

O fenômeno do Booktok para o Estímulo à Leitura e o Aprendizado entre jovens¹

Mariana TREVISAN²

Fátima REGIS³

Renata MONTY⁴

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O estudo “O fenômeno do Booktok e o Estímulo à Leitura e o Aprendizado Entre Jovens” traz como objetivo geral analisar de que maneira o *BookTok*, presente na mídia social *TikTok*, influencia no processo de leitura e aprendizado de jovens entre 12 a 18 anos. Tendo como base os estudos desenvolvidos pelo CiberCog, Grupo de Pesquisa em Comunicação, Lúdico e Cognição, que desencadeou o projeto “New Media Literacies: Aprendizagem Participativa, Multimodal e Lúdica na Cultura Digital”, buscamos elencar as competências cognitivas que o uso de mídias digitais podem causar nos jovens. A pesquisa será desenvolvida com revisões bibliográficas e coleta de dados por meio de questionários enviados aos usuários da rede dentro da faixa etária definida.

PALAVRAS-CHAVE: mídias sociais; letramento digital; *Booktok*; aprendizagem; leitura.

O projeto “New Media Literacies: Aprendizagem Participativa, Multimodal e Lúdica na Cultura Digital”, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Lúdico e Cognição (CiberCog), dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com registro na Plataforma Brasil⁵, tem investigado quais as competências cognitivas são estimuladas no processo de fruição de produtos midiáticos por jovens (GEE, 2010, 2015; SCHMIDT, M.; VANDEWATER, E., 2008; LEMKE, 2010; FERRÉS, J.; PISCITELLI, A., 2012). Com os achados dessas pesquisas, concluímos que as mídias digitais e os produtos de entretenimento estimulam o desenvolvimento das seguintes competências: 1) capacidade de participação (busca de informação desejada, produção e criação de conteúdo e exploração de ambientes midiáticos); 2) aprendizado e construção de linguagens multimodais (nas plataformas

¹ Trabalho apresentado na IJ 5/Comunicação Multimídia) do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Bolsista de Iniciação Científica Capes-CNPQ, integrante do CiberCog, Grupo de Pesquisa em Comunicação, Lúdico e Cognição, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - FCS - Uerj. E-mail:

³ Professora Associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - FCS - Uerj. Orientadora de Iniciação Científica.

⁴ Pesquisadora doutora do Laboratório de Mídias Digitais da Uerj, coorientadora de Iniciação Científica, email: renata.monty@gmail.com.

⁵ Pesquisa registrada na Plataforma Brasil. Pesquisadora responsável: Fátima Cristina Regis Martins de Oliveira, número do registro: 60567016.9.0000.52.

mediáticas, nas interfaces e nos diferentes usos e apropriações dos softwares); e 3) criações de produtos midiáticos resultantes das interações sociais. Essas competências foram agrupadas em cinco categorias: textuais, lógicas, sensoriais, sociais e criativas (REGIS, 2008).

Como desdobramento desses resultados, temos nos dedicado a investigar se “as habilidades cognitivas estimuladas pelas TIC no âmbito da cultura das mídias e do entretenimento podem ser apropriadas para o desenvolvimento cognitivo em outras áreas, como ensino-aprendizagem formal”.

No contexto desse estudo, foi observado pela pesquisadora de iniciação científica Mariana Trevisan, a existência de um fenômeno dentro da mídia social *TikTok*, o *BookTok*, que é um termo utilizado para se referir a um ramo de conteúdo sobre livros presente no *app* (PEREIRA & MONTEIRO, 2022). Nele, diversos criadores de conteúdo postam sobre indicações de livros, resenhas, cupons de desconto para compra, memes literários, entre outros tópicos. Sabemos que o *TikTok* é considerado um fenômeno da atualidade pois apresentou, no final de 2022, mais de 1 bilhão de usuários ativos no mundo todo (DEAN, BRIAN, 2022). E dentro deste aplicativo temos a comunidade do *Booktok*, que conta com a presença de inúmeros influenciadores da área. No Brasil, temos, por exemplo, Tiago Valente (@otiagovalente) que possui mais de 440 mil seguidores em sua conta (DIAZ, LUCCAS, 2021); Theago Neiva (@theagoneiva) com mais de 718 mil seguidores; Roberta (@livrosdaro) com mais de 25 mil seguidores, entre muitos outros criadores de conteúdo literário.

Como proposta inicial de pesquisa, esse estudo traz como objetivo geral analisar de que maneira o *BookTok*, presente na mídia social *TikTok*, influencia no processo de leitura e aprendizado de jovens entre 12 a 18 anos. O recorte por faixa etária foi necessário para a abordagem se concentrar apenas entre adolescentes.

Entre os objetivos específicos, estamos organizando uma revisão bibliográfica sobre o tema e já identificamos alguns estudos no Brasil (VENDAS, 2022; PEREIRA & MONTEIRO, 2022;), além de publicações no exterior (MERGA, MARGARET, 2021). O estudo brasileiro (VENDAS, 2022; PEREIRA & MONTEIRO, 2022;) teve seu foco no período pandêmico e concluiu que, com o tempo, os livros perderam sua força, mas o *Booktok* conseguiu trazer a leitura de volta no período da pandemia, no qual todos ficaram em isolamento.

Após a elaboração do Estado da Arte, pretendemos realizar uma pesquisa de campo com usuários do *TikTok*, por meio de questionários, com o intuito de verificar de que maneira o *BookTok* influencia nas práticas literárias entre jovens.

A nossa hipótese é que com o consumo desses conteúdos, os jovens de 12 a 18 anos veem uma oportunidade de criar um hábito de leitura mais ativo, fortalecendo sua aprendizagem em diversas áreas e, conseqüentemente, potencializando o processo de letramento e tornando a cultura letrada mais presente. A investigação da pesquisa de campo será realizada por meio de questionários enviados aos usuários da rede, coletando, desta forma, todos os dados necessários.

Como questão-problema da pesquisa procuramos responder se os fãs do *BookTok* são influenciados a consumir conteúdos literários mostrados na rede social.

Conclusão

. Como se trata de um estudo ainda em andamento, os próximos passos visam aplicação de aprimoramento da bibliografia e pesquisa ao público alvo (12 a 18 anos), usuários da plataforma *TikTok* que estão, ou não, introduzidos no universo do *BookTok*, através de formulários criados especificamente para obter resultados.

REFERÊNCIAS

BOLTER, Jay & GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 1998.

GEE, James Paul. *Good Videogames and Good Learning*. *Phi Kappa Phi Forum*/vol. 85, no.2, 2005.

Disponível: http://norcalwp.org/pdf/Gee--Learning_Principles_Articles.pdf. Acesso em 28/06/2019.

_____. *Literacy And Education*. New York: Routledge, 2015.

_____. *A Situated Sociocultural Approach to Literacy and Technology*. In: BAKER, E. A., & LEU,

D. J. (eds). *“The new literacies: multiple perspectives on research and practice”*. New York, NY: Guilford Press., 2010, pp. 165-193.

LEMKE, Jay. *Letramento Metamidiático: transformando significados e mídias*. *Trab. Ling. Aplic.*, Campinas, 49(2): 455-479, Jul./Dez. 2010.



FERRÉS, J.; PISCITELLI, A., La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Revista Luciérnaga. Facultad de Comunicación Audiovisual. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Año 4, Edición 7. Medellín, Colombia. 2012. Págs. 72-79

PEREIRA, Alexandre & MONTEIRO, Jean. Booktok: uma estratégia de incentivo à leitura no TikTok. Disponível em: https://www.academia.edu/download/94425374/ANAIS_E_EBOOK_2022_261_274.pdf

REGIS, Fátima. Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura. Revista FAMECOS (Online), v. 15, n. 37, p. 32, 2008.

REGIS, Fátima; MESSIAS, José. “Comunicação, tecnologia e cognição: rearticulando homem, mundo e pensamento”. In: REGIS, Fátima; ORTIZ, Anderson; AFFONSO, Luiz Carlos; TIMPONI, Raquel. Tecnologias de Comunicação e Cognição. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REGIS, Fátima; PERANI, Letícia. Comunicação e entretenimento na cibercultura: repensando as relações entre o lúdico, a cognição e a tecnologia. E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Comunicação. Brasília, v.13, n.2, maio/ago. 2010.

REGIS, Fátima. Cognição e afeto na comunicação: conectando corpo, mente, meio e tecnologia / Fátima Regis. – Porto Alegre: Sulina, 2022.

SCHMIDT, M. E; VANDEWATER, E. A. Media and Attention, Cognition, and School Achievement. The Future of Children. Vol. 18 / No. 1 / Spring 2008, disponível em www.futureofchildren.org, Acesso em 28/06/2019.

VARELA, Francisco. Conhecer: as ciências cognitivas, tendências e perspectivas. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

VENDAS, Brenda Lima. A influência do booktok na mudança de hábito de leitura dos jovens durante a pandemia. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 5, nov. 2022. ISSN 2675-4169. Disponível em: <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-miatizacao-resumos/article/view/1525>. Acesso em: 10 abr. 2023.