mail: ana.cop@puccampinas.edu.br

³Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo PUC-Campinas, e-mail: ana.ed@puccampinas.edu.br

⁴Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda PUC-Campinas, e-mail: isabela.r2@puccampinas.edu.br

⁵Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda PUC-Campinas, e-mail: kiara.lsm1@puccampinas.edu.br

⁶Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda PUC-Campinas, e-mail: manoela.su1@puccampinas.edu.br

⁷Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda PUC-Campinas, e-mail: maria.fmpg@puccampinas.edu.br

⁸Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, professora dos cursos de Comunicação da PUC-Campinas, e-mail: maria.jacobini@puc-campinas.edu.br

⁹Doutor em Artes Visuais pela Unicamp, professor dos cursos de Comunicação da PUC-Campinas, e-mail: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

INTRODUÇÃO

O algoritmo do TikTok, rede social que vem crescendo e ganhando visibilidade entre, principalmente, os jovens, se mostra diferente dos que norteiam outras redes. Sua distribuição de conteúdo permite que o expectador crie uma forte relação com o que disseminado, visto que o algoritmo consegue identificar os vídeos que geram interesse ao consumidor e os direcionam para ele. Em plataformas como Instagram e Facebook, os conteúdos entregues aos usuários baseiam-se principalmente em sua rede de contatos, o que se diferencia, pois “no TikTok, a página padrão é intitulada ‘*For You*’ [Para Você] e apresenta vídeos que foram selecionados algorítmicamente para corresponder aos interesses e hábitos de engajamento de cada usuário, e não vídeo postado por amigos” (Zulli, 2020, p.7).

A potência do TikTok é tanta que, recentemente, conteúdos relacionados à leitura como entretenimento se tornaram populares entre a juventude. O que consolidou uma comunidade denominada BookTok, na qual os usuários interagem e produzem um conteúdo que incentiva os demais a lerem, alterando assim, os hábitos de leitura de uma grande parcela da sociedade, especialmente dos indivíduos que possuem de 17 a 22 anos.

A relevância da temática se dá, intrinsecamente, pelo intenso uso das redes sociais, como o TikTok, e o impacto significativo no comportamento dos indivíduos demonstrado por ele. A transformação dos hábitos de leitura, impulsionada por essas plataformas, evidencia a influência e o poder que exercem sobre seus usuários. Além disso, a faixa etária estudada consiste em fase crucial de formação de hábitos e preferências. Segundo Wiederhold (2022), devido ao isolamento social durante a COVID-19, muitos jovens descobriram hobbies, como a leitura, o que os levou a se interessar mais por conteúdos relacionados a livros.

Este ensaio pretende explorar como o TikTok, através de comunidades específicas como o BookTok, tem contribuído para a popularização da leitura entre os jovens, modificando seus hábitos e incentivando o consumo literário. O objetivo central, e o que motivou a pesquisa a seguir, consiste em evidenciar como o TikTok corrobora para viralização de conteúdos, dando enfoque em como a criação de conteúdos virais contribui para a ascensão do BookTok.

O presente estudo ajudará a compreender melhor o papel das redes sociais na formação de comportamentos e tendências culturais, e como isso pode ser usado em favor da sociedade. Bem como, incentivará iniciativas que promovam a leitura. Colaborará para que editoras e livrarias possam adaptar suas estratégias de divulgação e vendas para atender às demandas do público jovem. Destacará, também, a relevância das comunidades virtuais na criação de espaços que promovam compartilhamento, discussão e senso de pertencimento nos usuários. São notórias, portanto, as contribuições trazidas por este estudo da sociedade.

METODOLOGIA

Para este estudo foi realizado o método de análise de mídias sociais, denominado Netnografia, o qual é capaz de analisar comportamentos e interações dos usuários. Segundo Kozinets (2014), essa adaptação da etnografia, consiste na utilização de interações no meio digital para coleta de dados, permitindo compreender e representar etnograficamente fenômenos culturais virtualmente, como o BookTok, nicho presente no TikTok.

A abordagem utilizando dados quantitativos e qualitativos, foi escolhida no intuito de proporcionar uma compreensão profunda acerca da temática. A análise qualitativa foi realizada por meio de pesquisas bibliográficas sobre o funcionamento do TikTok e o comportamento dos usuários em relação ao BookTok. Além disso, dados quantitativos foram coletados através de um questionário online, com foco em jovens de 17 a 22 anos, visando analisar o impacto do BookTok nos hábitos de leitura dessa faixa etária.

Dessa forma, ao aderir uma estrutura exploratória, a metodologia empregada oferece uma análise detalhada de como o BookTok contribui para a transformação dos hábitos de leitura e a formação de comunidades de leitores no ambiente digital.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O BookTok consiste em uma comunidade de adeptos a leitura situada no ambiente digital, precisamente no TikTok. De acordo com Martino (2017, p. 31), o mundo virtual existe enquanto possibilidade e se torna visível quando acessado. Neste sentido, é necessário refletir acerca do ciberespaço, cenário correspondente ao espaço de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores em rede e no qual, está

situado o conteúdo produzido pelos criadores que atuam no âmbito estudado nesta pesquisa. A arquitetura aberta, ou seja, o fato de que o número de indivíduos conectados e que atuam na troca de informações é proporcional ao tamanho do ciberespaço, é uma de suas características que podem ser verificadas no BookTok, posto que ele é alimentado pelas informações publicadas na rede por seus integrantes. Ainda sob esta óptica, cabe mencionar que a organização compreende o conceito de cibercultura, já que equivale a uma reunião de relações sociais, produções artísticas, intelectuais e éticas articuladas em redes interconectadas de computadores (Lévy, 1999).

O uso progressivo de redes sociais, como o TikTok, evidencia uma mudança de comportamento na sociedade. A razão para esta transformação e, que portanto, compete à definição de comunidades, abrange elementos como: a discussão coletiva evocada por elas, já que consistem em locais propícios para a expressão de opinião; a criação de vínculos sociais, mesmo que frágeis e fáceis de serem quebrados, por meio da interação; e, a mediação do convívio social, posto que “a possibilidade de acompanhar as interações entre os perfis é um dos elementos responsáveis por outras relações e atitudes” (Martino, 2015, p. 57). Dentro da esfera que engloba o BookTok, os usuários possuem a possibilidade de se comunicar entre si, o que permite com que interajam diferentemente do que fariam se não fossem contagiados pelas opiniões disseminadas. Colocando em destaque, desse modo, novos temas e assuntos que se não fosse esta rede social e seu potencial difusor não teriam visibilidade. O conceito que permeia tal noção é o de inteligência coletiva (Jenkins, 2009, p. 55) e equivale ao acumulado de informações individuais que podem resultar em uma cultura na qual os consumidores sejam participantes e alternativa de poder midiático.

Para finalizar, se faz oportuno destacar uma das particulares características do cenário que abrange as redes sociais. Este, é composto por representações sociais que estão em constante processo de aproximação com os espaços de interação, ou seja, os atores têm como objetivo se conectar com os telespectadores, e, existe uma vasta gama de possibilidade de atuação para viabilizar esta conexão.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Na pesquisa realizada, é possível identificar que o TikTok se destaca das demais redes sociais por seu alto índice de personalização da experiência do usuário e dos

conteúdos que ele consome por meio de seu algoritmo baseado em aprendizagem de máquina, que analisa o comportamento de cada indivíduo na plataforma, como o que foi mais visualizado e por quanto período de tempo, curtidas, interações e compartilhamentos, localização e engajamentos anteriores, permitindo que seja recomendado para a pessoa conteúdos de seu interesse, principalmente por meio da aba “Para Você”. Assim, o aplicativo tem seu enfoque em vídeos curtos e dinâmicos, e como esse modelo de funcionamento permite que cada um seja possibilitado de consumir e engajar conteúdos de seu gosto, o tempo de permanência de um usuário na rede pode tornar-se muito maior, contribuindo para o sucesso da rede social (Meira, 2022). A interface do TikTok também facilita a viralização dos conteúdos, por não promover interação com conexões já existentes, mas sim prioriza a descoberta e consumo de novos conteúdos vindos de novos criadores, além de que permite a criação de nichos de conteúdos específicos, já que eles conseguem atingir seu público-alvo e se conectar com o espectador emocionalmente, criando uma comunidade com interesses em comum.

A partir desse modo de funcionamento, possibilitou-se a criação do BookTok, nicho do aplicativo que fala sobre literatura. Essa comunidade tem como característica realização de resenhas e recomendações de livros e desafios literários. Esse espaço virtual se tornou fonte de influência para os jovens e, assim, favoreceu o aumento do consumo de livros e debates literários, transformando os hábitos de leitura dos jovens, a partir de 2020 (Flood, 2021).

Esse papel de influenciador de leituras é evidenciado no formulário que o grupo realizou para entender um pouco mais como o BookTok impactou a vida de jovens de 17- 22 anos na região do interior de São Paulo. Foram obtidas 48 respostas ao questionário, 87,5% de pessoas de 17 até 19 anos, e 12,5% de 20-22 e majoritariamente do público feminino, com 85,4%. Desse total de pessoas, 75% afirmaram consumir os conteúdos do BookTok, mas com 43,8% dessas consumindo os conteúdos apenas as vezes. As respostas da pesquisa também inferiram ter fortes hábitos de leitura, enquanto 2 pessoas apenas afirmaram nunca terem o costume de ler, 39 delas afirmaram ler pelo menos uma vez ao mês, com a maioria de 39,5% possuindo o hábito diário de leitura. Os impactos do nicho da rede social ficam nítidos quando 62,5%, ou seja, 30 pessoas, afirmaram que o BookTok foi grande fator de influência para subir o nível de leituras realizadas. Dentro da comunidade é notório que o principal gênero literário consumido é

romance, com porcentagem de 56,3% e 35 pessoas alegaram ter conhecido novos livros e autores, como Bruna Pallazo, Tatiane Biasi, Nath Queiroz, Colleen Hoover, Taylor Jenkins Reid, Sally Rooney, Dolly Alderton e Gillian Flynn, por meio desse nicho, sendo que 11 pessoas afirmaram ser uma grande quantidade de novos autores e livros descobertos pela plataforma, que possui muito poder de influência nas leituras que os indivíduos escolhem. Por meio da pesquisa, também foi apontado que muitas pessoas acompanham trabalhos de “BookTokers” específicos, como @livresenhas, @booksbycn, @meidaleh, @dudagabooks, @debsleitora, @anajulivros, @bewareofpity, Léoni Lane, Theago Neiva, Dorinha, enquanto 19 pessoas afirmaram não acompanhar nenhum “Booktoker” específico.

Ademais, é possível perceber o impacto do BookTok no mercado editorial, já que a plataforma foi responsável por criação de diversos Best-Sellers, porque os livros que ficaram famosos tiveram expressivo número de vendas, além de que muitos autores independentes conseguiram ganhar destaque e incentivo. Segundo a Nielsen BookScan, livros que viralizam no TikTok frequentemente registram aumentos de vendas de até 200%. Por causa desse fenômeno, as editoras passaram a utilizar muito o aplicativo e “Booktokers” em destaque em suas campanhas publicitárias e como forma de interagir com o público, se conectando com essa geração de leitores e as novas formas do mercado (Franzão, 2022).

Dessa forma, por meio desses dados é possível perceber que o TikTok tem grande poder de influência nos jovens e a forma de entrega de conteúdos personalizados na rede e a criação do nicho realmente foi responsável para o aumento dos índices de leitura dessa faixa etária, tornando a literatura uma atividade social e interativa e incentivando debates e ampliação de repertório cultural, além de formar um perfil de leitores muito mais amplo e diversificado, por tornar a leitura algo muito mais democratizado, mostrando como as redes sociais têm seu impacto muito além do virtual, alterando hábitos e estilos de vida como ferramenta de transformação social, cultural e de criação de tendências.

CONCLUSÃO

Com base no exposto, conclui-se, portanto, que as redes sociais podem transformar comportamentos culturais e sociais, especialmente entre os jovens. Isso se torna inegável ao analisarmos o impacto do TikTok, especialmente através da

comunidade BookTok. O algoritmo do TikTok, ao distribuir conteúdos personalizados e selecionados, gera alto nível de engajamento, popularizando tendências como o hábito da leitura, promovendo assim, a formação de comunidades como o BookTok, a qual incentiva não só o consumo literário, mas também gera um ambiente de interação e pertencimento entre os usuários, promovendo a troca de ideias e a discussão sobre livros. Este fenômeno é reflexo de uma nova dinâmica social, onde o ciberespaço e a cibercultura desempenham papéis importantes na construção de novos hábitos e preferências. Percebe-se, também, o potencial das redes sociais como ferramentas de transformação social, destacando a importância da adaptação de estratégias de divulgação por parte de editoras e livrarias para alcançar esse público. Portanto, ao entender o impacto do TikTok na formação de novos hábitos de leitura, é possível explorar mais profundamente o poder das redes sociais na construção de comunidades virtuais e na difusão da cultura literária.

REFERÊNCIAS

FRANZÃO, L. O TikTok se tornou um dos maiores incentivadores à leitura entre os jovens; entenda. **CNN Brasil**, 15 jul. 2022. Redes Sociais. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-tiktok-se-tornou-um-dos-maiores-incentivadores-a-leitura-entre-os-jovens-entenda/>. Acesso em: 25 nov. 2024.

FLOOD, A. The rise of BookTok: meet the teen influencers pushing books up the charts. **The Guardian**, 25 jun. 2021. Books. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2021/jun/25/the-rise-of-booktok-meet-the-teen-influencers-pushing-books-up-the-charts>. Acesso em: 25 nov. 2024.

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

KOZINETS, R. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINO, L. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambiente, redes**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MEIRA, E. Segredo do sucesso do TikTok está em seu algoritmo, entenda. **Olhar Digital**, 24 out. 2022. Internet e Redes Sociais. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2022/10/24/internet-e-redes-sociais/segredo-do-sucesso-do-tiktok-esta-em-seu-algoritmo-entenda/>. Acesso em: 25 nov. 2024.

WIEDERHOLD, B. BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading. **Cyberpsychol Behav Soc Netw.**, v. 25, n. 3, p. 157-158, 2022. DOI: 10.1089/cyber.2022.29240.editorial. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35262383/>. Acesso em: 11 nov. 2024.

ZULLI, D.; ZULLI, D. J. Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media & Society**, v. 32, n. 8, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820983603>. Acesso em: 11 nov. 2024.