

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Marina Judiele dos Santos Freitas

MUITO ALÉM DA DANCINHA:
AS APROPRIAÇÕES DO TIKTOK PARA O COMPARTILHAMENTO DA
LEITURA

Santa Maria, RS
2023

Marina Judiele dos Santos Freitas

**MUITO ALÉM DA DANCINHA:
AS APROPRIAÇÕES DO TIKTOK PARA O COMPARTILHAMENTO DA
LEITURA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linha de Pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Comunicação**

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a Sandra D. Depexe

Santa Maria, RS
2023

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Freitas, Marina Judiele dos Santos
MUITO ALÉM DA DANCINHA: AS APROPRIAÇÕES DO TIKTOK PARA
O COMPARTILHAMENTO DA LEITURA / Marina Judiele dos
Santos Freitas.- 2023.
139 p.; 30 cm

Orientadora: Sandra D. Depexe
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2023

1. Comunicação Social 2. Leitura Compartilhada 3.
Booktoker 4. Tiktok 5. Comunidades I. Depexe, Sandra D.
II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, MARINA JUDIELE DOS SANTOS FREITAS, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Marina Judiele dos Santos Freitas

**MUITO ALÉM DA DANCINHA:
AS APROPRIAÇÕES DO TIKTOK PARA O COMPARTILHAMENTO DA
LEITURA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linha de Pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Comunicação**

Aprovada em 28 de setembro de 2023

Sandra D. Depexe, Dra. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Leandro Stevens, Dr. (UFSM)

Márcio Souza Gonçalves, Dr. (UERJ)

Santa Maria, RS
2023

AGRADECIMENTOS

Após a finalização deste trabalho, tinha a ilusão de que escrever os agradecimentos seria uma tarefa fácil, mas estava completamente enganada. Isto porque tenho a sorte de possuir pessoas maravilhosas em minha vida, que não somente me apoiam, mas acreditam muito em mim, quando nem eu mesma sou capaz disso.

Quero começar, portanto, agradecendo à minha família, a primeira base que me trouxe até aqui. Minha mãe Carmen e meu pai Ubirajara, que não medem esforços para me incentivar a viver meus sonhos, ensinando-me a batalhar por eles e nunca desistir, sempre oferecendo uma palavra de apoio quando preciso. À minha irmã Julia, que apesar de mais nova, é muito mais legal e “descolada” que eu e por isso sempre me incentiva a ser o melhor que eu possa ser, além de me tirar de casa para algum “role” aleatório e assistir um filme para desestressar. À minha tia Inez e todas as vibrações positivas. E quero agradecer também ao Thor e ao Bartôzinho que são o meu apoio emocional de quatro patas e que deixam meus dias mais felizes.

À minha orientadora, Sandra Depexe, por acreditar em mim desde que eu era uma pequena gafanhota na pesquisa, lá em 2016, e me acolheu não só como aluna, mas como uma filha acadêmica e amiga. Obrigada por ser uma inspiração enorme para tudo que eu faço e por não ter largado a minha mão toda vez que aparecia dizendo “quero desistir do mestrado”.

Quero agradecer também ao Leandro e ao Márcio, por terem aceitado serem banca deste trabalho que foi um grande marco na minha vida e fez com que eu me desafiasse como pessoa e pesquisadora.

Agradeço também aos meus PERdidos, que apesar de estarem espalhados pelo mundo nunca falham em estar perto como podem, são minha grande base de incentivo, risadas e fofocas. Já teria enlouquecido umas 30 vezes, se não fosse por eles. Destaque especial para os meus irmãos de orientadora de longa data, Vitor e minha sócia Lavínia, sem vocês nada disso seria possível.

Ao meu grupo de amigas Gabrielle, Carolina, Roberta, Tainara e Caroline, agradeço por estarem ao meu lado desde sempre e crescerem comigo em cada etapa que passamos juntas desde o fundamental. Amo vocês.

Agradeço também à Amanda, por acompanhar todo esse processo e dar ótimos conselhos, durante essa jornada apocalíptica de altos e baixos.

Obrigada a Gabriela, Nessa e minha companheira de surtos mestrados, Gabile, por todas as conversas, os desabafos e os memes de Kpop, que foram fornecidos durante todos esses anos de amizade.

Por fim, trago menções de honra às *playlists* “*you’re in an old Barbie movie (classical playlist)*”, *Dark Classical Academia - You’re studying in a large library at midnight* e aos cantores Hozier, Luisa Sonza, Leehi, Iza, Epik High, Kim Namjoon, Taylor Swift e Olivia Rodrigo, que foram a trilha sonora para a escrita deste trabalho. Agradeço também aos *Sprints* do Vitor Almeida e às *lives* de pomodoro da Twitch, que foram companhias nas tardes de produção deste texto.

Eu quero ser definida pelas coisas que amo
Não pelas coisas que odeio
Não pelas coisas das quais tenho medo
Não pelas coisas que me assombram no meio da noite
Eu só acredito que
Você é aquilo que ama
(Swift, 2019, tradução minha)

RESUMO

MUITO ALÉM DA DANCINHA: AS APROPRIAÇÕES DO TIKTOK PARA O COMPARTILHAMENTO DA LEITURA

AUTORA: Marina Judiele Dos Santos Freitas

ORIENTADORA: Prof.^a. Dr.^a Sandra D. Depexe

O presente trabalho aborda os processos que abrangem as leituras compartilhadas na internet por meio de um mapeamento exploratório da rede social TikTok. Utilizou-se a metodologia de netnografia de Hine (2015) e Kozinets (2014) para observar o funcionamento da plataforma e a construção da comunidade *booktoker*, levando em conta que a tecnologia tem proporcionado novas formas de relações sociais assim como mudanças no que se entende por leitor e nas práticas relacionadas à literatura. O objetivo geral é explorar a circulação dos conteúdos literários e a sociabilidade na comunidade booktok. Como os objetivos específicos temos: a) Realizar um mapeamento da rede social TikTok para compreender a configuração da comunidade do Booktok. b) Analisar os principais conteúdos circulantes nos perfis literários no TikTok; c) Compreender o papel da apropriação das redes sociais como forma de participar, envolver e suscitar debates sobre literatura no meio online e no impacto da divulgação da diversidade literária, assim como refletir construções dos sentidos sobre a leitura através das racionalidades do consumo. Por meio do aporte teórico, a fim de embasar as discussões acerca da temática proposta para o trabalho, foram escolhidos autores que pudessem dialogar entre diferentes vertentes como: Internet, Cultura de Convergência, Leitura Compartilhada, Consumo e Leitores. Perpassando por pesquisadores como Canclini (1997, 1992, 2008, 2014, 2017, 2021), Chartier (2011), Thompson (2021), entre outros. Em meio aos resultados obtidos, está a presença de uma comunidade orientada por suas relações de consumo, dando destaque aos participantes devotos, que desenvolvem conteúdos voltados à ampliar debates e conhecimentos relacionados ao consumo literário, utilizando de *trends*, resenhas, memes, etc. As categorias desenvolvidas para analisar e responder aos objetivos propostos, trouxeram ênfase para os conteúdos circulados na comunidade promoverem debates sobre questões raciais, de gênero, etc, e os aspectos simbólicos compartilhados entre seus membros do *booktok*, indicando um forte destaque para racionalidades de consumo sociopolítica e simbólico estética.

Palavras-Chave: Booktoker. Tiktok. Leitura Compartilhada. Comunidades

ABSTRACT

FAR BEYOND DANCING: TIKTOK'S APPROPRIATIONS FOR SHARING READING

AUTHOR: Marina Judiele Dos Santos Freitas

ADVISOR: Prof.^a. Dr. ^a Sandra D. Depexe

The currently research embrace the strategies of Sharing Reading on Internet, through na exploratory mapping of TikTok. The Netnography methodology by Hine (2015) and Kozinets (2014), was used to comprehend de working of the plataforma and the estrutura of Booktoker's community. Taking in to consideration that technologies has been providing new ways of build personal relationships as well as changes in what is understood as a reader and in the practices related to literature. The general objective of this research is to explore the circulation of literary content and sociability in the Booktok community. The specific objectives are: a) To map the TikTok social network in order to understand the configuration of the Booktok community. b) To analyze the main content circulating in the literary profiles on TikTok; c) To understand the role of the appropriation of social networks as a way of participating, involving and sparking debates about literature in the online environment and the impact of disseminating literary diversity, as well as reflecting constructions of meanings about reading through the rationalities of consumption. Finally, by means of this work, reflect about the simbolic contructions trough consumption rationalities In order to provide a theoretical basis for the discussions on the theme proposed for the work, authors were chosen who could dialog between different strands such as: Internet, Convergence Culture, Shared Reading, Consumption and Readers. These include researchers such as Canclini (1997, 1992, 2008, 2014, 2017, 2021), Chartier (2011), Thompson (2021), among others. Among the results obtained are the presence of a community guided by its consumer relations, highlighting the devout participants, who develop content aimed at broadening debates and knowledge related to literary consumption, using trends, reviews, memes, etc. The categories developed to analyze and respond to the proposed objectives emphasized the content circulated in the community to promote debates focused on racial issues, gender, etc., and the symbolic aspects shared among its booktok members, indicating a strong emphasis on sociopolitical and symbolic aesthetic consumption rationalities

Keywords: Booktoker. TikTok. Shared Reading. Communities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Esquema de palavras-chave relacionadas	36
Figura 2 — Esquema de principais autores	37
Figura 3 — Fluxograma da página principal e de pesquisa do TikTok	54
Figura 4 — Comparações de perfis	57
Figura 5 — Funcionamento do Tiktok	58
Figura 6 — Pastas de organização de assuntos temáticos	60
Figura 7 — Pasta de organização de categorias	60
Figura 8 — Calendário de eventos	61
Figura 9 — Gráfico de aumento das visualizações	64
Figura 10 — Esquema de hashtags mais populares no booktok	65
Figura 11 — Glossário do TikTok	69
Figura 12 — Nuvem de palavras	71
Figura 13 — Exemplos de vídeo da categoria Estilo/Leitor	72
Figura 14 — Exemplo de vídeos categoria Estilo/Leitor	73
Figura 15 — Exemplo de vídeo categoria Feira/Evento	74
Figura 16 — Exemplo de vídeo categoria Unboxing	76
Figura 17 — Bios dos perfis no booktok.....	79
Figura 18 — Queridinhos do booktok.....	85
Figura 19 — Bienal do livro.....	86
Figura 20 — Lista do último livro lido (mais citados).....	87
Figura 21 — Autores mais citados na Bienal	87
Figura 22 — Livros mais vendidos da Amazon (set./out. 2022).....	88
Figura 23 — Livros mais vendidos da Amazon (jun./jul. 2023).....	88
Figura 24 — Lista de mais vendidos do ano Publishnews 2022	89
Figura 25 — Progressão do desenvolvimento da participação em comunidades online de Kozinets.....	95
Figura 26 — — Participação em comunidades online	96
Figura 27 — Tipos de Interações em comunidades online	96
Figura 28 — Desenvolvimento de sociabilização dentro da comunidade booktok	99
Figura 29 — Racionalidades de Consumo dos perfis	124
Figura 30 - Racionalidades de consumo e categorias de leitura.....	131

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 — Crescimento da utilização de tags do booktok	63
Tabela 2 — Perfil de membros da comunidade booktoker	78
Tabela 3 — Indicação de gêneros editoriais e principais representatividades	81

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 — Palavra-chave Booktuber (BDTD, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações).....	31
Quadro 2 — Palavras - Chave: TikTok/Booktok (Google Scholar)	33
Quadro 3 — Repositório Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Maria.....	38
Quadro 4 — Reportagens sobre a circulação e leitura dos jovens no TikTok	39
Quadro 5 — Etapas de pesquisa	47
Quadro 6 — Perfis.....	52
Quadro 8 — Categorias do booktok.....	104
Quadro 9 — Tipos de comunidade.....	106
Quadro 10 — Classificações dos booktokers em relação aos tipos de membros de comunidades	108
Quadro 11 — Racionalidades do consumo	123

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
2. TRAJETÓRIAS DE LEITURA NO BRASIL	18
2.1 CENÁRIO LITERÁRIO NO BRASIL	19
2.2 LEITURA COLETIVA: LEITORES CONECTADOS	25
2.3 ESTADO DO CONHECIMENTO	30
2.4 ESTADO DA INFORMAÇÃO	39
3. TROPE: RECURSOS METODOLÓGICOS.....	41
3.1 TO BE READ: FILIAÇÃO TEÓRICA	42
3.2 TREND: MAPEAMENTO EXPLORATÓRIO	45
3.3 TIKTOK VAI, VAI, VAI MOVIMENTANDO.....	48
3.3.1. Primeira fase: Análise Exploratória	51
3.3.2. Segunda fase: Coleta de Dados	59
3.3.3. Mapeamento de Hashtags	63
3.3.4. Categorias de Leitura	71
3.3.5. Bookhall: Quem são os booktokers e o que lêem?	78
3.3.6. Sprint de Leitura: Livros e Autores.....	83
4. HARDCOVER E PAPERBACK: ANÁLISE SOBRE O BOOKTOK.....	93
4.1 TERCEIRA FASE: CLASSIFICAÇÃO E ANÁLISE	94
4.2 FORMAÇÃO DA COMUNIDADE NO TIKTOK.....	98
4.3 BOOKSTANS: SOCIABILIDADES DOS LEITORES PRODUTORES	102
5. AESTHETIC: RACIONALIDADES DE CONSUMO DO BOOKTOK	116
5.1 ESTUDOS CULTURAIS LATINO-AMERICANOS: PARA OLHAR A LEITURA ...	117
5.2 BOOKTOK: UMA COMUNIDADE DE CONSUMO.....	122
6. RESSACA LITERÁRIA: CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
7. REFERÊNCIAS.....	136

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se trata de uma Dissertação de Mestrado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM) e faz parte da linha de pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas. Diante de trabalhos anteriores desenvolvidos por alunos do programa que abordam diferentes aspectos das práticas de leitura e leitura compartilhada, como a dissertação de Jean Silveira Rossi, *“Antes era só ler, hoje em dia é ler e comentar”*: leituras compartilhadas pela internet nos clubes *Leia Mulheres*, defendida no ano de 2022. A pesquisa aqui elaborada se justifica como forma contribuição para a produção de mais debates acerca desta temática, desta vez, tendo como foco central os leitores-produtores do TikTok, suas sociabilidades e suas formas de consumo dentro da comunidade do BookTok.

Levando em conta a inserção significativa das novas tecnologias em nosso cotidiano principalmente ao acesso de redes sociais e ao estreitamento de barreiras proporcionado pela internet — para aqueles que possuem acesso—, alguns processos de troca foram facilitados, sendo assim, transformando meios de interação já existentes e trazendo outras possibilidades de conectividade entre as pessoas. Um dos setores impactados por essas mudanças é o literário, que nos últimos anos vivencia novas tendências no modo que os leitores interagem e trocam impressões sobre leituras entre si. Assim como o surgimento da prensa representou um marco determinante para a forma como nos relacionamos com a leitura (Chartier, 1998), a possibilidade de interações e participação nas comunidades online tem transformado a experiência dos leitores que cria um espaço bastante interativo e dinâmico e que desperta o interesse não somente da comunidade literária, mas do mercado editorial.

Em 2014 Canclini já trazia dados que apontavam as mudanças que as novas mídias estavam causando nas práticas de leitura, ou seja, cerca de 82% dos jovens relataram utilizar a internet para alguma prática relacionada à leitura, seja ela de estudo, de pesquisa, para realização de trabalhos escolares (40%), seja com a finalidade de conhecer pessoas e trocar mensagens (42%). Assim, para o autor, é necessário também observar o leitor para além do livro e através de suas dinâmicas, ou seja, “[...] suas formas descontínuas, mas frequentes, de leitura que são realizadas diariamente nas telas de computadores, celulares e dispositivos digitais em geral” (Canclini, 2014, p.23, tradução nossa).¹ Essa hiperconectividade e a possibilidade de compartilhamento dos conteúdos online, permite que se estabeleça uma

¹ “[...] debían detenerse en las discontinuas, pero frecuentes, prácticas de lectura efectuadas en computadoras y celulares”.

forma de conversação entre os leitores. Zaid (2004, p.14) cita: “[...] organizar o mundo dos livros é como organizar uma conversa”. A *conversação*, como sugerido pelo autor, é a peça fundamental desta dinâmica de relações que se estabelece entre o leitor e a leitura, pois, ele acredita que as trocas resultadas de conversações possibilitam que se desenvolva o pensamento abstrato e crítico. Portanto, o ato de escrever, de editar, de imprimir, de distribuir, de resenhar literatura e, principalmente, de ler, é um modo de se inserir nesta grande conversa.

Neste trabalho utilizaremos o TikTok como objeto de pesquisa, portanto, para melhor compreendê-lo e, conseqüentemente, entender sua relevância para o desenvolvimento desta dissertação, primeiro precisamos situá-lo. Apesar de sua recente popularidade — no primeiro trimestre de 2020, o aplicativo contabilizou um total de mais de 2 bilhões de *downloads* (Abdin, 2020) — o TikTok, é uma rede social bastante recente. Lançado pela primeira vez em 2016 pela empresa chinesa ByteDance que surgiu em decorrência da rede social Douyin (抖音 — Som dançante). Em 2017, após a empresa adquirir o aplicativo de vídeos Musical.ly, seu concorrente direto, a ByteDance, lançou o TikTok oficialmente para o mercado internacional.

Dados trazidos por Walker (2022) afirmam que em julho de 2020, 689 milhões de pessoas — o dobro dos usuários do Twitter, lançado 11 anos antes — entram no aplicativo por mês. Com pouco tempo de lançamento, a rede ultrapassou em números outras plataformas de vídeos populares, como o YouTube cujo maior pico de usuários mensais (2 bilhões) ocorreu apenas depois de 15 anos de atuação. A pandemia da Covid-19 também contribuiu para um grande aumento na popularidade do TikTok, principalmente junto aos jovens. De acordo com um levantamento realizado pela universidade PUCRS, entre os indivíduos de 18 a 24 anos da capital e região quase todos afirmaram ter realizado o *download* do aplicativo como forma de distração (94,3%) e uma parcela significativa para pesquisa de referências (21,4%).²

Dentre estes milhões de usuários, alguns têm encontrado nesta rede uma comunidade bastante ativa de leitores. De acordo com o G1 (Taís Matos, 2021)³ “se os *booktubers* eram os novos críticos literários de 2018, os *booktokers*, mandam em 2021.” Já o jornal O Povo (Clara Menezes, 2021, online)⁴ afirmou que “[...] o que um *booktoker* fala é levado muito a

² TEITELBAUM, Ilton. Pandemia e redes sociais: entenda o sucesso do TikTok. PUCRS, 2021. Porto Alegre. Disponível em: <https://www.pucrs.br/blog/entenda-o-sucesso-do-tiktok/> Acesso: 09 set. 2023

³ MATOS, Taís. 'Booktok': onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia. G1 Globo, 2021. São Paulo. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/07/26/booktok-onda-de-videos-sobre-livros-no-tiktok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml> Acesso em: 28 jul. 2021

⁴⁴ MENEZES, Clara. Literatura LGBTQIA+: mercado nacional expande espaço para livros e autores. O POVO, 2021. São Paulo. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaarte/2021/12/11/literatura-lgbtqia-mercado-nacional-expande-espaco-para-livros-e-autores.html/> Acesso: 14 dez. 2021

sério pelas pessoas que o seguem”. A Revista ISTOÉ (Szabatura, 2021)⁵, em reportagem, também abordou a relevância do fenômeno para o cenário literário ao relatar que: “Jovens nascidos em meados dos anos 2000 agora movimentam o mercado literário com suas resenhas e opiniões no TikTok.” Em entrevista para a revista, a *booktoker* Maju Alves expressa: “O booktok é uma herança do que já acontecia no YouTube, mas agora de uma maneira mais rápida e interativa.” (Taísa Szabatura, 2021). Como observado, o TikTok tem movimentado novas instâncias das dinâmicas de leitura nas redes. Segundo Canclini (2014), para os leitores da atualidade, há mais do que apenas ler, eles também comentam e interagem, seja por meio de publicações em blogs até em redes sociais. Sendo assim, estas ações dão pistas não somente de como publicar, mas como exibir títulos e escolher títulos, pois os leitores “[...] demonstram que não leem sozinhos, mas sim como parte de comunidades leitoras.” (*Ibid*, 2014, p.25) e isto amplia geograficamente o alcance da leitura.

No decurso das lógicas apresentadas até aqui, é possível identificar um novo tipo de leitor e na maneira que ele se relaciona com a leitura da comunidade observando suas potencialidades e limitações. Assim, **não é apenas interessante compreender o quanto se lê, mas como é exercida esta competência leitora e suas sociabilidades**. A partir destes dados, a problemática que norteia o desenvolvimento deste trabalho de dissertação é: **Como a apropriação do TikTok, por meio da leitura compartilhada, contribui para a divulgação e circulação de conteúdos sobre leitura e a diversidade literária?**

Para isso, o objetivo geral é explorar a circulação dos conteúdos literários e a sociabilidade na comunidade Booktok. São elencados como objetivos específicos:

- a) Realizar um mapeamento da rede social TikTok para compreender a configuração da comunidade do Booktok.
- b) Analisar os principais conteúdos circulantes nos perfis literários no TikTok;
- c) Compreender o papel da apropriação das redes sociais como forma de participar, envolver e suscitar debates sobre literatura no meio online e no impacto da divulgação da diversidade literária, assim como refletir construções dos sentidos sobre a leitura através das racionalidades do consumo.

Objetivando embasar as discussões acerca da temática proposta para o trabalho, foram escolhidos autores que pudessem dialogar entre diferentes vertentes como: Plataformas,

⁵ SZABATURA, Taísa. Literatura via TikTok. ISTOÉ, 2021. São Paulo. Disponível em: <https://istoe.com.br/literatura-via-tiktok/> Acesso: 14 dez.2021

Consumo e Leitores. Perpassando por pesquisadores como Nestor Garcia Canclini (1997, 1992, 2008, 2014, 2015, 2017, 2021), Roger Chartier (1998, 2001), Rosalía Winocour (2009), Michele Petit (2009), Robert Kozinets (2014), Christine Hine (2015), Thompson (2021) entre outros. A fim de propor discussões e articular conceitos que tensionam debates relevantes para analisar os caminhos que envolvem o consumo e a produção de conteúdo voltados à literatura no Brasil e o maior aprofundamento sobre os movimentos de apropriação da rede online pelos leitores para divulgação e circulação de conteúdo.

O aporte metodológico utilizado é a netnografia de Christine Hine (2015) e Kozinets (2014) para a fase exploratória e posteriormente análise de dados. A escolha da netnografia foi feita pois, de acordo com Kozinets (2014), esse método torna-se interessante para compreender as configurações sociais que a internet proporciona. Para a coleta de dados serão utilizados um diário de campo associado a práticas de navegação do TikTok como *hashtags*, áudios, costuras, entre outras formas de *tagueamentos* presentes na plataforma, além de acompanhar as postagens mais relevantes indicadas na rede social, conteúdos relacionados e suas principais trends⁶.

Por fim, para a organização do fluxo de desenvolvimento desta dissertação neste momento, se propõe uma divisão em 6 capítulos, nos quais serão abordados as trajetórias da leitura no cenário brasileiro, o compartilhamento de leitura na internet, a apropriação dos meios para circulação de conteúdos e as formas contemporâneas de contar e partilhar histórias na Web. Além da Introdução, no capítulo 2: Trajetórias da Leitura no Brasil, serão abordados aspectos relacionados ao cenário literário brasileiro, seus contextos sociais e as dinâmicas de leituras compartilhadas em rede das quais os leitores participam. Ele objetiva trazer os principais tópicos em relação às práticas de leitura, conversação e as mudanças ocorridas a partir da maior participação dos meios digitais no cotidiano dos leitores, principalmente os jovens. No capítulo 3: Metodologia, serão explicados as abordagens e passos metodológicos utilizados para o desenvolvimento da parte exploratória de mapeamento de rede e coletas de dados, com aporte etnográfico de Kozinets (2014) e Hine (2015). O capítulo 4 e 5 serão dedicados às catalogações e análises dos dados obtidos, objetivando discorrer sobre eles e suas relações com as racionalidades de consumo e tipos de comunidades online, com enfoque para os estudos culturais latino-americanos a partir de Canclini (1992, 1997, 2008, 2015, 2014, 2017, 2021). Por fim, no capítulo 6 serão feitas as considerações finais acerca dos achados deste trabalho

⁶ Conteúdo com alto poder de viralização. Geralmente, possui um formato ou padrão específico que pode ser reconhecido e replicado pelos usuários por meio do contexto proposto.

2. TRAJETÓRIAS DE LEITURA NO BRASIL

Para compreender as particularidades do universo literário precisamos refletir também em que momento o campo da literatura se encontra e quem são os leitores do século XXI. Compreendendo os fatores presentes nestas dinâmicas de leituras e os relacionamentos que formam essa “convivência leitora” nos espaços de leitura alternativa dos quais participam os *booktokers*⁷, trazemos a perspectiva de Chartier (2011). O autor atravessa os contextos dos leitores e do livro, desde o resgate histórico da prática de *contação* de histórias, processo que se caracterizava pela oralidade em um ato de consumo coletivo em praças e locais públicos, onde leitores reuniram-se para ouvir a história e debates. Perpassando pela revolução gerada pela prensa móvel, cujo advento tornou-se um avanço social para o campo da leitura, pois descentralizou a literatura das grandes elites e promoveu um acesso mais democrático.

Neste primeiro capítulo, pretende-se contextualizar, portanto, sobre o cenário literário brasileiro: o desenvolvimento, as principais características e como se constitui atualmente. Estes tópicos objetivam situar a pesquisa em tempo e espaço, em que está inserido o leitor do século XXI e quais são as perspectivas e possibilidades dentro deste meio literário. Essa abordagem se mostra necessária para que ao decorrer do trabalho seja possível compreender as abordagens propostas e impactos que possam resultar das dinâmicas de interação e circulação que se intenciona investigar.

⁷ Denominação do nicho encontrado na rede social Tiktok, voltada para usuários que consomem e falam sobre literatura

2.1 CENÁRIO LITERÁRIO NO BRASIL

Em prefácio escrito para a obra de Gabriel Zaid (2004), *Livros Demais! Sobre ler, escrever e publicar*, Felipe Lindoso (2004), ao apresentar para o leitor sobre os debates que seriam encontrados ao decorrer da obra, atribuiu a seguinte perspectiva: “*Existem livros demais!*”. Embora a cada nova década e a cada nova tecnologia que a modernidade nos apresentou — o rádio, a televisão, o CD-ROM e a internet — surgiu um novo augúrio sobre o fim do livro, as perspectivas se mostraram bastante contrárias a das previsões apocalípticas enunciadas.

De acordo com pesquisas realizadas entre 1994 e 2002, o mercado editorial computava 392.785 títulos publicados no Brasil. Já em 2020, segundo a pesquisa mais recente apresentada pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) juntamente à Câmara Brasileira do Livro (CBL), intitulada *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2002)*, indicou a produção de 314 milhões de exemplares publicados. Considerando os valores destes números absolutos totalizou-se 354 milhões de livros vendidos e embora existam algumas conjunturas a serem consideradas, que serão abordadas durante o desenvolvimento deste trabalho, pode-se afirmar que o livro não pretende acabar tão cedo (se é que algum dia irá).

Corroborada por esses dados, a afirmativa de Lindoso (2004) e Zaid (2004) de que existem livros demais publicados no mundo — e isto inclui fortemente o setor brasileiro — se mostra pertinente e é possível observar o paradoxo apresentado pelos autores “[...] em um mundo de tantos livros é impossível para um leitor — mesmo o mais voraz e impenitente — conhecer até mesmo a lista de títulos publicados” (*Ibid*, 2004, p.10).

A partir desta premissa, acumulam-se alguns questionamentos sobre como é construído o cenário do leitor brasileiro. De acordo com pesquisas feitas na década de 1990, não havia um hábito de leitura de grande significância entre os brasileiros, pelo contrário, de acordo com Corrêa (2010) não eram poucas as reportagens que indicavam o baixo índice de leitores no país. Se nos baseamos na pesquisa *Hábitos de leitura no Brasil*, em 2000 o índice total da média de leitura por leitor alfabetizado ao ano era o de 1,21 livros lidos. Em um comparativo com os dados mais recentes lançados até o momento (2022), a média de leitura em 2019 resulta em 2,65 livros lidos por ano, considerando estes lidos na íntegra ou em parte, e mantém-se uma média de 1,06 livros, se considerarmos apenas leituras finalizadas (Instituto Pró Livro *et al*, 2019). Para a apuração da pesquisa, este senso literário considera os indivíduos a partir de uma classificação de Leitores e Não leitores, que utiliza como base referencial o seguinte conceito desde 2007:

Leitor é aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses. Não leitor é aquele que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses. Para os índices de leitura, a referência são os 3 meses anteriores à pesquisa. (Instituto Pró Livro *et al*, 2019, p.5)

Segundo o *site* Agência Brasil⁸, em uma revisão sobre os dados expostos no período de 2015 a 2020, houve uma perda de mais de 4,6 milhões de leitores, constatando uma queda de 56% para 52%. Esses dados, no entanto, não abarcam o período da Pandemia de Covid-19 e, portanto, não levam em consideração os efeitos causados por ela nos hábitos de leitura durante este período (Tokarina, 2020). De acordo com dados da Pesquisa Perfil Leitores da Bienal do Livro SP, realizada pelo Instituto Pró Livro (IPL, 2022) em parceria ao Itaú Cultural, 83% dos entrevistados relataram terem aumentado o volume de leitura durante o período de isolamento.

Desta forma é interessante refletir sobre os dados apresentados sobre a grande lacuna existente entre a oferta e a demanda do cenário editorial brasileiro. Retomando a ideia do paradoxo apresentado pelos autores surgem as seguintes perguntas: se não faltam livros a serem lidos, por que os índices de leitura do brasileiro são tão baixos? Quais as barreiras existentes entre o leitor ou leitor em potencial e o livro? E talvez as perguntas mais importantes entre estas: Como modificar este cenário? Quais as estratégias que direcionam o incentivo da leitura? E onde elas estão?

Em entrevista para A Folha de São Paulo, a coordenadora da pesquisa Zoara Failla expressa que os aumentos na leitura possuem um caráter mais quantitativo do que qualitativo, já que a pesquisa abarca não somente leituras completas, mas também considera aqueles que leram somente trechos de livros. Levando em conta apenas as obras lidas por vontade própria dos entrevistados, o índice de leitura apresenta-se em 2,88 e despencou para 1,26, se apenas as obras de literatura forem consideradas, neste índice é incluído as leituras feitas apenas em partes (Instituto Pró Livro *et al*, 2019).

A pesquisa também aponta a Bíblia como o gênero mais lido no Brasil, ao lado das obras religiosas, principalmente entre a população adulta, o que sinaliza o crescimento do número de evangélicos no país — de acordo com estudo demográfico os adeptos a religião crescem cerca de 0,8% ao ano, desde de 2010 (Zylberkan, 2020) — como um dos fatores responsáveis pelo aumento nos índices de leitura e mostra o segmento religioso como um dos que menos sofre os efeitos do recuo do mercado literário.

João Luís Ceccantini, doutor em letras e também professor de literatura brasileira da Unesp, apesar de compartilhar com Failla as visões pessimistas que se apresentam acerca do

⁸ Agência Nacional de informações públicas administrada pelo governo brasileiro.

cenário literário, contrapõe-se a uma ideia: a de que os jovens não leem. (Sombini, 2019)⁹. De acordo com o entrevistado, Ceccantini, crianças e adolescentes estão entre os maiores consumidores de literatura no Brasil, principalmente na faixa etária que vai dos 11 aos 13 anos, contabilizando um total de 84%. Entretanto, esse número diminui esporadicamente à medida que as crianças envelhecem. Segundo o professor, isso ocorre pelo afastamento e falta de incentivo da própria escola com as leituras que não sejam somente os cânones obrigatórios. Pois, a prioridade de consumo às obras que são consideradas clássicas e o afastamento dos *best-sellers* faz com que a leitura pareça uma obrigação e dificulta a criação de laços destes jovens com a literatura, pois pensam que a leitura não é para eles.

Silva e Sanfelici (2015), relatam no artigo “*Os adolescentes e a leitura literária por opção*” que muitos jovens recorrem a espaços fora da escola para realização de leituras que tenham mais relação com seus gostos literários. Segundo os autores:

Os jovens buscam em ambientes fora da escola a satisfação de suas necessidades e expectativas no que tange à leitura literária. Aparentemente, e de modo bastante simples, podemos dizer que isso ocorre dado o desencontro entre os interesses da escola e os dos adolescentes (*Ibid*, p.193)

Ao que segue a reportagem da Folha, alguns especialistas como Priscila Cruz, presidente executiva do projeto Todos Pela Educação, dizem ser extremamente necessário investir em meios que incentivem professores, profissionais do livro e mediadores para conectar efetivamente os leitores aos livros. Corrêa (2010) reforça essa ideia, ao afirmar que o hábito da leitura, por prazer, precisa ser incentivado no ambiente escolar e que há um papel importante da escola na formação dos novos leitores. Segundo ela:

A leitura ainda não possui um lugar assegurado nesta sociedade. Nas lacunas deixadas pela família na formação de leitores, é imprescindível que este papel venha a ser preenchido pela escola, sendo que fica evidenciada a estreita relação que deve existir entre leitura, educação e escolaridade, tanto é que muitos dos entrevistados alegam não ler porque não frequentam a escola. Os dados apontam para a necessidade de a escola assumir o seu papel na formação do sujeito leitor e na promoção da leitura, independente do dispositivo na qual ela vem veiculada, impressa ou digital. (Corrêa, 2010, p.284)

Em contrapartida, houve algumas mudanças que modificaram aspectos do cenário literário. No que se refere ao impacto da Pandemia da Covid-19 no mercado editorial brasileiro, por exemplo, existiram reflexões sobre a complexidade de analisar o momento da leitura no país. Em dados mais recentes, O Painel do Varejo de Livros no Brasil, divulgado

⁹ SOMBINI, Eduardo. Jovens Leem Mais no Brasil mas Hábito de Leitura Diminui com a Idade. A FOLHA. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/09/jovens-leem-mais-no-brasil-mas-habito-de-leitura-diminui-com-a-idade.shtml> Acesso 30 jul. 2022

pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL, 2021) por meio da pesquisa feita pela Nielsen BookScan, demonstrou que, entre janeiro e setembro deste ano foram vendidos 36,1 milhões de exemplares de livros, aumento de 39% em comparação ao mesmo período de 2020. A pesquisa constata que após os primeiros meses de Pandemia, houve um aquecimento do setor livreiro, que permanece ativo. Isso aconteceu, pois o período de isolamento diminuiu o tempo gasto em deslocamento e outras atividades de lazer, sendo assim, houve aumento do tempo livre destinado à leitura (Cruz, 2022).

Outro fator se deve ao aumento da facilidade das compras online, relatado pelo Vitor Tavares, presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL). Embora os primeiros momentos da pandemia tenham surtido um impacto negativo sobre as livrarias físicas, os *e-commerces*, as livrarias digitais e as que passaram a comercializar pela internet ajudaram a aumentar as vendas no ano de 2020 (Cruz, 2020)¹⁰. Em 2021, as livrarias totalmente digitais contaram com uma participação de 29,89% na venda de livros.

Ademais, a internet mostra não ter um papel apenas para realização do comércio, mas de proporcionar um relacionamento mais próximo com os consumidores de livros, o que despertou novamente o interesse pela leitura, principalmente acerca das obras de ficção, representando 41% das vendas totais em 2021 (Nilsen Book Data, 2021). De acordo com o presidente da SNEL Marcos da Veiga Pereira: “[...] todos os departamentos de marketing das principais editoras passaram a centrar atividades e esforços, em construir uma base de relacionamento direto com seus leitores” (Cruz, 2020).

Além das livrarias, há um movimento significativo entre os leitores e a internet. Em levantamento feito pelo Agência Brasil, Pedro Balciunas, editor, jornalista e roteirista, declara que com o aumento da leitura na pandemia também encontrou maiores demandas nas indicações de livros que fazia aos amigos, o que o motivou a criar um perfil literário na internet, segundo ele: “Como sempre li muito, as pessoas naturalmente vinham me procurar para pedir dicas de livros, incentivos para ler mais. Então decidi maximizar isso com a rede social, um lugar que te dá acesso a muita gente interessada no mesmo assunto que você” (Cruz, 2020).

Esse movimento ganha destaque entre os leitores e produtores de conteúdo literário como *Booktubers* e *Bookgramers* e mais recentemente os *Booktokers*, trazendo um novo espaço para a literatura em rede. De acordo com a reportagem veiculada pelo jornal O

¹⁰ CRUZ, Elaine Patrícia. Dia Nacional do Livro: hábito da leitura aumentou na pandemia. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-10/dia-nacional-do-livro-habito-da-leitura-aumentou-na-pandemia> Acesso em 30 jul. de 2022

Globo¹¹, a 26ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo relatou o grande impacto que a rede social TikTok tem tido entre os leitores (Braz, 2022). A edição do evento, foi considerada “a Bienal das Bienais”¹², bateu o recorde de visitantes — 660 mil pessoas frequentaram o Expo Center Norte — e trouxe seções em seus estandes totalmente dedicadas aos livros que fizeram sucesso no TikTok. De acordo com o presidente da CBL:

As redes sociais atraíram muita gente. Para o público, principalmente para aqueles que vão pela primeira vez, tem que ser uma experiência exitosa, tem que ser uma experiência gostosa, se não fica algo negativo na memória. O influenciador digital, agora nós temos o booktoker, que são influenciadores que acabam fazendo seus livros nas suas redes sociais. Esse pessoal atrai muita muita gente e somente crianças e jovens adultos (Tavares, 2022)

De acordo com o PublishNews¹³, editoras como a Seguinte, selo da Companhia das Letras, declararam que os livros mais vendidos na 26ª edição da Bienal do Livro foram resultado de recomendações do TikTok (Facchini, 2022). De acordo com os dados do Instituto Pró Livro (IPL) de 2022, realizado durante o evento, comparativo com a realidade de 2019 (3%), a “influência” de redes sociais como TikTok, YouTube e Instagram, representou 23% dos principais fatores que ajudaram a despertar o interesse na leitura.

Recentemente, a ByteDance — empresa fundadora do TikTok — também aparece movimentando o mercado editorial ao anunciar que pretende lançar uma editora própria, chamada 8th Note Press. As negociações são iniciais, mas de acordo com algumas notícias publicadas, a iniciativa editorial teria como objetivo:

Oferecer livros impressos, e-books e audiolivros de ficção e não ficção, bem como um aplicativo para comprar e ler os livros; software para usuários "para participar de discussões, avaliações de consumidores e redes sociais nas áreas de livros de ficção e contos"; e "serviços de livrarias de varejo. (Redação Publishnews, 2023)

É notável que existe um espaço crescente para que esses movimentos dentro das redes sociais também alcance o meio literário e proporcionem impactos bastante significativos para o incentivo à literatura por meio de um compartilhamento virtual. As redes sociais têm se mostrado como um espaço oportuno para promover debates e proporcionar “trocas” que não estão sendo encontradas nos meios escolares, como abordado por Sanfelici e Silva (2015, p.194):

¹¹ Jornal Brasileiro baseado no Rio de Janeiro.

¹² BRAZ, Giulia. Bienal do Livro em SP volta presencial em 2022. Cultura O Estadão .2022. Disponível em: https://cultura.uol.com.br/noticias/50910_bienal-das-bienais-redes-sociais-com-foco-em-leitura-faz-26-edicao-do-evento-bater-recorde-de-publico.html Acesso: 10 set. 2023

¹³ Site focado no mercado editorial brasileiro

Em outras palavras, se vários amigos leem a mesma obra por livre interesse, eles podem criar a oportunidade de, em seu espaço fora da escola, discorrer sobre sua identificação com o personagem ou a trama, seu sentimento em relação à leitura e às problemáticas tratadas na obra, e demais assuntos que dentro da sala de aula são normalmente silenciados.

A partir dos dados apresentados até aqui, é possível constatar que há uma grande complexidade no processo de formação do cenário literário brasileiro, e que não basta apenas olhar para os números de maneira isolada, mas considerar os processos e contextos sobre os quais tem se construído os hábitos de leitura no Brasil.

2.2 LEITURA COLETIVA: LEITORES CONECTADOS

Segundo questões expostas por Zaid (2004), a discrepância entre o número de livros existentes e os baixos índices de leitura, principalmente no Brasil, se deve justamente na dificuldade de fazer com que os livros “certos” cheguem aos leitores “certos”, o que resulta no chamado “encontro feliz”. A questão é que a grande quantidade de publicações existentes sobre os mais variados assuntos é escrita pelos autores e ganham as ruas, as livrarias e as prateleiras virtuais em uma revoada sem controle e muitas vezes sem direcionamento. Algumas obras sequer chegam aos leitores e se perdem em meio a grande quantidade de opções existentes e são esquecidas. (Zaid,2004), portanto, o autor compara o livro a uma constelação dentro do universo do leitor, onde aquele que não se posiciona corretamente acaba por se tornar perdido em meio ao caótico mar de títulos.

Diante deste cenário o autor questiona: “[...] o que é mais notável sobre essas falhas é que elas podem ocorrer quando a estante está cheia de bons livros. Mas o que é um bom livro quando ninguém sabe onde ele está ou o solicita?” (Zaid, 2004, p.85). Segundo o autor, há algo que foi subestimado pelos meios editoriais e que mostra bastante potencial para um impacto eficiente de trazer alguma ordem em meio ao caos. Para ele, bastaria que algumas centenas de livros lidos pelas pessoas certas fossem capazes de criar conversações valiosas para ampliar as fronteiras literárias. Essas pessoas atuariam como desbravadores, que por meio de determinadas estratégias seriam capazes de organizar os títulos literários e posicioná-los dentro dos nichos literários de forma coerente, trazendo atenção a eles e fazendo assim com que pudessem ser encontrados com maior facilidade (*Ibid*).

Em uma alusão a passagem de *Confissões de Santo Agostinho*, na qual o famoso teologista e filósofo recebe uma mensagem de um anjo, que o direciona a uma epístola de São Paulo que parecia ter sido feita sob medida para a leitura de Agostinho, o autor questiona:

Como, porém, podemos recrutar os anjos para prestar um serviço semelhante a todos nós? Existem infinitos livros no mundo e infinitas pessoas. Quem pode emparelhar esses dois infinitos para produzir a lista reduzida de encontros ordenada pelo conteúdo de um texto e pela história pessoal de um leitor? (Zaid, 2004, p. 89).

Há alguns séculos o papel de curadoria era atribuído ao reconhecimento do esforço de pensadores que reuniam escribas nas ágoras, assim como artistas e bardos, a quem era incumbida a passagem oral de textos memorizados como forma de perpetuar conhecimentos e histórias aos demais. Algum tempo depois, essa tarefa foi assumida pelas instituições tais como a igreja, a família e, posteriormente, as escolas e as bibliotecas que depositavam em seus bibliotecários um *status* de mestre-escola, alguém cuja autoridade possuía um grau de

impacto para o aconselhamento dos indivíduos.

Entretanto, com o passar dos anos, a autoridade disposta por essas entidades apresentou rupturas e perderam sua intensidade, tanto em força quanto em soberania, sobre os sujeitos (Chartier, 1999). Acredita-se que alguns fatores como o maior acesso a literatura promovida pela criação da prensa de Gutenberg no século XIX, seguidos pela industrialização da atividade gráfica e a multiplicação das tiragens de livros de bolso, que aumentaram a diversidade e barateamento das leituras circulantes trazendo acesso a temas mais diversos, fez com que os discursos que antes eram usados como impositivos de certas regras e normas consideradas adequadas a sociedade se tornassem menos unificados.

Os três discursos de autoridade desagregaram-se, talvez porque o mundo social tenha se distanciado das instituições que os enunciam. Por sua complexidade, sua imprevisibilidade, pelos caminhos frequentemente encobertos que tomam, as práticas de leitura emanciparam-se frente às ordens e normas - assim como fizeram as práticas sexuais (Chartier, 1999, p.133).

Entretanto, quem são as pessoas no século XXI capazes de assumir e se apropriar de papéis de autoridade para que se possa colocar sentido e ordem, nas já mencionadas aqui, constelações de livros? E como e onde elas o fazem? Talvez a pista que nos direcione a tentar descobrir esta resposta esteja em investigar os significados por trás da palavra-chave: *conversação*, como sugerido por Zaid (2004). Para o autor, ela é peça fundamental neste quebra-cabeças, pois acredita que as trocas resultadas das conversações possibilitam que se desenvolva o pensamento abstrato e crítico. O autor destaca que a partir desta lógica, é possível extrair julgamentos específicos e encontrar sujeitos que possuem algo interessante a ser dito, assim como, quando e onde isso pode ser feito (Zaid, 2004). Esses indivíduos atuariam no papel de intermediadores, que segundo ele seriam “[...] fundadores; pessoas capazes de usar suas habilidades oratórias para fazer surgir um oásis em meio ao deserto cultural” (*Ibid*, p.35).

Atrelando essa premissa a afirmação de Chartier (1998) de que “A leitura é sempre apropriação, invenção produção de significados” ao que completa “Toda história da leitura supõe, em seu princípio, esta liberdade do leitor que desloca e subverte aquilo que o livro pretende-lhe impor” (*Ibid*, p.77), pode-se pressupor que o papel do leitor não se encaixa somente como um destinatário do livro, cabe a ele também o papel de crítico e portanto o torna peça central nesta cadeia de conversações. No século XXI o advento da internet trouxe um novo ambiente de socialização, criando um espaço de trocas que se mostra um potencial meio, não somente de criar conversações necessárias, como de perpetuá-las *ad infinitum*...

Os leitores que apropriam dos meios online, atuando como mediadores, produtores de

conteúdos de livros, chegam nesses espaços de grande alcance e proporcionam, assim como as feiras de leitura e grupos de discussão literária mais tradicionais, a possibilidade de interações com pessoas com interesses em comum. A partir deste movimento de compartilhamento de leitura, criam comunidades engajadas, que interagem, replicam e remixam conteúdos circulantes por meio de *hashtags*, áudios e colaborações.

A mobilização que os usuários fazem em torno da leitura teve início em meados 2009 (Costa, 2020) com os primeiros blogs literários e se consolidou em 2010 tendo sua relevância crescente até a atualidade, principalmente com a presença dos *booktubers*¹⁴. Mais recentemente, este fenômeno tem sido notado também em redes sociais como Instagram e o TikTok, este último — o chamado *booktok*¹⁵ — representou um aumento de até 39% na procura e venda de alguns títulos como *O Estrangeiro* de Albert Camus (Szabatura, 2021).

Algumas iniciativas que ocorrem nas redes também contribuem para o envolvimento dos internautas e a leitura entre eles estão a Maratona Literária, ou MLI. O projeto desenvolvido originalmente por Victor Almeida (Geefe), 28 anos, publicitário e produtor de conteúdo do canal Geek Freak. A Maratona Literária é um evento criado em 2013 e desde então é realizado duas vezes ao ano, em janeiro e em julho, e possui o propósito de unir o maior número de leitores em um período de leitura imersiva e coletiva de duas semanas. Cada edição conta com uma temática diferente em que os internautas participam de desafios literários, sorteios e outras atividades. Atualmente a Maratona é transmitida oficialmente pelo canal do site de *streaming* Twitch e mobiliza cerca de 13 mil leitores, além de expandir para outros locais da internet como Twitter e Youtube.

O ato de compartilhamento característico das redes sociais que disseminam facilmente informações pessoais — o que se vê e o que se compra — fez com que o leitor quisesse também compartilhar o que lê, sendo assim, impactando de maneiras particulares este meio e resultando em interações mais instantâneas e articuladas. Canclini (2008) ressalta que isto ocorre, pois, com a maior integração das tecnologias “[...] o mundo tornou-se mais complexo e mais interligado” (*Ibid*, p.23), para ele (Canclini, 2014), a internet resgata a ludicidade envolvida na leitura que promove uma forma de compartilhar e criar laços sociais por meio de um objeto em comum: o livro. A dinâmica participativa que as redes sociais online trazem à atualidade por meio da leitura está diretamente associada à convivência e às relações sociais que eram encontradas em clubes de leituras tradicionais, por exemplo. Gonçalves (2021, p.8),

¹⁴ Influencers que possuem canais voltados a debater e comentar literatura na rede social You Tube.

¹⁵ Nome dedicado aos usuários e/ou o espaço dentro da rede social Tiktok, designado a falar sobre livros e literatura em geral.

complementa que a integração dos meios digitais e eletrônicos a partir da metade do século XX em nossa sociedade contribuíram para uma perspectiva cada vez mais intrínseca de nossa relação de cultura com os meios de comunicação:

O eletrônico convive e se agencia com o oral e o escrito, incorporando elementos seus. Certamente, nunca fomos uma cultura letrada, assim como não somos uma cultura oral, eletrônica ou digital. Somos uma mistura, aliás bastante singular no panorama do mundo contemporâneo, dessas coisas todas: ao mesmo tempo orais, impressos, eletrônicos, digitais. (Gonçalves, 2021, p.8)

Murray (2018) afirma em seu artigo *Reading Online: Updating the State of Discipline* que as estruturas de trocas online, principalmente, os ambientes que proporcionam aos leitores internautas a possibilidade de falar sobre livros e as suas impressões acerca da leitura, formam grupos em que o ato da leitura é elevado a um nível crucial de interação que não só proporcionam aos leitores uma experiência mais completa de imersão de leitura, mas também de relação emocional do texto com a comunidade com a qual se partilha. Segundo a autora: “Em ambientes de leitura on-line, a interpretação textual torna-se uma experiência social implícita – às vezes explícita – a partir do momento em que o leitor encontra uma obra.” (Murray, 2018, p 371, tradução nossa)¹⁶;

Para Wincourt (2009, p.13, tradução nossa), “A interação cotidiana das pessoas com os artefatos digitais, criou um vínculo mutuamente constitutivo de novos nichos culturais de produção de significado sociais”.¹⁷ Já pelo olhar de Castells (2006, p.18), “[...] o universo online ocupa um lugar quase central na vida da maioria das pessoas e constrói um ambiente com suas próprias dinâmicas de socialização, comportamento e estruturas.”

Para além de uma questão tecnológica, a relação com as mídias digitais diz muito sobre os processos de mudança na forma como interagimos, não somente entre nós, indivíduos, mas com a própria cultura, consumo e com a literatura. Para Martino (2014), essa relação nos proporciona uma forma de compreender a maneira como o ser humano entende a si mesmo, suas trocas, seus problemas e suas limitações, pois “[...] as mídias digitais, e o ambiente criado a partir de suas conexões, estão articulados com a vida humana — no que ela tem de mais sublime e mais complexo.” (Martino, 2014, p.9).

Portanto, a sociabilidade encontrada em redes sociais como o TikTok torna os leitores não somente parte deste meio, mas pessoas que atuam criticamente através de vídeos, de

¹⁶ In online reading environments, textual interpretation becomes an implicitly - sometimes explicitly - social experience from the very moment a reader encounters a work.

¹⁷ “La interacción cotidiana de las personas con estos artefactos digitales, ha creado un vínculo mutuamente constitutivo de nuevos nichos culturales de producción de significado social”

resenhas e de *trends* para a propagação e a circulação da leitura. Desse modo, assim como Diana Passy, curadora da Bienal do Livro, ao relatar que: “O diferencial do TikTok, diz ela, é garantir que cada livro encontre o leitor certo.” (O Globo, Souza, 2010),¹⁸ reacende a ideia elucidada por Zaid (2004) de que a leitura é um processo de conversação que tem como objetivo proporcionar que os livros certos cheguem aos leitores certos.

Em contrapartida aos dados expostos até o momento, apesar do impacto significativo apresentado pela web e redes sociais, existem ainda alguns fatores que influenciam essas dinâmicas, entre eles as desigualdades sociais. Isto, se tornou ainda mais evidenciado pela Pandemia da Covid-19 e trouxe desafios especialmente no setor de ensino. O Painel TIC COVID-19 – Edição 3^a (2020), realizado entre 10 de setembro a 1º de outubro de 2020 pelo O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.br), constataram que metade dos usuários de internet entre 16 anos ou mais com até o Ensino Fundamental realizaram atividades escolares online, 82% dos que frequentam escola ou universidade acompanharam aulas ou atividades remotas e, dentre eles, cerca de 36% relataram ter alguma dificuldade em relação ao acesso. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios (CETIC.br) em 2022, 39,3% declararam não estarem conectados à rede por ser muito cara. Para Canclini (2008, p.18), “A educação e a formação de leitores e espectadores críticos costumam frustrar-se pela persistência das desigualdades socioeconômicas, e também porque as políticas culturais se desdobram num cenário pré-digital”.

Em relevância a essa dinamicidade de olhares sobre o leitor e a leitura no Brasil, é preciso estar atento, pois, apesar do grande avanço que a tecnologia proporcionou para o compartilhamento e interação dos indivíduos, ainda se nota discrepâncias nessas possibilidades de acesso, principalmente em relação à desigualdade econômica. Desta maneira, esta pesquisa direcionou-se a observar a participação dos leitores e comunidades online, compreendendo os contextos em que ela está inserida e a complexidade existente no meio analisado.

¹⁸ SOUZA, Gabriel. Bienal do Livro de São Paulo mostra força do TikTok entre jovens leitores. O Globo, 2022. São Paulo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/noticia/2022/07/bienal-do-livro-de-sao-paulo-mostra-forca-do-tiktok-entre-jovens-leitores.ghtml/> Acesso: jul. 2022

2.3 ESTADO DO CONHECIMENTO

Como parte do desenvolvimento desta dissertação, foi realizada uma pesquisa com objetivo de reunir alguns trabalhos considerados mais relevantes e que se aproximavam dos conceitos principais pensados para nosso aporte teórico e em relação ao objeto de pesquisa. Para isto foram utilizadas as palavras-chave: *Booktuber*, *TikTok* e *BookTok*, para a pesquisa na base de dados de bancos como BDTD (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações) e na plataforma Sucupira. A escolha por trazer trabalhos que abordem o *Booktuber*, ou seja, a comunidade literária no YouTube, foi feita por se tratar de uma rede social com enfoque audiovisual, que tornou precursora na produção de conteúdos literários em formato de vídeo. As demais palavras-chave foram utilizadas, pois, tem relação direta com o aplicativo e nicho temático abordados neste trabalho.

A pesquisa foi feita pela primeira vez em 19/11/2021 e retomada em setembro de 2022, no *site* da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, com o filtro de busca: Trabalhos de Maior Relevância e assunto. Em ambas as buscas foram obtidos 6 resultados acerca do tema. Para a plataforma Sucupira, foram utilizados os filtros: área de Conhecimento – Comunicação Social e o Painel de informações quantitativas (teses e dissertações), onde foram encontrados 10 resultados relacionados à temática do *Booktube*. Para os termos *TikTok* e *BookTok*, não foram encontrados trabalhos nas duas plataformas, desse modo, foi realizado uma pesquisa utilizando o *Google Scholar* que trouxe 7 resultados de artigos e resumos, dois livros e a plataforma *TikTok Cultures Research Network* que compila estudos feitos na plataforma. Todos esses resultados foram de trabalhos realizados por pesquisadores estrangeiros. Finalmente, os resultados foram organizados em quatro diferentes quadros apresentados a seguir:

Quadro 1 — Palavra-chave Booktuber (BDTD, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações)

(continua)

Título	Autor	Ano	Palavras - chave	Tipo de trabalho
A comunidade discursiva dos booktubers: percursos de análise de comunidades virtuais	Vieira, Wesley Linhares	2018 PPGL - Dissertações defendidas na UFC	Comunidade discursiva Booktubers BookTube YouTube Videoreseñas	Dissertação
Livros e leitores nas redes de sociabilidade do YouTube	Silva, Renata Prado Alves	2018 Centro de Educação e Humanidades::Faculdade de Comunicação Social	Sentido Comunicação de massa Rede sociais on-line Livros e leitura Afeto	Tese
Booktube: comunicar a literatura pela via dos afetos	Mickael Braga Barbieri	2019 Comunicação Literatura Universidade Federal de Minas Gerais	Afetos Livro Booktube Youtube Crítica Literatura	Dissertação

Quadro 1 — Palavra-chave Booktuber (BDTD, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações)

(continuação)

Título	Autor	Ano	Palavras - chave	Tipo de trabalho
Não contem com o fim dos leitores: narrativas e mediação de leitura no canal da booktuber Pam Gonçalves /	Costa, Andressa Souza	2020 PPGCOM - Dissertações defendidas na UFC	Palavras - Chaves: Booktube Narrativas Mediação de leitura	Dissertação
O que BookTubers dizem sobre a tradução?: um estudo de resenhas de livros traduzidos	Costa, Carolina Gomes da,	2021	Tradutores Livros - Resenhas - Tradução e interpretação Celebridades da Internet Translator's (in)visibility Reviews of translations Booktube	Dissertação

Fonte: Autora (2022)

Quadro 2 — Palavras - Chave: TikTok/Booktok (Google Scholar)

(continua)

Título	Autor	Ano/Local	Tipo De Publicação
The TikTok Cultures Research Network	Crystal Abidin et al	2020	The TikTok Cultures Research Network is supported by a group of Asia Pacific-based Founding Members (est. October 2020) and a network of global Key Regional Leaders (est. September 2021).
How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people?	Margaret K. Merga	2021 Australia	Artigo
Mapeando celebridades da Internet no TikTok: Explorando Economias da Atenção e Trabalhos de Visibilidade1	Crystal Abidin2	2021 Australia	Artigo
TikTok Más allá de la hipermedialidad	Angel Torres-Toukoumidis Diego Vintimilla-Leon	September 2021 Estudiante at Universidad Politécnica Salesiana (UPS)	Livro

Quadro 2 — Palavras - Chave: TikTok/Booktok (Google Scholar)

(continua)

Título	Autor	Ano/Local	Tipo de Publicação
TikTok: usos e motivações entre adolescentes em Portugal	Alexandre Duarte Centro de Estudos Sociedade e Comunicação – Portugal alexandre_arte@yahoo.co.uk Patrícia Dias CECC – Universidade Católica Portuguesa – Portugal pdias@fch.lisboa.ucp.pt	2021	Artigo
TikTok's Peer Pedagogies – Learning About Books Through #Booktok Videos	Michael Dezuanni Queensland University of Technology	The 22nd Annual Conference of the Association of Internet Researchers Virtual Event / 13-16 Oct 2021	Resumo
Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok	Dr Bronwyn Reddan	2022 Disponível em: https://teenreading.net/wp-content/uploads/sites/250/2022/07/SocialreadingculturesonBookTube2Cbookstagram2CandBookTok.pdf	Artigo
BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading	Brenda K. Wiederhold, PhD, MBA, BCB, BCN	2022 Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking Volume 25, Number 3, 2022	Resumo

Quadro 2 — Palavras - Chave: TikTok/Booktok (Google Scholar)

(continuação)

Título	Autor	Ano/Local	Tipo de Publicação
Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros	Nataly Guíñez-Cabrera Profesora Asistente, Departamento de Gestión Empresarial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío, Chillán (Chile) Katherine Mansilla-Obando Profesora Asistente, Facultad de Economía y Negocios, Universidad Finis Terrae, Santiago (Chile)	2022 Chile	Artigo
TikTok Boom: Um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais	Chris Stokel-Walker	2022 Inglaterra Edição Brasileira publicada pela Editora Intrínseca	Livro

Fonte: Autora (2022)

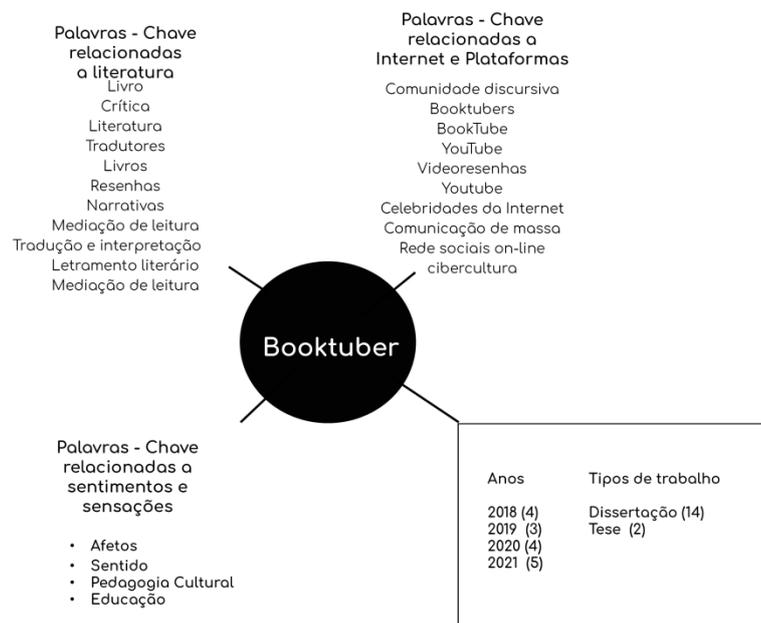
Notou-se uma grande presença de estudos que possuíssem como objeto de análise redes sociais, principalmente aquelas com enfoque nos fenômenos produzidos pelos *booktubers* e até mesmo na abordagem dos *influencers* literários como mediadores de leitura. Também foi identificado o protagonismo das personalidades da internet como a temática constante do universo literário online. As palavras-chave que apareceram mais relacionadas ao termo pesquisado (*booktuber*), foram as que abordaram contexto literário, sejam trazendo análises sobre o lugar do *booktuber* como crítico literário de maneira mais informal, seja ocupando um espaço como mediador. Dentro desse escopo também foram encontradas discussões que acionaram o papel do leitor em meio ao campo digital e as novas mídias, assim como abordando o objeto livro como um socializador. Os principais autores utilizados para relacionar essas discussões foram Michele Petit (2009) e Chartier (1997; 1998), Canclini (2008) e Martin-Barbero (2008).

Houve palavras-chave que se relacionavam com os estudos de rede e plataformas tanto por meio de conceitos de Shirk (2011) e Jenkins (2009), direcionando a compreensão de uma cultura de convergência, como também no processo de relações de comunidades em que foram acionados atores como Hine (2015) através de uma metodologia etnográfica voltada

para o meio online, Recuero (2009) trazendo um sistema de análise de redes sociais e Castells (1999, 2008) apresentando contextos de cibercultura.

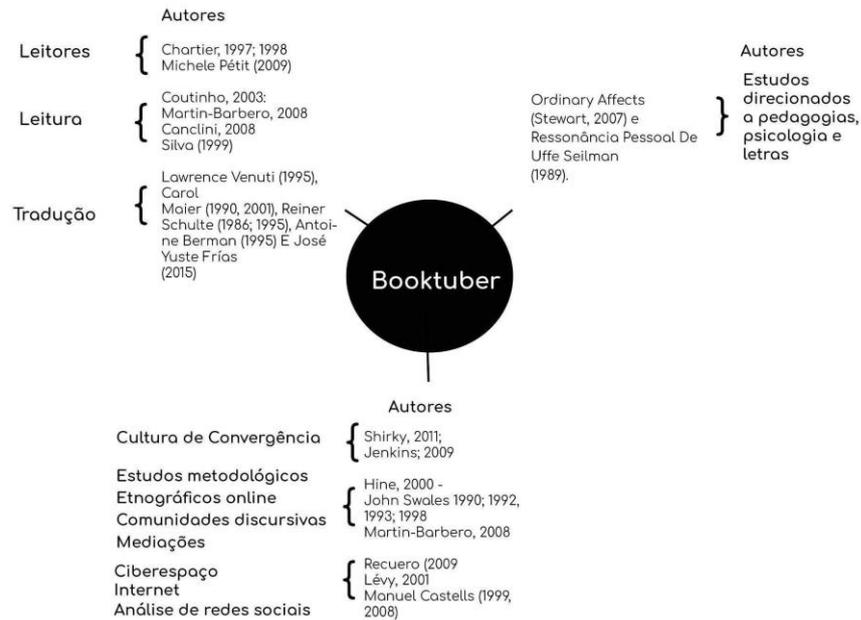
A tese de Renata Prado Alves (2018) abordou conceitos referentes à pesquisa sobre o impacto dos *booktubers*, as relações de sociabilidade, a relação afetiva dos leitores com os livros e sua materialidade com enfoque nos *unboxings* e *bookhauls* existentes no YouTube, sendo assim, ela auxiliou como base em alguns aspectos abordados neste trabalho.

Figura 1 — Esquema de palavras-chave relacionadas



Fonte: Autora (2022)

Figura 2 — Esquema de principais autores



Fonte: Autora (2022)

Poucas destas pesquisas, no entanto, abarcam ou se aprofundam sobre as relações que compreendem os aspectos de estruturação de comunidades da internet e as circulações da leitura compartilhada, que são enfoque desta dissertação. Portanto, neste trabalho, busca-se compreender essas estruturas como a forma de apropriação do leitor, como se estrutura essa consciência coletiva de compartilhamentos, formações que caracterizam a comunidade do *booktok* e os reflexos destes movimentos possuem para a diversidade literária. Para isto, foi escolhido realizar a exploração da rede social Tiktok, lançada em 2016 pela empresa chinesa *ByteDance* e que hoje está presente em mais de 40 linguagens, se transformando em um fenômeno mundial que tem trazido questionamentos importantes sobre o impacto para o setor literário da atualidade.

Também foi feita uma busca no *site* Repositório de Teses e Dissertações da Universidade Federal de Santa Maria, na área de Comunicação Social, utilizando as palavras-chave apresentadas anteriormente, mas não houve resultados, apenas trabalhos relacionados com as temáticas de leitor, literatura e livro. Sendo assim, foram encontrados 6 trabalhos que mais se aproximavam das temáticas de leitura e internet.

Quadro 3 — Repositório Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Maria

Tipo de trabalho	Autor	Título
TCC de Especialização	Oliveira, Janete Pereira de	Leitura e mídias: desafios e oportunidades 2013
TCC de Especialização	Prevedello, Jocellaine Piveta	A importância da leitura e a influência das tecnologias 2010
TCC de Especialização	Galera, Justina Inês	O blog: espaço de incentivo a leitura 2011
TCC de Especialização	Davis, Nilciane Cereni Marcon Greff	A leitura no ensino fundamental e o papel da gestão escolar na formação do leitor cidadão 2016
TCC de Especialização	Azevedo, Mariley Schneider Reis de	Uso do blog para mediação de leitura: poesia 2018
TCC	Rossi, Jean Silveira	Clube TAG Livros: comunicação de experiências literárias em uma comunidade de leitores 2018
Dissertação	Machiavelli, Marina	Usos e apropriações do livro por adolescentes: a internet como mediadora de novas práticas 2018

Fonte: Autora (2022)

2.4 ESTADO DA INFORMAÇÃO

Para além de um apanhado de pesquisas realizadas na internet sobre compartilhamento de leitura e suas demais abordagens, foi necessário realizar um compilado de principais notícias a respeito do TikTok e da leitura que circularam na rede e se destacaram para nortear alguns tópicos abordados nesta pesquisa. Os resultados encontrados situam-se entre os períodos de 2021 e 2022 e foram organizados a partir da linguagem de origem das notícias.

Quadro 4 — Reportagens sobre a circulação e leitura dos jovens no TikTok

(continua)

Título	Veículo	Ano	Linguagem	Autor
Meet the TikTok creator helping Black readers find their main characters, one recommendation at a time	CBSNEWS	Maio/2021	Inglês	Christen Jones
#BookTok : quand pleurer sur TikTok fait vendre des livres	LADEPECHE.fr	Março/2021	Francês	
BookTok, quand les ados racontent leur littérature sur TikTok	RTS.Culture	Abril/2021	Francês	
Sur TikTok, les fans de livres se font une place, avec les BookTok et les Reading Vlog	RadioFrance	Abril/2021	Francês	Christine Siméone
Sur le « #booktok », les jeunes utilisateurs de TikTok se réapproprient les critiques littéraires	LeMonde	Maio/ 2021	Francês	<u>Adélaïde Tenaglia</u>
'Booktok': onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia	G1.Pop&Art	Julho/2021	Português	Thaís Matos
10 BookTokers que você precisa seguir no TikTok Os perfis mostram o lado divertido da literatura	Guia do Estudante	Março/2021	Português	Luccas Diaz

Quadro 4 —Reportagens sobre a circulação e leitura dos jovens no TikTok

(continuação)

Título	Veículo	Ano	Linguagem	Autor
A influência do BookTok entre os jovens no mercado literário	ESPM. Portal Jornalismo	Agosto/2021	Português	Equipe do Portal
Apanhadão: TikTok, a máquina de vender livros	Publishnews	Julho/2021	Português	Redação Mercado Editorial
Literatura LGBTQI+: mercado nacional expande espaço para livros e autores	O Povo	Dezembro/2021	Português	Clara Menezes
Literatura via TikTok	ISTOÉ	Dezembro/2021	Português	Taísa Szabatura
'Booktokers': los nuevos prescriptores de libros están en TikTok Las recomendaciones literarias cobran fuerza en la red social de vídeos. Y las editoriales han empezado a tomar nota.	COOLT	Maio/2021	Espanhol	
El libro de papel vive un bum gracias a TikTok, Instagram y YouTube	El País	Abril/2022	Espanhol	Karelia Vázquez

Fonte: Autora (2022)

Para o acesso às reportagens foi realizada uma pesquisa através das palavras-chave: TikTok, livros e leitura utilizando o buscador Google e do filtro *news*, a partir daí foram compilados no quadro 4 as reportagens mais relevantes encontradas. Para garantir a maior confiabilidade, foram priorizadas notícias de fontes reconhecidas nacional e internacionalmente como o jornal El País, Le Monde, O Povo, entre outros veículos.

Os conteúdos encontrados nas reportagens abrangem, em sua maioria, o papel de destaque que os usuários do TikTok vêm adquirindo e as reações do mercado editorial mediante ao fenômeno, a influência para o resgate do hábito da leitura e o interesse dos jovens pelos livros. Alguns dos temas serviram como base para pensar as possíveis abordagens e recortes a serem feitos durante o desenvolvimento desta dissertação, assim como pontos chave para a estruturação do formulário utilizado para a categorização das coletas.

3. TROPE: RECURSOS METODOLÓGICOS

A metodologia escolhida para o desenvolvimento deste trabalho utiliza a netnografia de Christine Hine (2015) e Kozinets (2014). A netnografia, ou seja, a etnografia para o meio digital¹⁹, vem ganhando destaque nos estudos de culturas e comunidades online. De acordo com Kozinets (2014), esse método se torna interessante para compreender a etapa em que a sociedade se encontra, pois estamos mais conectados e imersos no mundo virtual. Portanto, observar como as relações estão acontecendo, mostra-se necessário à medida que as tecnologias permeiam mais profundamente diferentes instâncias das nossas vidas tornando quase impossível dissociar nosso “eu” *online* do “eu” *offline*.

Pela escolha do marco teórico, tendo como foco a antropologia da leitura, os conceitos de consumo entremeados a de Canclini (1992, 1997, 2008, 2014, 2015, 2017, 2021) e os usos do TikTok pelos leitores para a divulgação literária, a netnografia se apresenta bastante eficaz como método, visto que os estudos sobre internet e comunicação tem contribuído para a melhor compreensão dos estudos culturais, das mediações, de comunicação etc. (Kozinets, 2014). Associamos a etnografia brevemente aos estudos Recuero (2017) para dar suporte aos funcionamentos da plataforma em sua fase exploratória, e assim tornar mais eficaz o período de análise dos dados coletados. De maneira geral, as decisões metodológicas feitas para este trabalho são uma forma de procurar significados que possam passar despercebidos em um primeiro contato, por meio de uma observação mais aprofundada ao usar pistas presentes nas mensagens (Martino, 2014).

¹⁹ Estes termos serão utilizados como sinônimo neste trabalho.

3.1 TO BE READ: FILIAÇÃO TEÓRICA

“Nem indivíduos soberanos, nem massas uniformes” (Canclini, 2008, p.17) assim inicia o autor no capítulo “Audiências” de seu livro *Leitores, Espectadores e Internautas*. Para ele “[...] os públicos não nascem, mas se formam, porém de modo diverso quer se trate da era de Gutenberg ou da digital.” (*Ibid*, p.17). Isto nos faz refletir sobre a posição desses indivíduos e como sua participação nas esferas digitais configuram papéis e dinâmicas, com especificidades distintas das instituídas antes do surgimento das novas tecnologias e da *web*, porém, não menos relevantes e complexas. Com a aceleração das mudanças que a sociedade tem vivenciado nos últimos anos, as relações ganham novas facetas na maneira como se relacionam e se comunicam, despertando novos ângulos de análise e levantando questionamentos pertinentes ao campo da pesquisa da comunicação.

O principal viés teórico escolhido será a partir de uma vertente dos Estudos Culturais latino-americanos, em que será pensado o consumo cultural pelo viés de Canclini (2015) associando aspectos do estudo sobre Antropologia de Leitura. Por meio dela, será possível compreender as questões acerca da diversidade e interculturalidade presente na formação de leitores distintos e suas interações nas redes sociais da internet, neste caso o TikTok. Esse conceito auxiliará como aporte de pesquisa para compreender como se organizam essas relações sociais virtuais de trocas e compartilhamento, e como elas permitem a popularização de títulos, autores e debates sobre demais perspectivas relacionadas ao mundo editorial e literário. Desta maneira:

[...] conhecer mais os leitores do que a fortuna dos livros, observar as ligações entre as práticas e os imaginários que os acompanham, reconhecer a diversidade e compreender as relações interculturais entre quem lê, o hábito de partilhar e manifestar esse consumo. (Canclini *et al*, 2015, p.13, tradução nossa)²⁰

Com a emergência das novas tecnologias e da internet — que promoveu um estreitamento das barreiras geográficas — se fortaleceu ainda mais o ato de compartilhamento sobre o que se lê, promovendo assim uma reformulação de práticas antigas ao mesmo tempo que procura democratizar espaços em um novo ambiente digital. Ao lado dos debates trazidos por Chartier (2011), traremos Canclini (2008), cujo conceito de leitor será utilizado para direcionamento deste trabalho e o compreende em uma classificação a partir das práticas de

²⁰ [...] conocer a los lectores más que la fortuna de los libros, observar los vínculo entre las prácticas y los imaginarios que los acompañan, reconocer la diversidad y entender las relaciones interculturales entre quienes leen el hábito de compartir manifiesta ese consumo

internauta. Desta forma, fazemos alusão a um: “[...] agente multimídia que lê, ouve e combina materiais diversos, precedentes da leitura e dos espetáculos” (Canclini, 2008, p.22) em que será aplicado o reconhecimento do leitor como um receptor participativo que interage, produz e se apropria da participação na circulação do conteúdo literário, e que como elucidado por Fausto Neto (2010, p.10 *apud* Braga, 2012, p.39):

Passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação. Aparece então ‘como resultado da diferença entre lógicas de processos de produção e de recepção de mensagens’. Torna-se, portanto, um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional, na prática social; e de descobertas, na investigação

Por meio deste leitor internauta, a leitura se torna ainda mais um ato de trocas, pois de acordo com Chartier (2011, p.20) “[...] uma vez que cada leitor, a partir de suas próprias referências, individuais ou sociais, históricas ou existenciais, dá um sentido mais ou menos singular, mais ou menos partilhado, aos textos de que se apropria”, portanto, o meio online, torna-se um ambiente bastante interessante de ser observado, por facilitar esta prática de interações e suas limitações. Acionando novamente Canclini (1997) investiga-se a possibilidade de inferir as racionalidades do consumo à produção de conteúdo no TikTok.

Outro interesse que desperta a atenção é a multiplicidade de olhares possíveis sobre o uso da rede e suas dinâmicas de interação. Portanto, há uma necessidade cada vez mais urgente em compreender suas estruturas e movimentações no meio digital, já que ela traz reflexos das organizações encontradas nas relações sociais do mundo *offline*. As características particulares encontradas no meio *online*, especialmente em redes sociais, tal qual o TikTok, objeto de enfoque deste trabalho, proporcionam ferramentas de acesso muito amplas, por meio dos *affordances*, elementos que emergem das características técnicas dessas plataformas e permitem investigar seus processos de apropriações.

Desta maneira, o que se visa entender são as práticas exercidas por leitores-produtores e suas interações no meio digital. Jenkins (2016), em entrevista para a revista Intercom, afirma que: “Alguns dos impulsos para uma cultura mais participativa foram operados em conjunto com as estratégias da Web 2.0, que visam conter e mercantilizar o desejo do público de ter mais voz nas decisões que impactam a produção de mídia e circulação.” (*Ibid*, p.176). Isto implica em uma conexão gradativamente mais complexa, entre os meios de transmissão e as mídias sociais, desta forma, a fluidez com que os conteúdos se disseminam em rede dá destaque para seu potencial de produção, circulação e compartilhamento pelos usuários. Segundo Jenkins, para a existência e manutenção de um ambiente ideal para a propagação

deveria existir uma sensação de que a participação é importante e, portanto, haveria respaldo social para permitir que vozes mais diversas fossem ouvidas.

Juntamente a isto, Michele Petit (2009) elucida a importância da leitura e do compartilhamento como uma forma de produzir sensação de pertencimento do leitor. Segundo ela, essa troca é uma forma de se conectar com o outro, pois, “Ler não se isola do mundo. Ler introduz um mundo de forma diferente.” (Petit, 2009, p.45), desta maneira, ler possibilita abrir-se para o outro, não somente pelas formas de sociabilidade e pelas conversas que se tecem em torno dos livros. Mas também porque a experiência de leitura, que não se baseia somente em uma relação de experiência individualizada, mas em um ato de humanidade compartilhada pela qual a relação com o próximo é transformada. É possível pensar nessa leitura compartilhada articulando-a juntamente a ideia de Zaid (2004) em que, como sugerido pelo autor, estabelecer um ato de conversação é peça fundamental desta dinâmica de relações que se constitui entre o leitor e a leitura.

3.2 TREND: MAPEAMENTO EXPLORATÓRIO

A escolha da netnografia se mostra eficiente como metodologia para exploração e análise pelas particularidades de funcionamento que as redes sociais possuem, sendo as principais: a busca fácil do conteúdo e potencial de escalabilidade, ou seja, circulação de determinada postagem por meio da replicação de um conteúdo. Isto é bastante presente na interação que ocorre no TikTok, cuja circulação é regida por uma lógica algorítmica que possui enfoque em manter o usuário cada vez mais conectado e ativo ao usar a rede social (Smith, 2021). Logo, a rede consegue instituir uma dinâmica de navegação que favorece o alcance e, portanto, a “viralização” de seus conteúdos (Abidin, 2021).

Também é possível observar, por meio das interações, os espaços sociais *online* onde as pessoas compartilham e fazem circular esses conteúdos, assim como a apropriação da rede por esses usuários, mais especificamente os leitores. Para Hine (2015, p.41), “O processo de construção das identidades virtuais torna-se um enfoque signficante para a pesquisa [...], pois a internet tem se tornado parte de nós”. Desta maneira o conhecimento da netnografia permite uma observação em detalhe sobre como as atividades de rede acontecem.

Kozinets (2016) aborda como esse método se torna uma importante ferramenta para a realização de uma etnografia criativa, ou seja, maneiras de conduzir pesquisas para compreender como os meios *online* estão crescendo e mudando a sociedades e seus modelos de relações. Segundo o autor: “Etnografias de comunidades e culturas online, estão nos informando como essas formações influenciam na cultura do self, como elas expressam a condição pós -moderna e como elas simultaneamente libertam e limitam” (Kozinets, 2014, p.41). Esses grupos que se formam a partir da hiperconectividade que a internet proporciona trazem novas perspectivas sobre as organizações sociais, as relações de poder, o trabalho e os aspectos econômicos. Assim, além de auxiliar na inserção no campo digital, pretende-se utilizar a netnografia para buscar estabelecer o tipo de orientação pela qual se pode definir o TikTok dentro do espectro das comunidades *online*.

Em sua pesquisa etnográfica, que utilizou o meio social como mediador, Corell (1995 *apud* Kozinets, 2014), identificou quatro principais perfis de participação em comunidades *online*: **habituais, principiantes, espreitadores e agressores**. A partir disto, Kozinets (2014) complementa que os participantes podem ser conceituados em dois fatores principais: 1) relação entre pessoas e a principal atividade de consumo; 2) relações sociais reais estabelecidas por essa comunidade. De acordo com o autor, esses fatores aparecem, muitas vezes, como inter-relacionados e por meio deles é possível orientar com mais precisão os

tipos de membros presentes nas comunidades. Portanto, por meio das interações que os indivíduos apresentam com a literatura, os livros e dinâmicas de participação encontradas no *booktok*, busca-se estruturar classificações conforme os conceitos estabelecidos por Kozinets (2014) para compreender o papel que os membros e que a própria comunidade possui neste sistema social *online* e seus principais significados por trás das relações. Esses critérios serão associados à sociabilidade construída a partir da noção de antropologia de leitura (Canclini *et al* 2015) e aos estudos sobre consumo de Canclini (1997, 2008, 2014 2015, 2017, 2021) a fim de obter uma análise condizente com os propósitos desta pesquisa.

Para a realização da exploração, coleta e análise serão aplicados os principais passos que constituem uma pesquisa netnográfica, são elas: 1) definição das questões de pesquisa, *websites* ou tópicos a serem investigados; 2) Identificação e seleção da comunidade; 3) Observação participante da comunidade (imersão) e coleta de dados; 4) Análise de dados e interpretação interativa de resultados; e 5) Apresentação de relatos dos resultados de pesquisa e/ou implicações teóricas e/ou práticas (Kozinets, 2014). Seguindo os passos propostos, a metodologia foi organizada em 3 fases principais, de acordo com o quadro a seguir:

Quadro 5 — Etapas de pesquisa

Fase	Atividade	Modo/Forma	Objetivo
Fase 1	Observação dos conteúdos circulantes no TikTok temáticas de literatura Entendimento sobre o funcionamento da plataforma	Observação exploratória das funcionalidades do TikTok e das # (<i>hashtags</i>) para perceber as primeiras impressões sobre os temas, conteúdos e formas de interação	Auxiliar em uma delimitação da pesquisa.
Fase 2	Coleta de dados da rede social	Diário de campo como o principal suporte para registrar os movimentos observados na rede entre outras informações encontradas durante a fase exploratória da pesquisa, juntamente com a aplicação de um protocolo de coleta.	Classificar e permitir melhor sistematização dos dados a serem coletados.
Fase 3	Análise e interpretação a partir da netnografia dos dados coletados	A partir do resultado dos dados obtidos fazer uma interpretação qualitativa sobre eles.	Entender as dinâmicas, e particularidades das interações em rede e quais seus significados para os impactos nos meios editoriais, interações, divulgação de títulos literários e diversidade

Fonte: Autora (2022)

3.3 TIKTOK VAI, VAI, VAI MOVIMENTANDO

Não se pode negar que o TikTok tem sido responsável por engajar tendências das mais simples até as extremamente criativas que caem no gosto do público independente de seu nicho. Por ter se originado de uma imersão com o *Musica.ly*, que possuía como carro chefe de seu conteúdo a dublagem de músicas e áudios, o TikTok teve seu início com uma popularização de vídeos relacionados a este meio, tornando-se um *boom* na indústria musical e da “viralização” das dancinhas postadas pelos usuários. Entretanto, a variedade de conteúdos que hoje figura na plataforma tem aumentado a cada dia, construindo grandes e diferentes nichos, que vão desde o misticismo da bruxaria Wicca e leituras de Tarô, até uma variedade de *ASMRs*²¹ e vídeos de organização e limpeza de casas. De acordo com Smith (2021) e Abdin (2021) o motivo do TikTok ser favorável para que esses diversos conteúdos encontrem seus nichos se deve a uma lógica algorítmica que se apresenta nas primeiras navegações como aleatória e sem organização determinada e a partir disso “aprende” o que o usuário gosta, tornando o conteúdo mais personalizado com o tempo.

Segundo Walker (2022) esse funcionamento do algoritmo é chamado de “gráfico de conteúdo”, ou seja, leva em consideração o que o usuário assiste ao invés do nicho social de seguidores, o que torna o fluxo de “viralização” mais fácil, pois, ele não se fixa na popularidade das contas ou números de seguidores, tornando possível que qualquer vídeo possa ganhar um alcance considerável. A mobilidade da plataforma, não está somente presente nesse aspecto de funcionamento do algoritmo, mas também na construção adotada para o *layout* do TikTok, que favorece a interação do usuário com os vídeos da plataforma e, com pouco mais de um toque, facilita com que esses conteúdos possam ser replicados e compartilhados não somente dentro do dispositivo, mas em outras redes sociais, promovendo uma circulação rápida em vários espaços da internet:

Nas outras redes sociais, esses vídeos muitas vezes alcançam uma audiência que superava o número de visualizações do próprio TikTok. Segundo a lógica da ByteDance, se houvesse muitos vídeos com a marca-d'água do TikTok no Twitter, alguém hesitante em baixar o aplicativo poderia acabar lhe dando uma chance (Walker, 2022, p.70).

Além disso, o meio de navegação principal do aplicativo é um sistema de *tags* que facilita com que o conteúdo possa ser compilado e encontrado em sua ferramenta de busca. Outro fator que diferencia o TikTok dos demais aplicativos e redes sociais de vídeos é a

²¹ *Autonomous sensory meridian response* ou resposta sensorial meridiana autônoma, refere-se a sons que provocam sensação de relaxamento.

praticidade com que os processos de criação e edição do conteúdo podem ser feitos, possibilitando com que qualquer usuário produza do mais simples ao mais elaborado dos vídeos e desta forma: “O TikTok destrói a linha entre espectador e criador” (Walker, 2022, p.12). Essa mobilidade fez com que a associação dos conteúdos presentes no TikTok, ganhasse um *status* de popularidade e diversão entre seus consumidores, construindo uma imagem em que tudo é possível.

Yasmin How, diretora editorial do TikTok do Reino Unido, ao ser entrevistada pelo pesquisador Walker (2022) relata que há uma grande dificuldade em afirmar como o algoritmo do TikTok funciona. Segundo ela, nem mesmo a equipe de algoritmo saberia responder a esta pergunta e que complementa que “[...] é sofisticado demais.” (Walker, 2022, p.90). No entanto, a partir de algumas observações da rede é possível perceber a forma com que o desempenho dos vídeos postados se adequa a plataforma e é situado na grande biblioteca do aplicativo.

Por seu caráter primário orientado por “gráfico de conteúdo”, a tendência do algoritmo do TikTok é evitar a criação das denominadas “bolhas sociais” e, portanto, objetiva variar as sugestões que levam aos vídeos feitos pelos mesmos criadores, mostrando conteúdos diversos dentro das temáticas de interesse. Outra característica do algoritmo é que ele é embasado majoritariamente na economia de atenção, ou seja, o interesse do usuário precisa ser conquistado no menor tempo possível: “[...] se os três primeiros segundos chamaram a atenção, é mais provável que o usuário assista ao vídeo inteiro, então o conteúdo vai ser sugerido para cada vez mais pessoas”. (Walker, 2022, p.90).

Por esta lógica, a maioria das estratégias dos vídeos publicados no aplicativo consiste em utilizar recursos de *tagueamento*, legendas e na adesão de *trends*, para que possam assim acumular engajamentos e figurar na *For You* (Para Você), página principal do aplicativo e onde o usuário tem o contato com o conteúdo de maior relevância para ele dentro da rede social. O interessante dessa seção principal é que ela não é a mesma para todos os usuários: “Embora diversas pessoas possam encontrar alguns dos mesmos vídeos em destaque, o *feed* de cada pessoa é único e feito sob medida para aquele usuário específico” (Walker, 2022, p.92).

A partir dessas compreensões e explorando as possibilidades de navegação presentes no aplicativo, iniciou-se o período de observação. A escolha por utilizar as *hashtags* como ponto principal dessa fase exploratória foi feita porque as *tags*, segundo ressalta Fernandez (2018), são um componente importante no sistema de circulação de conteúdos encontrados em rede. O TikTok, após um acompanhamento inicial, demonstrou possuir por meio desse

sistema um dos principais modos de organização de seu conteúdo. Essa navegação mostra-se bastante valiosa especialmente para a manutenção do estilo de conteúdo que o TikTok objetiva alcançar, com enfoque na “viralização”, pois, de acordo com Bernards (2019, p.3): “Em termos linguísticos, a hashtag existe, portanto, no limiar entre texto e metatexto, e traz à tona as etapas anteriormente ocultas de catalogação e indexação.”

Além do uso do formato tradicional de *taguear* utilizando o símbolo da cerquilha ou jogo da velha (#) juntamente a uma palavra-chave, como foi popularizado pela rede social Twitter (2007) e Instagram (2010) em seus sistemas de navegação, o TikTok também utiliza recursos como áudios e um sistema de *stitch* (costura, em tradução literal do inglês) como *tags* de navegação para organizar conteúdos com temas similares. De acordo com Abidin (2020) os áudios entrariam em uma categoria chamada *templatability*²², ou seja, um recurso utilizado para engajar a popularização e “viralização” de memes. Esses áudios podem ser encontrados como produções que fazem parte da biblioteca original disponibilizada pelo aplicativo, mas também podem ser adicionados, editados e mixados pelos próprios usuários, ou seja, segundo a autora, este é um dos recursos inovadores do aplicativo. Esses áudios, também são ferramentas essenciais para a construção narrativa de um vídeo ou para a consolidação de uma *trend* viral e podem vir acompanhados de “transições”, como são denominados os efeitos de edições presentes no vídeo. Todos esses recursos podem ser utilizados para navegação para encontrar conteúdos semelhantes de acordo como interesse do usuário que faz a busca.

²² Templatabilty lies at the heart of online memes and especially crisis memes. The memetic process is a product of the human capability to separate ideas into two levels – content and structure – and then contextually manipulate that relationship. Templating is the practical, methodical and material process by which this contextual manipulation is expressed. The practices of templating have developed over time, and it is worth providing a brief history of three. (Rintel, 2013, p.256.) Disponível em <https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2013/06/Rintel-2013-CrisisMemes.pdf> Acesso: 12 set. 2023

3.3.1. Primeira fase: Análise Exploratória

A primeira etapa metodológica consiste em uma análise exploratória da rede social TikTok, ou seja, o objeto a ser observado. A escolha para esse momento é focada em acompanhar a rede como um todo, observando os principais assuntos que circulam, como também os conteúdos de maior relevância do universo literário indicados pela rede social, a fim de entender como ela funciona e possíveis características do algoritmo.

Assim, o propósito é mapear o TikTok para investigar as principais abordagens dos usuários, as interações, as postagens, os principais livros debatidos etc. Foi, portanto, estabelecido um período de observação e critérios de coleta para, posteriormente, permitir a organização dos dados para a análise dos conteúdos. Essa etapa atua como uma entrada no campo a fim de conhecer suas dinâmicas de interação e funcionamento. Desta forma, o processo foi sistematizado da seguinte maneira:

- a) Criação dos Perfis: perfil 1 criado em maio de 2021 e perfil 2 criado aproximadamente em maio 2020;
- b) Início das observações oficiais: em maio de 2021, utilizando o perfil 1 e novembro de 2021 utilizando o perfil 2;
- c) Início da coleta: novembro de 2021 até junho 2022, utilização de 2 perfis para coleta e navegação na rede social;
- d) Coleta realizada na última sexta de cada mês;
- e) Coleta dos 10 primeiros vídeos classificados como “Mais relevantes” e “Mais Curtidos do TikTok: feita manualmente utilizando o recurso de *download* oferecido pela própria plataforma;
- f) Período de pausa;
- g) Retorno para observação e codificação.

Merga (2021), ao elaborar a metodologia de pesquisa para mapeamento do TikTok, utilizou um perfil criado para observações com a finalidade de que este não fosse influenciado pelas preferências pessoais de uma conta pessoal já existente. Essa metodologia também foi aplicada a esta pesquisa, entretanto, optou-se por utilizar, para fins comparativos, dois perfis de observação com o objetivo de acompanhar as diferenças de comportamento do algoritmo em sua fase de aprendizado em relação a uma conta ativa a mais tempo. O perfil 1, foi criado em maio de 2021 e em um primeiro momento contava com as configurações automáticas

fornecidas pelo aplicativo. O *user*²³ foi gerado aleatoriamente seguindo as diretrizes da plataforma para a configuração da conta, ademais, o perfil não possuía foto de identificação e nenhuma informação personalizada, mantendo-se com os dados básicos padrão para todos os novos usuários.

O perfil 2 foi criado em maio de 2020, com seu início de uso como ferramenta de observação e coleta para essa pesquisa em novembro de 2021, trata-se da conta pessoal da pesquisadora, que já era utilizada há algum tempo. O *user*, fotos e informações pessoais eram personalizadas e o algoritmo já havia sido “ensinado” em relação aos gostos e preferências de visualização de conteúdo. O monitoramento destes dois perfis não teve um início simultâneo, isso ocorreu, pois, por motivos do Perfil 1 se tratar de uma conta de usuário nova, priorizou-se um período de acompanhamento um pouco maior para observar o processo de aprendizado do algoritmo. A partir destes dois perfis a observação se dividiu em dois momentos:

Quadro 6 — Perfis

1º momento: maio 2021/novembro 2021	2º momento: meados de maio de 2022
Perfil 1: Busca e navegação no TikTok utilizando a conta “não finalizada”	Perfil 1: Informações pessoais personalizadas: <i>user</i> , aniversário, fotos etc. Acompanhamento e interação das <i>tags</i> selecionadas
Perfil 2: Acompanhamento flutuante dos conteúdos que apareciam na página principal (<i>For You</i>) sem delimitar as # de observação mantendo a navegação usual	Perfil 2: Acompanhamento e interação das <i>tags</i> selecionadas

Fonte: Autora (2022)

A partir de uma busca geral feita na rede com a palavra “livro”, foram acompanhadas posteriormente as *hashtags* que apareceram com maior destaque nos vídeos relacionados às temáticas de literatura: *#booktok* e *#booktokbr*, *#booktokbrasil*, que se destacavam no nicho literário do TikTok com o objetivo de mapear a rede social seguindo os preceitos de relevância, atividades, interações substanciais propostas por Kozinets (2014) como diretrizes para a entrada e coleta do campo.

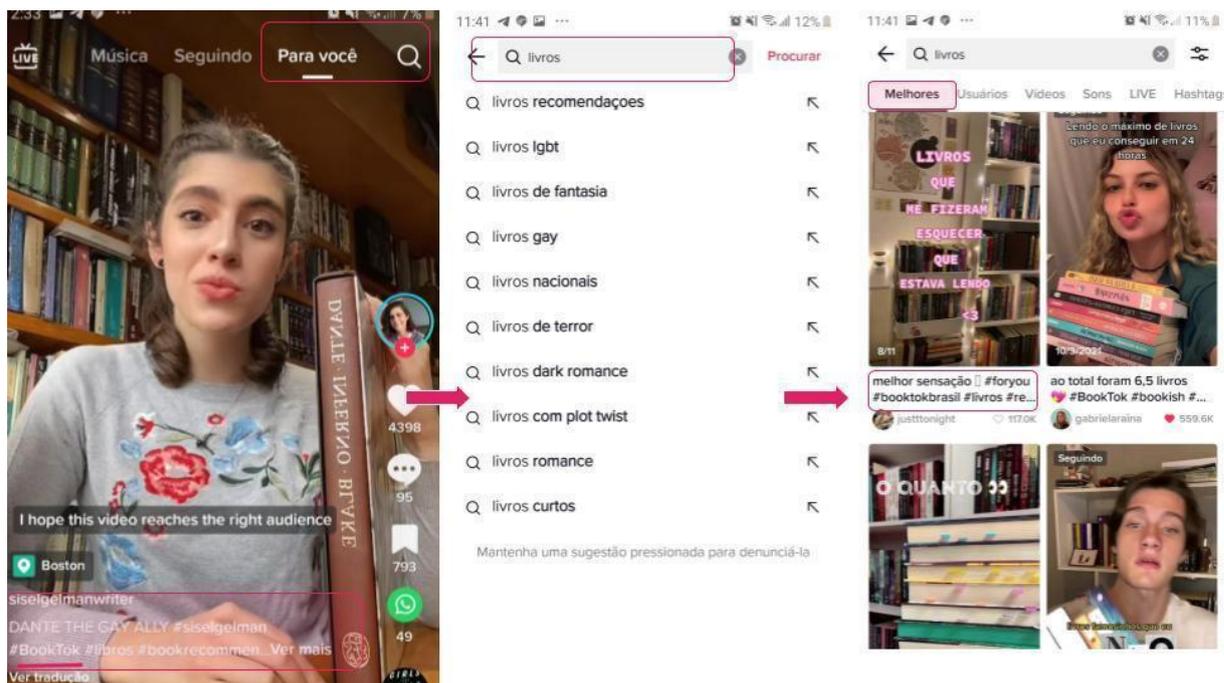
Durante as observações dos perfis, as anotações das informações aprendidas sobre a rede foram registradas em um diário de campo, em suas duas versões: uma digital presente em

²³ Modo que se denomina o nome de perfil do usuário

um documento no *Google Drive* e uma versão física em forma de caderno. A opção de manter os registros em mais de uma plataforma foi feita tanto pela praticidade ao consultar as informações quanto pela segurança em manter os dados coletados salvos em mais de um lugar. De acordo com Martino (2018), a utilização de um diário de campo serve como um documento que posteriormente ao ser consultado, nos permite encontrar informações que podem ser enriquecedoras para o desenvolvimento da pesquisa, assim como um ferramenta usada na etnografia, neste caso sua vertente para o objeto virtual, a netnografia, situar as particularidades do meio onde se está inserido. Esta fase, portanto, possui como enfoque o aprendizado das dinâmicas destes leitores no TikTok, já que é de grande importância para o netnógrafo compreender os contextos, a cultura e as técnicas e regras que regem determinada comunidade. Para isto, o diário de campo se apresenta como o principal suporte para registrar os movimentos observados na rede entre outras informações encontradas durante a observação da pesquisa juntamente a aplicação de um protocolo que objetiva, ao fim da observação, auxiliar na organização do material coletado em categorias de análise.

Como proposto neste trabalho, utilizaremos o nicho literário do TikTok como recorte de pesquisa, a fim de compreender como esses recursos e a navegabilidade do aplicativo são utilizadas para a popularização e fortalecimento das sociabilidades nas comunidades literárias. Iniciamos nossa entrada no campo, portanto, buscando pelo termo chave na barra de pesquisa do aplicativo. A palavra “livro”, foi escolhida como ponto inicial para se inserir no campo, por possuir uma maior amplitude de busca, desta maneira ao escrevê-la, é possível encontrar uma imensidão de conteúdos relacionados a temática, em primeiro momento não há necessidade nem mesmo de apertar o botão de pesquisa para que as sugestões sejam feitas e o TikTok imediatamente recomenda algumas *tags* relacionadas por meio de uma aba de sugestões. Entretanto, ao navegar pelo recurso de busca somos direcionados a uma página onde estão compilados todos os vídeos acerca do universo literário, além de um espaço onde se pode encontrar perfis sugeridos que possuem a palavra-chave ou variação, em seu *user* ou *bio*, áudios etc. Além destes conteúdos, há a presença de *hashtags* mais populares, entre elas, foram observadas como as de maior relevância para o tema livros, as seguintes: *#booktok*, *#booktokbr* *#booktobrasil*, *#bookstan* e *#fofocaliterária*. Devido a quantidade de conteúdos encontrados e o extenso período estipulado para a fase de observação e coleta, foi tomada a decisão de utilizar como filtro de pesquisa a seção de mais relevantes/visto e limitou-se a coletar os dez primeiros vídeos dessa categoria.

Figura 3 — Fluxograma da página principal e de pesquisa do TikTok



Fonte: Autora (2022)

A partir desses dados, foi feito um comparativo utilizando os dois perfis do TikTok para entender as particularidades de como o aplicativo se comportaria a partir das navegações feitas em cada um deles. Esse momento inicial da observação e coleta, não somente objetiva a comprovação de algumas informações acerca do funcionamento do aplicativo, já que estabelece um panorama sobre as estruturas de comunicação presentes, portanto, ao optar por esse tipo de abordagem para a entrada no campo, utilizamos uma combinatória de netnografia e Análise de Redes Sociais (Recuero, 2016). De acordo com Kozinets (2014) Análise de Redes Sociais (ARS) associada a netnografia proporciona uma visão geral do campo em vários aspectos como:

- Aprender sobre a estrutura das comunicações de uma comunidade
- Discutir padrões de relações ou vínculos sociais
- Descrever diferentes tipos de relações e intercâmbios sociais entre membros de uma comunidade online
- Estudar os padrões reais e o real conteúdo das comunicações de comunicação de comunidades eletrônicas.
- Estudar fluxo de comunicação e conexão entre diferentes comunidades eletrônicas etc. [...] (Kozinets, 2014, p.57)

Como ressalta Abdin (2020) pelo fato de existirem ainda escassas pesquisas sobre o TikTok e seu funcionamento, a associação destas duas metodologias visam proporcionar um

aprofundamento na compreensão das estruturas e dinâmicas de navegação que fazem parte não somente da rede como um todo, mas do nicho escolhido em específico. Ao utilizar os perfis e a navegação pelas *hashtags*, é possível compreender como se portam os aspectos de (1) persistência; (2) replicabilidade; (3) escalabilidade; e (4) busca em diferentes fases de uma conta de usuário ao integrar a rede.

Em maio de 2021 foi criado o Perfil 1, nesse período ele se manteve sem seguidores e não seguiu nenhuma conta. Essa escolha foi feita com o objetivo de testar se o usuário receberia recomendações literárias somente a partir da pesquisa, priorizando outras interações, mesmo sem a influência de nenhum seguidor e se manteria desta maneira. Sendo assim, após a pesquisa pela palavra “livro” e da visualização dos vídeos sugeridos pelo aplicativo a partir desta busca foram “curtidos” alguns conteúdos aleatórios entre os vídeos classificados como mais recomendados, isto aconteceu por um período inicial de 2 a 3 dias, em seguida, eram feitas algumas pausas para ver como o algoritmo se mantinha mesmo com esses intervalos.

Essa movimentação seguiu até maio de 2022, e ao final deste período, teve início um segundo momento de observação. A partir desta data, o perfil 1 passou por mudanças: a conta se tornou mais personalizada, foi escolhido um nome de usuário, foto, foram seguidas algumas pessoas e o perfil recebeu seguidores novos. O objetivo desta mudança era compreender se haveria alguma diferença de comportamento do algoritmo à medida que a conta de usuário se tornasse personalizada.

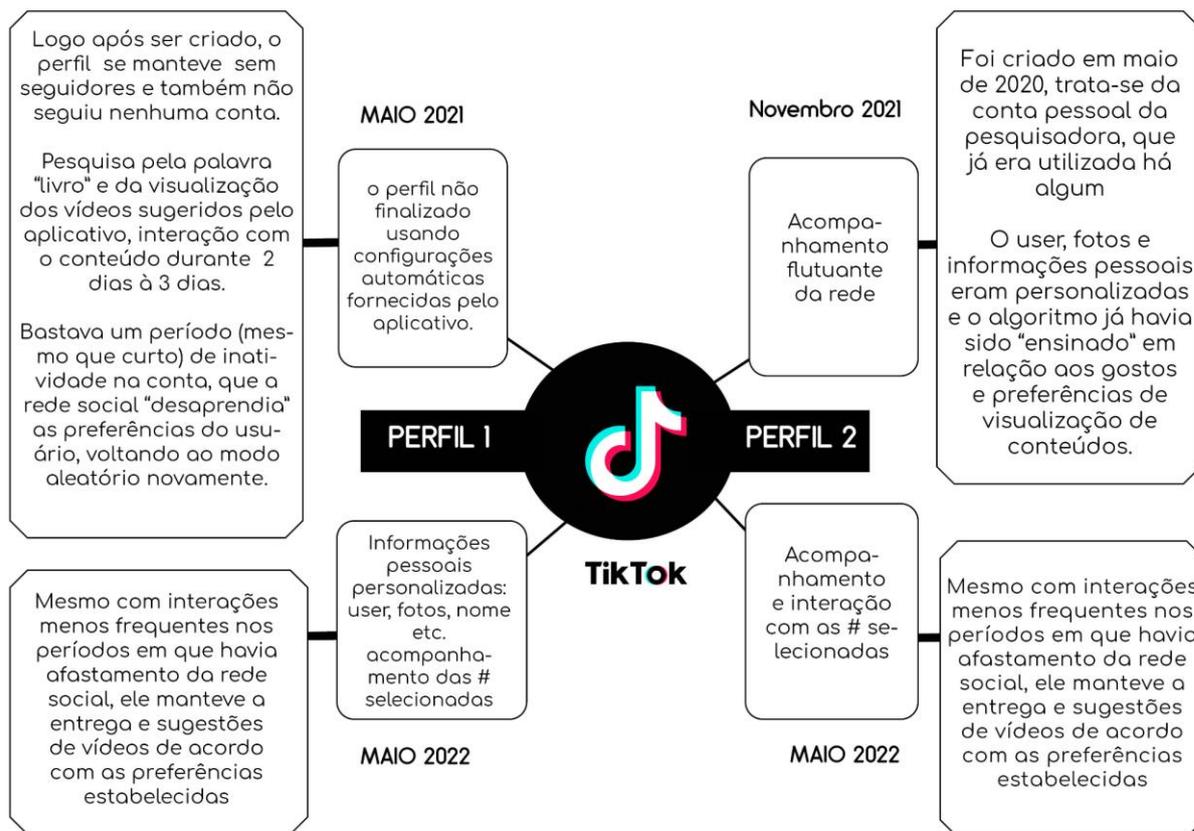
O perfil 2 não teve muitas modificações de personalização e se manteve como já era usualmente utilizado desde sua criação. Desta maneira, o enfoque foi concentrado na forma de navegação. Em um primeiro momento, novembro 2021, foi escolhida a observação flutuante, em que era observada a página *For You* (Para Você) e os vídeos que eram entregues a ela, as postagens eram baseadas nas preferências que o TikTok já possuía, e foram adquiridas através da leitura de uso da rede que o algoritmo já possuía desde que o perfil havia sido criado em maio de 2020. No segundo período, em maio de 2022, teve início uma navegação mais específica utilizando as principais *tags* relacionadas com o universo literário, assim como interações por meio de comentários, *likes*, entre outros, em vídeos que traziam a temática literária. Alguns perfis de *booktokers* também foram seguidos, porém não houve critério específico para a escolha desses *follows* além da prioridade de recomendações que chegavam por sugestão da própria *For You* ou pelo que era mostrado no campo de “mais recomendados/vistos” na área de busca. A escolha por essa abordagem do perfil 2 para o segundo momento de observação aconteceu, pois objetivava-se verificar como isso afetaria a performance do aplicativo em comparação com a mesma ação realizada no perfil 1.

Em relação às diferenças encontradas quando analisamos as informações coletadas nos dois perfis, a principal delas foi a consistência com que os conteúdos chegavam à página principal. Para o perfil 1 — embora o uso tenha contribuído para que os conteúdos se tornassem majoritariamente relacionados à literatura — bastava um período (mesmo que curto) de inatividade, que a rede social "desaprendia" as preferências do usuário voltando ao modo aleatório novamente. Portanto, era preciso voltar a movimentar a rede com maior assiduidade para que o algoritmo pudesse aprender as preferências de navegação.

Quando o perfil 1 passou para o segundo momento de observação, em maio de 2022, no qual ele foi personalizado, os vídeos relacionados à literatura começaram a aparecer na página principal e mantiveram-se assim desde então, não mais se tornando aleatórios para além do nicho estabelecido pelas navegações e preferências. Uma possibilidade para essa ocorrência é: pelo fato de o perfil, em seu primeiro momento, haver realizado uma baixa atividade de navegação e não estar personalizado e bem definido. O TikTok, que é norteado por um algoritmo que distribui conteúdos de maneira não cronológica ou sequencial e prioriza os engajamentos virais (Abdin, 2020), acabou por entregar o que estava mais popular na rede, como um todos, até que houvesse um usuário com perfil melhor definido. Abdin (2020) também afirma que muitos ativos do TikTok tendem a adaptar-se a variedade de estilos presentes na plataforma, sendo assim, muitos acabam transitando por vários nichos fazendo com que os conteúdos mais variados cheguem ao novo usuário, pois ele ainda tem uma amplitude maior de aprendizagem do algoritmo.

Essa suposição se fortalece ao perceber que isto não aconteceu com o Perfil 2, pois, mesmo com interações menos frequentes nos períodos em que havia afastamento da rede social, ele manteve a entrega e sugestões de vídeos de acordo com as preferências estabelecidas, as quais o algoritmo se habituou pelo tempo de utilização. Por já existir atividade anterior à pesquisa, já que este perfil se trata do pessoal utilizado pela pesquisadora, algumas diferenças foram notadas. Uma delas foi pela influência que o algoritmo adquire através das interações das DM's (*direct messages*) pois, o TikTok também permite que haja uma interação de reações aos vídeos que *mutuals*, ou seja, usuários que se seguem mutuamente, enviam um ao outro.

Figura 4 — Comparações de perfis



Fonte: Autora (2022)

Entre alguns dos registros de destaque sobre o funcionamento do TikTok²⁴ notou-se características como: a tendências ao engajamento de nicho, com postagens não cronológicas, entrega focada no conteúdo e não nas pessoas que o usuário segue e personalização do conteúdo que considera o período que o usuário utiliza a rede diariamente. Esses dados foram organizados na Figura 5 a seguir:

²⁴ Estes dados foram coletados e interpretados pelo que se observou através perspectiva de navegação do usuário.

Figura 5 — Funcionamento do Tiktok

		Timeline
TikTok Algoritmo	Navegação	
<p>ênfase em manter o usuário cada vez mais conectado e ativo ao usar a rede social, considera quanto tempo o usuário utiliza a plataforma diariamente.</p> <p>“entrega descentralizada e aleatória” não segue cronologia de postagem</p> <p>resgatam postagens tornando mais fácil com que seu conteúdo circule</p> <p>aleatória > personalizada</p> <p>conteúdo que se torne extremamente específico e nichado</p>	<p>rede compartilhável - layout criado para que seja o mais fácil possível "viralizar" conteúdos</p> <p>navegação por hashtags</p> <p>áudios são utilizados como uma forma de navegação - podem ser disponibilizados pela plataforma ou criados pelos usuários</p> <p>sistema de duetos ou costuras em que os usuários pode compartilhar o vídeo criado por outro perfil em sua página e formar um conteúdo totalmente novo</p>	<p>2016-  DOUYIN Rede social chinesa</p> <p>2017-  Lançado para IOS e Android Para algumas regiões fora da China</p> <p>2018-  Alcance Internacional Fusão com o app Musica.ly</p> <p>2019-2020  Popularização e Crescimento +</p> <p>2021-2022  Pandemia Covid-19 Rede Social mais popular de 2021</p>

Fonte: Autora (2022)

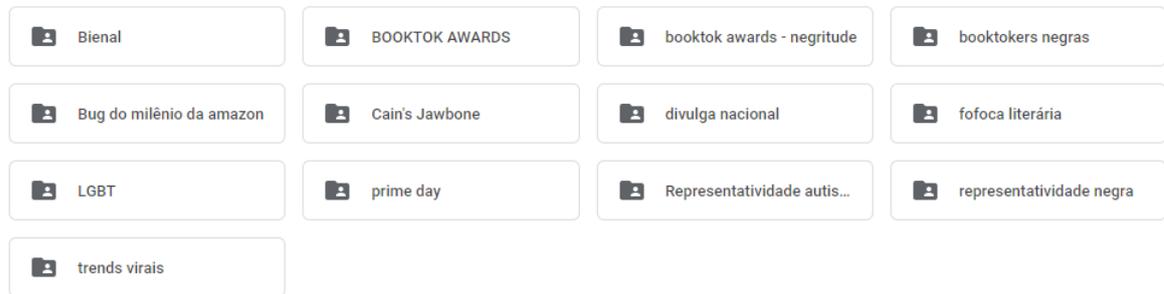
3.3.2. Segunda fase: Coleta de Dados

Durante a segunda fase foi categorizado os dados obtidos até então para serem comparados e interpretados posteriormente. Para isto, seguiremos associando a análise ao método de netnografia de Kozinets (2014). Ao compreender que “[...] as comunidades online são fenômenos abundantes, e suas normas e rituais são moldadas pelas práticas da cibercultura e dos grupos culturais gerais que as utilizam” (Kozinets, 2014, p 41), pretende-se apurar os impactos e significados dessas interações ao investigar quais são os principais movimentos da rede e suas conexões mais recorrentes, sendo assim, como os conteúdos circulam e, a partir destes dados, compreender o que essas interações e compartilhamentos significam socialmente. Para tal, nos primeiros meses de observação foram utilizados quadros para organizar as informações encontradas nos levantamentos das principais *hashtags* e registrar as relações de conexão entre cada uma delas, assim como o crescimento em visualizações nos períodos mensais de observação e os principais assuntos recorrentes que eram *tagueados* com elas.

Segundo Hine (2015), a etnografia no digital apresenta-se interessante, pois possui características particulares, já que a internet é uma ferramenta capaz de conectar pessoas ao redor do mundo que muitas vezes nem mesmo se conhecem pessoalmente. Isto implica em uma gama de novas interações e relações neste ambiente virtual. Para sistematizar as informações obtidas, relacionar as similaridades, interpretar as inferências dos perfis literários e descobrir os principais usuários-leitores que movimentam a rede ao falar sobre literatura foram desenvolvidos alguns métodos para organizar as informações coletadas a partir dos perfis que aparecem como mais relevantes no sistema busca do TikTok.

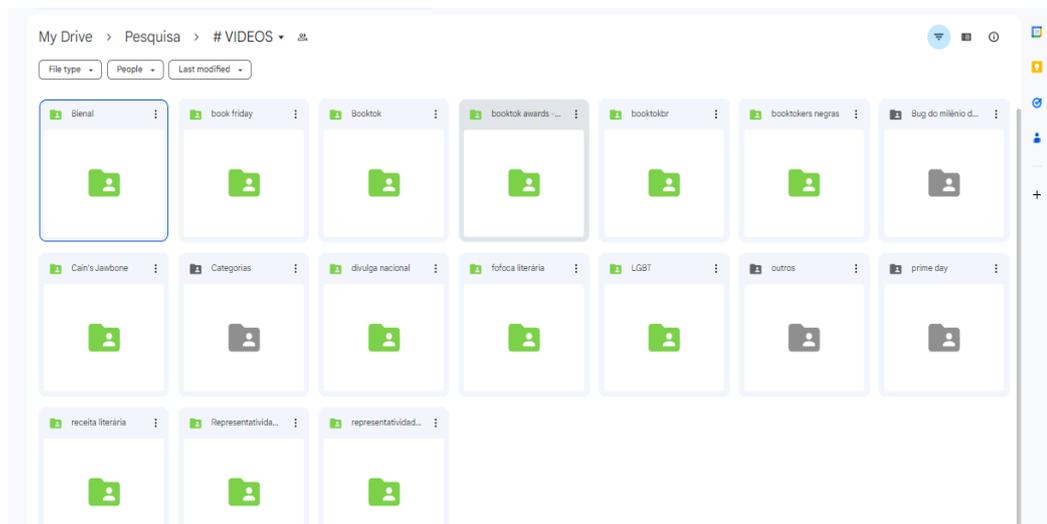
Inicialmente, os vídeos eram coletados e foram sendo distribuídos em pastas (Figura 6 e 7) que correspondiam a sua principal temática baseada na *hashtag* selecionada: fofoca literária, divulga nacional, *booktok awards* etc. Essa aplicação estratégica se baseia em uma primeira “leitura” superficial e segue uma das instruções gerais sugeridas por Kozinets (2014, p.100) em que: “Os dados devem ser classificados em categorias preliminares à medida que são inicialmente lidos, e depois reclassificados”. Este método foi eficiente para haver uma organização inicial, pois, em sua maioria, o processo da netnografia tende a gerar um grande volume de material que pode se tornar um problema para a interpretação posterior. Desta maneira, essa pré-classificação facilitou o processo de filtrar o escopo obtido para orientar quais caminhos seriam mais interessantes para serem seguidos, assim como gerar clareza para as decisões de categorização futuras e de análise.

Figura 6 — Pastas de organização de assuntos temáticos



Fonte: Autora (2023)

Figura 7 — Pasta de organização de categorias



Fonte: Autora (2023)

Juntamente a esta pasta, foi construído um calendário (Figura 8) em que era registrado mensalmente os eventos pontuais que movimentaram a rede durante o período de observação. Ele serviu como base para entender os contextos da rede social e as temáticas externas que têm reflexos nos processos de interação *online* e vice-versa, pois, a interpretação é resultado da ação de decifrar os significados dos materiais coletado e para isso deve-se levar em consideração os contextos em que estão inseridos (Kozinets, 2014):

Figura 8 — Calendário de eventos

Novembro 2021		JANEIRO		FEVEREIRO		MARÇO	
8	Anuncio do booktokawards	27	Bug do Milênio Amazon				
11	Cain Jawbone Viral						
19	Debate sobre raça referente as indicações do prêmio Booktokawards e racismo algoritmico						
ABRIL		MAIO		JUNHO		JULHO	
1	representatividade autista			1	Mês do orgulho LGBT	2	Bienal
						11	Prime Day
AGOSTO		SETEMBRO		OUTUBRO		NOVEMBRO	

Fonte: Autora (2023)

Esses métodos auxiliam em proporcionar uma segurança maior em interpretar o significado dos dados obtidos durante as fases de coleta, pois, de acordo com Kozinets (2014, p.114) é necessário que existam “[...] passos analíticos organizados e em sequência”, para que se possa fazer uma análise bem estruturada. Desta forma, o pesquisador deve se apropriar ao máximo do objeto e do campo de pesquisa do qual ele pretende se inserir. Portanto, esta etapa se baseou na catalogação feita a partir de em um conjunto total de 214 vídeos coletados, dos quais foram extraídas informações essenciais para articular os achados às bases teóricas que fazem parte da proposta de desenvolvimento deste trabalho.

Para isso, o princípio da saturação de Glasser e Strauss (1999) foi utilizado como um dos critérios para estipular o volume de dados obtido como suficiente, para análise do campo *booktok e suas hashtags*. Esse fundamento teórico estipula que a partir de um momento de observação um campo começa a apresentar características e informações que se tornam repetitivas e, portanto, nenhum dado ‘novo’ é encontrado a partir delas. Desta maneira:

Como ele vê instâncias semelhantes repetidas vezes, o pesquisador torna-se empiricamente confiante de que uma categoria está saturada. Ele faz de tudo para procurar grupos que ampliem a diversidade de dados o máximo possível, apenas para garantir que a saturação seja baseada na maior variedade possível de dados na categoria (Glausser; Strauss, 1999, p.61, tradução nossa)²⁵

²⁵ As he sees similar instances over and over again, the researcher becomes empirically confident that a category is saturated. He goes out of his way to look for groups that stretch diversity of data as far as possible, just to make certain that saturation is based on the widest possible range of data on the category.

Sendo assim, os autores complementam que “Quando ocorre a saturação, o analista geralmente descobre que alguma lacuna em sua teoria, especialmente em suas principais categorias, está quase, se não completamente preenchida” (Glausser; Strauss, 1999 p.62, tradução nossa). ²⁶Esse total de material coletado foi considerado como “dado bruto”. Kozinetz (2014) explica este termo como uma metáfora à matéria prima original da qual poderão ser extraídas informações necessárias para fim de serem processadas e refinadas. Segundo o autor, ao final do método, os dados: “[...] podem ser moldados em uma forma teórica que traga novo entendimento” (*Ibid*, p.114). Portanto, a partir dessa lógica, essas informações servirão como um direcionamento para termos uma dimensão dos principais sistemas envolvidos na circulação de conteúdo do *booktok*.

²⁶ [...] saturation occurs, the analyst will usually find that some gap in his theory, especially in his major categories, is almost, if not completely filled.

3.3.3. Mapeamento de Hashtags

Para chegar aos dados abordados nessa seção, inicialmente, foi feita uma observação geral dos vídeos que resultaram da busca da palavra “livro” na barra de pesquisa da plataforma. A partir dela, foram catalogadas algumas *tags* que apareciam com maior recorrência em conteúdos sobre a temática literária e que posteriormente foram organizadas em uma planilha com seus respectivos números de visualizações totais. Estas informações foram fornecidas pelo próprio TikTok por meio das sugestões de pesquisa da plataforma. Essa varredura aconteceu nos primeiros três meses (dezembro de 2021 a fevereiro de 2022) e foi notada uma diferença significativa em relação às visualizações em cada uma delas.

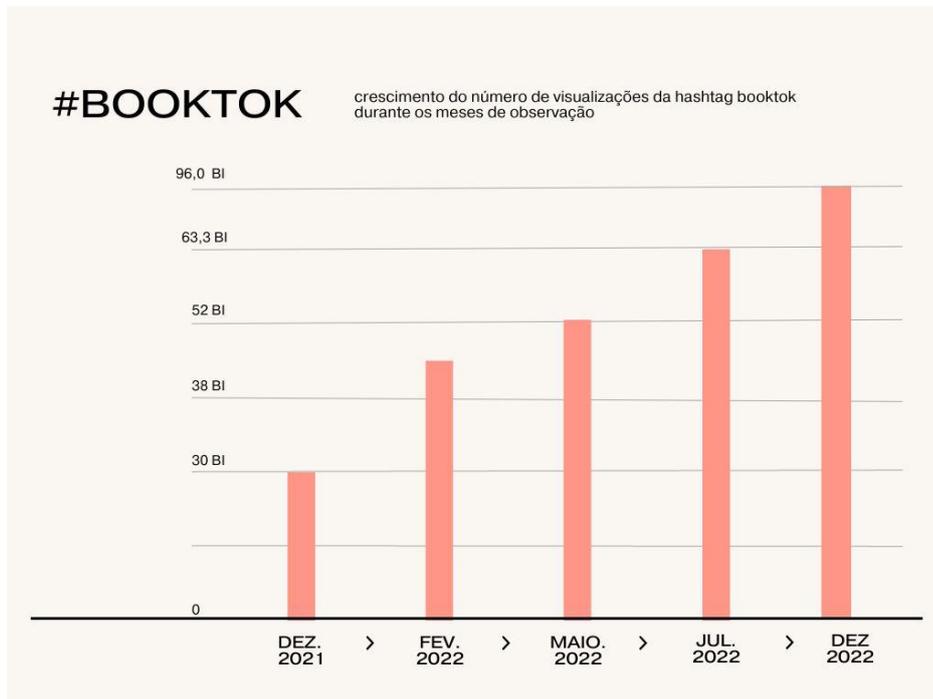
Tabela 1 — Crescimento da utilização de tags do booktok

TikTok Hashtags	Dezembro/2021	Fevereiro 2022
	visualizações	visualizações
# Fofoca Literária	114.1 M	126 M
# Booktok	30.8 B	38.3B
# vestindolivros	23.7k	24K
# vestindolivros	391.8k	400.2K
# valorizacional	6.3 M	8.5M
# booktok lgbt	215.3 K	280.4K
# livrosquetodosdeveriam ler	17.4k	20K
# livros tiktok	156.3 M	234M
# booktok brasileiro	3.1 M	3.7M
# booktokbr	242.9 M	330.9M
# bookstan	1.4 B	1.7B

Fonte: Autora (2022)

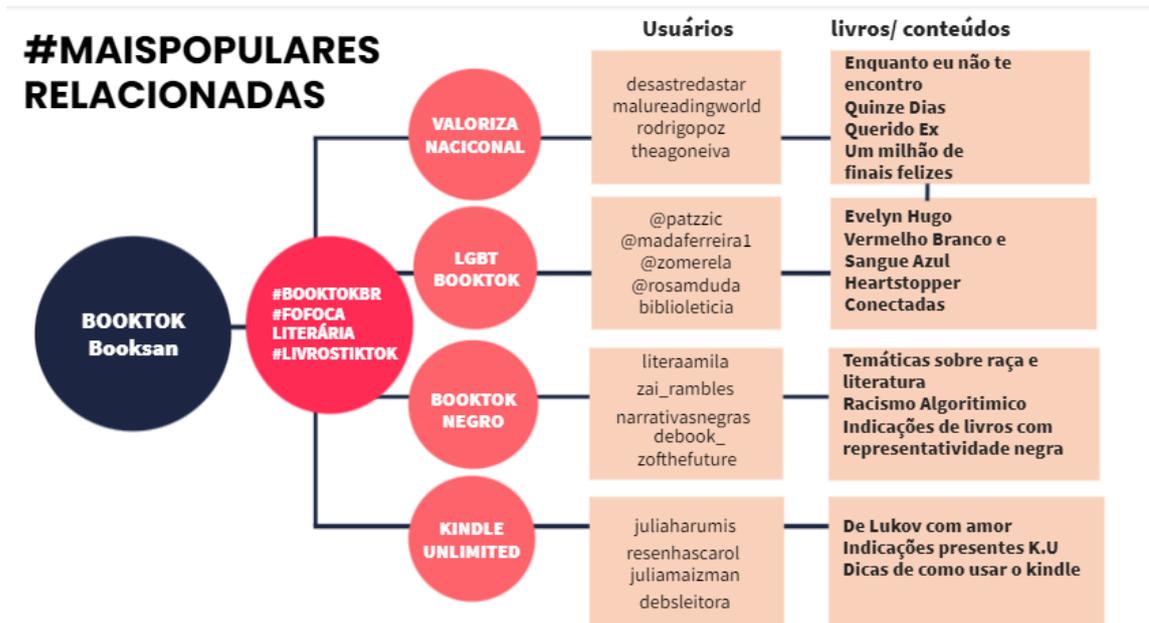
A partir de maio de 2022, com início do segundo momento de observações realizadas com o auxílio dos perfis em que foram feitas coletas com enfoque nas *hashtags* que demonstraram possuir mais destaque de uso na plataforma, notou-se um crescimento nas visualizações de vídeos contendo a *tag* #booktok durante o período de dezembro de 2021, quando a pesquisa teve início, até o momento referente a dezembro de 2022 (Tabela 1).

Figura 9 — Gráfico de aumento das visualizações



Fonte: Autora (2022)

De acordo com as observações feitas, a *hashtag* aparece como uma das mais populares dentro do nicho literário e a partir dela ramificam-se *tags* mais específicas que indicam a qual nicho do *booktok* elas pertencem ou aparecem relacionadas de maneira mais recorrente (Figura 10), e também notou-se o uso da *#bookstan* como um valor de sinônimo da *tag booktok*

Figura 10 — Esquema de hashtags mais populares no *booktok*

Fonte: Autora (2022)

Como forma de melhor visualizar e confirmar essas observações iniciais, os 214 vídeos passaram por um refinamento e foram catalogados individualmente de forma mais detalhada. Utilizando um formulário elaborado a partir do protocolo de pesquisa, os vídeos puderam ser organizados considerando não somente informações de sua temática, mas levando em conta outras especificações como nome de usuário, idade, orientação sexual, abordagem, assim como textos escritos ou visuais, edições, áudios, palavras-chave etc. Esse processo resultou em uma tabela completa que auxiliou na etapa da codificação. De acordo com a Análise Indutiva de dados (Milles; Huberman 1994 p.9 *apud* Kozinetz 2014 p.114), a codificação faz parte de um dos “[...] passos analíticos organizados em sequência” em que por meio dela podemos fixar códigos, classificações e demais rótulos que são atribuídos ao material de análise obtido e emergem indutivamente de uma leitura mais atenta e detalhista dos dados, ao invés de somente estarem baseadas em uma categoria mais generalista. Essa tabela serviu como um mapa do qual extraímos algumas informações sobre as quais nos debruçaremos posteriormente com a finalidade de analisar com profundidade.

Em comparação às principais *hashtags* utilizadas, mantivemos uma hierarquia bem definida dentro dos nichos de navegação, esse resultado já havia sido demonstrado na guia das *hashtags* mais populares (Figura 10) e se manteve com a investigação. Por meio das observações adquiridas na primeira fase (perfis 1 e 2), o momento exploratório identificou a priori o *#booktok*, ou em sua versão brasileira *#booktokbr/#booktokbrasil*, como as principais

hashtags sinalizadoras dos conteúdos literários circulantes no TikTok. Estas, portanto, seriam como as seções principais em uma grande biblioteca de conteúdos da qual partiriam as demais subclassificações. Logo após, as *hashtags*: *#bienal* e *#fofocaliteraria* foram as que apareceram com maior número de visualizações. O *booktok* e o *booktokbr* aparecem como um grande campo onde os conteúdos literários circulam e as *hashtags* que são associadas servem como um direcionamento à temática específica da qual o leitor-produtor irá abordar. Desta forma, uma ordem decrescente de conteúdos classificados pelas *hashtags* tivemos os seguintes resultados:

a) Booktok	164
b) Booktokbr	121
c) Bienal	24
d) Fofoca Literária	16
e) Kindle Unlimited	10
f) Divulga Nacional	10
g) Receita Literária	5
h) Booktok Awards	6

A *hashtag* é hoje, dentro de uma linguagem tecnológica, uma forma de comunicação que converge entre ser um comando de rede e um uma forma de amplificar e organizar um determinado discurso coletivo (Bernard, 2019). O símbolo também carrega em si uma conotação de “palavra-chave”, um recurso que serve como uma forma de catalogação, que pode ser utilizada no meio acadêmico em artigos de pesquisa e dissertações, assim como em alguns sistemas de bibliotecas para organizar livros por temáticas, seja como “[...] trecho essencial de um conteúdo a ser catalogado” (Bernard, 2019 p.29-20, tradução nossa)²⁷ ou referente a

[...] uma palavra que se refere de maneira mais próxima e que contém a essência mais factualmente relevante do tópico representado em um livro e que podem direcionar os leitores ou usuários uma ideia mais próxima possível do que se trata determinada obra(Bernard, 2019, p.29-30, tradução nossa)²⁸

Compreendendo esses fatores apresentados, é relevante que abordemos a *hashtag* não somente como uma função de navegação, mas por meio de seu viés de elemento de

²⁷ [...] specify the substrate of the content of the books being catalogued

²⁸ The keyword is the shortest factually relevant expression for the topic represented in an individual book.”²⁹ “to generate correct ideas in the user about the content of particular books.

catalogação dos principais assuntos, especialmente na biblioteca de conteúdos da qual booktok faz parte.

Merga (2021) também descreve a importância de compreender as *hashtags*, principalmente pelo uso que a comunidade *booktok* faz dela, pois, apesar de muitas pesquisas acerca dos contextos sociais e políticos que envolvem a *hashtag*, pouco ainda se sabe sobre a importância dela ou quais são as terminologias mais utilizadas pela comunidade literária do TikTok. De acordo com a autora, investigar este quesito “[...] pode proporcionar *insights* sobre o que é mais popularmente discutido e válido para este espaço” (Merga, 2021, p.3, tradução nossa)²⁹

Além disto, associadas as *tags* que consideramos principais para a coleta há outras com valor mais genérico como: *#fyp* ou *#foryoupage*, estas duas últimas, respectivamente, são utilizadas pelos usuários do TikTok pois, — embora não seja algo que conseguimos comprovar — eles acreditam que quando incluídas nas legendas de vídeos, há mais chances do conteúdo atingir maior alcance a partir do algoritmo. De acordo com informações, em uma hierarquia de importância para a construção desse engajamento positivo, o algoritmo acontece por meio de um processamento de linguagem natural, ou seja, dizeres, palavras utilizadas nas legendas, *hashtags*, sons, áudios, etc; seleciona e entrega os conteúdos para uma pequena parcela de usuários esperando o retorno das reações para que posteriormente este possa decidir como ele vai performar no aplicativo. Walker (2022) relata que as principais métricas utilizadas para construir esse engajamento provém em primeiro lugar do alto compartilhamento, já que a plataforma é construída em cima de uma lógica que visa a “viralização” dos conteúdos, em segundo lugar pelos comentários. Abdin (2020) relata que estas métricas incentivam com que o usuário seja bastante diverso em se posicionar no TikTok a medida que adere a tendências construídas na rede.

Dentro do conteúdo circulante nos vídeos, uma temática que aparece com bastante destaque são as recomendações. Elas podem ser encontradas em formato de resenhas ou por temáticas específicas como: “*cinco livros que me fizeram chorar*”, “*livros que você precisa ler*”, “*livros para ler em 24h*”, etc. Nota-se a presença de *vlogs* de leitura, *P.O.Vs*³⁰ de personagens e cenas de livros, desafios das Maratonas Literárias e dicas de como conservar e

²⁹ [...] Which hashtags are popular thus privilege within a community by inductive investigation, which can yield insights into what currently popular and valued within this space.

³⁰ Acrônimo da expressão em inglês *Point of View* (Ponto de Vista). No Tiktok ela é usada para indicar ações ou falas que acontecem pelo ponto de vista de personagens ou leitores, sejam elas reais ou fruto da criatividade dos *tiktokers* inspiradas em enredos das narrativas lidas e vivências quanto leitores.

manusear livros. Todos esses vídeos sempre aparecem acompanhados da *hashtag* #booktok ou em sua versão brasileira #booktokbr ou #booktokBrasil.

Merga (2021) aborda que conteúdos voltados a troca e recomendações entre leitores fazem parte das dinâmicas da rede, porque a estrutura do Tiktok é voltada para potencializar e estimular esse “compartilhamento do conhecimento”. Entretanto, não parece ser apenas isso, em muitos dos vídeos das *hashtags* encontradas podem ser notadas características que demonstram que o objetivo de produção é uma forma de sociabilização, em que o ato de recomendar o livro a alguém é uma forma não somente de incentivar que outros encontrem aquelas leituras, mas de expor o quanto os livros citados despertaram sentimentos para quem os recomenda. Títulos como: “livros que devem ser lidos pelo menos uma vez na vida”, “livros para se ler antes de morrer”, “livros que gostaria de esquecer para poder ler de novo” demonstram uma relação íntima entre o leitor e o livro lido e isto intenciona provocar uma relação também íntima e emocional ao indivíduo que recebe este conteúdo. Essas formas de incentivo, principalmente voltadas à divulgação, tornam-se maneiras de estreitar as relações de identidade por meio de um processo simbólico, à medida que “[...] valorizam-se a si mesmos e obtêm prestígio social” (Perez; Ojeda 2015, p.67, tradução nossa)³¹ e talvez seja esse fenômeno que podemos reconhecer aqui. Abordaremos esses assuntos mais profundamente ao longo dos próximos capítulos.

Outro aspecto importante é a forma de comunicação presente no meio *booktok*. Os vídeos que ganham destaque são feitos para parecer “mais livre” e pouco roteirizado, priorizando a extroversão, trazendo a sensação de que há um diálogo direto de quem produz o conteúdo com o usuário. Essa estética mais despojada segue a afirmativa: “[...] noventa por cento do conteúdo que viraliza é autêntico e natural” (WALKER, 2022, p.90).

Os leitores, se apropriam das linguagens disponíveis pelo aplicativo, como os recursos de *tagueamento*, transições e “costuras”³², para que esse conteúdo se popularize e ganhe maior engajamento de quem navega pelo TikTok. Nos perfis literários, além dos recursos de áudio e imagem, há destaque também para utilização de uma linguagem informal, juntamente ao apelo estético de títulos chamativos e encadernações bonitas dos livros mostrados. De acordo com Merga (2021, p.3) “[...] as redes sociais possuem um papel base na socialização dos participantes”, portanto, é necessário que se aprendam as normas de linguagem que são presentes entre os *booktokers* para melhor interpretar os aspectos culturais que ela possui na comunidade. A autora também afirma que “[...] as normas linguísticas geradas nas

³¹ [...]valorar se a sí mismos y obtener prestígio social.

³² Recurso do TikTok que permite que o usuário mencione a conta por meio de um vídeo resposta

comunidades do TikTok são tão difundidas que são traduzidas para comunidades offline” (*Ibid*). Portanto, é possível notar que esse nicho literário possui expressões próprias para se referir a livros e outros elementos do dia a dia dos leitores, algumas dessas expressões são conhecidas desde as primeiras comunidades literárias formadas na internet — tais como mostra a pesquisa de tipologia realizada por Silva (2016) e Silva (2018) que compilava em uma tabela algumas expressões recorrentes encontradas nas palavras-chave do *booktube* — e outras tiveram seus significados adaptados à nova linguagem do TikTok. A seguir foram compilados alguns termos mais recorrentes e suas explicações (Figura 11):

Figura 11 — Glossário do TikTok

Dicionário BookTok	Dicionário BookTok
ACOTAR: Acrônimo de A Court of Thorns and Roses (Corte de Espinho e Rosas) série de fantasia escrita por Sarah J Mass.	Hardcover/Paperback: Tipo de encadernações dos livros, ou seja, capa dura ou brochura.
Aesthetic: Expressão utilizada em muitas comunidades online para referirem-se a conceitos esteticamente agradáveis e harmônicos. Entre os bookstans serve para se referir aos elementos estéticos que compõem os universos, por exemplo.	Hot: Livros Eróticos
Bookhall ou recebidos: Livros comprados ou enviados aos leitores	LC: Leitura Coletiva
Booktok: Aglutinação das palavras Book (livro) + Tok (última sílaba de TikTok)	Plot: Enredo
Bookstan: combinação de Books (livros) e stan (fã). Geralmente utilizados para definir pessoas muito engajadas em uma comunidade	Sprint: Leituras feitas por várias pessoas ao mesmo tempo. Diferente da LC, essa leitura ocorre em tempo real por meio de lives e consistem utilizar o método pomodoro, ou seja, um período entre 20 à 45 min com intervalos de descanso de 5 à 10 min para conversas e interações
Calhamaço: Livro com muitas páginas	Slowburn: Termo utilizado para um desenvolvimento de enredo mais lento, geralmente se referindo a romance.
CR: Currently Reading, expressão em inglês que significa "lendo atualmente"	Trope: recursos narrativos, ou seja, modos recorrentes de conduzir histórias. Também conhecidos como clichês.
Dark Academia: Conceito que explora o estilo e moda dos anos 30 à 80. Em sua maioria serve para descrever enredos que se passam em ambiente acadêmico, em meio a arquiteturas góticas e geralmente envolvem enredos com enfoque nas relações humanas e tramas mais melancólicas.	TBR: To be read, lista de leitura.
Enemies to lover (De inimigos à amantes) /Friends to lovers (De amigos à amantes): Algumas das tropes mais populares entre os leitores.	Trend: Conteúdo que viraliza e é reproduzido
	TW: Trigger Warning (Aviso de gatilho). Serve para alertar ao leitor sobre conteúdo sensível.
	Ressaca Literária: Quando o leitor fica "preso" ao universo anterior de um livro e não consegue dar início a outras leituras.
	YA: Young Adult, Jovem Adulto

Fonte: Autora (2023)

Esse dicionário foi desenvolvido a partir da amostra obtida, ou seja, pela classificação dos resultados de maior relevância da plataforma e a observação de recorrência dos vocabulários presentes neles. Kozinets (2014 apud Cherny 1999), em sua obra sobre netnografia, observa práticas linguísticas desenvolvidas pelos integrantes de determinada comunidade online. De acordo com o autor, a pesquisa:

[...] demonstra e também explica a capacidade das pessoas que interagem online de usar a linguagem para criar um genuíno senso de comunidade, analisa o impacto das estruturas e a hierarquia de poder (revelando uma tecnocracia em que os tecnicamente capacitados são os atores mais influentes) e também considera o papel das elites, da fofoca e do conflito na formação e manutenção de uma comunidade ativa e próspera. (Kozinets, 2014, p.36 apud Cherny 1999)

Assim como qualquer linguagem, o vernáculo do *booktok* não é algo fixo e imutável, algumas expressões podem ter seus significados modificados por meio do uso e até mesmo serem adicionadas novas palavras dependendo dos contextos e referências linguísticas em que os leitores estão inseridos ou tem contato. O interessante, entretanto, é acompanhar o processo de identificar as construções de vocabulário desenvolvidos dentro de um espaço comunal.

3.3.4. Categorias de Leitura

Além do intuito de trocar recomendações, existem também outras temáticas e conteúdos que circulam em meio as *hashtags* dos leitores-produtores que utilizam a plataforma. A fim de melhor abordá-las, esses temas foram separados em seções, sendo elas: Estilo/Leitor, Feiras Literárias e Eventos, *Tags/Memes* e *Unboxings*, além da já citada Recomendações.

Foi possível, por meio de categorização, classificar numericamente a quantidade de vezes que as temáticas principais apareceriam nos vídeos assim com as expressões mais recorrentes. Para melhor visualização elas foram indicadas de maneira decrescente na tabela e as palavras-chave dos vídeos foram organizadas em uma nuvem de palavras:

a) Estilo/Leitor	93
b) Recomendações	111
c) Feira / evento	16
d) Tag/Memes	35
e) Unboxing	14

Figura 12 — Nuvem de palavras



Fonte: Autora (2023)

Na categoria Estilo/Leitor foram compilados vídeos que exploram as vivências dos leitores por meio de situações diversas relacionadas às práticas de leituras com as quais eles se

identificam. Neste espaço podemos encontrar relatos voltados para o humor e uma abordagem mais descontraída sobre o tema. Os vídeos exploram formas criativas de expressar situações corriqueiras que todo leitor já passou e trazem títulos como: “só mais um capítulo”, “POV: Você e sua amiga lendo *dark romance*”, “coisas no meu quarto *bookstan* que fazem sentido” etc.

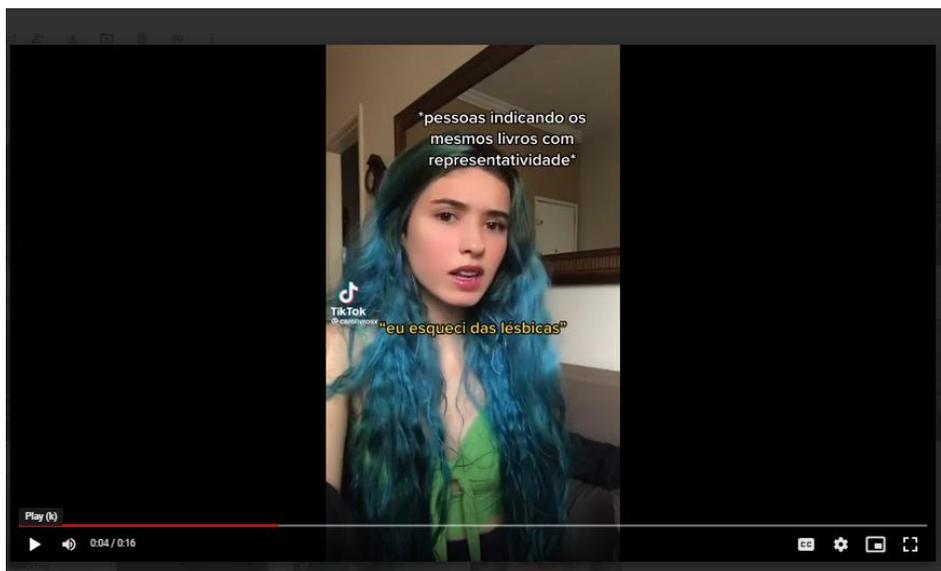
Figura 13 — Exemplos de vídeo da categoria Estilo/Leitor



Fonte: Vídeos mais relevantes do Tiktok (2022)

Além disso, é um espaço que aparece como uma troca de experiências e reconhecimento entre os leitores. O uso de áudios objetivando as dublagens que se relacionam com o tema abordado no vídeo fazem parte de uma parcela considerável de formatos utilizados pelo *booktok* como forma prática e dinâmica de gerar engajamento. Segundo Merga (2021) esse formato tem como objetivo mostrar a ideia de leitor como um universo atrativo e divertido, assim como tem o intuito de despertar uma relação de familiaridade entre os pares leitores. As resenhas de livros com assuntos mais sérios e polêmicos também aparecem nessa seção, são debatidas questões como a representatividade, a hegemonia de leituras existentes, a divulgação de livros independentes e a valorização de questões relacionadas às leituras mais plurais.

Figura 14 — Exemplo de vídeos categoria Estilo/Leitor



Fonte: Vídeos mais relevantes do *booktok* (2022)

A categoria *Tags/Memes* também traz conteúdos que abordam o humor por meio de temas literários, porém, acrescenta um diferencial em relação ao conteúdo encontrado na seção *Estilo/Leitor* por se apresentarem em um formato “mais fechado”, já que os vídeos postados são focados em sua maioria nas *trends* que se popularizaram na plataforma, sejam elas originadas no meio *booktok* — como a *hashtag* focada literária — seja em outro nicho da rede social e adaptado posteriormente para o universo dos leitores. Como exemplo podemos citar o áudio contendo trecho da música “Sentadona – Remix” em que a cantora Luisa Sonza diz: “Cês 'tão mentindo por aí 'cês acham que eu não fico sabendo?”. Essa frase em forma de áudio aparece relacionado a diversos contextos desde *covers*, tutoriais de dança, edições com o clipe, entre outros. Entretanto quando buscado dentro da *#booktok*, o áudio aparece como uma forma descontraída de refutar certas pré-concepções sobre literatura como “não existir livros de fantasia brasileiros”, “falta de livros com representatividade” etc. Nos vídeos os leitores-produtores de conteúdo aparecem fazendo transições em que o áudio com a fala é recitado/dublado e em seguida apresentam dicas de livros, temáticas ou contrapontos que servem como comprovação de que existe uma variedade literária por trás das leituras feitas pelos usuários.

A *tag* *Feira/Evento* aparece como uma forma de explorar e dar dicas de passeios em eventos literários diversos, porém, pelo período da coleta acontecer em paralelo com a Bienal do Livro de São Paulo, a maioria dos vídeos encontrados sob essa classificação foram de usuários que participaram do evento.

Figura 15 — Exemplo de vídeo categoria Feira/Evento



Fonte: Vídeos mais relevantes do booktok (2022)

Dentre eles podemos encontrar conteúdos voltados a dicas sobre passeios, os principais estandes para visitação, como conseguir brindes exclusivos e gratuitos disponíveis no evento, promoções e principais atrações. Alguns vídeos têm também mostram os eventos como uma oportunidade de pessoas que se conhecem apenas pelo meio *online* de se encontrarem pessoalmente por meio de um espaço de interesse mútuo como a feira literária. Esses vídeos, principalmente, mostram as relações formadas no *online* e como elas se expandem também para os meios *offline*, através de experiências que são complementadas e se constroem mutuamente a partir da identidade e sociabilidade leitora. De acordo com Perez e Ojeda (2015, p.50, tradu o nossa):

Assim, estes acontecimentos estão a reconfigurar a leitura em dois sentidos: primeiro, a partir do nível social, a feira convoca a socializa o, ao encontro com outros semelhantes: «O livro chama-te, mas a feira une-te a outros amantes do livro. (Engenheiro, FIL do Palácio de Miner ia), assim a leitura gera identidade através do sentimento de pertencimento e encontro; Os visitantes aderem por vontade própria, reúnem-se uma vez por ano, compram, ouvem e acompanham os autores e suas obras como f s. Num segundo sentido, as feiras são mediadoras da leitura porque não são proporcionam uma oferta editorial, mas também porque oferecem estímulos para se aproximar dela, sentir a presença de outros participantes, que folheiam os

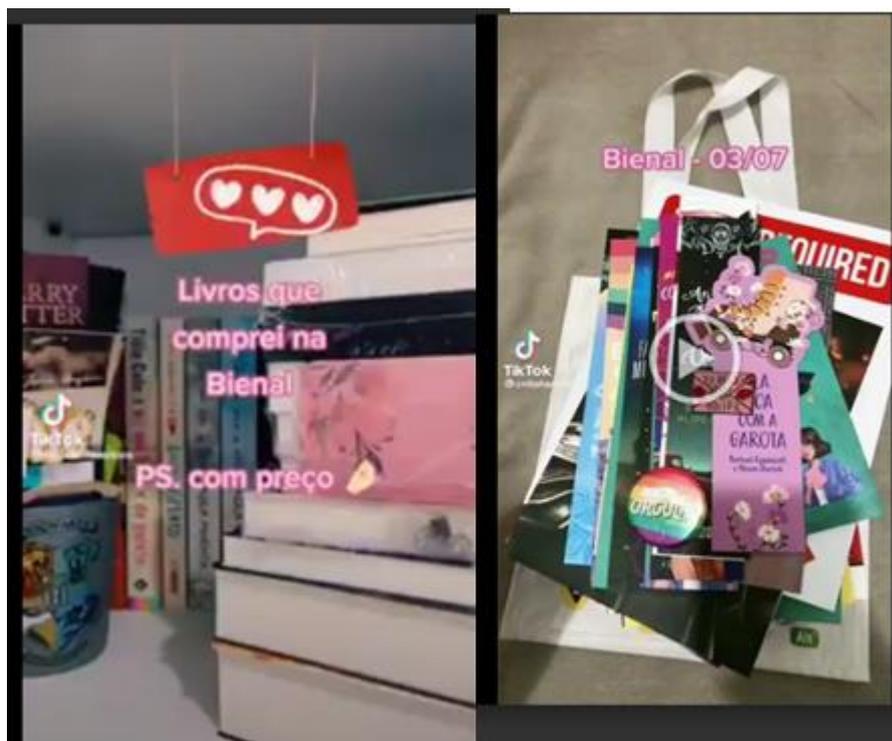
livros, que se mostram com uma atitude de ser um leitor provoca nos outros certos desejos de ler, mesmo que momentaneamente ³³

Alguns vídeos também trazem como objetivo principal desmistificar algumas concepções acerca da Bienal, mostrando a realidade do que acontece no evento seja pela questão de filas, de ingressos e de atrações. Esses vídeos atuam como uma certa quebra de expectativa, já que são focados em abordagens mais realistas do que o usuário que os consome está esperando.

A seção *Unboxing* aparece em um formato que Merga (2021) chama de “*Personal Library Management*”, em que o livro é a peça central não somente pelo seu conteúdo, mas principalmente pela sua materialidade. Esses vídeos aparecem em viés que mostra um caráter tanto econômico quanto simbólico que abordaremos futuramente no decorrer dos próximos capítulos. Isso ocorre, pois, este formato de vídeo tem a intenção de mostrar os livros recebidos — de editoras, geralmente — ou comprados (também chamados como uma forma de humor de “recebidos pagos”) pelo leitor-produtor do vídeo. Nestes conteúdos encontram-se livros bastante desejados pelo público geral, como lançamentos, edições de luxo e edições com brindes.

³³ Así, estos eventos están reconfigurando a la lectura en dos sentidos: el primero, desde el plano social, la feria convoca a la socialización, al encuentro con otros similares: «El libro te llama, pero la feria te une con otros enamorados de la lectura» (Ingeniero, FIL del Palacio de Minería), así la lectura genera identidad a través de un sentido de pertenencia y de encuentro; los visitantes se suman por propia voluntad, se encuentran una vez al año, compran, escuchan y siguen como fans a los autores y sus obras. En un segundo sentido, las ferias son mediadoras de la lectura porque no sólo proveen de una oferta editorial, también porque ofrecen estímulos para acercarse a la misma, sentir la presencia de los otros asistentes, quienes se muestran con una actitud de ser lector provocan en los otros ciertos deseos de leer, aunque sea momentáneamente:

Figura 16 — Exemplo de vídeo categoria Unboxing



Fonte: Vídeos mais relevantes do *booktok* (2022)

Apesar de ser uma maneira de mostrar as atividades envolvidas no consumo e até mesmo incentivar a maior compra de livros, principalmente físicos, também pode causar percepção do viés de desigualdade entre leitores. Merga (2021, p.6, tradução nossa) alerta para essa dinâmica:

[...] As imagens do vídeo mostrando nichos fortemente abastecidos de livros coloridos nas estantes dos quartos, obras raras e difíceis de achar, edições limitadas em capa dura. Evocam um certo senso nos leitores como sendo de um contexto socioeconômico elevado. O que é problemático destas imagens é que elas são excludentes para muitos jovens leitores que não possuem os mesmos recursos³⁴

O formato *Unboxing* não é exclusivo nem originado do *booktok*, de acordo com Silva (2018), já podíamos notar essas atividades sendo documentadas nos vídeos que circulavam no *booktuber* há alguns anos. De acordo com a autora

A quantidade de visualizações dos vídeos relacionados à exibição e aquisição de livros salta aos olhos no booktube, e reforça o aspecto mercadológico que se reflete tanto nas práticas dos produtores destes vídeos, quando daqueles que os assistem,

³⁴ Tradução nossa do trecho: The video images of heavily stocked and colourful books on bedroom shelves, as well as hard to find, limited addition hardcover work evoke a sense of these readers as being from a high socioeconomic background, wich is problematic as these images exclude the many young readers who do not have these ressources” (p.6)

explicitando seu desejo por adquirir, colecionar e exibir o livro impresso (Silva, 2018, p.126)

Embora não seja algo novo, é interessante observar como algumas práticas, já popularizadas em outros ambientes virtuais, são adaptadas às novas plataformas de comunicação como o TikTok, explorando a aplicação de acordo com as necessidades e principalmente as possibilidades encontradas nesse diferente ambiente.

Um fato curioso é que mesmo que as *tags* apareçam bem definidas pelas suas temáticas centrais isso não impede que elas se interseccionem. Vídeos em que a temática principal aborda Feiras Literárias e Eventos também podem trazer traços encontrados em Estilo/Leitor a partir do momento que o produtor do vídeo relaciona alguma peculiaridade do leitor que participa deste tipo de evento, ou seja, uma *tag* de *unboxing* pode aparecer em um vídeo onde o leitor usa o formato para dar opiniões sobre o livro mostrado, adicionando uma tonalidade de Recomendação.

3.3.5. Bookhall: Quem são os booktokers e o que lêem?

Como citado em um dos objetivos específicos, uma parte importante na pesquisa era compreender quem eram os leitores participantes da rede para entender melhor os processos de apropriações feitos por eles nas abordagens de temáticas relacionadas à diversidade de minorias. Uma das questões que surgiram durante o trabalho era se estas representatividades apareciam também nos leitores que produziam os vídeos, ou seja, se questões como sexualidade e gênero eram fatores que apareciam somente como parte de um conteúdo produzido ou se eles, de alguma forma, se identificavam como parte das comunidades que abordavam.

Pensando nisso, foi dedicado um momento para observar a quem pertenciam os vídeos que integram a amostra coletada. Para isto foi organizada uma tabela, que resultou do formulário desenvolvido como protocolo de pesquisa, contendo as principais informações que os donos dos perfis se identificavam, tais como: idade, identidade de gênero e sexualidade. Nesse levantamento foi encontrada uma maioria de indivíduos que se identificavam como mulheres cisgênero (145), média de idade entre 20 e 25 anos (22) e não declarados (164), e pessoas que se identificavam com algum espectro da comunidade LGBTQI+:

Tabela 2 — Perfil de membros da comunidade *booktoker*

Gênero		Idade		Sexualidade	
Mulher Cis	145	15 a 19	13	Bissexual	3
Homem Cis	9	20 a 25	22	Gay	5
Homem Trans	38	26 a 29	3	Hétero	2
Não Binário	2	30 a 35	2	Queer	21
Não Declarado	10	Não declarada	164	LGBTQ+	10
				Lésbica	2
				Sáfica	3
				Não declarada	158

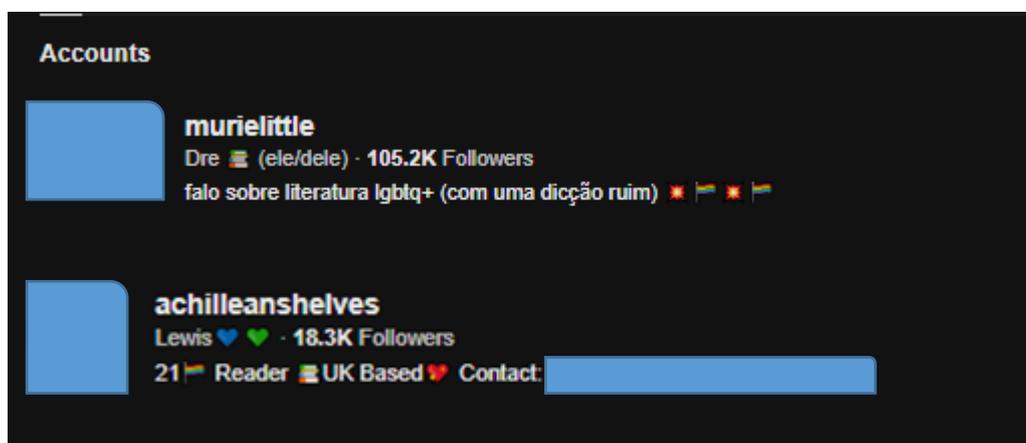
Fonte: Autora (2023)

Essas informações foram adquiridas a partir da “*bio*” (biografia) disponível nos perfis dos leitores -produtores dos vídeos. Trata-se de um espaço designado no perfil onde os usuários possuem liberdade de escreverem um pouco sobre quem são – na maioria das redes

sociais, não somente no TikTok – e é um local que serve como cartão de visitas informando quem está por trás da criação daquele conteúdo específico.

Muitos leitores-produtores que apareceram em nosso escopo utilizaram maneiras diversas de se expressar nesse espaço. Seja pela indicação de sua sexualidade representada pelo uso de emoji bandeiras relacionadas a comunidade LGBTQI+, seja por informar a identidade de gênero por meio da descrição dos pronomes com os quais se identificavam etc. Desta forma, as definições presentes na tabela foram originadas a partir dos termos que os próprios usuários utilizavam para se autodefinirem na plataforma, portanto, a fim de manter a integridade e respeitar suas identidades de gênero e sexualidade, os termos foram transcritos tais quais eram descritos:

Figura 17 — Bios dos perfis no *booktok*



Fonte: Autora (2023)

Encontramos também uma quantidade significativa de jovens presentes neste meio. Embora a idade seja um dos fatores que não aparecia descrito em grande parte dos perfis coletados, quando essa informação estava presente, a faixa etária da maioria dos usuários era entre 15-19 e 20-25, respectivamente. É interessante observar que essa participação ativa dos jovens em espaços públicos sempre foi um tema bastante caro para os pesquisadores pois, é de grande importância compreender o papel que os jovens ocupam principalmente com as novas mídias. Em *Antropologia da Leitura*, Perez e Ojeda destacam algumas contribuições observadas pela presença dos jovens em espaços de leitura:

No caso dos fóruns de leitores, deve-se valorizar que os jovens que participam desses espaços se sentem à vontade para falar sobre suas preferências, trocar leituras e contribuir para retirar “do ostracismo o leitor adolescente que é valorizado contrariamente à cultura”. e o lança na modernidade (...) constroem sua identidade

como leitores, como jovens como leitores (Perez; Ojeda, 2015 p.94, tradução nossa)³⁵

Embora não tenhamos como confirmar com precisão se esse é o fator de principal de impacto para a presença de leituras com maior representatividade terem sido encontradas durante a coleta, essencialmente no que se refere aos livros que possuem temáticas e personagens LGBTQI+ representados em suas histórias. A participação ativa desses leitores-produtores pode ser uma pista para responder a questão levantada sobre o aumento de divulgação e consumo de leituras mais representativas e diversas estarem relacionados a percepção de suas próprias identidades.

No capítulo O Leitor “Trabalhado” Pela Leitura, Petit (2008) aborda que o leitor opera um trabalho produtivo em cima do texto que é lido e que o contrário também acontece, à medida que o leitor é surpreendido e impactado por este texto. Essa afirmação vem apoiada por psicanalistas utilizados como referência na pesquisa da autora, como Didier Anzieu, além de relatos de entrevistas realizadas com jovens leitores que exploram a importância da presença da intersubjetividade quando se fala da leitura. Segundo a autora “[...] é sempre na intersubjetividade que os seres humanos se constituem; que o leitor não é uma página em branco onde se imprime o texto.” (Petit, 2008, p.32). Desta forma, podemos refletir que jovens e jovens adultos se relacionam com o que leem a partir de um local de desejo de reconhecimento e compreensão de si mesmo, isto pode estar ligado à procura de uma maior diversidade em suas leituras e às temáticas mais plurais abordadas por elas. Em uma das entrevistas realizadas por Petit (2008), um dos leitores, Rhida, argeliano que na época tinha 22 anos, destaca que para ele:

[...] os livros representavam tantas alternativas, tantas possibilidades, saídas, soluções para problemas, e tantas pessoas e individualidades quanto eu poderia encontrar no mundo. Pela diversidade dos livros, das histórias, existe uma diversidade de coisas e é como a diversidade dos seres que povoam essa terra[...].” (*Ibid*, p.32)

Se tomarmos como referência os gêneros editoriais que mais aparecem durante o levantamento dos livros recomendados, adquiridos ou mencionados pelos leitores, podemos computar quantos destes citados possuíam algum tipo de representatividade, seja no enredo principal ou na presença de algum personagem que se identificava como parte de uma minoria. Dentre os 347 gêneros editoriais citados nesta pesquisa, que fazem parte de uma

³⁵ Para el caso de los foros de lectores, se debe valorar que jóvenes que participan en estos espacios, se sienten a gusto hablando de sus preferencias, intercambiando lecturas, y contribuyen a sacar «al adolescente lector del ostracismo al que una valoración contraria a la cultura le había condenado y lo lanza a la modernidad (...) construyen su identidad de lectores, de jóvenes en calidad de lectores.

classificação já estabelecida dentro da comunidade leitora e são utilizados amplamente pelas editoras, a maior representatividade aparece como pertencente à comunidade LGBTQI+, totalizando 19% (68). Porém, também encontramos livros que possuíam representatividade negra, 11%, PDC, 16%, sendo majoritariamente livros que traziam protagonistas autistas — isto aconteceu devido as coletas ocorrerem próximas ao dia 2 de abril e 18 de julho (2021), Dia do Orgulho Austista — e 1,7% de outras categorias como: indígena, asiática etc.

Tabela 3 — Indicação de gêneros editoriais e principais representatividades

Gênero Literário		Representatividade	
Romance	101	LGBT	68
Drama	27	OUTRA	6
Literatura Nacional	42	Negra	39
Fantasia	61	PCD	16
Hot	21	Não Citado/ nenhuma	128
Mistério	15		
Young Adult	27		
Realismo Fantástico	7		
Sick Lit	2		
Independente	1		
Não Ficção	10		
Thriller	25		
Sci-fy	4		
Middle Grade	4		

Fonte: Autora (2023)

Petit (2008, p 72) em outro momento reforça que “A leitura pode ser, em todas as idades, justamente um caminho privilegiado para se construir, à própria vida; para dar voz ao seu sofrimento, dar forma a seus desejos e sonhos”. Desta maneira, pensar que a abordagem dos livros encontrados na pesquisa pode estar diretamente relacionada à diversidade vivenciada pelos próprios leitores em seu cotidiano, ou a busca de se verem representados e terem seus horizontes ampliados a partir disto, sendo assim, é um passo para compreender as relações de identidade que eles possuem e como isto reflete no consumo da própria literatura. De acordo com Kozinets (2014), pesquisas afirmam que comunidades *online* possuem um papel social que muitas vezes auxilia na diminuição do estresse e na relação de indivíduos com estigmas. Segundo o autor “Devido às suas experiências comunitárias online, com outras

peças que compartilharam seus status estigmatizado, eles se consideram menos diferentes, beneficiando-se do aumento da autoaceitação e sentindo-se socialmente menos isolados.” (*Ibid*, p. 34) e complementa “Esses e outros resultados nos mostram que, além de terem benefícios sociais, as comunidades online também têm efeitos poderosos no senso de identidade das pessoas.” (Kozinets,2014, p.34). Acreditamos, portanto, que a apropriação dentro desses espaços de sociabilidade literária tem se mostrado como um caminho potencial que auxilia a construir um meio social com mais informação e uma visão positiva de si, que se opõe a concepções estigmatizadas que foram construídas ao longo do tempo e ainda fazem parte de um ambiente de leitura hegemônica.

3.3.6. Sprint de Leitura: Livros e Autores

Por meio das planilhas elaboradas com base nos vídeos coletados, foi possível constatar alguns dos principais títulos e autores mencionados pelos *booktokers*. No total 449 obras totalizaram *corpus*, esses livros perpassam desde biografias até fantasia, romance e demais classificações utilizadas entre os membros da comunidade *booktok*. Dentre os livros que apareceram com mais destaque durante o período de observação e coleta da pesquisa, estão os títulos:

- a) Daisy Jones (3)
- b) Battle Royale (5)
- c) Blackout (5)
- d) Harry Potter (5)
- e) Malibu Renasce (5)
- f) O ódio que você semeia (5)
- g) A Seleção (6)
- h) Quinze Dias (6)
- i) Enquanto Não te encontro (7)
- j) Heartstopper (7)
- k) Evelyn Hugo (8)
- l) Vermelho Branco e Sangue Azul (8)
- m) Conectadas (9)
- n) Corte de Espinho e Rosas – série (9)

Seguidos pelos autores mais populares da plataforma:

- a) J.K Rowling (5)
- b) Khoushun Takami (5)
- c) Kiera Cass (5)
- d) Nicola Yoon (5)
- e) Rachael Lippincott (5)
- f) Clara Alves (7)
- g) Pedro Rhuas (7)
- h) Alice Oseman (8)
- i) Vitor Martins (8)

- j) Angie Thomas (10)
- k) Casey McQuinston (11)
- l) Taylor Jenkins Reid (11)
- m) Colleen Hoover (13)
- n) Sarah J. Mass (13)

De acordo com os dados, foi encontrado destaques significativos em livros que possuem algum tipo de representação dentro do espectro da comunidade LGBTQI+. Livros como *Evelyn Hugo* (2017) da autora Taylor Jenkins Reid e *Vermelho Branco e Sangue Azul* (2019) de Casey McQuinston são alguns exemplos de obras literárias que, apesar de passar algum tempo desde o lançamento quando a pesquisa foi realizada, apareciam com grande destaque pelos leitores no TikTok. A rede social Skoob traz em seu *site* as seguintes descrições para os enredos abordados nas histórias, respectivamente:

Lendária estrela de Hollywood, Evelyn Hugo sempre esteve sob os holofotes — seja estrelando uma produção vencedora do Oscar, protagonizando algum escândalo ou aparecendo com um novo marido... pela sétima vez. Agora, prestes a completar oitenta anos e reclusa em seu apartamento no Upper East Side, a famigerada atriz decide contar a própria história — ou sua "verdadeira história" —, mas com uma condição: que Monique Grant, jornalista iniciante e até então desconhecida, seja a entrevistadora. (Skoob, 2019)

O que pode acontecer quando o filho da presidenta dos Estados Unidos se apaixona pelo príncipe da Inglaterra?
Quando sua mãe foi eleita presidenta dos Estados Unidos, Alex Claremont-Diaz se tornou o novo queridinho da mídia norte-americana. Bonito, carismático e com personalidade forte, Alex tem tudo para seguir os passos de seus pais e conquistar uma carreira na política, como tanto deseja. Mas quando sua família é convidada para o casamento real do príncipe britânico Philip, Alex tem que encarar o seu primeiro desafio diplomático: lidar com Henry, irmão mais novo de Philip, o príncipe mais adorado do mundo, com quem ele é constantemente comparado — e que ele não suporta. O encontro entre os dois sai pior do que o esperado, e no dia seguinte todos os jornais do mundo estampam fotos de Alex e Henry caídos em cima do bolo real, insinuando uma briga séria entre os dois. Para evitar um desastre diplomático, eles passam um fim de semana fingindo ser melhores amigos e não demora para que essa relação evolua para algo que nenhum dos dois poderia imaginar — e que não tem nenhuma chance de dar certo. Ou tem? (Skoob, 2019)

Em ambos os livros há protagonistas LGBTQI+ e, apesar de *Evelyn Hugo* possuir uma sinopse mais ambígua em relação a essa representatividade, a obra aparece classificada em diversas listas de recomendações de livros LGBTQI+. Pelo alcance vasto de público, *Vermelho, Branco e Sangue Azul* recebeu uma adaptação em filme produzida pela Prime Vídeo, lançada em agosto de 2023, e desde sua estreia está entre o “Top 3” de romances mais

populares do streaming³⁶. Evelyn Hugo teve seus direitos comprados pela Netflix, porém, ainda sem data de estreia na plataforma de vídeo.

Essa popularidade fez com que as obras ganhassem *status* de “queridinhos do TikTok” ou “sucesso do TikTok”. A nomenclatura é utilizada atualmente não apenas entre os membros da comunidade, mas fora da plataforma, em sites como Amazon, livrarias e até mesmo nos canais de divulgação das próprias editoras responsáveis pelas obras. Estas descrições também são adotadas como palavra-chave para que os livros sejam mais facilmente encontrados durante as buscas, além disso, ao serem referenciados dessa maneira, esses atributos conferem às obras uma espécie de “selo de qualidade”.

Figura 18 — Queridinhos do *booktok*



Fonte: Livraria Barnes & Nobels

³⁶ <https://observatoriodocinema.uol.com.br/streaming/prime-video/vermelho-branco-e-sangue-azul-entra-para-o-top-3-de-maiores-romances-do-prime-video/>

Figura 19 — Bienal do livro



Fonte: Lucas Diaz (2022)³⁷

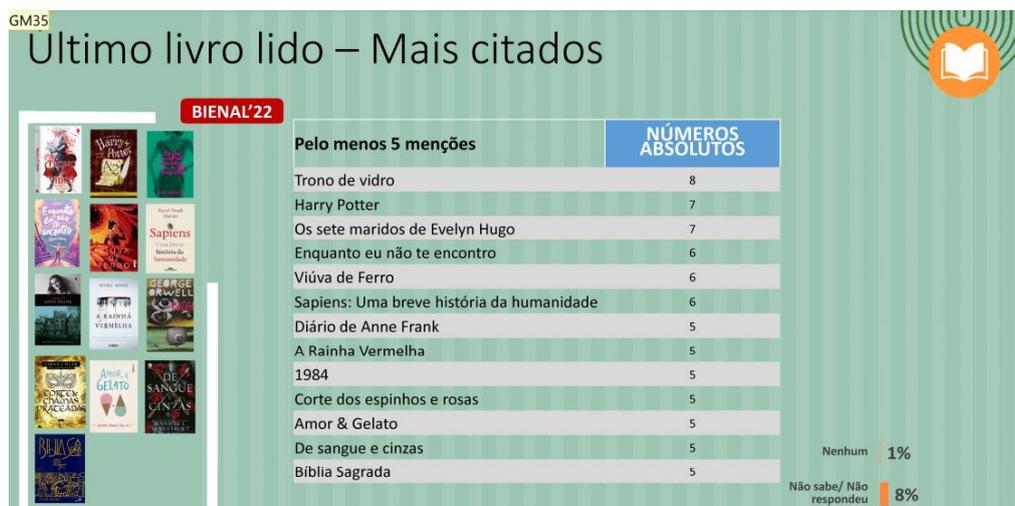
Além dos dois títulos citados anteriormente, foram encontrados escritores brasileiros com suas obras populares na comunidade. Os autores Vitor Martins (32), Clara Alves (29) e Pedro Rhuas (27) estão entre as personalidades mais mencionadas e lidas pelos *booktokers* no período observado. *Quinze Dias*, *Conectadas* e *Enquanto Eu Não Te Encontro*, escrito por eles, respectivamente, estão entre os livros classificados dentro do gênero de romance mais populares dos autores, e trazem como ponto central de seus enredos questões relacionadas a vivências do público LGBTQI+ e suas diferentes orientações de gênero.

O livro *Enquanto eu não te encontro* do autor Pedro Ruas, segundo o *site Publishnews*³⁸, estava entre os mais vendidos da Bienal do Livro de São Paulo, que ocorreu em 2022. A obra publicada pela Editora Seguinte — selo jovem do Grupo Companhia das Letras — foi amplamente citada pelos leitores durante a apuração realizada pelo Instituto Pró-Livro (2022) juntamente com alguns títulos e autores estrangeiros populares, como Colleen Hoover e Sarah J. Mass, e que também apareceram nos vídeos coletados nesta pesquisa sobre *booktok*:

³⁷ Foto reproduzida pelo Guia do Estudante

³⁸ <https://www.publishnews.com.br/materias/2022/07/11/editoras-reportam-records-de-vendas-na-bienal-do-livro-de-sp>

Figura 20 — Lista do último livro lido (mais citados)



Fonte: Instituto Pró-Livro (2022)

Figura 21 — Autores mais citados na Bienal

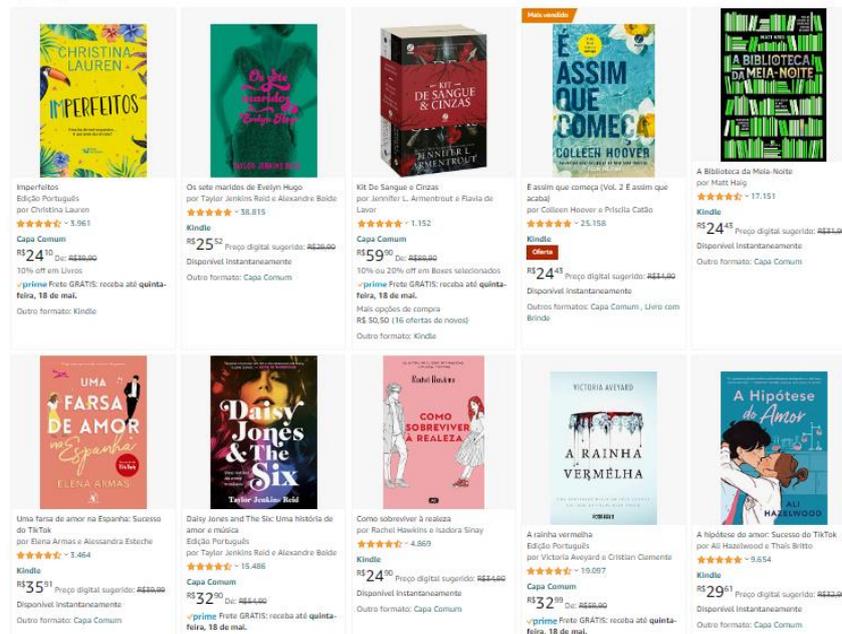


Fonte: Instituto Pró-Livro (2022)

Por outro lado, tendo como base a plataforma da Amazon, foram relacionados alguns dos livros dos mais vendidos, a fim de realizar comparativo aos achados da pesquisa do Instituto Pró-Livro. Por ser um *ranking* dinâmico, encontramos algumas diferenças entre a lista dos mais vendidos entre o período de setembro/outubro de 2022 em relação aos títulos que aparecem em pesquisas mais recentes entre junho/julho de 2023. Devemos ressaltar que essas informações são fornecidas pela própria Amazon em *ranking* criado pela plataforma e não são especificados os montantes de vendas que cada edição possui: “A classificação da Amazon é feita por meio de um algoritmo que leva em conta inúmeros fatores e atribui a classificação dos títulos em tempo real” (Thompson, 2021, p.29). Entretanto, é interessante observar esses movimentos pois, a Amazon é desde 2016 considerada uma das principais

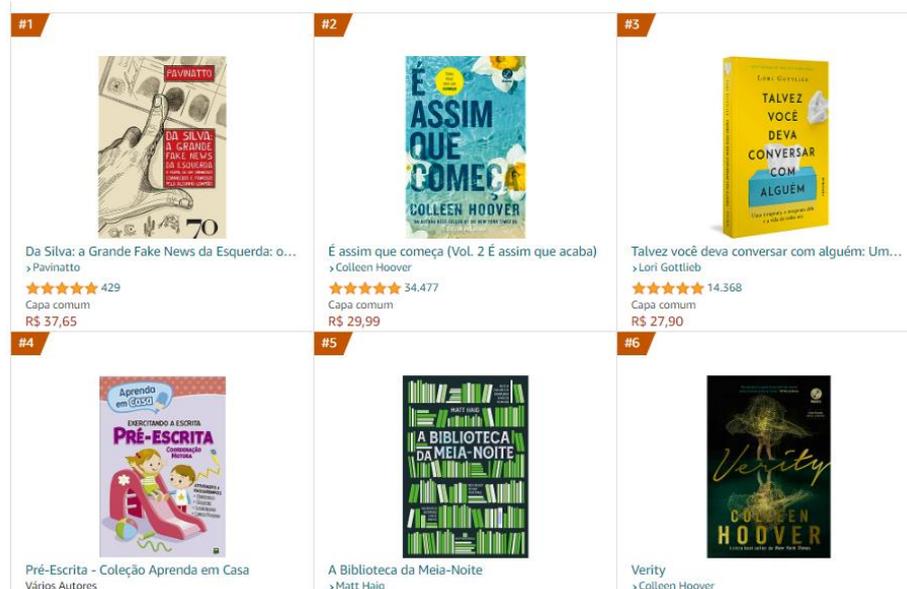
plataformas de varejo do mundo, chegando a alcançar um percentual de 74% de vendas de livros digitais somente levando em consideração o mercado estadunidense (Thompson, 2021). Também é interessante observar como se portam essas classificações entre os dados fornecidos pela varejista em relação a outras listas de divulgação em sites relevantes como Publishnews e os dados obtidos pela pesquisa:

Figura 22 — Livros mais vendidos da Amazon (set./out. 2022)



Fonte: Amazon (2022)

Figura 23 — Livros mais vendidos da Amazon (jun./jul. 2023)



Fonte: Amazon (2023)

Uma autora que aparece em alta, independente do período observado é Colleen Hoover, de acordo com a planilha gerada, ela foi citada 13 vezes em diferentes vídeos e os livros: *Verity*, *É assim que acaba* e *É assim que começa* se encontram entre os mais populares do *booktok*. Estes títulos também aparecem entre os mais vendidos e comentados pelos fãs e sites de divulgação. De acordo com a lista feita pelo Publishnews em outubro de 2022, Colleen Hoover aparecia no topo do *ranking* semanal e no final do mesmo ano, o romance *É assim que acaba* apareceu como o livro mais vendido do ano de 2022. Outros dois livros da autora, *É assim que começa* e *Todas as suas imperfeições*, encontram-se como mais vendidos na posição 6º e 19º da lista. Já os livros *Evelyn Hugo* e *Vermelho Branco e Sangue Azul* aparecem ocupando 10º e 20º lugar, respectivamente:

Figura 24 — Lista de mais vendidos do ano Publishnews 2022

1		É assim que acaba Colleen Hoover Galera Record	127.884
2		Mais esperto que o diabo Napoleon Hill Citadel	95.102
6		É assim que começa Colleen Hoover Galera Record	67.494
10		Os sete maridos de Evelyn Hugo Taylor Jenkins Reid Paralela	50.378
19		Todas as suas (im)perfeições Colleen Hoover Galera Record	37.963
20		Vermelho, branco e sangue azul Casey McQuiston Seguinte	37.052

Fonte: Publishnews 2022

Além da popularidade dos livros publicados por editoras também existe uma expressão significativa de livros de publicações independentes que circulam pelo *booktok*. Desde o surgimento da plataforma de autopublicação disponibilizada pela Amazon — a Digital Text Platform (DTP) e depois a sua nova versão, Kindle Direct Publishing (KDP), aliada a distribuição facilitada pelo Kindle Unlimited³⁹ — fez com que número de autores que optassem por publicar de forma independente crescesse consideravelmente nos últimos anos. Conseqüentemente, a relevância da participação da Amazon no mercado de publicações e venda de livros digitais, somada a exclusividade que a plataforma exige para manter as auto publicações disponíveis no plano de assinatura (Kindle Unlimited) vem consolidando a empresa em um *status* de maior varejista da atualidade e de acordo com Thompson (2021, p.178): “Abassi calcula que a Amazon foi responsável por 91% dos 540 milhões de unidades de livros digitais vendidas em 2019, incluindo leituras integrais no KU.”

Entre essas publicações independentes existe uma variedade de títulos e gêneros editoriais encontrados: *thrillers*, suspense, fantasia, aventura e os mais comentados são romance, livros eróticos ou *hot*. Muitos destes livros ganham destaque por meio de listas e vídeos divulgados pelos *booktokers* sendo feitas de maneira espontânea, em maioria. Porém, em algumas situações ocorre dos próprios *booktokers*, leitores de livros independentes, serem também autores independentes que divulgam por meio de vídeos suas auto publicações disponíveis no Kindle Unlimited. De acordo com dados trazidos por Thompson (2021), em uma pesquisa realizada por Data Guy (2016), alguns resultados mostraram que 4 entre 10 livros digitais mais vendidos pela Amazon eram auto publicações, o mesmo acontecia se comparado a outros valores, em que o número indicava que em média, metade das vendas eram referentes a livros encontrado no KDP. Segundo a análise realizada, os “[...] livros digitais publicados de forma independente representam 42% das vendas unitárias dos livros digitais mais vendidos [...]” (Thompson, 2021, p.301). Entretanto, uma vez que Amazon possui dados que não são de fácil acesso, os cálculos não se baseavam nas vendas reais da varejista, mas em estimativas dessas vendas, de maneira que não é possível confirmar com precisão esses números.

Porém, tendo como base as experiências observadas por meio das coletas e catalogação dos vídeos, alguns livros como *Paraíso Sul*, da autora Sacia Xavier e *Quando o*

³⁹ O Kindle Unlimited é um programa de assinatura em que os clientes podem ler eBooks Kindle e ficar com eles pelo tempo que quiserem, por uma taxa de assinatura mensal. Os clientes não precisam ser membros do Amazon Prime para se inscrever no Kindle Unlimited. Quando você se inscreve no KDP Select, seu eBook Kindle é incluído automaticamente no Kindle Unlimited. Seu eBook Kindle ainda estará disponível para os clientes comprarem, e você continuará ganhando royalties com essas vendas. (Amazon, 2023)

Rei Esteve Aqui de Lilly Lua, são alguns dos títulos brasileiros comentados entre os leitores do *booktok* que ganham destaque por meio de recomendação de leitores na rede. Outro fator de curiosidade é a presença de livros como *Luzes do Norte* de Giu Domingues e *Querido Ex* de Juan Julian que foram mencionados em alguns vídeos e lançados originalmente como publicações independentes, mas por meio da mobilização dos leitores atingiram certa popularidade e posteriormente tiveram seus direitos adquiridos pela editora Galera Record. Esse movimento tem sido observado com bastante frequência à medida que os ciclos de popularidade dos livros em ambientes digitais têm mostrado força diante das produções e circulações do mercado editorial.

De acordo com Thompson (2021), tem sido crescente posicionar o leitor como uma etapa relevante da cadeia de produção do livro, o que antes era conhecido muito pouco e conseqüentemente não levado em consideração o suficiente. A relação com o leitor aparecia em um âmbito “indireto e acidental” (grifos do autor) tanto na compreensão dos seus hábitos de leitura, quanto em entender as práticas de compra desses indivíduos. Essa mudança ocorreu a partir da chegada da revolução digital que aproximou o leitor das demais etapas da cadeia de produção, principalmente das editoras, que passaram a escutar mais o que eles tinham a dizer. Desta maneira, o *booktok* tem seguido os passos de um fenômeno que antes era reconhecido no Wattpad — plataforma de leitura e publicação de textos — e após a sua popularização ganhou um *status* de “pré-teste” do que seriam as próximas histórias populares que as editoras investiriam, como a série de livros de romance *After* (Thompson, 2021). Não é incomum que livros que se tornaram bastante comentados no TikTok acabem ganhando visibilidade maior, pois, como o Wattpad, o *booktok* possui todo um sistema de comentários, compartilhamentos, *likes*, além da facilidade do algoritmo que são utilizados por editoras como “termômetro” de como determinada obra performa e o tipo de atenção que vem ganhando nesse espaço, em um modelo que Thompson se refere como “circuito de retroalimentação”. De acordo com o autor:

Uma coisa que os novos modelos revelam muito claramente é que a revolução digital tornou possível algo que nunca fez parte realmente da cadeia de suprimentos do livro tradicional, - a saber, um relacionamento mais próximo e mais direto entre autores e editoras, de um lado e entre leitores e consumidores do outro. Pois a revolução não criou simplesmente novas iniciativas em campos específicos, como o editorial: ela modificou a própria natureza do ambiente informacional dentro do qual a indústria editorial existe, juntamente com todas as outras mídias e indústrias criativas (Thompson, 2021, p.507)

Thompson (2021) relata que a revolução digital, desde sua consolidação em 1970, trazia em si uma grande expectativa de mudança e autonomia para os usuários, segundo ele

“[...] as tecnologia digitais e a internet, eram defendidas frequentemente como ferramentas que iriam empoderar dos indivíduos e ampliar suas oportunidades,”(p.471) ao que complementa, também prenunciava seu uso como um espaço de colaboração em que “[...] elas permitiriam que os indivíduos fizessem coisas sozinhos ou em cooperação com outros, evitando instituições tradicionais e suas estruturas hierárquicas de poder” (Thompson, 2021, p.471). Portanto, não é um espanto notar que com suas apropriações o espaço virtual se tornou um local de encontro, divulgação, interação e identificação entre os leitores, proporcionando maneiras coletivas de abordar e popularizar a leitura. É interessante observar como as obras que apareceram durante as coletas tem repercutido em outros espaços como a Amazon e os festivais literários a fim de buscar pistas para compreender esse novo momento de produção e consumo do livro.

4. HARDCOVER E PAPERBACK: ANÁLISE SOBRE O BOOKTOK

Neste capítulo, adentramos a fase final da pesquisa, em que analisamos os dados obtidos durante o mapeamento exploratório e a coleta de vídeos, a partir dos conceitos sobre comunidades de Kozinets (2014). Foi possível situar as categorias desenvolvidas nos capítulos anteriores, tanto através dos processos de desenvolvimento da participação de comunidades, quanto em relação as suas características do nível de envolvimento dos laços sociais e da atividade de consumo. Posteriormente, foi utilizado as classificações das Racionalidades de Consumo (Canclini, 1992,1997) para compreender como essas atividades aparecem e podem ser reconhecidas por meio dos conteúdos e principais temáticas abordadas nos vídeos e perfis coletados, a fim de compreender melhor as estruturas do *booktok*.

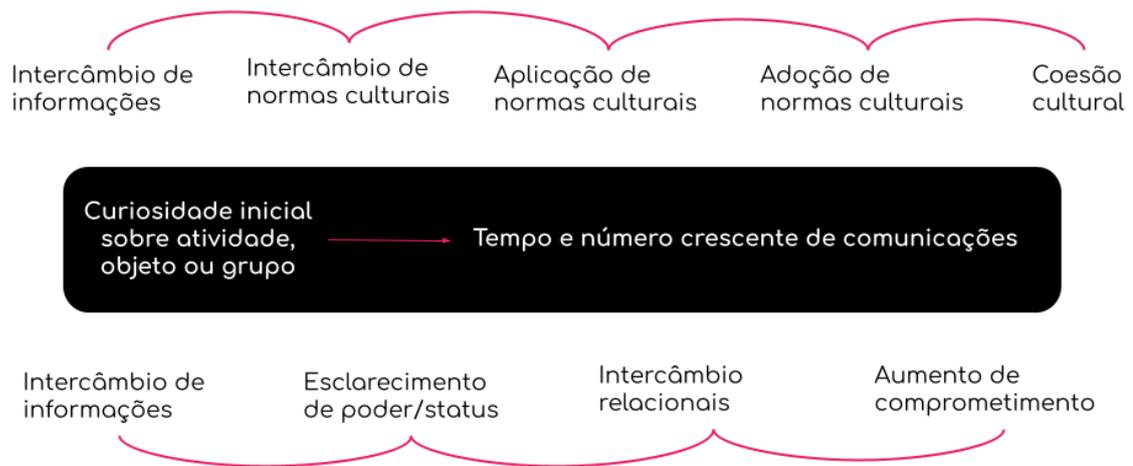
4.1 TERCEIRA FASE: CLASSIFICAÇÃO E ANÁLISE

Para a última fase — a análise dos resultados — foram interpretados os dados obtidos ao longo do desenvolvimento da pesquisa. Esta análise foi realizada a partir de dois processos: codificação analítica e interpretação hermenêutica de dados, em que os significados do texto são de acordo com os elementos nele presente e é determinado pela observação de forma separada ou conjunta, e vice-versa (Kozinets, 2014). Sendo assim, usaremos os passos sugeridos pelo autor, que consistem em: 1) Codificação; 2) Anotações e Reflexões; 3) Abstrações e Comparações; 4) Verificação e Refinamento; 5) Generalização e Teorização.

Portanto, este momento da pesquisa objetiva a classificação dos perfis e suas interações a partir dos registros obtidos na Fase 1 e na Fase 2, a fim de estabelecer critérios para definir a que tipo de comunidade *online* o TikTok pertence, de acordo com os sistemas de navegação e conceitos que o aplicativo aciona. Kozinets (2014) relata que a categorização de uma comunidade depende das afiliações que seus membros possuem, ou seja, seus modos de consumo e as relações estabelecidas entre seus integrantes.

A representação desse desenvolvimento é estabelecida por Kozinets (2014) a partir de uma progressão (Figura 25) que sistematiza gradualmente o envolvimento dos membros com a comunidade. Segundo ele, nesse modelo pode-se observar que “[...] no relacionamento padrão de uma comunidade online, o conhecimento informacional é orientado a uma tarefa e dirigido a um fim, é desenvolvido em conjunto com o reconhecimento social e culturais e com os relacionamentos sociais” (Kozinets, 2014, p.33):

Figura 25 — Progressão do desenvolvimento da participação em comunidades online de Kozinets



Fonte: Adaptado de Kozinets (1999 *apud* Kozinets 2014)

Segundo o autor, portanto, existem algumas maneiras de interações que se diferem de acordo com o objetivo pelo qual a estrutura da rede orbita. Websites, redes sociais e fóruns da internet possuem uma orientação algorítmica que favorece as interações sociais do ciclo de seguidores e interesses em comuns, diferentemente do TikTok, que como abordado até o momento, possui um algoritmo que favorece o conteúdo ao ciclo social do usuário (Abdin 2020; Walker, 2022; Merga, 2021), porém sem invalidar a importância das relações de interação entre essas pessoas e seus interesses em comum.

A partir dessas definições, Kozinets (2014) afirma que é necessário criar estratégias alternativas para classificar os membros de uma comunidade, pois elas fortalecem os sentidos de pertencimento e identidade dos envolvidos. Além disso, ela ainda possui particularidades específicas em seus indivíduos, o que não torna apropriado que se estabeleça um agrupamento único na hora de categorizá-los. Portanto o autor sugere a partir de dois aspectos algumas categorias para classificação tanto dos membros quanto das comunidades das quais fazem parte.

Figura 26 — Participação em comunidades online



Fonte: Adaptado de Kozinets (1999 *apud* Kozinets 2014)

Figura 27 — Tipos de Interações em comunidades online



Fonte: Kozinets (2014)

Foi então desenvolvido um formulário, inspirado na tabela de categorização de dados do protocolo, para organizar as informações obtidas e que possam ser categorizados os perfis dos membros observados, atribuindo os conceitos propostos por Kozinets (2014). Como as classificações apresentam como um dos critérios de relevância as intensidades das atividades e orientações de consumo promovidas nas comunidades pelos usuários, serão acionados os conceitos de Canclini (1992, 1997, 2008, 2014, 2015, 2017, 2021) sobre o consumo, com

enfoque para seus estudos das racionalidades. A combinação desses aportes teóricos servirá para que posteriormente possa ser realizada a interpretação dos dados na última fase de desenvolvimento desta pesquisa.

Desta forma, a análise das relações observadas no decorrer das etapas propostas, intencionam responder às perguntas relacionadas ao problema de pesquisa e objetivos apresentados na elaboração da presente dissertação. A fim de melhor compreender as relações simbólicas das interações promovidas pelas comunidades literárias *online* por meio leituras compartilhadas na internet, que constituem tanto dinâmicas de conversação elucidadas por Zaid (2012) quanto dos intercâmbios sociais propostos por Canclini (2014) do qual os leitores do século XXI fazem parte e que envolvem os meios de comunicação na rede virtual, suas relações com a divulgação da literatura e da diversidade, tanto para o meio social quanto para o mercado editorial.

4.2 FORMAÇÃO DA COMUNIDADE NO TIKTOK

Baseando-se nesses conceitos apresentados, relacionamos alguns dos critérios encontrados para explicar a progressão do desenvolvimento da participação em comunidades *online* dentro da logística de interações que existe no *booktok*. Embora a rede não se sistematize como uma comunidade fechada como as encontradas usualmente em fóruns, *websites* ou bate-papos de internet, ainda assim podemos compreendê-la como um ambiente que carrega características e dinâmicas de um grupo comum. Um dos motivos de haver uma diferenciação é que o desenvolvimento tecnológico não é fixo e também se desenvolve a partir dos modos de uso da sociedade, Kozinets (2014, p.29) observa que “[...] a tecnologia constantemente molda e remolda nossos corpos, lugares e nossas identidades, sendo também moldada para nossas necessidades”. Apesar disso, alguns fundamentos comuns estão presentes e podem ser reconhecidos nos processos de relações dos usuários da comunidade *booktok*.

Um dos pontos centrais que Kozinets aborda a partir dos estudos de Walther (1997) é a presença da “expectativa de futura interação” entre os membros de uma comunidade. Para ele:

Se os participantes acreditam que sua interação será limitada e não resultará em futuras interações, suas relações tendem a ser mais orientadas à tarefa. Contudo, se uma futura interação é esperada, os participantes agirão de modo mais amigável, serão mais cooperativos, irão se expor mais e de modo geral terão comunicações mais positivas (Kozinets, 2014, p.29)

Isso exemplifica que independentemente da plataforma de rede que uma comunidade possa ser ambientada, o que a qualifica como um potencial meio de expressão social é a possibilidade de possuir uma ativa participação dos indivíduos e possibilitar o estreitamento de relações entre aqueles que fazem parte dela. Comunidades *online* assemelham-se muito às interações promovidas face a face, possuindo normas, vocabulários próprios, e uma proximidade de identidades com as quais se identificam e relacionam. Kozinets (2014), relata, no entanto, que uma característica que diverge é a possibilidade de anonimato que as redes online possibilitam. Porém, se aplicarmos esse detalhe a realidade do *booktok*, encontramos uma rede em que seus usuários aproveitam pouquíssimo desse recurso, pois, como já abordado (Capítulo 3.3), o TikTok possui um algoritmo que se baseia na economia de atenção e pelo formato mais comum nos conteúdos da plataforma serem vídeos onde os produtores expõem seus rostos e conversam com a câmera, é usual que os usuários mostrem fisicamente quem são.

Kozinets (2014, 1999) também relata que algumas análises de estudo de comunicação mediadas por computadores realizadas por Walther (1995) indicam que as sociabilidades se estabelecem por um processo de progressão dentro do ambiente comunitário em que se iniciam, ou seja, começam por meio de interações superficiais e progredem até estabelecerem uma relação cada vez mais baseada em sociabilidade e atividades associativas. Esse desenvolvimento padrão foi exemplificado pela Figura 25 que demonstra como as informações são aprendidas em simultâneo com a linguagem, normas, valores, práticas e rituais e as identidades pertencentes à comunidade *online*. Para fins de comparação, adaptou-se o processo demonstrado (Figura 28) para ilustrar como essas atividades se aplicariam ao processo de sociabilização da rede TikTok dentro da comunidade *booktok*.

Figura 28 — Desenvolvimento de sociabilização dentro da comunidade *booktok*



Fonte: Adaptado de Kozinets (2014)

Por meio da figura 28, observamos que dois métodos acontecem em paralelo dentro do grupo comunitário. Nesse exemplo podemos notar a atividade de um usuário determinado em seu primeiro contato com a comunidade começa pela interação inicial com os conteúdos que aparecem relacionados a ela e são postados por outras pessoas que já pertencem ao meio. A partir disso, a interação começa seja seguindo as *hashtags* ou por meio da interação de comentários, curtidas e *likes*. Esse processo acontece à medida que o usuário vai reconhecendo os principais perfis de autoridade em relação a comunidade do *booktok*. Como neste trabalho não estamos abordando o conceito de *influencers* e sim o leitor como um

produtor e consumidor do conteúdo, já que é difícil traçar uma forma objetiva de definir *influencer* no sentido mais conhecido da palavra pela complexidade e dinâmica que a plataforma do TikTok apresenta, os perfis de autoridade referidos aqui seriam aplicados às pessoas que aparecem com mais frequência produzindo e postando conteúdos assim como uma gama maior de seguidores e engajamento de outros atores da rede, que caracterizam uma maior entrega de conteúdo para a *for you* do usuário que busca e/ou interage com eles. O próximo passo foca no aprendizado das dinâmicas e vocabulários (como abordado na página 71) utilizados entre os membros, assim como, compreender o uso das ferramentas que o meio oferece: costuras, reações, estilo e estruturas de vídeos que circulam no TikTok para pôr fim criar uma interação mais ativa e também o reconhecimento de que aquele conteúdo faz parte do contexto da comunidade trabalhada. Por fim, a estrutura da comunidade entre o novo usuário e os membros já pertencentes ao ambiente do *booktok* se estabelece a partir de uma interação mais profunda e ativa de relações entre os temas abordados e entre os demais participantes.

Entretanto, embora a imagem sirva para compreender mais claramente como ocorre esse processo de integração em uma comunidade, devemos lembrar que ele não é um passo a passo restrito e sim um processo complexo que não se restringe às normas unificadas, mas que se adapta dependendo das necessidades e ferramentas oferecidas pela comunidade, seus participantes e potenciais participantes. Redes Sociais, como o TikTok, por exemplo, apresentam um formato interativo diferente do proporcionado em fóruns e antigas comunidades como a do Orkut, mas a filiação que ocorre a partir delas ainda pode ser reconhecida e identificada. De acordo com Kozinets:

Nas esferas contemporâneas da internet existem outros caminhos de afiliação às comunidades. Dentro de um formato comunitário cujo intuito é a interação social, como, por exemplo, um website de uma rede social ou um mundo virtual, pode inicialmente não haver tópicos abstratos ou socialmente distantes ou informações a trocar. (Kozinets, 2014, p.33)

Isso acontece, pois, cada tipo de comunidade possui um objetivo de orientação que o sustenta, seja ele por meio de uma atividade de consumo quanto por estreitamento de laços entre pessoas e ampliação de uma rede de contato, como vemos detalhado na Figura 26 e Figura 28 e será abordado ao longo deste capítulo. Portanto, o autor complementa que:

Independente do meio ou do caminho exato da participação, a teoria sugere que, com o passar do tempo e comunicações cada vez mais frequentes, o compartilhamento de informações de identidade pessoal e esclarecimento das

relações de poder e novas normas sociais transpire na comunidade - que informações sociais e culturais permeiam todo o intercâmbio , efetuado uma espécie de atração gravitacional que torne esse intercâmbio tingido de elementos emocionais, afiliativos e ticos de significado (Kozinets, 2014, p.33)

Tendo em vista essas observações, o que podemos compreender é que, independentemente do espaço a ser apropriado por esses usuários, a formação de uma comunidade *online* se dá por uma interação natural e orgânica que possibilita trocas entre os membros com afinidades relacionais em comum. Hine (2015) alega que a observação dessas redes formadas na internet possibilita estabelecer e reconhecer diálogos e interações parecidas com as encontradas no dia a dia, mas que não são um reflexo exato desse cotidiano. A autora utiliza o termo “objeto variável e multicultural” (Hine, 2015, p.164) para expressar o ambiente online como um prisma multifacetado que não é interpretado da mesma maneira por todos, e, por isso, permite observar um ambiente formativo de interesses em comum que combina interações virtuais e mediadas.

4.3 BOOKSTANS: SOCIABILIDADES DOS LEITORES PRODUTORES

Dentro da compreensão dos mecanismos abordados até o presente momento, outro ponto a ser observado são as especificidades que existem e servem como norteadores para identificar cada sistema de comunidade *online*. De acordo com Kozinets (2014) é possível identificar o tipo de estrutura na qual as comunidades se baseiam em dois principais fatores que podem estar inter-relacionados em diversos âmbitos, são eles: 1) relações de consumo e 2) relações sociais, como mostrado na Figura 26 e 27. A partir destes dois aspectos, é possível identificar com maior precisão quais são os indicadores que fomentam a participação em um determinado espaço virtual.

O primeiro aspecto determina a relação das pessoas e qual o seu nível de envolvimento com a atividade de consumo da comunidade. Acionando novamente os conceitos de Canclini (1997) sobre o tema, podemos classificar essas atividades não apenas voltadas para um aspecto econômico, mas para um processo mais complexo de integração e apropriação sobre uma temática ou assunto. Na presente pesquisa, focaremos nas atividades de consumo voltadas para a literatura e seus compartilhamentos entre leitores na rede TikTok. Kozinets (2014) descreve a relevância de uma comunidade orientada pelo consumo como aquela que, a partir da centralização dessa atividade, determina o nível de fortalecimento dos laços comuns entre os integrantes e participantes de determinada comunidade:

Essa categoria de centralidade do interesse de consumo está correlacionada e inter-relacionada com a proficiência de consumo. Assim, quanto maior a importância de consumo para a pessoa maior o nível de interesse e concomitante nível de conhecimento e habilidade na atividade. Essa é uma medida não somente de auto identificação, mas de identidade e interesse aliados à perícia. (Kozinets, 2016, p.37)

Outro aspecto são os laços sociais que essa comunidade fomenta, analisando se estes são mais superficiais e distantes ou mais profundos e duradouros. Embora esse elemento de interação possa ser encontrado em qualquer comunidade em que haja a participação de pessoas, alguns ambientes *online*, por sua estrutura de interação, podem indicar ou fomentar de forma mais direta determinados tipos de relação, seja aquelas mais impessoais em blogs ou mais integrativas como as dos jogos *online*, possuindo maneiras distintas de embasar como os seus integrantes se relacionam entre si. Esse fator pode ser complementado pelo pensamento de Hine (2015):

A internet é multi-espacial na variedade de novas formas de espaços que emergem online, nas maneiras que possibilita conexões que transpassam espaços geográficos e formas de mobilidade com as quais os usuários engajam a medida que utilizam múltiplos dispositivos. A experiência da internet expande diferentes formas de temporalidade, na forma que nos envolvemos em interações que são, por vezes, persistentes e arquivadas a longo prazo e, noutros momentos, tão fugazes, imediatas e efêmeras como uma conversa numa esquina (Hine, 2015, p.13)⁴⁰

Pensando nesses dois fatores que se interseccionam a partir da observação do direcionamento entre interações e atividades de consumo presentes em uma comunidade, aplicamos essas noções aos vídeos coletados durante a pesquisa que fazem parte da comunidade *booktok*. Foi realizada, portanto, uma análise mais detalhada das categorias abordadas no Capítulo 3.3.4, essa necessidade de revisitar os dados e reclassificá-los à medida que as fases da pesquisa iriam se concretizando ocorreu, pois, esse método de desenvolvimento ajuda a compreender os contextos em que essas dinâmicas acontecem. Este processo que faz parte tanto de uma codificação analítica quanto de uma interpretação hermenêutica é embasado em um processo de decomposição do texto a fim de melhor interpretá-lo. Essa compreensão se baseia nos conceitos referenciados por Kozinets (2014) em Thompson (1994):

Iterativo, onde uma “parte” dos dados qualitativos (ou texto) é interpretada e reinterpretada em relação ao senso envolvente do “todo”. Essas iterações são necessárias porque uma compreensão holística deve ser desenvolvida no decorrer do tempo. Além disso, entendimentos iniciais do texto são informados e muitas vezes modificados à medida que leituras posteriores proporcionam um senso mais desenvolvido do significado do texto como um todo. (Thompson *et al*, 1994, p.433 *apud* Kozinets, 2014, p.115)

e Arnold e Fischer (1994):

[...] Elementos específicos são examinados repetidas vezes, cada vez com uma concepção ligeiramente diferente do todo global. Gradualmente, uma descrição cada vez mais integrada e abrangente dos elementos específicos, bem como do texto como um todo, emerge. (Arnold; Fischer, 1994, p.63 *apud* Kozinets, 2014, p.115)

Tendo em vista esses conceitos acionados, desmembramos as categorias em grupos. Para isso, utilizamos o *booktok* como o grande escopo que contém os conteúdos literários presentes no TikTok, como já abordado na Figura 10. A partir dele indicamos uma ramificação em que são compilados vídeos que circulam entre leitores-produtores brasileiros e

⁴⁰ The Internet is multi-spatial, in the various new forms of space that emerge online, the connections that it enables across geographic spaces, and the forms of mobility that its users engage in as they encounter it on multiple devices. The experience of the Internet spans different forms of temporality, as we engage in interactions that are sometimes persistent and archived for the long term, and at other points as fleeting, immediate, and ephemeral as a chat on a street corner.

o *booktok* internacional com vídeos vinculados a perfis de não falantes de português. Isto aconteceu devido a metodologia de coleta escolhida ter usado como critério os vídeos mais relevantes da plataforma no período em que a pesquisa estava acontecendo, portanto, resultou em conteúdos que não eram apenas produzidos por brasileiros, mas também em diferentes linguagens. Vale ressaltar que o português e o inglês foram os dois idiomas majoritários encontrados.

Em relação aos vídeos, as categorias desenvolvidas foram inspiradas mesclando as classificações utilizadas pela pesquisadora Merga (2021), palavras-chave que compilaram conceitos apresentados por Kozinets (2016) e em termos que melhor se adequaram aos aspectos da pesquisa, levando em consideração o contexto desenvolvido até aqui. Os vídeos foram organizados nessas categorias utilizando critérios como: autores, livros, estilo de vídeo (enquadramento, texto, exposição da temática) e gênero, idade e etnia dos produtores de conteúdos, quando possível. Desta maneira, as categorias do *booktok* foram divididas nos seguintes termos: **Estilo/Leitor**, e suas subcategorias: 1) Experiência do Leitor, 2) Relação Emocional do Leitor, 3) Identidade e Comunidade leitora que serviram como direcionador para indicar as diferentes formas que os leitores expressam suas identificações uns com os outros dentro da comunidade. **Recomendações** é a categoria voltada para os formatos de vídeos que os leitores utilizam na divulgação de leituras e quais são os canais de leitura recomendados por eles. **Feira Literárias/ Eventos literários** e a categoria **Unboxing** aparecem concomitantemente, pois foi notado que esses estilos de vídeo aparecem majoritariamente no mesmo contexto quando os leitores mostravam as compras feitas nos eventos literários dando destaque, muitas vezes, aos livros populares no evento ou de autores que participaram em mesas de exposição

Quadro 7 — Categorias do *booktok*

<i>Booktok</i>	<i>Booktokbr/Booktok Internacional</i>	Critérios
Estilo/Leitor		
Experiência de Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece	Memes POVS Leituras/Compartilhada Maratonas de Leitura Arrumar a Estante/Tour pelos livros	Estética dos vídeos Gênero/idade Etnia Temáticas
Relação Emocional do Leitor *As mil vidas do leitor	Trechos de Livros “ <i>Aesthetic</i> bonito” Relação personagem <i>versus</i> leitor Receitas Literárias Fofoca Literária	Estética dos vídeos Gênero/idade Etnia
Identidade Leitora e	Representatividade	Representatividades

Comunidade *o que mobilizou a comunidade	<i>Booktok Awards</i> Divulga nacional <i>Cains Jawbone</i>	Autores Livros Gênero/idade Etnia
Recomendações	Listas e <i>Tags</i> de Recomendações <i>Kindle Unlimited</i>	Autores /Livros
Feira Literária/Evento Literários	Experiência/ <i>Tour</i> pela Bienal Curiosidades sobre a Bienal Lista de Compras e Brindes	autores/Livros
Unboxing	Lista de Compras e Brindes	

Fonte: Autora (2023)

As categorias expostas ajudaram a sistematizar, de maneira eficiente, os vídeos para assim classificá-los de acordo com a tabela de relações sociais e de consumo desenvolvida por Kozinets (2014). Para melhor entender as definições das nomenclaturas estabelecidas pelo autor e que foram utilizadas de base para essa pesquisa, os termos foram explicados de acordo com suas definições, nível de força comum e de atividade de consumo, como pode ser visto na tabela a seguir:

Quadro 8 — Tipos de comunidade

(continua)

Tipos de membros de Comunidade	Definição	Força dos Laços comunais	Força da atividade de Consumo
Principiantes	Carecem de fortes vínculos sociais com o grupo, mantêm apenas um interesse superficial ou passageiro na atividade de consumo em si e tem habilidades e conhecimentos relativamente fracos	Laços Fracos	Pouca Importância
Sociável	São os “fraternizadores” dessas comunidades, pessoas que mantêm fortes laços pessoais com muitos membros da comunidade que têm um interesse ou atração apenas superficial pela principal atividade de consumo	Laços Fortes	Pouca Importância/ Importância Superficial
Devotos	Têm vínculos sociais relativamente fracos com os membros da comunidade, mas mantêm interesse focal e entusiasmo pela atividade de consumo da comunidade, assim como conjuntos refinados de habilidades e de conhecimento.	Laços Relativamente Fracos	Muita Importância
Confidentes	São os que têm fortes laços sociais com a comunidade assim como profunda identificação, aptidão e compreensão da atividade de consumo essencial	Laços Fortes	Muita Importância
Observador ativo	Observador ativo que aprende sobre um <i>website</i> inicialmente assistindo e lendo. Tem potencial, com o tempo de se tornar um principiante, um <i>neo</i> ou um neófito, um novo membro que está usando a comunidade para aprender sobre a principal atividade de consumo ou fazer contato e construir relacionamentos sociais.	Laços Fracos	Importância Superficial
Observador espreitador	Se alimentam da comunidade, mas não podemos observar ativamente sua participação. Entretanto podemos aprender sobre eles por outros meios, tais como pelas trilhas de sombras eletrônicas que eles deixam no ciberespaço	Laços Fracos	Importância Superficial
Fazedor	São construtores ativos da comunidade <i>online</i> , seus espaços sociais relacionados, tais como a pessoa que está envolvida com a cultura <i>online</i> , inicia seu próprio fórum eletrônico dentro da temática.	Laços Fortes	Muita Importância

Quadro 9 — Tipos de comunidade

(continuação)

Tipos de membros de Comunidade	Definição	Força dos Laços comunais	Força da atividade de Consumo
Interagente	Chega à comunidade vindo de outras comunidades altamente envolvidas com a atividade de consumo, geralmente locais de encontro em pessoa, ou que são principalmente presenciais e servem para manter os membros em contato entre si assim como informações, notícias e guias sobre a atividade de consumo ou envolvendo-se em comportamentos semelhantes aos devotos, em outras comunidades	Laços Relativamente Fracos	Muita Importância
Socializador	Chegam em uma determinada comunidade <i>online</i> para formar laços sociais e interagir com os membros daquela outra comunidade. Esse contato pode ser proveniente de outra comunidade totalmente não relacionada em termos de conteúdo, mas que está conectada por laços sociais fortes ou fracos de determinados membros. O ponto do socializador é construir laços entre os membros de diferentes comunidades.	Laços Fortes	Pouca Importância

Fonte: Adaptado de Kozinets (2016)

Por se tratar de um número bastante expressivo na quantidade de vídeos coletados e codificados (264), foi escolhida uma amostragem de vídeos de acordo com os métodos utilizados no livro *Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, Aplicações e Inovações* (IBPAD; Tarcisio; Stabile; 2016, p.75) essa técnica “[...] partem das limitações da amostragem por termos, ou tópicos, no sentido de complementar a construção do banco de dados com outras abordagens que representasse de maneira mais objetiva as categorias utilizadas para a análise”, portanto, a lógica pareceu coerente em ser utilizada nesta etapa da pesquisa. Para a organização dos dados, foi indicado o nome do *booktoker* seguido de um pequeno resumo que descreve o conteúdo principal abordado em cada um dos vídeos, a categoria de Kozinets (2014) atribuída a cada um deles e o nicho a que eles pertencem:

Quadro 9 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continua)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
Literanetoo	<i>Booktoker</i> expõe (de forma bem-humorada) indignação sobre como o <i>booktok</i> possui um vocabulário repleto de termos em inglês e como isso torna difícil compreender ao que os leitores estão se referindo se o indivíduo não sem possui um conhecimento aprofundado na língua	Fazedor	Experiência do Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
cicireads	<i>Booktoker</i> fala com a câmera enquanto explica táticas que utiliza para “puxar assunto” com pessoas que conhece ou encontra aleatoriamente para fazê-las interagir sobre a temática dos livros e de seus interesses	Sociável	Experiência de Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
cicireads	<i>Booktoker</i> utiliza humor para mostrar sua “calça de leitora”: uma calça com bolsos suficientemente grandes em que é possível carregar um <i>kindle</i> (suporte digital de leitura) para ativar o conceito verdadeiro do que se denomina “garota <i>kindle</i> ”	Devoto	Experiência de Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
giuliarsf	<i>Booktoker</i> utiliza seu canal para mostrar como organiza sua estante ao mesmo tempo que mostra quais são os livros que ela possui.	Devoto	Experiência do Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
biabrary	<i>Booktoker</i> utiliza uma <i>trend</i> popular na rede, intitulada como “coisas que fazem sentido”. A <i>trend</i> é utilizada em vários contextos, e, neste caso, foi adaptada para o universo do <i>booktok</i> , mostrando “coisas” que fazem sentido para ela como leitora	Devoto	Experiência do Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
Laurabooks	<i>Booktoker</i> utiliza um áudio popular no TikTok para realizar a <i>trend</i> de forma bem-humorada, expressando como se relacionam as leitoras de <i>hot</i> com suas melhores amigas também leitoras	Confidente/Fazedor	Experiência do Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
Bookbeedani	<i>Booktoker</i> mostra como se comportam as leitoras em um momento cotidiano: leitoras de <i>fanfic</i> e livros <i>hot</i> que ficam lendo em seus celulares mesmo que estejam em situações sociais.	Devotos	Experiência do Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece

Quadro 10 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continua)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
Patzzic	<i>Booktoker</i> fala para a câmera em frente a um fundo verde em que são projetadas capas de livros que foram marcantes para a adolescência de inúmeros leitores. Faz um discurso bem-humorado sobre como essas séries jovens se tornaram clássicos da cultura de leitura: “não quero saber se você gosta, eu também não gosto, mas foi um marco”	Fazedor, Confidente, Sociável	Experiência de Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
gabrielaraina	<i>vlog</i> (video blog) que mostra a rotina em meio a uma maratona de 24h de leitura. Durante o vídeo aparecem pequenos cortes com que intercalam as reações da <i>booktoker</i> enquanto lê os livros escolhidos para o desafio e mostram comentários breves sobre cada uma das leituras	Fazedor	Experiência de Leitor *coisas que todo <i>bookstan</i> faz/reconhece
Literamilla	<i>Booktoker</i> anuncia sua participação como competidora da votação popular do <i>Booktok Awards</i> agradecendo a indicação e pedindo votos do público que a acompanha para participarem da segunda fase.	Confidente/Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
Rodrigopoz	<i>Booktoker</i> faz um compilado apresentando as categorias do <i>Booktok Awards</i> e uma recapitulação dos momentos de mais destaque no ano 2021 na comunidade literária da rede social TikTok	Confidente /Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
saruuuuugh	Perfil que fala usualmente sobre cinema, grava vídeo sobre o livro <i>Cain's Jawbone</i> , que viralizou no TikTok por ser uma história de mistério quase impossível de ser resolvida, tendo registro (até o momento em que o vídeo foi feito) de apenas 3 pessoas terem conseguido solucionar. <i>Booktoker</i> do vídeo mostra a parede do quarto, em que estão penduradas as páginas do livro, vídeo faz parte de uma sequência de postagens em que cada parte é utilizada para registrar o progresso do usuário em encontrar a resposta do mistério do livro.	Interagente/ Socializador	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
booksbybea	<i>Booktoker</i> brasileira explica sobre o fenômeno <i>Cain's Jawbone</i> lançado originalmente em 1924 e recente no exterior, que resultou em uma reimpressão, depois da viralização na rede TikTok e na compra de direitos das editoras no lançamento do livro no Brasil	Devotos	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade

Quadro 10 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continua)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
Omaluverso	Após a polêmica que movimentou o TikTok, em que um usuário relatou “Não existir livro nacional bom” a <i>booktoker</i> Malu dá dicas sobre o que leitores podem fazer para apoiar escritores brasileiros e independentes. Também fala sobre processo de publicação independente e como funciona a plataforma KDP da Amazon.	Confidente/Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
gabrielaraina	Movimento “Divulga Nacional” é explicado e no vídeo há indicações de livros nacionais, informações sobre leitura para saber onde encontrar e como adquirir esses livros para valorizar literatura nacional, principalmente independente	Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
Dudinhacostayt	<i>Booktokbr</i> que fala sobre o divulga nacional, resposta ao vídeo que criticava literatura brasileira, contraponto dizendo que livros nacionais são bons e é preciso valorizar	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade *o que mobilizou a comunidade
Cameronreads	Enfoque em mostrar livros com representatividade LGBTQI+ e autismo para comemorar o dia do Orgulho Autista. O vídeo é um compilado de capas de livros com palavras-chave principais sobre o assunto e idade indicativa recomendada para a leitura. *esse vídeo é interrelacionado com a categoria de recomendações.	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
Theliteraturewitch	<i>Booktoker</i> autista, recomenda livro de ficção com representatividade negra e PCD em formato de resenha.	Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
Nanyhachler -	<i>Booktoker</i> Sinopse do livro nacional independente: TOQUE, que possui um protagonista autista. Ela faz um breve resumo do livro, os pontos positivos onde ele pode ser encontrado (<i>Kindle Unlimited</i>) *esse vídeo é interrelacionado com a categoria de recomendações.	Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade

Quadro 10 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continua)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
resenhademel	<i>Booktoker</i> utiliza dublagem do áudio em inglês, traduzido para o português que fala: “Esse homem me perguntou se eu era da África. Eu disse ‘supostamente era para eu ser’. Para divulgar história de livro com protagonismo negro que aborda diáspora negra da África e tráfico de pessoas durante a escravidão.	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
resenhademel	Vídeo interpreta um diálogo em que uma pessoa diz recomendar livros com protagonismo branco por não haver livros que abordam ou trazem personagens com diversidade. A outra interlocutora do vídeo então descreve vários títulos com variedade de abordagens sobre diversidade e protagonismo de personagens racializados.	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
Resenhademel	Vídeo aborda relações com o colorismo e o protagonismo negro, apresentando por meio de uma dublagem de áudio, alguns livros que tratam sobre a temática.	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
Mirareadingmaps-	<i>Booktoker</i> faz uma resenha sobre o livro <i>Lendários</i> , uma fantasia protagonizada por uma adolescente negra que encontra em uma sociedade secreta da ordem arthuriana como forma de desvendar o segredo sobre a morte da mãe. A <i>booktoker</i> expressa os pontos positivos e que a fizeram gostar do livro	Fazedor	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
literamila	<i>Booktoker</i> indicada a categoria do evento <i>Booktok Awards</i> comenta, se direcionando a sua comunidade de seguidores, sobre o racismo presente no meio <i>booktoker</i> e no algoritmo da plataforma, revelando uma baixa entrega e engajamento e, portanto, baixa participação de <i>tiktokers</i> negros que falam sobre livros no evento.	Fazedor/Confidente	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade
igorbooks	<i>Booktoker</i> utiliza vídeo como “costura” para expressar sobre a invisibilidade que alguns leitores/produtores de conteúdo	Devoto	Identidade Leitora e Comunidade / representatividade *o que mobilizou a comunidade

Quadro 10 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continua)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
Patzzic	Vídeo conta por meio de fofoca o enredo de livros para chamar a atenção de usuários da plataforma para interagirem e irem atrás da leitura recomendada. O intuito é despertar a atenção do público por meio de uma história que o aproxima, o livro clássico nacional Dom Casmurro e o livro clássico O Estrangeiro viralizaram	Confidente, Fazedor, Sociável	Relação Emocional do Leitor *As mil vidas do leitor
Zomerela	fofoca o enredo de livros para chamar a atenção de usuários da plataforma para interagirem e irem atrás da leitura recomendada. O intuito é despertar a atenção do público por meio de uma história que o aproxima.	Confidente, Fazedor, Sociável	Relação Emocional do Leitor *As mil vidas do leitor
Otiagovalente	Receita literária Torta de morango do livro A Seleção, Cerveja Amanteigada de Harry Potter, se conecta com o leitor a partir de uma memória afetiva e desperta o envolvimento do leitor em participar de um universo através da receita	Confidente, Fazedor, Sociável	Relação Emocional do Leitor *As mil vidas do leitor
Leituradacla	Utiliza áudio da cantora Luisa Sonza para recomendar livros nacionais que a <i>booktoker</i> acredita que todos deveriam ler	Devoto	Recomendações
Vilquemalta	Resposta ao vídeo criticando a literatura nacional, usaram esse áudio como <i>trend</i> para recomendar livros nacionais indo contra o que era dito pelo influencer-indicações de livros Recomendações	Devoto	Recomendações
larissa_padrao	<i>Booktoker</i> recomenda uma lista de livros brasileiros e independentes em resposta ao vídeo criticando a literatura nacional, muito usuários leitores usaram esse áudio como <i>trend</i> para recomendar livros nacionais indo contra o que era dito pelo influencer	Devoto	Recomendações
Books_lele	<i>Tag</i> recomendando uma lista de livro que na opinião do leitor/produtor: “todos deveriam ler uma vez na vida independente da idade”	Devoto	Recomendações
Lyrithboks	<i>Tag</i> recomendando uma lista de livros que na opinião do leitor/produtor se encontram na categoria “queridinhos do booktok”	Devoto	Recomendações

Quadro 10 — Classificações dos *booktokers* em relação aos tipos de membros de comunidades

(continuação)

<i>Booktoker</i>	Descrição do Vídeo	Tipo de membro de comunidade	Categoria
Estudanteleitor_cntiaharumi	Leitor mostra por meio de “ <i>unboxing</i> ” os livros que compraram ou receberam na Bienal do Livro. Além dos brindes durante o evento.	Devoto	Feira Literária/Unboxing
Eu.fe.mis.mo Estantederomance bookdilema	Leitores que participam da Bienal do Livro, fazem <i>tour</i> pelos espaços disponibilizados dentro do evento mostrando as principais atrações, onde conseguir brindes, principais estandes, melhores lugares para tirar fotos e mostram uma visão real sobre o que acontece no evento.	Devoto, Interagente, Fazedor	Feira Literária/Evento Literário

Fonte: Autora (2023)

Kozinets (2016) reafirma que ao analisar as particularidades das dinâmicas do membros de comunidades *online*, o pesquisador pode se deparar com uma relação não tão bem definida dessas classificações, principalmente no que se refere a interação entre os membros de comunidade que se estrutura em um contexto de rede social, pois, a própria plataforma possui um formato que incentiva a existência de uma de troca e interatividade com o outro e, em algumas vezes, a intensidade dessa troca não consegue ser medida ou identificada de maneira tão clara ou pré-definida. Isto pode ser notado durante o desenvolvimento de classificação dos vídeos coletados, já que mais de uma classificação poderia ser atribuída dependendo do posicionamento do leitor/produtor em sua abordagem da temática.

Um exemplo é o perfil Patzzic, que aparece como: **Fazedor**, **Confidente** e **Sociável**. Essa classificação mostrou-se adequada, pois, ao trazer uma perspectiva sobre livros que foram clássicos na adolescência de inúmeros leitores por meio de uma estética de vídeo interativa, o perfil buscou evocar uma intenção de aproximação com outros leitores que partilham dessas mesmas memórias afetivas e, portanto, promoveu uma intenção de interação, desta forma ele aciona não somente a categoria **Fazedor**, com a produção do vídeo; como o traço **Sociável** ao intencionar estabelecer uma relação mais profunda com o leitor que se identifica com esse tema; ao mesmo tempo demonstra um profundo conhecimento com a atividade de consumo ao expor informações pertinentes. Isso acontece também quando o perfil aparece, desta vez, na categoria **Relação Emocional do Leitor**, abordando a *hashtag* *#focaliterária*, em que o *booktoker* busca através do formato do vídeo acionar uma intenção

de aproximação e apelo emocional por meio do despertar da curiosidade de quem está assistindo e por esse motivo resultou em uma resposta de “viralização” do conteúdo, indica traços da classificação **Fazedor**, no conteúdo. Essa abordagem aparece como uma ferramenta de propagação relatada por Jenkins (2014) ao elucidar que vídeo “propagável” estará baseado num corpo de conhecimentos inteiramente diferente, talvez em uma teoria sobre por que as pessoas focam, ou na correlata teoria do capital social (2010b, p.55)

Outro destaque que deve ser dado em relação ao processo de análise e classificatório, é que, apesar de em uma definição teórica, os leitores/produtores, podem ser classificados em sua totalidade como **Fazedores**, pois, sua atividade de criar um perfil e por meio dele fazer postagens abordando assuntos literários os configura como construtores ativos dessa comunidade e tem, portanto, uma relação profunda com a atividade de consumo. Foi importante classificar os vídeos a partir de qual tema central era dado destaque no vídeo, para, desta forma, entender as complexidades e nuances presentes nesses processos de interação. Muitos produtores/leitores, aparecem como **Devotos** das comunidades, em que há uma relação bastante profunda com a atividade de consumo e um enfraquecimento de relações sociais, seja porque os perfis não possuem um número significativo de seguidores, mas porque o formato dos vídeos analisados não deixa claro ou trás pistas de promover uma interação mais profunda com outros usuários, algo que pode ser notado nos vídeos de **Recomendações** e **Unboxings**, por exemplo, onde a importância central está na promoção da leitura ou do livro em si.

Podemos observar que apesar das diferentes abordagens, o enfoque na atividade de consumo aparece presente em quase a totalidade dos vídeos analisados, seja acompanhado em um maior ou menor grau de um processo de socialização e fortalecimento de laços entre os membros. A participação do **Devotos** na comunidade do *booktok*, prioriza o fortalecimento do aspecto literário e do destaque da atividade literária, promovendo debates e recomendações como o norteador de sua participação no meio, sempre tendo como foco central o livro. Esse espaço do *booktoker* também aparece na classificação de Interagente, a exemplo dos vídeos de eu.fe.mis.mo, estantederomance, bookdilema, que produzem conteúdo durante o evento da Bienal do Livro. Apesar do formato do vídeo se diferenciar do padrão comumente apresentado em que o usuário está falando com a câmera, ele demonstra um processo que só é possível a partir de um envolvimento mais profundo com a atividade de consumo, pois, a Bienal aparece em destaque como um local fortemente voltado à promoção do encontro entre pessoas que partilham um interesse de consumo em comum a ponto que isto perpassa o ambiente *online* e se transportar a um espaço presencial que serve para manter os membros

em contato uns com os outros. Já o perfil, Saruuuuugh aparece em uma dupla classificação, pois, o fato da atividade de consumo ser um principal foco, à medida que a o vídeo destaca um processo de envolvimento imersivo para desvendar o mistério de um livro que se tornou muito popular no meio *booktoker*, o perfil analisado não tem enfoque literário e sim aborda indicações e debates sobre filmes e cinema. Desta forma, pareceu mais adequado classificá-lo como um Interagente pois é um usuário que chega de uma comunidade diferente e movimentando os aspectos sociais entre os membros de uma nova comunidade como um socializador, a partir do momento que seus vídeos fazem papel de diário onde atualiza os interessados a se envolverem juntamente com o dono do perfil a acompanhar e até mesmo auxiliar na resolução da trama.

A possibilidade de utilizar as classificações de Kozinets (2014) ajudaram a apurar o olhar sobre o objeto e em como eu, pesquisadora, poderia me encaixar em relação à comunidade durante o processo exploratório deste trabalho. De acordo as categorias analisadas a mais apropriada dentro do contexto da pesquisa seria a de **Observador Ativo**, levando em conta todo processo de aprendizado da comunidade e a observação dos indivíduos que fazem parte dela. Entretanto, esta categoria não é definitiva, o que retoma o exemplificado na Figura 25 que demonstra o processo de desenvolvimento e interação em uma comunidade. Desta maneira, há um potencial de transacionar para uma identificação como **Principiante** e deste demonstrar potencial para **Sociável** ou **Devoto**, por exemplo, à medida que interação vai se solidificando e a integração no meio é feita, seja pelos laços sociais seja pelo aprofundamento do interesse na atividade de consumo

5. AESTHETIC: RACIONALIDADES DE CONSUMO DO BOOKTOK

Neste capítulo será abordado os conceitos de consumo de acordo com os preceitos teóricos dos Estudos Culturais Latino-Americanos a fim de identificar suas atribuições nos processos de práticas de leitura. Para isto, utilizamos referenciais teóricos como Szurmuk e Irwin (2009), Gomes (1997) que serviram como ferramenta para realizar o resgate histórico, com o intuito de contextualizar a formação e contribuição destes estudos. Além de autores como Gomes (2007) e Silva (2014) dando destaque para as obras de Canclini (1992, 1997, 2008, 2014, 2017, 2021) que permeiam outros âmbitos do desenvolvimento desta pesquisa. Posteriormente as teorias de Racionalidade de Consumo, foram utilizadas como ferramenta de classificação, para identificar os modos de consumo dos perfis literários que fizeram parte do *corpus* de análise dos dados coletados na fase Exploratória do TikTok.

5.1 ESTUDOS CULTURAIS LATINO-AMERICANOS: PARA OLHAR A LEITURA

De acordo com Mónica Szurmuk e Robert Mckee Irwin (2009), o termo Estudos Culturais Latino-americanos é utilizado como uma forma de se referir a um apanhado de metodologias interdisciplinares de investigação que abarcam estudos com enfoque nos processos sociais e culturais presentes na América Latina. Os estudos de viés latino-americano também possuem como característica a investigação das subculturas, cujo olhar é voltado para compreender as expressões que abarcam as culturas de massas e popular, construindo um movimento democrático ao estudá-las. Essa vertente buscou se distanciar de um direcionamento hegemônico dos estudos europeus e norte-americanos sobre os debates culturais, e por meio de uma base marxista, trouxe enfoque nos movimentos revolucionários presentes na América Latina tendo a presença forte das correntes literárias e artísticas.

O final do século XX e início do século XXI, portanto, proporcionaram uma perspectiva singular em relação à sociedade. A industrialização e a inserção das tecnologias em nosso cotidiano fizeram com que os estudos culturais voltassem seus olhares para o papel do consumo na formação das identidades, além de compreendê-lo como uma forma de prática da cidadania. De acordo com Szurmuk e Irwin (2009), assim como assinala Canclini (1999, *apud* Szurmuk; Irwin 2009, p.12, tradução nossa)⁴¹ “[...] o processo de emancipação acompanhou a modernização e impactou, sem dúvidas, a alfabetização e a educação de grandes setores da população, assim como para a autonomia da ciência, artes e literatura”” Canclini (1997) elucida que as mudanças na maneira como nos comunicamos fizeram com que houvesse a inserção menos burocrática da informação nas massas populares, desta maneira, a forma como exercemos nossos direitos e o que entendemos como pertencimento voltou a compreender a maneira como consumimos. Para o autor,

Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí los pela casa, assinalar-lhes um lugar em uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora. (Canclini, 1997, p.59.)

Um dos processos responsáveis por essa reestruturação social foi a relação ao senso de pertencimento e identidade, que não se encontravam centralizados pelas questões territoriais ou em âmbitos de nação, mas no fortalecimento das relações a qual o autor se refere como *transterritoriais*, ou seja, “[...] comunicações que transcendem fronteiras nacionais sem

⁴¹ [...] el proceso de emancipación que acompañó la modernización logró un progreso indudable en la alfabetización y educación de grandes sectores de la población y la autonomía, de la ciencia, el arte y la literatura.

eliminá-las” (Canclini, 2017, p.14), e de formação de comunidades reunidas por um interesse comum: séries, música, programas de televisão. Diante disto, para Canclini (1997, p.53) o consumo pode ser definido como:

[...] conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado.

Essas práticas podem ser identificadas com mais força entre os jovens, que por meio da maior proximidade com os meios de comunicação em massa e conhecimento do funcionamento das tecnologias começam a construir a identidade tendo como base referenciais "estrangeiros", ou seja, que não se concentram unicamente em uma ideia de nacionalidade ou em instituições primárias como a família, por exemplo. São também os jovens, o maior público que hoje está inserido no meio digital.

Canclini (2014), segundo dados registrados em evento sobre teoria literária na Universidad de La Plata do qual participou, relata que 20% dos entrevistados entre 5 e 17 anos diziam acessar a internet todos os dias, 23% relataram acessar pelo menos algumas vezes por semana. Quando questionados, os participantes com média de idade entre 18 e 29 anos, o número de jovens que diziam fazer uso da internet todos os dias subia para 30%. O último censo do IBGE (2019) divulgou dados de acesso em que a Internet aparece como presente em 82,7% dos domicílios brasileiros, sendo a maior delas concentrada nas áreas urbanas e nos grandes centros do país. A faixa etária que mais acessa a rede possui uma média que se situa entre 14 e 29 anos, tendo um crescimento de quase 5% de jovens entre os 10 anos ou mais que utilizam diariamente a internet, entre eles, 84% utilizam a rede *online* para fins de entretenimento.

A leitura é um forte expoente pelo qual pode-se pensar o consumo e os estudos culturais. Silva (2014, p. 841), a partir dos estudos culturais literários de Gabriel Scwab (1996), afirma que: “Para tal concepção teórica, o ato de ler é considerado uma operação de limites que possibilita negociações entre fronteiras marcadas por diferenças históricas, culturais e estéticas.” Em sua abordagem sobre Teoria da Leitura como Contato Cultural (SILVA, 2014), ele reflete como a função cultural da literatura possibilita impactar e criar atravessamentos sobre as formas como são realizadas as práticas culturais e a partir delas localizar e acionar mudanças assim como configuram modos de socialização. Já para Gomes (2007):

Na perspectiva dos estudos culturais, a leitura se torna eficiente quando acrescenta aos elementos estéticos o debate de uma prática inclusiva e de aceitação da diferença e da diversidade cultural (HALL, 1999). Daí a importância da memória cultural como um elemento fundamental no processo de leitura. O leitor passa a ser um co-autor quando aplica às representações literárias as novas abordagens de pertencimento das identidades como seu caráter fluido e flexível, como defendem Bauman (2005) e Hall (1999). (Gomes, 2007, p. 27).

O autor complementa que diante das formações sociais das quais pertencemos, não é possível desvincular a leitura e a cultura, mas sim entendê-la como uma prática que faz parte da reflexão social. Reunindo estes aspectos, se propõem uma reflexão sobre a literatura e as tecnologias na maneira que essas relações se encontram inseridas nos estudos culturais latino-americanos e como suas práticas modificam as relações sociais. Na concepção de Canclini (2017), com o avançar do século XXI, o modelo de leitura aparece cada vez mais marcado pela presença das tecnologias e dispositivos digitais. Para os leitores nascidos e crescidos em meio a celulares e computadores, não há uma exclusão entre o impresso e o digital, desta maneira, não se vê essas duas vertentes como meios excludentes, mas como parte de um modelo que reconfigura os processos comunicacionais e culturais. Esta concepção é bastante distinta se observada a partir daqueles que são considerados imigrantes digitais, ou seja, aqueles que precisaram ser inseridos nos processos tecnológicos à medida que a modernização digital avançou. Portanto, entender o consumo através das práticas de leitura nos possibilita entender o momento atual no qual estamos inseridos socialmente, na atualidade, desta maneira

Em vez de escolher o que e por que ler de acordo com os cânones da escola ou da alta cultura, eles leem de acordo com suas necessidades atuais: para estudar uma matéria, candidatar-se a uma bolsa de estudos ou a um emprego, para se comunicar com os amigos. Estas motivações variáveis correspondem ao aumento de leituras curtas, descontínuas, mais próximas da televisão ou do zapping digital do que de práticas de leitura linear, de textos completos, valorizadas pela educação escolar. (Canclini, 2017, p.16, tradução nossa)⁴²

Em 2015 foi realizado um estudo antropológico sobre a leitura que contou com a participação de Canclini, entre outros pesquisadores, onde foi abordado mais profundamente as relações entre o consumo, o novo modelo de leitor e a prática da leitura. A partir de uma classificação utilizada em trabalhos anteriores do autor (Canclini, 2008), que conceitua o leitor como um indivíduo multimídia, aos trabalhos acerca desse estudo antropológico

⁴² - “En vez de elegir qué y para qué leer de acuerdo con los cánones escolares o de la alta cultura, van leyendo según sus necesidades coyunturales: para estudiar una materia, postularse para obtener una beca o un trabajo, para comunicarse con sus amigos. Estas motivaciones variables corresponden al aumento de las lecturas breves, discontinuas, más próximas al zapping televisivo o digital que a las prácticas lectoras lineales, de textos completos, valoradas por la formación escolar.”

interessa, mais do que saber quantitativamente os acessos a *tablets*, celulares e a existência da leitura nas plataformas digitais, compreender como ela acontece e o que ela implica.

É interessante o viés dos estudos até mesmo em países como a Argentina, onde a Pesquisa Nacional de Hábitos de Leitura de 2011 registrou a posse de dispositivos digitais e quanto tempo é lido e escrito neles, mas não investiga que tipo de e-mails ou prevalecem os blogs, ao contrário das perguntas sobre os gêneros mais lidos no papel (contos e romances). Até agora, a tendência de passar mais tempo lendo e escrevendo nas telas não gera tanta curiosidade pelo conteúdo quanto pela leitura no papel (Canclini, 2015, p.6, tradução nossa).⁴³

Para as análises pretendidas, portanto, é importante entender os instrumentos e modos nos quais se constroem a competência leitora no século XXI. Um dos aspectos de destaque sobre estas discussões é o modelo coletivo e interativo que a leitura resgata com a utilização do suporte digital e que revoga a ideia em que ler seria um ato individual. Canclini (2015) aponta a necessidade de incluir os sentidos sociais dos comportamentos e das trocas no que se refere aos estudos etnográficos que possuem como objeto a leitura, visto que o ato de ler não é aprendido como um ato unicamente individual e nem deve ser restringido entre os leitores apenas pelas quantidades de livro lidos, assim como por seus acessos. Para o autor é necessário aprofundar-se nas “dinâmicas conversacionais” por meios das interações e entrecruzamentos desses leitores tanto com o objeto livro, quanto uns com os outros.

Não basta perguntar aos leitores apenas o que lêem e por quanto tempo, mas observar suas trocas. Nos clubes do livro, como nos grupos de estudantes do ensino médio ou universitário, "as pessoas entram em contato e formam relacionamentos como leitores com base em interesses compartilhados, independentemente da distância e, muitas vezes, dos marcadores culturais tradicionais de etnia, gênero e idade"(Canclini, 2015, p.12, tradução nossa)⁴⁴

Atrelada a concepção do consumo como uma forma de pensar como um meio potencial de práticas de cidadania para a convivência, partimos do pressuposto de que “[...] o acesso, em que convivem antigas formas de consumo com interações virtuais, serve também

⁴³ “Es interesante el sesgo de los estudios aun en países como Argentina, donde la Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura de 2011 registró la posesión de dispositivos digitales y cuánto tiempo se lee y escribe en ellos, pero no indaga qué tipo de mails o blogs prevalecen, a diferencia de las preguntas sobre los géneros más leídos en papel (cuentos y novelas). Hasta ahora la tendencia a dedicar más tiempo a la lectura y escritura en pantallas no genera tanta curiosidad acerca de los contenidos como respecto de la lectura en papel.”

⁴⁴ No basta perguntar a los lectores únicamente qué leen y cuánto tiempo, sino observar sus intercambios. En los libroclubes, como en los grupos de estudiantes secundarios o universitarios, las «personas entran en contacto y anudan relaciones como lectores en función de intereses que comparten independientemente de la distancia que los separa y a menudo de los tradicionales marcadores culturales de etnia, sexo y edad» (Leveratto y Leontsini, 2008:48)

para abrir as redes de uma interculturalidade densa e conflitiva” (Canclini, 2017, p. 20, tradução nossa)⁴⁵.

Outro aspecto interessante é pensar o papel das racionalidades do consumo e como elas são acionadas em relação a temática da leitura e as práticas sociais que dela fazem parte. Canclini (1997) estrutura seis principais aspectos pelos quais pode-se pensar o consumo, são eles: 1) Racionalidade Sociopolítica interativa; 2) Racionalidade Econômica; 3) Racionalidade Simbólico-estética 4) Racionalidade Integrativa e comunicativa; 5) Racionalidade do Desejo; 6) Racionalidade Cultural. Estes aspectos poderão direcionar, em parte, as análises sobre os usos e apropriações do TikTok por leitores, considerando, como já citado, o ato de leitura como compartilhado e ser leitor, como um ser multimídia.

Compreendendo os atravessamentos e as perspectivas sobre o consumo abordadas até aqui, García Canclini (2020) destaca que a leitura aparece como um processo de interseção entre os órgãos públicos, empresas privadas e as relações de cidadania, em que as compreensões sobre significado de ler se divergem e se conciliam, portanto, acionam várias instâncias de análise. Desta maneira, as racionalidades são ferramentas de suporte dentro dos estudos culturais, pelo qual seria possível compreender como são construídas as relações entre os leitores, o que esses processos significam para o fomento de uma diversidade literária, quais as apropriações são feitas e o que elas trazem para as relações de pertencimento destes leitores e demais questionamentos que direcionam a problemática deste trabalho. Isso será mais aprofundado ao decorrer do desenvolvimento do trabalho, com enfoque maior durante as análises metodológicas a partir dos dados coletados

⁴⁵ [...] el acceso, en el que coexisten formas antiguas de consumo con interacciones virtuales, también sirve para abrir las redes de una densa y conflictiva interculturalidad.

5.2 BOOKTOK: UMA COMUNIDADE DE CONSUMO

Dos processos desenvolvidos até agora, podemos constatar que a atividade de consumo está presente na comunidade *booktok* e aparece como um elemento principal que mobiliza os integrantes desse meio. Ao observar as atividades em que os usuários estão envolvidos, utilizamos as força dos laços comuns e atividade de consumo para identificar as dinâmicas de comunidade, não somente o papel dos usuários como indivíduos que participam da comunidade, mas o estilo da comunidade como um todo. Portanto, pelo que compreendemos das estruturas de funcionamento na plataforma do TikTok, podemos classificar o *booktok* como um espaço baseado em aspectos da Comunidade *Geek* (Kozinets, 2016) devido ao enfoque principal da importância com a atividade de consumo para a existência e manutenção do espaço, que foca em usuários que valorizam o compartilhamento de informações, notícias, e atividades que envolvem o universo literário e a leitura.

Desta maneira, é pertinente compreender o que dizem as formas de consumo presentes nessa comunidade, para isso, retomamos os estudos de Canclini (1992,1997,) e os aspectos das racionalidades que aparecem em meio às essas dinâmicas. O autor define o consumo como um processo que está presente na formação das identidades pós-modernas em que “[...] operam mediante a produção industrial da cultura, sua comunicação tecnológica, e pelo consumo deferido e segmentado dos bens” (Canclini, 1997 p.35). Entre os processos, podemos encontrar a leitura como um meio para compreender de que maneiras a indústria editorial, junto aos leitores e os meios de comunicação, possibilitam formas diferenciadas de práticas de consumo, juntamente a construção de identidades.

Em entrevista concedida para o periódico Intertexto, Mazer (2017) destaca a abordagem de Canclini com a leitura: “[...] vivemos um momento de transição cultural entre os leitores, espectadores e internautas, em que os sujeitos questionam o rol central dos produtores de conteúdo nos circuitos culturais, enquanto repensam suas ações no capitalismo informacional” (*Ibid*, p.6, tradução nossa)⁴⁶. A partir desta concepção, é possível reforçar que as formas de leitura estão diretamente relacionadas às construções e reconhecimento de identidades por meio das novas práticas de consumo, o posicionamento dos novos mediadores de leitura e os acessos aos meios digitais.

⁴⁶[...] vivimos un momento de transición cultural entre lectores-espectadores-internautas, en el cual los sujetos cuestionan el rol central de los productores de contenido en los circuitos culturales, mientras replantean sus acciones en el capitalismo informacional

Com o objetivo de se aprofundar nesses aspectos, Canclini (1992, 1997, 2008, 2014, 2017, 2021) sistematizou por meio das racionalidades, uma forma de sociologia de consumo em que assinalava os pontos fundamentais de convergência dos principais tópicos envolvidos no processo de consumo. Esses conceitos e suas definições foram organizados em um quadro para melhor visualização:

Quadro 10 — Racionalidades do consumo

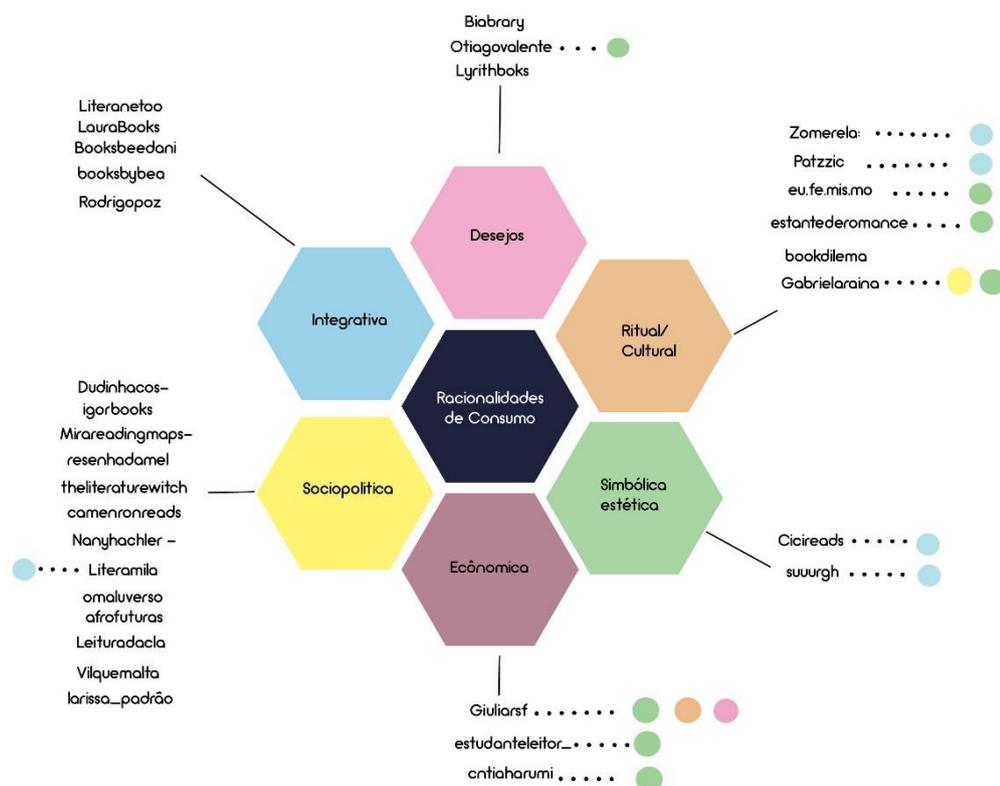
(continua)

Racionalidade	Definições
Econômica	Consumo como um momento do ciclo de produção e reprodução social. É o lugar em que se completa o processo iniciado com a geração de produtor, onde se realiza a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho. Sob este enfoque, não são as necessidades ou os gostos individuais que determinam o que, como e quem consome.
Sociopolítica	Quando vemos a proliferação de objetos e de marcas, redes de comunicação e de acesso ao consumo, a partir da perspectiva dos movimentos de consumidores e de suas demandas: distinção entre os grupos. O consumo como um lugar de conflito de classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva e da distribuição desigual da apropriação dos bens. Consumir é participar de um cenário de disputas.
Simbólica e Estética	Consumo como lugar de diferenciação e distinção entre as classes e os grupos como forma de pertencimento. Existe uma lógica na construção dos signos de <i>status</i> e nas maneiras de comunicá-los. Mostra que nas sociedades contemporâneas boa parte da racionalidade das relações sociais se constrói, mais do que na luta pelos meios de produção da disputa pela apropriação dos meios de distinção simbólica. Há uma coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até uma fração de classe se alimenta, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que leem e desfrutam em como se informam e no que transmitem aos outros.
Comunicativa Integrativa	Consumo como parte de distinção, forma de dividir ou integrar membros de uma sociedade que compartilham um significado sociocultural e compreendem em algum nível o seu significado.
Desejos	Mercadorias e o consumo servem como ordenadores da sociedade. Obtenção de bens desejáveis, transformados em demandas. Atribuir desejos como forma de pertencimento a um determinado grupo e/ou a busca por um determinado objetivo
Cultural	Associa o modo de consumo a rituais e celebrações. Em que a sociedade busca se organizar racionalmente por meio da fixação de códigos e acordos coletivos ao qual são atribuídos significados.

Fonte: Canclini (1997, 1992)

Em relação a estas definições e levando em consideração os elementos centrais nos vídeos analisados a partir das amostragens, podemos observar a presença das seguintes racionalidades de consumo:

Figura 29 — Racionalidades de Consumo dos perfis



Fonte: Autora (2023)

Compreendendo que “[...] o estudo do consumo não somente como uma indagação estatística do modo que se compram as mercadorias, mas também o conhecimento das operações com que os usuários selecionam e combinam os produtos e as mensagens” (Canclini, 1992, p.3, tradução nossa)⁴⁷. Portanto, foram encontradas diferentes expressões dessas práticas de consumo em destaque, entre os usuários leitores-produtores do TikTok. Não somente de forma isolada, mas de maneira interseccionada, onde duas ou mais racionalidades apareceram presentes, norteando os formatos de conteúdo postados e temáticas abordadas pelos vídeos dos perfis dos usuários analisados.

Um exemplo foi a *booktoker* Giuliarsf que aparece na categoria **Experiência do Leitor**: coisas que todo *bookstan* faz/reconhece, em seu vídeo ela demonstra, por meio de um “tour” pela estante, a maneira como organiza seus livros, ao mesmo tempo mostra as edições que possui e comenta um pouco sobre elas. Esse formato de vídeo é uma herança dos vídeos *Bookshelf Tour*, popularmente encontrados no Youtube, em canais de leitores mais assíduos.

⁴⁷ [...] el estudio del consumo no sólo como la indagación estadística del modo en que se compran las mercancías, sino también el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes

De acordo com Silva (2018, p.15) os *bookshelves tours* podem ser classificados como “[...] modelos de conteúdos emblemáticos para a comunidade, símbolo de como no booktube, leitores convidam uns aos outros a entrarem em seus espaços privados para conhecerem seus livros, suas preferências de leitura e suas estantes. Já no *booktok* esses vídeos ganharam um formato mais dinâmico e rápido devido a cultura de vídeos curtos, mas mantém uma essência que mescla a vontade do leitor em expor sua coleção como algo precioso e de uma relação identidade e pertencimento. Silva (2018, p.179) complementa que:

A apresentação que cada booktuber faz de sua coleção de livros configura-se como oportunidade para entender as relações que são estabelecidas entre livro, enquanto objeto material, e leitor. Em certa medida, apresenta o livro contemporâneo e registra percepções sobre sua materialidade e de que forma ela importa à produção de sentidos.

Esse processo pôde ser identificado em 3 categorias: econômica, simbólica/estética e ritual. Começando pela racionalidade econômica, encontramos o valor do consumo no viés comercial, ao mostrar o objeto livro como algo adquirido, a compra de livros se soma a um bem acumulado em que para o leitor é um artigo não somente de necessidade, mas principalmente de luxo. Esta racionalidade é complementada pela questão simbólica/estética, que tendo o consumo como lugar de diferenciação e distinção, demonstra na posse do livro como um bem simbólico, um diferenciador entre as classes e os grupos demonstrando um pertencimento e *status* entre os demais. À medida que “[...]elucidou que a distinção social busca ser justificada pelos gostos que separam alguns grupos de outros.” (Bourdieu *apud* Canclini,1992, p.4)⁴⁸, o fato de um leitor possuir determinada edição de livro e até o número de obras que compõe sua biblioteca pessoal o coloca em um local de diferenciação, seja de maior ou menor grau, entre seus pares leitores.

Por fim, há um certo grau de ritualidade que pode ser observado neste tipo de vídeo, compreendendo que para o leitor, assim como o ato de ler, o manusear, cheirar e demais contatos que possam exemplificar sua relação com os livros como suporte e sua expressão simbólica, também faz parte do ato da leitura. Acionando o que nos diz os processos de ritualidade em relação de consumo podemos compreender que:

Os rituais, explicam Douglas e Isherwood, “servem para conter o fluxo de significados” e para tornar explícitas definições públicas daquilo que o consenso geral considera valioso. Mas os rituais mais eficazes são aqueles que utilizam

⁴⁸ elucida que se busca que la distinción social se justifique por los gustos que separam a unos grupos de otros

objetos materiais para estabelecer os sentidos e as práticas que os preservam. (Canclini, 1992, p.5, tradução nossa)⁴⁹

Desta maneira, o objeto livro aparece como uma expressão de aspectos presentes na leitura como um ato de ritualidade que pode ser encontrada em outras instâncias, por exemplo, os vídeos ambientados durante a realização da Bienal do livro — tais como observados pelos perfis eu.fe.mis.mos e bookdilema — em que há a presença de atividades que são realizadas e reconhecidas por leitores como: frequentar determinados estandes, participar de sessões de autógrafos, reconhecer espaços da bienal e suas singularidades e comportamentos específicos durante a participação destes eventos.

Perfis como Patrizzic e Zomerela, por outro lado, trazem a ritualidade por meio da fofoca, resgatando elementos que podem ser reconhecidos em aspectos presentes na tradição da transmissão de informações por meio da oralidade. Devido ao formato dos vídeos coletados e catalogados apresentarem os *booktookers* relatando o um enredo do livro para os espectadores de maneira interessante e envolvente, podemos relacionar, de certa forma, essa atividade da leitura coletiva oral, abordada por Chartier (2002, p.13), em que certos textos eram “[...] compostos para serem falados ou para serem lidos em voz alta e compartilhados com um público ouvinte, investidos de funções rituais, pensados como máquinas para produzir efeitos[...]”. Apesar de uma conotação, na maioria das vezes, negativa em relação a este ato, alguns estudos trazem a fofoca sob uma ótica positiva, abordando-a como uma “atividade” parte do aspecto de desenvolvimento social dos indivíduos, pois, os resultados demonstram que a fofoca pode desempenhar um papel importante na clarificação das normas do grupo, na proteção dos membros do grupo contra os infratores das normas e na manutenção da ordem social (Cruz *et al*, 2019, p.2)⁵⁰. Desta maneira, no contexto abordado, levando em consideração a proposta em torno da *trend #fofocaliterária*, fez sentido classificar esses aspectos como elementos onde há a presença da ritualidade, pois, definem os bens como “acessórios rituais” e o consumo como “[...] um processo ritual cuja função principal é dar significado ao fluxo rudimentar de eventos” (Canclini, 1992, p.5, tradução nossa).⁵¹

Além da ritualidade, nestes vídeos podem ser reconhecidos também os processos de comunicação integrativa, à medida que compreendemos o ato de consumir como uma

⁴⁹ Los rituales, explican Douglas e Isherwood, «sirven para contener el curso de los significados» y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso. Pero los rituales más eficaces son los que utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan

⁵⁰ “findings demonstrate gossip could play an important role in clarifying group norms, protecting group members from norm violators, and maintaining social order”

⁵¹ De ahí que ellos definan a los bienes como «accesorios rituales» y al consumo como «un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos»

ferramenta de troca de significados, como elucidada Canclini (1992). Os leitores, estabelecem, por meio de códigos e símbolos, elementos que servem como ferramentas para identificá-los como um grupo do qual pertencem, seja por meio de uma vestimenta, pelo vocabulário, ou no próprio livro e os significados atribuídos a ele, portanto “Conclui, portanto, que a posse de objectos e a satisfação de necessidades são tão fundamentais para o consumo como a definição e a reconfirmação de significados e valores comuns” (Canclini, 1992, p.5).⁵²

Também podemos notar a presença dessas racionalidades em outros perfis como *entiaharumi* e *estudanteleitor_*, em que os vídeos, também aparecem classificados entre os aspectos do consumo econômico e simbólico, porém, mostram outro formato de apresentação de livros: os *unboxings*. De acordo com Silva (2019), que também observou essa categoria bastante popular entre os antigos *booktoker*, descreve esse formato como: “[...] vídeos de unboxing de livros, está intimamente ligado a uma cultura material promovida pelas redes de sociabilidade dos leitores e seus livros” (p.196). Os conteúdos são focados exclusivamente em mostrar os livros comprados, assim como brindes e demais materiais “recebidos”, sejam eles: marcadores, *ecobags* com temáticas literárias, *pins*, principalmente aqueles adquiridos em eventos como a Bienal do Livro. Destacando principalmente os aspectos econômicos, ou seja, a quantidade de livros que foram comprados durante o evento e reforçando os aspectos de distinção entre os leitores que possuem um certo privilégio em participar de eventos literários de grande relevância e os demais. Outro ponto que se destaca nesse tipo de conteúdo é o *status* agregado que ele traz pois, quanto maior a quantidade de livros e objetos exclusivos adquiridos, mais relevante e interessante se torna o vídeo e conseqüentemente o leitor que o publicou.

Entre outras categorias observadas, podemos notar um destaque bastante relevante de um consumo voltado ao aspecto sociopolítico, principalmente nas que possuem um aspecto forte voltado a relação com as identidades, sejam ela de gênero, sexual, racial e PCD, ou, até mesmo, no sentido ético voltado a relação do leitor e sua identidade nacional.

Perfis como *Omaluverso* e *Leticia_Padrão*, que aparecem na categoria **Identidade Leitora e Comunidade**, abordam questões relacionadas ao movimento: *Divulga Nacional*, que viralizou no TikTok, em que os leitores, se dedicaram intensamente a recomendar livros e divulgar autores e livros nacionais com enfoque em produções de publicação independentes, como forma de rebater críticas feitas por um perfil que criticava essa literatura como algo de péssima qualidade. O debate envolvendo a qualidade e defesa de livros nacionais entra em um

⁵² “Concluye, entonces, que es tan fundamental en el consumo la posesión de objetos y la satisfacción de necesidades como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes (9).”

âmbito em que entra em questão a identificação que os leitores possuem com sua identidade nacional. Abordando a relação entre a identidade dos indivíduos como nação e os aspectos de consumo, entendemos que

Uma nação é, em parte, uma comunidade hermenêutica de consumidores. Mesmo os bens que não são compartilhados por todos, são significados para a maioria. As desigualdades baseiam-se num sistema de transações que possibilita a coexistência entre grupos étnicos, classes e grupos (Canclini, 1992, p.7, tradução nossa).⁵³

A partir disso, ao observar os vídeos presentes nesta categoria e analisar o posicionamento reativo dos leitores-produtores em rebater as críticas negativas que colocavam a produção de livros nacionais em uma categoria inferior as demais literaturas, nota-se uma preocupação em valorizar autores e produções brasileiras, e é bastante visível que a comunidade *booktoker* entende que há uma importância em construir um espaço para que livros independentes tenham uma maior divulgação e sejam consequentemente lidos por mais pessoas. Assim, esse posicionamento destaca uma relação de reconhecimento e afirmação de sua identidade, como leitor brasileiro de literatura brasileira.

Por outra ótica, perfis como Literaturewitch e Achilleansheves, também abordam o autismo e as questões LGBTQI+ por meio do consumo da literatura. Os perfis, trazem vídeos de recomendações de livros que possui protagonistas e enredos com enfoque representativos, seja através de uma abordagem de resenha ou em formato de ‘lista’ com resumo breve dos enredos de títulos que eles acreditam que mereça mais destaque entre os leitores, esses tipos de vídeos, a partir da perspectiva dos próprios leitores que produzem e compartilham, trazem uma visibilidade para esses grupos com a intenção de popularização de uma leitura mais diversa e atrativa em contracorrente a bestsellers que não possuem essa representatividade.

Vídeos de perfis voltados a questões de raça também podem ser encontrados dentro dessa categoria e racionalidade, são alguns deles: Resenhadamel e Mirareadingmaps_, que possuem vídeos focados em trazer a temática da negritude por meio da recomendação de livros utilizando enfoque em títulos que não são tão divulgados, como fantasias com protagonistas negros, como o livro da série Lendários da autora Tracy Deon ou até mesmo clássicos das teorias dos estudos sobre negritude, como Bell Hooks. O perfil Literamila, que aparece em outro momento na categoria comunicativa integrativa, também protagoniza debates sobre o espaço ocupado pelos *booktokers* negros e o destaque recebido por eles em relação a outros perfis pela plataforma e pelos próprios usuários. Literamila aborda o evento

⁵³ Una nación es, en parte, una comunidad hermenéutica de consumidores. Aun los bienes que no son compartidos por todos son significativos para la mayoría. Las diferencias y desigualdades se asientan en un régimen de transacciones que hace posible la coexistencia entre etnias, clases y cepos.

Booktok Awards, do qual participa, elaborando discussões na rede social para a falta de representatividade negra na competição, onde se via majoritariamente a presença de pessoas brancas, e trouxe debates em torno da *entrega* dos vídeos e o racismo algorítmico da rede social, que favorece o destaque para criadores de conteúdos brancos e dificulta o engajamento de pessoas não brancas. O fato de que o algoritmo tem por trás uma ação humana, corrobora a ideia de que “A gramática de produção desses sistemas homogeniza signos dispersos no tecido social, adequando-os às máquinas tecnológicas de produção de sentido da contemporaneidade”. (Borges, 2012 p.181). Questões como estas se encontram presentes de maneira bastante frequente entre os leitores-produtores da vertente do *booktok* negro.

Esses espaços onde a abordagem sociopolítica se percebe mais forte, traz uma configuração onde o local é meio de disputas entre classes pela ocupação dos espaços, neste caso, isso acontece através da busca e divulgação de produções e obras com representatividade em contracorrente a produções hegemônicas, como pode ser compreendido por Canclini (1992, p.4, tradução nossa):

Como escreveu Manuel Castells, o consumo é o lugar onde existem os conflitos entre classes, causados pela participação desigual na estrutura produtiva, no que diz respeito à distribuição e apropriação de bens. [...] Ao ver o consumo como um canal de imposições verticais, passamos a considerá-lo um cenário de disputas sobre o que a sociedade produz e as formas de utilizá-lo. O reconhecimento desta natureza interactiva do consumo e da sua importância na vida quotidiana tem ajudado os movimentos políticos a não permanecerem apenas nas lutas laborais e a incorporarem reivindicações relacionadas com a apropriação de bens (grupos de consumidores, ouvintes de rádio, etc.).⁵⁴

Por fim, podemos abordar a presença da racionalidade dos desejos, intrínseca a diferentes abordagens de diferentes vídeos, principalmente posicionar o livro como destaque e, por meio dele, atribuir a literatura um valor simbólico e material. Isso pode ser exemplificado pelo vídeo de Biabraby em que esse aspecto aparece mais significativamente, nele, a *booktoker* mostra o seu quarto e os artefatos que fazem sentido para ela, considerando seu papel como leitora. Outro perfil que pode ser analisado neste contexto é a produção de Otigaovalente que ensina e reproduz receitas que aparecem em livros populares no meio literário, são obras como *Harry Potter* (1997) e *A Seleção* (2012), evocam uma memória afetiva nos leitores e faz com que eles queiram realizar essas receitas como forma de se

⁵⁴ Tradução nossa do trecho: Como escribió Manuel Castells, el consumo es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes (7). [...] De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. Reconocer este carácter interactivo del consumo y su importancia en la vida cotidiana ha contribuido a que los movimientos políticos no se queden sólo en las luchas laborales e incorporen demandas referidas a la apropiación de los bienes (agrupaciones de consumidores, de radioescuchas, etc.).

aproximarem de um universo que tanto conhecem e gostam. Essa outorga de significados expressos nas formas de consumo é um meio de “[...] tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora.” (Canclini, 1997, p.59) e que ‘o desejo assume um papel de demanda’ (grifos do autor), pois, os símbolos proporcionam a identificação de um lugar que o indivíduo pertence e se afirma mediante aos outros.

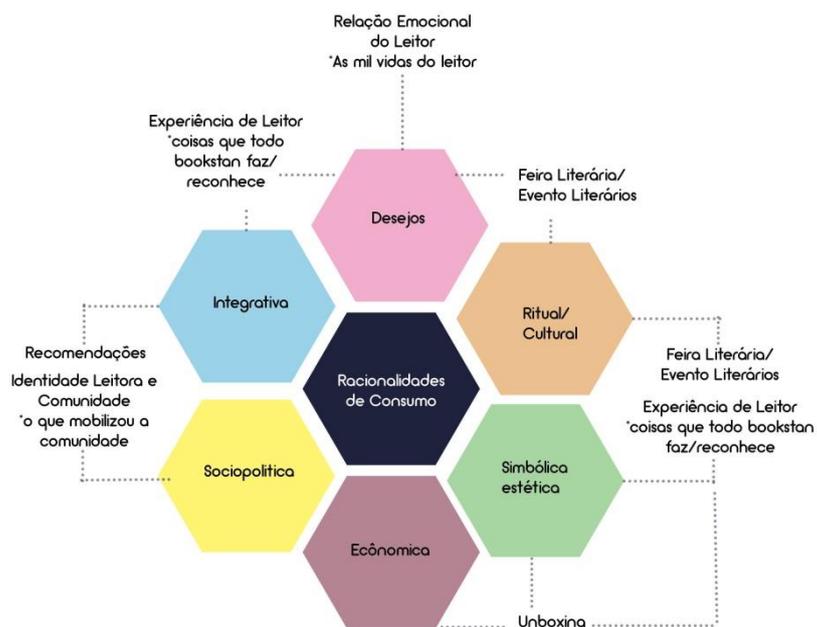
Desta maneira, Canclini (1992, p.6, tradução nossa⁵⁵), elucida que:

É possível definir as especificidades do consumo cultural como o conjunto de processos de apropriação e utilização de produtos em que o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e troca, ou onde pelo menos estes últimos estão subordinados à dimensão simbólica.

Portanto ao observar a presença das racionalidades, é proporcionado um olhar mais atento às expressões de consumo desta comunidade a fim de melhor compreender suas estruturas e formações, assim como suas sociabilidades. Torna-se mais claro, desta maneira, identificar no *booktok* onde estão localizadas as principais características de consumo utilizando as categorias de leitura desenvolvidas nesta dissertação e que podem ser observadas no esquema a seguir:

⁵⁵ [...] es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica

Figura 30 - Racionalidades de consumo e categorias de leitura



Fonte: autora (2023)

É notável, que as categorias voltadas à experiência do leitor e suas relações de identidade e emocionais com a leitura, aparecem ligadas a mais de uma racionalidade de consumo. Pode-se observar, portanto, que o *booktok* se organiza em meio a um sistema de dinâmicas de interação, que permite – através da apropriação criativas, linguagem acessível e interatividade- se aprofundar e desenvolver debates que podem ser identificados nas racionalidades de consumo como a sociopolítica, por exemplo. Desta maneira, os *booktokers* encontram na comunidade modos de utilizarem seus espaços para divulgação de livros com abordagens que trazem enfoque em temáticas sobre diversidade, representatividade de minorias, fortalecimento da literatura independente e nacional, em relação a um cenário hegemônico. Ademais, o leitor, objetivando ocupar, de acordo com as idiossincrasias de um novo contexto, desenvolve um espaço de leitores, para leitores e orientado pela leitura, por meio de dinâmicas que promovem reconhecimento e integração de seus pares.

6. RESSACA LITERÁRIA: CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho desenvolvido é um estudo exploratório sobre as construções acerca da comunidade *booktok* e suas dinamicidades para encontrar algumas respostas sobre o atual momento da indústria do livro e qual o papel do leitor, suas organizações e suas sociabilidades. No decorrer dos capítulos desenvolvidos são contextualizados os aspectos principais que circundam o cenário literário brasileiro, a fim de pontuar as mudanças ocorridas em relação ao que se compreende como leitor e as características particulares acerca dos processos de leitura que compõem a nossa sociedade atualmente. Alguns pontos podem ser ressaltados, entre eles, as particularidades que as novas tecnologias trouxeram nos processos de leitura e divulgação literária, assim como na interação dos leitores. Nota-se uma reorganização dos meios tradicionais tanto para produzir incentivo à leitura, que antes era focada exclusivamente em instituições como escolas e bibliotecas, quanto de maneiras de compreender o leitor no presente século imerso às possibilidades de interação em ambiente digital.

Apesar das mudanças e inovações promovidas pela internet em vários âmbitos da vida cotidiana, é preciso considerar que há uma lacuna de acesso a tecnologias devido as desigualdades, em especial econômicas, e que podem ser observadas nos dados de pesquisas que mostram o contexto brasileiro — que foram acionadas no decorrer deste trabalho. A presença de leitores que possuem participação ativa nas redes sociais tem ganhado destaque considerável na mídia e isso se mostra refletido na participação de eventos Literários e na expressão das vendas de livros, que se tornaram populares por meio da internet.

Por meio dos *booktokers*, que atuam como mediadores nas ‘novas mídias’ auxiliando na divulgação de livros, é possível identificar a presença de uma literatura diversa, assim como na ampliação dos debates sobre: raça e sexualidade no meio literário. As questões acerca da literatura nacional, também aparecem presentes nos conteúdos divulgados e nas discussões em rede. A participação dos leitores em *trends* no *booktokbr*, indicadas pela *#divulganacional*, por exemplo, nota o desejo de reconhecimento e protagonismo que os leitores almejam trazer aos autores brasileiros e suas obras nacionais nos espaços dedicados à literatura. Uma indicação positiva desse movimento se faz por meio dos números e listas de vendas divulgados, não somente por grandes varejistas como Amazon, mas em eventos de grande escala como a Bienal do Livro, que se tornou uma das maiores feiras literárias de 2022. Em 2023, a Bienal não somente trouxe um grande público, amplificando o contato dos

leitores e trazendo mais destaque para os *booktokers* como também para a própria plataforma (o TikTok), que contou com um estante próprio no evento.

A literatura e os livros se fortalecem no meio simbólico por meio da ação desses indivíduos participantes da comunidade *booktoker* e seus potenciais integrativos, sociopolíticos e culturais. Os leitores em posse desse espaço atingem um status social em aproximação ao intitulado por Bourdieu (2018) como “*taste makers*”. Uma atribuição que antes se voltava a personalidades com poder dentro do campo literário ou vinculados, de certa forma, as editoras para conferir uma legitimação crítica sobre as obras. Hoje, essa prática toma forma em um diferente contexto, em que os leitores ao se apropriarem e construírem seus próprios espaços de legitimação, à medida que fortalecem seus conhecimentos por meio das atividades de consumo. O fato de que há planos da ByteDance lançar uma editora própria com curadoria voltada ao que circula no *booktok* revela o potencial econômico gerado por essa comunidade.

Os textos de Canclini (1992, 1997, 2008, 2014, 2017, 2021) auxiliaram para que houvesse um distanciamento de um olhar catastrófico acerca do futuro do mercado editorial e o cenário literário, em que a tecnologia superaria o livro e, assim, proporcionou compreender as apropriações e dinâmicas presentes nos meios digitais, e qual perspectiva de consumo nas construções e manutenções das identidades *online*, por meio da leitura. Foram reconhecidas, por meio de categorização e análise dos conteúdos, expressões das racionalidades econômicas, por exemplo, por meio das práticas de *unboxings*, que demonstravam um forte apelo de diferenciação e *status*, através do consumo. Também notou-se a presença da racionalidade sociopolítica, principalmente em temáticas nas quais questões como protagonismo negro, representatividade da comunidade leitora, racismo e algoritmo eram abordados pelos leitores — por meio da *#booktokenegro*. Isto demonstrava o campo da comunidade como um espaço de disputas entre desejo de representação e reconhecimento, em vista a um domínio hegemônico.

A experiência da utilização da netnografia de Kozinets (2014) e de Hine (2015) para compreender os funcionamentos da rede social TikTok, objeto escolhido para desenvolvimento deste trabalho, se mostrou enriquecedora tanto no aprofundamento das inúmeras possibilidades que os processos metodológicos possuem em um percurso de pesquisa, quanto em questões práticas para entender profundamente e de forma crítica os movimentos da rede e as apropriações diversas que os usuários fazem dela. Além disso, proporcionou melhor compreensão sobre o processo de produção e circulação de conteúdos no TikTok e as relações, orgânicas ou não, que surgem nas participações das comunidades

online e seus indivíduos, assim como as maneiras diversas de abordagem que os usuários, neste caso, os produtores-leitores, possuem ao se apropriar das temáticas literárias. A grande participação de indivíduos reconhecidos como Devotos mostrou um meio que se orienta predominantemente de leitores organizados a partir de uma atividade de consumo com interesse em comum. A leitura e suas relações apresentam-se como os principais condutores a partir das quais as possíveis relações sociais irão surgir. Desta maneira, é possível compreender o TikTok como uma ferramenta que auxilia na aproximação de leitores e promove interações que ultrapassam barreiras geográficas e criam um ambiente integrativo, mostra o potencial das redes sociais para aproximar e conectar as pessoas, principalmente aquelas com interesses em comum.

As dificuldades encontradas na pesquisa aconteceram em diversos momentos, o principal deles foi relacionado à inserção em um ambiente novo e que ainda possui muito a ser desbravado. Isto somado à complexidade que as relações humanas possuem naturalmente e, às particularidades de aplicar um estudo em uma comunidade tão dinâmica, trouxe por vezes uma preocupação em dar conta de tantos dados. Portanto, o aporte teórico para este trabalho conduziu às estratégias para sistematizar o material empírico obtido, assim como as orientações e sugestões adquiridas na banca de qualificação, bem como durante as disciplinas do mestrado e da orientadora, proporcionando trocas bastante enriquecedoras e importantes para repensar algumas abordagens e direcionamentos do trabalho.

A pandemia da Covid-19 foi um fator importante nos primeiros momentos da pesquisa, justamente, para situar os contextos sociais tanto em questões sanitárias quanto econômicas, e como ela afetou diversas instâncias, entre elas, o mercado editorial. Assim como refletiu nos modos de consumo, modificou hábitos de leitura e as relações interpessoais durante e após as medidas de isolamento.

Ademais, o trabalho trouxe uma abordagem que reuniu aspectos diversos sobre o campo da literatura, objetivando o protagonismo do leitor e suas apropriações para a divulgação literária, como destacado por Thompson (2021). Embora não seja uma resposta definitiva, as pistas encontradas demonstraram destaque para as atividades de consumo de leitores e que suas relações formam os aspectos principais que estruturam a criação e manutenção de um ambiente com enfoque na literatura e nos debates sobre ela. Há um grande potencial dessas discussões introduzirem maiores diálogos em questões como raça e sexualidade, e essa representatividade nos livros que circulam no meio. Espaços como Bienais do livro trazem oportunidades de uma convivência que estimula o processo de integração entre os pares leitores, assim como desperta modelos de ritualidades de quem participa destes

eventos. Isso se mostra como uma forma de criar um momento de sociabilidade que transpassa o *online* e se materializa em uma convivência presencial, que de certa forma também se mostra como uma forma de fortalecer esses laços criados virtualmente.

7. REFERÊNCIAS

5ª EDIÇÃO Retrato da leitura no Brasil Instituto Pró-Livro. 2019. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/a-pesquisa-5a-edicao/Acesso> 01 ago. 2022

3ª Edição Painel do Varejo, SNL. 2021 Disponível em: <https://snel.org.br/3o-painel-do-varejo-mostra-aumento-nas-vendas-de-livros-em-comparacao-ao-inicio-da-pandemia-em-2021/> Acesso 01 ago. 2022

ALAKIJA, Ana. **Mídia e Identidade**. In. Borges Mídia e racismo / Roberto Carlos da Silva Borges e Rosane Borges (orgs.). - Petrópolis, RJ: DP et Alii ; Brasília, DF : ABPN, 2012.

ABIDIN, C. Mapeando celebridades da Internet no TikTok: explorando economias da atenção e trabalhos de visibilidade. **Pauta Geral** - Estudos em Jornalismo, v. 8, n. 2, p. 1–50, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5212/19881>.

BIENAL do Livro em SP volta presencial em 2022. Cultura O Estadão .2022 Disponível em: https://cultura.uol.com.br/noticias/50910_bienal-das-bienais-redes-sociais-com-foco-em-leitura-faz-26-edicao-do-evento-bater-recorde-de-publico.html Acesso 14 set. 2023

BERNARD, Andreas. *The Theory of the Hashtag*. Ed.1ª Reino Unido. 2019

BRAGA, José Luiz et al. *Matrizes Interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. EDUEPB, 2017. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/59g2d> Acesso 23 jan. 2022

BRAGA, José Luíz. *Circuitos versus campos sociais. Mediação & Mídiação*. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em: http://www1.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111302.pdf Acesso 23 jan. 2022

BRAZ, Giulia. Bienal do Livro em SP volta presencial em 2022. Cultura O Estadão .2022. Disponível em: https://cultura.uol.com.br/noticias/50910_bienal-das-bienais-redes-sociais-com-foco-em-leitura-faz-26-edicao-do-evento-bater-recorde-de-publico.html Acesso: 10 set. 2023

BOURDIEU, Pierre. *Uma Revolução Conservadora na Edição. Política e Sociedade – Florianópolis*. Vol 17 – Nº39 –Mai/Ago de 2018.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas** São Paulo: Iluminuras, 2008.

CANCLINI, Nestor Garcia *et al.* *Hacia Una Antropología de los lectores*. Ed.1ª Fundação Telefónica. 2015. Disponível em: <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/469/> Acesso 27 maio 2022

CANCLINI, Nestor Garcia. *Ciudadanos Reemplazados por Algoritmo*. 1 ed. Universidad de Guadalajara, 2021.

CANCLINI, Nestor García. *Comum. mídia consumo, são paulo*, v. 14, n. 41, p. 10-30, set./dez. 2017

CANCLINI, Nestor Garcia. El mundo entero como lugar extraño. Ed.1ª. Buenos Aires, Gedisa Editorial. 2014

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos. Conflitos Multiculturais da Globalização Ed. 3ª. Editora, UFRJ, Rio de Janeiro, 1997

CANCLINI, N.G..Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. Dialogos de la comunicación, n. 32, p. 1–9, 1992

CANCLINI, Néstor Garcia. Noticias recientes sobre la hibridación. Trans. Revista Transcultural de Música, n. 7, 2003, Sociedad de Etnomusicología. Barcelona, España

CASTELLS, Manuel. A Era da Informação, Economia, Sociedade e Cultura vol. 2: O Poder da Identidade. Ed. 5ª. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2006.

CHARTIER, Roger et al. Práticas da Leitura *In*. Alcir Pécora. 5ª. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

CHARTIER, Roger. A aventura do livro: Do leitor ao navegador - conversações com Jean Lebrun. 1 ed. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

CHARTIER, Roger. Do palco à página: publicar teatro e ler romances na época moderna: séculos XVIXVIII. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2002a

CRUZ, Elaine Patrícia. Dia Nacional do Livro: hábito da leitura aumentou na pandemia. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-10/dia-nacional-do-livro-habito-da-leitura-aumentou-na-pandemia> Acesso 30 jul. 2022

CRUZ, Terence D. Dores Cruz¹. BEERSMAL, Bianca. DIJKSTRAL, Maria T. M. BECHTOLDT². Myriam N. The Bright and Dark Side of Gossip for Cooperation in Groups. *Front. Psychol.*, 20 June 2019. Sec. Organizational Psychology. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.01374/full> Acesso: 27 out. 2023

EMPRESA dona do TikTok pode lançar uma editora. Mercado Editorial, Publishnews, 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/05/05/empresa-dona-do-tiktok-pode-lancar-uma-editora> Acesso 5 jul. 2023

FACCHINI, Talita. Editoras reportam recordes de vendas na Bienal do Livro de SP. PUBLISHNEWS.2022 Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2022/07/11/editoras-reportam-recordes-de-vendas-na-bienal-do-livro-de-sp> Acesso 30 jul. 2022

FACCHINI, Maria. SOBOTA, Guilherme. Colleen Hoover domina a Lista dos Mais Vendidos do PublishNews. PUBLISHNEWS, 2022. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/01/06/colleen-hoover-domina-a-lista-dos-mais-vendidos-do-publishnews-2022> Acesso 9 out. 2022

FERNANDEZ, José Luiz. Circulación / circulaciones en la investigación en plataformas mediáticas. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 76, dezembro, 2018

GABREL, Ruan de Sousa. Bienal do Livro mostra força do Tiktok entre jovens leitores. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/noticia/2022/07/bienal-do-livro-de-sao-paulo-mostra-forca-do-tiktok-entre-jovens-leitores.ghtml> Acesso 03 ago. 2022

GOMES, Carlos Magno. Revista Brasileira de Literatura Comparada, n.16, 2010

GONÇALVES, M. S. (2021). Meios em mistura: Paradigmas para a articulação de comunicação, subjetividade e cultura. Revista FAMECOS, 28(1), e 35313. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.35313>

HINE, Christine. Ethnography for the internet: Embedded, Embodied and Everyday. Ed.1ª. Bloomsbury, London/New York. 2015

IBGE(2019).IBGE EDUCA. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html> Acesso 5 nov. 2021.

JENKINS, Henry. Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora. Entrevista – Diálogos Midiológicos 33. São Paulo, v.39, n.1, p.213-219, jan./abr. 2016.

JENKINS, Henry. Cultura da Conexão. Ed.1ª. São Paulo: Aleph, 2014.

KOZINETS, Robert V. Planejamento e entrada. In: KOZINETS, Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre : Penso, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, ideias, práticas. Ed.1ª. Petrópolis/RJ. Editora Vozes, 2018.

MATOS, Taís. 'Booktok': onda de vídeos sobre livros no TikTok impulsionam obras de suspense e fantasia. G1 Globo, 2021. São Paulo. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/07/26/booktok-onda-de-videos-sobre-livros-no-tiktok-impulsionam-obras-de-suspense-e-fantasia.ghtml> Acesso em: 28 jul. 2021

MENEZES, Clara. Literatura LGBTQIA+: mercado nacional expande espaço para livros e autores. O POVO, 2021. São Paulo. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaearte/2021/12/11/literatura-lgbtqia-mercado-nacional-expande-espaco-para-livros-e-autores.html/> Acesso: 14 dez. 2021

MERGA, Margaret K. Merga. How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? - School of Education, Edith Cowan University, Australia. 2021.

MURRAY, Simone. Reading Online: Updating the State of the Discipline. Book History, Volume 21, 2018, pp. 370-396. DOI: <https://doi.org/10.1353/bh.2018.0012>

NASCIMENTO, Leonardo F. Sociologia digital : uma breve introdução. - Salvador: EDUFBA, 2020. Disponível em < <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32746> >

NIELSEL Book Data. PRODUÇÃO E VENDAS DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO. Ano Base – 2021

OJEDA, Andrés López. PÉREZ, Carmen Camacho. In Los usos sociales de la lectura: del modo tradicional a otras formas colectivas de leer. HACIA UNA ANTROPOLOGÍA DE LOS LECTORES. 2015, Universidad Autónoma Metropolitana.

PUBLISHNEWS, Lista Mais Vendidos do Ano 2022. Disponível em <
<https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2022/0/0>> acesso 9 de out 2022

RECUERO, Raquel Introdução à análise de redes sociais / Raquel Recuero. – Salvador: EDUFBA, 2017. Epub – (Coleção Cibercultura).

SHIRK, CLAY. A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado. Ed. 1ª. São Paulo. Zahar, 2011.

SANFELICI, Aline de Mello e Silva, Fábio Luiz da Os adolescentes e a leitura literária por opção
 1 Trabalho realizado com apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a partir do Programa Nacional de Pós-Doutorado/CAPES (PNPD/CAPES). . Educar em Revista [online]. 2015, v. 00, n. 57

SILVA, Luis Antônio. Letrônica, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 840-854, jul./dez., 2014

SILVA, Renata Prado Alves. Livros e Leitores nas Redes de Sociabilidade do YouTube. 2018 UERJ, Rio de Janeiro. Disponível em <
https://www.btdt.uerj.br:8443/bitstream/1/8845/1/Tese_Renata%20Prado%20Alves%20Silva.pdf>

SILVA, R.P.A. Booktube: livros e leituras em vlogs no You Tube. In INTERCOM,39,2016. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São paulo: Intercom, 2016

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

SILVA, Tarcízio. Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: Olhares afrodiáspóricos /Org. Tarcízio Silva. LiteraRUA – São Paulo, 2020.

SOUZA, Gabriel. Bienal do Livro de São Paulo mostra força do TikTok entre jovens leitores. O Globo, 2022. São Paulo. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/noticia/2022/07/bienal-do-livro-de-sao-paulo-mostra-forca-do-tiktok-entre-jovens-leitores.ghtml/> Acesso: jul. 2022

SMITH, B. How Tiktok heads your mind. 5 dec. 2021. The New York Times; Disponível: <
<https://www.nytimes.com/2021/12/05/business/media/tiktok-algorithm.html> > acesso: 29 jun. 2022

SOMBINI, Eduardo. Jovens Leem Mais no Brasil mas Hábito de Leitura Diminui com a Idade. A FOLHA. 2019. Disponível <
<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/09/jovens-leem-mais-no-brasil-mas-habito-de-leitura-diminui-com-a-idade.shtml>> acesso 30 jul. 2022

SZABATURA, Taísa. Literatura via TikTok. ISTOÉ, 2021. <https://istoe.com.br/literatura-via-tiktok/> acesso 5 de dez de 2021.

SZURMUK, Mónica. IRWIND, Robert McKee. (org). colaboradores, Silvana Rabinovich ... [et al.]. — México, Siglo XXI Editores : Instituto Mora, 2009

TEITELBAUM, Ilton. Pandemia e redes sociais: entenda o sucesso do TikTok. PUCRS, 2021. Porto Alegre. Disponível em: <https://www.pucrs.br/blog/entenda-o-sucesso-do-tiktok/>
Acesso: 09 set. 2023

TOKARINA, Mariana. Brasil perde 4,6 milhões de leitores em quatro anos. Agência Brasil. 2020 < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>> acesso 01 de ago 2022

THOMPSON, J.B. As guerras do livro: A revolução digital no mundo editorial. São Paulo, Editora UNESP. 2021

WALKER, Chris Stokel. TikTok Boom: : Um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. ED.1ª São Paulo, Intrínseca, 2022

WINOCUR, Resalía Robinson Crusoe ya tiene celular : la conexión como espacio de control de la incertidumbre. Ed.1ª México : Siglo XXI : Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.

ZAID, Gabriel. Livros Demais! Sobre ler, escrever e publicar. Trad. Felipe Lindoso. Ed.1ª. São Paulo, Summos, 2004.

ZYLBERKAN, Mariana. Evangélicos devem ultrapassar católicos no Brasil a partir de 2032. Revista Veja. 2020. Disponível em < <https://veja.abril.com.br/brasil/evangelicos-devem-ultrapassar-catolicos-no-brasil-a-partir-de-2032/>> acesso 01. ago de 2022