



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA

**O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA  
LITERÁRIA EM JOVENS**

Recife  
2024

MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA

**O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA O INCENTIVO À LEITURA  
LITERÁRIA EM JOVENS**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao curso de graduação em Biblioteconomia, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Professor Lourival Pereira Pinto

Recife  
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Oliveira, Maria Anália Almeida de.

O Bookstagram como ferramenta para incentivo à leitura literária em jovens  
/ Maria Anália Almeida de Oliveira. - Recife, 2024.

126 p. : il., tab.

Orientador(a): Lourival Pereira Pinto

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de  
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Biblioteconomia, 2024.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Mediação de leitura literária. 2. Instagram literário. 3. Redes sociais e  
leitura. 4. Mediador de leitura. 5. Mediação literária digital. I. Pinto, Lourival  
Pereira . (Orientação). II. Título.

020 CDD (22.ed.)



**Serviço Público Federal**  
Universidade Federal de Pernambuco  
Centro de Artes e Comunicação  
**Departamento de Ciência da Informação**

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

### **O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS**

**MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA**

---

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Banca Examinadora, apresentado no Curso de Biblioteconomia, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

TCC aprovado em 12 de março de 2024

Banca Examinadora:

---

**LOURIVAL PEREIRA PINTO** - Orientador  
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

---

**DIEGO ANDRES SALCEDO** – Examinador 1  
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

---

**VANIA FERREIRA DA SILVA** - Examinadora 2  
Bibliotecária (UFRPE)

Dedico a todos os leitores que se sentem acolhidos no bookstagram e aos bibliotecários que sempre buscam inovar para que o amor pelos livros e pela leitura chegue a todos.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Valéria e Geraldo, que sempre estiveram comigo, apoiaram cada decisão que tomei ou estava pensando em tomar. Eles sempre fizeram de tudo que puderam para que eu pudesse estudar, me tornar uma boa profissional independentemente do que eu escolhesse ser. Além disso, agradeço a eles por terem sempre incentivado o meu gosto pela leitura ainda na infância. Agradeço em especial ao meu pai, que ajudou significativamente no meu interesse pela cultura, história e leitura.

Agradeço a minhas amigas de graduação, Kynlinca e Jennifer, que sempre ouviram meus desabafos quanto às dúvidas sobre o tema que gostaria de fazer, quanto a dificuldade em juntar dois temas que gosto e que pareciam impossíveis, além de me aconselharem nas diversas decisões que tive que tomar para que esse trabalho acontecesse e demais situações acadêmicas que vivemos e pudemos nos ajudar. Elas estiveram comigo e me acalmaram em diversos momentos da graduação e também tiveram boas contribuições para o trabalho, ainda que indiretamente.

Dentre os amigos e colegas que estiveram na minha vida durante a graduação, quero agradecer ainda a Hemily, que não permaneceu conosco no curso, mas que foi quem me explicou e me mostrou como funcionava o *bookstagram*, as ferramentas do instagram e como crescer nessa comunidade, além de me abrir um mundo de possibilidades nessa plataforma. Conheci pessoas que como eu, são do curso de Biblioteconomia e gostam de compartilhar sua paixão pelos livros, conversei com outras pessoas de outras áreas e vi como o *bookstagram* tem o potencial de ser uma ferramenta útil para diversas áreas e não apenas um hobby.

Também preciso agradecer aos professores do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, que além de terem passado seus conhecimentos, alguns também contribuíram para que eu mudasse de ideia sobre o que eu gostaria de tratar neste trabalho várias vezes em disciplinas bastante interessantes e até trabalhos com temas que me fizeram pesquisar um pouco e conhecer outros caminhos possíveis na Biblioteconomia. Assim, consegui chegar no que eu me senti mais satisfeita em pesquisar. Ou seja, vários professores,

indiretamente, me ajudaram a construir este trabalho e entender sobre o que eu gostaria de abordar.

Dentre esses professores, quero agradecer especialmente ao professor Natanael e à professora Vânia, que lecionaram respectivamente as disciplinas de Métodos e técnicas aplicados à Ciência da Informação e Projeto de Pesquisa em Biblioteconomia 1. O professor Natanael possibilitou que eu finalmente percebesse o que eu queria pesquisar, me ajudou a estruturar o tema e iniciar a estruturação do esqueleto deste trabalho. Na sequência, a professora Vânia, sempre muito atenciosa, também foi incrível para mim, conversou comigo mesmo fora do horário das aulas e me ajudou a tirar as ideias do papel (além de me dar outras ideias também) e estruturar realmente o que eu queria fazer.

Também preciso dar agradecimentos especiais a todos os bibliotecários da Faculdade de Direito do Recife, que me auxiliaram não apenas como estagiária, mas como futura profissional, e fizeram isso com muita paciência e atenção. O que aprendi lá com eles, não foi apenas sobre o trabalho do bibliotecário, mas também foi sobre a vida profissional como um todo. Meus mais sinceros agradecimentos, vocês me fizeram amar a profissão que escolhi e ainda ampliar minha visão na vida profissional.

Por último, mas não menos importante, agradeço ao meu orientador, Professor Lourival, que aceitou me orientar, e me ajudou a, de fato, dar forma a esse trabalho. Ele me deu boas sugestões de como prosseguir, disponibilizou materiais que eu poderia consultar e, por essas e outras contribuições, foi bastante importante para a execução e andamento do presente trabalho.

*I have lived a thousand lives and I've loved a thousand loves. I've walked on distant worlds and seen the end of time. Because I read.*

– George R. R. Martin

## RESUMO

No contexto da sociedade da Informação, o Instagram tem se mostrado uma rede social multifacetada e de grande relevância no cenário mundial, captando inclusive, a atenção dos jovens. Como muitas redes sociais, o Instagram tem um nicho literário, que abre muitas possibilidades para o bibliotecário no âmbito do incentivo à leitura. Por isso, visando realizar um estudo mais detalhado das possibilidades dessa rede social, este trabalho tem como objetivo analisar práticas literárias utilizadas no *bookstagram* e suas contribuições para a Biblioteconomia e o incentivo à leitura em jovens. A pesquisa tem abordagem qualiquantitativa, quanto aos fins, é exploratória e quanto aos meios, se enquadra em estudo de caso e pesquisa-ação. Os instrumentos de coleta utilizados foram a observação participante, a pesquisa bibliográfica e o questionário eletrônico. Sendo assim, foi observado que as práticas literárias mais populares na plataforma são as resenhas, *unboxings* e as indicações de leitura. Entretanto há muitas outras que alguns perfis escolhem utilizar. A rede social é bastante versátil e de fácil personalização de todas as suas ferramentas. Ademais, foi constatado que o *bookstagram* tem muita influência no hábito de leitura de seus usuários e na escolha das próximas leituras. Considera-se que as práticas literárias encontradas podem ser adaptadas para a realidade da biblioteca visando a atualização do profissional na atividade de mediação de leitura, além disso, a comunidade *bookstagram* possibilita uma troca de conhecimentos e benefícios entre o bibliotecário, biblioteca e os leitores da comunidade.

**Palavras-chave:** mediação de leitura literária; Instagram literário; redes sociais e leitura; mediador de leitura; mediação literária digital.

## ABSTRACT

In the context of the Information society, Instagram has shown itself as a multifaceted social media and with great relevance in the worldwide scenery, capturing indeed, the attention of young people. Like many social media sites, Instagram has a literary niche, which opens up many possibilities for the librarian in the ambit of reading encouragement. So, aiming to make a detailed study of the social media possibilities, this work has as objective to analyze literary practices used on Bookstagram and its contribution to Librarianship and the reading encouragement in young people. The research has a qualitative approach, regarding purposes, it's exploratory, and regarding means, it fits as a case study and action research. The collected instruments used were participant observation, bibliographic research and electronic form. Therefore, it was observed that the most popular literary practices are reviews, unboxings and reading recommendations. However, there are many others that some accounts choose to use. The social media is very versatile and with easy personalization of all its tools. Furthermore, it was verified that Bookstagram has much influence on its users' reading habits and next reading choices. It's considered that the literary practices found can be adapted to the library reality, aiming the update of the professional in reading mediation activity, besides, the Bookstagram community enables an exchange of knowledge and benefits between the librarian, library and community's readers.

**Keywords:** mediation of literary reading; literary Instagram; social media and reading; reading mediator; mediation of digital reading.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Nova publicação no Instagram.....	38
Figura 2 - Perfil do Instagram.....	38
Figura 3 - Biografia da conta do Instagram da Biblioteca do CCJ/UFPE.....	39
Figura 4 - Opções de filtros e edições para fotos no Instagram.....	40
Figura 5 - Diferença entre foto sem e com ajuste de brilho no Instagram.....	40
Figura 6 - Interações em publicações.....	41
Figura 7 - Story do Instagram.....	42
Figura 8 - Recursos dos stories do Instagram.....	43
Figura 9 - Legendas dos Reels.....	44
Figura 10 - Botões de interação nos reels.....	44
Figura 11 - Localização do botão 'salvar' nos reels.....	45
Figura 12 - Localização dos destaques no perfil do Instagram.....	46
Figura 13 - Capas e nomes personalizados para destaques do instagram.....	46
Figura 14 - Destaques do perfil da Biblioteca do CCJ/UFPE.....	47
Figura 15 - Painel profissional de contas profissionais do instagram.....	48
Figura 16 - Insights de publicação em conta profissional do instagram...	49
Figura 17 - Hashtags no instagram.....	50
Figura 18 - Publicações contidas numa hashtag.....	51
Figura 19 - Tag Copa Literária.....	59
Figura 20 - Fotografias autorais (observação).....	77
Figura 21 - Práticas literárias comuns.....	78
Figura 22 - Práticas literárias variáveis.....	78
Figura 23 - Diferenças na linguagem.....	79
Figura 24 - Estética dos perfis literários.....	80
Figura 25 - Formas de Interação comuns.....	81
Figura 26 - Biografia dos perfis observados.....	82

<b>Figura 27 - Destaques de perfil literário.....</b>	<b>83</b>
<b>Figura 28 - Destaques de perfis literários.....</b>	<b>83</b>
<b>Figura 29 - Diferenças das resenhas literárias.....</b>	<b>84</b>

### LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 - Mudança no hábito de leitura.....</b>	<b>86</b>
<b>Gráfico 2 - Linguagem mais adequada no Bookstagram.....</b>	<b>89</b>
<b>Gráfico 3 - Conteúdos que mais interessam ao público.....</b>	<b>90</b>
<b>Gráfico 4 - Meios de interação com o público.....</b>	<b>91</b>
<b>Gráfico 5 - Sobre a graduação dos participantes.....</b>	<b>92</b>

### LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 - Motivações para criar um <i>bookstagram</i>.....</b>	<b>85</b>
<b>Quadro 2 - Os gêneros descobertos.....</b>	<b>87</b>
<b>Quadro 3 - Estratégias utilizadas.....</b>	<b>88</b>
<b>Quadro 4 - Vivências no <i>Bookstagram</i>.....</b>	<b>92</b>
<b>Quadro 5 - Bookstagram para bibliotecários.....</b>	<b>93</b>
<b>Quadro 6 - Conhecimentos da graduação e o bookstagram no incentivo à leitura.....</b>	<b>94</b>

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1 -</b>	Frequência de leitura antes do <i>bookstagram</i> .....	86
<b>Tabela 2 -</b>	Leitura de gêneros novos.....	87
<b>Tabela 3 -</b>	Faixa etária dos seguidores.....	89
<b>Tabela 4 -</b>	Importância da apresentação do perfil no incentivo à leitura.....	90

## **LISTA DE SIGLAS**

CCJ Centro de Ciências Jurídicas

LCs Leituras Coletivas

TICs Tecnologias de Informação e Comunicação

UFPE Universidade Federal de Pernambuco

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO DE LEITURA.....</b>	<b>18</b>
2.1	O QUE É MEDIAR A LEITURA.....	19
2.1.1	A leitura literária e as leituras “úteis”.....	22
2.2	AS PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO DE LEITURA TRADICIONAIS E O INCENTIVO À LEITURA.....	25
2.3	MEDIAÇÃO DE LEITURA LITERÁRIA DIGITAL.....	29
<b>3</b>	<b>AFINAL, O QUE É BOOKSTAGRAM?.....</b>	<b>34</b>
3.1	SOBRE O INSTAGRAM.....	35
3.1.1	Ferramentas.....	37
3.1.2	A influência do Instagram a nível social.....	52
3.2	CONCEITOS DE BOOKSTAGRAM.....	54
3.3	FUNCIONAMENTO DA COMUNIDADE BOOKSTAGRAM.....	55
<b>4</b>	<b>ONDE O BIBLIOTECÁRIO ENTRA NISSO TUDO?.....</b>	<b>62</b>
4.1	OS JOVENS, A LEITURA E O BOOKSTAGRAM.....	63
4.2	O QUE O BOOKSTAGRAM TEM A AGREGAR PARA O BIBLIOTECÁRIO COMO MEDIADOR DE LEITURA?.....	67
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>72</b>
<b>6</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>77</b>
6.1	PRÁTICAS LITERÁRIAS UTILIZADAS E APARÊNCIA DOS PERFIS.....	77
6.2	INFLUÊNCIA DO CONTEÚDO E APARÊNCIA DOS PERFIS NO INCENTIVO À LEITURA EM JOVENS.....	85
6.3	DISCUSSÃO.....	94
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>102</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>105</b>
	<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>110</b>
	<b>APÊNDICE B - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 1.....</b>	<b>114</b>
	<b>APÊNDICE C - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 2.....</b>	<b>115</b>
	<b>APÊNDICE D - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 3.....</b>	<b>116</b>
	<b>ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO I.....</b>	<b>117</b>
	<b>ANEXO B - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM I.....</b>	<b>119</b>
	<b>ANEXO C - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO II.....</b>	<b>120</b>
	<b>ANEXO D - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM II.....</b>	<b>122</b>
	<b>ANEXO E - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO III.....</b>	<b>123</b>
	<b>ANEXO F - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM III.....</b>	<b>125</b>
	<b>ANEXO G - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM IV .....</b>	<b>126</b>

## INTRODUÇÃO

Na atual sociedade da informação em que vivemos, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) têm conseguido lugar na vida das pessoas de forma rápida. Assim, as redes sociais e plataformas digitais conseguiram um terreno bem fértil para se estabelecerem diante das facilidades proporcionadas pelas TICs. *Blogs, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter*, dentre tantos outros que mudaram a forma como nos comunicamos e produzimos informação, agora são intrínsecos à nossa rotina diária. Com isso, o bibliotecário deve sempre estar à frente dessas mudanças, buscando conhecer novas formas de exercer seu trabalho.

Ao longo dos anos, percebemos que essas plataformas se dividem em nichos de assuntos diferentes e são formados por pessoas que possuem os mesmos interesses, então as pessoas escrevem e compartilham informações e experiências no âmbito do nicho o qual pertencem e também sobre suas predileções. Isso, naturalmente, é observado em todas as plataformas e redes sociais, mas nesse trabalho em particular, o foco é o instagram.

O instagram é uma rede social de compartilhamento principalmente de fotografias. Foi criada em 2010, com o intuito de ser mais visual e, por isso, bem diferente das redes sociais de sua época (Fraga, 2022). Atualmente, pode-se dizer que o instagram é uma das mais populares redes sociais do mundo (D'Angelo, 2023). Por isso, se faz necessário um estudo aprofundado das ferramentas e possibilidades que essa plataforma fornece aos usuários, podendo também beneficiar empresas, organizações, instituições, etc. por sua imensa popularidade e alcance.

Nessa rede social, como nas outras, há nichos que dividem em assuntos com várias contas que são do mesmo nicho. O estudo do nicho literário é o principal tema do presente trabalho. É um nicho tão amplo na plataforma que pode se referir a ela como uma espécie de “comunidade”, que até mesmo tem nome dado pelos integrantes: *bookstagram* ou variações bem parecidas, como *bookgram*, *booksgram*, etc.

Essas expressões tratam-se de neologismos, que em inglês, basicamente juntam a palavra “*book*” que se refere à “livro”, em português, e “instagram”, fazendo referência à rede social. Ao longo dos últimos anos, a comunidade *bookstagram* tem

adquirido mais relevância no ambiente digital, com diversos conteúdos criativos relacionados a livros e a leitura, tornando a rede social um ambiente possível para a mediação de leitura.

Em paralelo a tudo isso, o bibliotecário se utiliza das práticas tradicionais de mediação de leitura literária na biblioteca para atrair o público e incentivar a leitura. Tais práticas são igualmente eficazes, mas ainda possuem suas limitações e também podem ser renovadas a partir da atualização do profissional. Nesse sentido, o *bookstagram* tem práticas de incentivo à leitura que podem ser comparadas à mediação de leitura literária tradicional nas bibliotecas, mas adaptadas ao instagram, algumas vezes até mesmo se criam outras práticas literárias na comunidade seguindo tendências que, principalmente os jovens (adolescentes e jovens adultos), têm mais interesse.

As duas formas de incentivo à leitura literária podem beneficiar o bibliotecário como mediador de leitura, que com a base tradicional, pode também trazer as inovações propostas pelo *bookstagram* para a biblioteca tanto fisicamente como em perfil da biblioteca na rede social, além de se beneficiar da comunidade para a divulgação da biblioteca e para atrair ainda mais usuários.

Além disso tudo, é possível inferir que o maior público do instagram e principalmente, do *bookstagram*, se tratam de jovens (Hammoudi, 2018). Assim, o bibliotecário pode alcançar esse público ao se atualizar e se aprofundar na análise da comunidade. Conseqüentemente, jovens interessados em ler e bem instruídos, serão adultos mais bem preparados para lidar com o volume de informação que tem sido produzido com a evolução das TICs e a web 2.0.

No que tange à motivação da pesquisa, no início da pandemia de COVID-19, a autora criou um perfil no instagram apenas para compartilhar opiniões sobre livros lidos, filmes e séries assistidas. Ao ter a própria experiência na comunidade *bookstagram*, foi vivenciada a influência de outros perfis literários da comunidade em seu próprio hábito de leitura, além do retorno positivo do público sobre a influência do conteúdo literário do perfil na prática de leitura de outros.

Dessa forma, perceber a possibilidade de influenciar nas escolhas e frequência de leitura de outras pessoas a partir do compartilhamento de opiniões e criação de conteúdos literários no instagram, sob a visão de uma estudante de biblioteconomia, permitiu fazer a analogia do *bookstagram* com o trabalho do bibliotecário como mediador de leitura e motivou a realização dessa pesquisa.

Conseqüentemente, o estudo visa ampliar as possibilidades do bibliotecário como mediador de leitura e as oportunidades para atingir usuários potenciais, como os jovens, que estão sempre no ambiente digital. Além disso, a pesquisa pretende convidar o bibliotecário para uma atualização quanto aos recursos tecnológicos e suas possibilidades.

Desse modo, o estudo foi guiado pela pergunta norteadora, “como as práticas de leitura literária presentes na comunidade *bookstagram* podem auxiliar o bibliotecário na sua atividade de mediação de leitura literária e incentivo à leitura, principalmente para atrair o público jovem para a biblioteca?”.

O objetivo geral da pesquisa é analisar práticas literárias utilizadas no *bookstagram* e suas contribuições para a Biblioteconomia e o incentivo à leitura em jovens. Seguido dos objetivos específicos que são: realizar levantamento de material teórico acerca dos conceitos e práticas do *bookstagram* e sua relação com as práticas tradicionais de mediação de leitura; explorar as ferramentas disponíveis no instagram; selecionar três perfis do *bookstagram* para amostragem; examinar amostra de perfis literários do instagram e as práticas literárias utilizadas; verificar a influência do conteúdo e interações propostas pelos gestores dos perfis literários no incentivo à leitura em jovens; identificar novas formas de mediação de leitura para a biblioteconomia baseadas no *bookstagram*.

No que se refere à classificação da pesquisa, quanto aos fins, esta se classifica como exploratória e quanto aos meios, esta se classifica como, pesquisa-ação e estudo de caso. Quanto aos procedimentos de coleta de dados, foram utilizados o método de observação e o questionário.

Ademais, o presente trabalho está dividido nas seguintes seções: os capítulos 2, 3 e 4 tratam de conceitos teóricos do tema a ser tratado e do objeto de estudo em si, o capítulo 5 explica detalhadamente a metodologia utilizada na pesquisa, o capítulo 6 trata da análise dos dados coletados e, por fim, o capítulo 7 traz as considerações finais.

## **2 PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO DE LEITURA**

Os dicionários disponíveis de forma on-line, como o Priberam, Houaiss e Michaelis, trazem facilmente os significados da palavra “mediação”. Uma simples busca recuperou resultados parecidos, mas abordado em contextos diversos, seja o jurídico, astronômico, psicológico, filosófico, entre outros. As definições mais

repetitivas são: intermédio, visando a conciliação de um conflito; interferência, intervenção e intercessão. (Mediação, 2015).

Quando se trata da área de Ciência da Informação, a mediação, naturalmente, também traz seu próprio contexto do significado da palavra, entretanto, mantém a base trazida pelos dicionários. Pode-se dizer que o bibliotecário, como profissional da informação, é consequentemente um mediador. A mediação é intrínseca ao fazer bibliotecário.

Portanto, o bibliotecário faz um **intermédio** entre a informação e o usuário, auxiliando na busca de fontes confiáveis e úteis para satisfazer as suas necessidades informacionais, ainda que momentaneamente. Assim afirma Prado (2019, p. 18):

A mediação da informação, como a entendemos e a conceituamos, é 'toda ação de interferência - realizada em um processo, por um profissional da informação e na ambiência de equipamentos informacionais -, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; visando a apropriação de informação que satisfaça, parcialmente e de maneira momentânea, uma necessidade informacional, gerando conflitos e novas necessidades informacionais.'

Desse modo, a mediação está sempre presente no trabalho de um profissional da informação. Mas a mediação informacional não é a única forma de mediação a qual o bibliotecário pode exercer. A mediação de leitura também está dentro do papel de mediador do profissional.

Sendo a biblioteca uma agência mediadora, o bibliotecário não pode se esquivar da mediação da leitura, visto que o ato de ler precede o ato de se informar, descobrir e investigar. Portanto, a tarefa de mediar a leitura é tão fundamental quanto disponibilizar documentos (impressos ou eletrônicos) aos leitores de uma biblioteca. (Bortolin, 2010, p. 116).

Sendo assim, conhecer e reconhecer a importância do ato de mediar a leitura é fundamental para o profissional. É por isso que também é necessário explorar as possibilidades além da biblioteca quando se trata de leitura, visando a constante atualização do profissional diante das transformações tecnológicas pelas quais passamos. Além disso, da mesma forma que o armazenamento, a recuperação, organização e preservação da informação ganharam novas perspectivas com a evolução tecnológica, a leitura também passa por suas próprias modificações de acordo com as necessidades e surgimento de novas possibilidades.

## 2.1 O QUE É MEDIAR A LEITURA?

A leitura é uma prática amada por muitos, mas também desconhecida e

vista como obrigação por outros. Ler, muitas vezes, tem seu significado subjetivo para cada pessoa que o faz. Utilizada seja para fugir de problemas e embarcar num mundo fantástico proporcionado pelos livros, seja para procurar por identificação a partir de suas angústias pessoais e assim achar outras pessoas que passam pelas mesmas situações.

Não nos esqueçamos, o leitor não consome passivamente um texto, ele se apropria dele, o interpreta, deturpa seu sentido, desliza sua fantasia, seu desejo, suas angústias entre as linhas e as mescla com as do autor. É aí, em toda essa atividade fantasmática, nesse trabalho psíquico, que o leitor se constrói. (Petit, 2013a, p. 27)

Portanto, a leitura normalmente tem motivações e experiências subjetivas e por isso, nem sempre se pode ter certeza do resultado de uma leitura, uma única interpretação ou uma única visão. Por isso, mediar a leitura também tem suas nuances, entretanto, muitas vezes é um ato tão intrínseco em quem sentiu a própria experiência com os livros, que se torna mais comum do que se imagina.

Além da subjetividade trazida com a leitura, há também outros benefícios que podem ser proporcionados à pessoa que se propõe a adentrar nesse universo da literatura. A identificação que a leitura pode provocar pode ser um alívio para os que passam por períodos difíceis e ainda o acolhimento que pode gerar saber que não se é o único que pode passar por determinada situação. Seus efeitos, nesse sentido, podem até ser chamados de terapêuticos.

Tal identificação, ainda pontua Petit (2013a), muitas vezes é, inclusive, a motivação que leva o leitor ao livro. A busca por uma palavra de conforto, um escape de sua realidade caótica para ir a um mundo fantástico, até mesmo uma validação de seus sentimentos e angústias nas palavras de um romance, poesia ou conto podem ser reparadores e também podem motivar o leitor a buscar cada vez mais pelos livros.

Macedo (2022) aborda outros benefícios da leitura já bastante disseminados, são estes, a ampliação de visão de mundo, o desenvolvimento do senso crítico e a capacidade de questionamento, melhora da oratória e comunicação e a afirmação de identidade. Não é à toa que muito se fala sobre o poder dos livros quanto ao questionamento de crenças já estabelecidas e a derrocada de governos e instituições autoritárias.

Isso pode ser visto em filmes e livros históricos, como no filme “O nome da Rosa”, inspirado no romance de Umberto Eco, que entre outros temas, trata do

conhecimento retido pela Igreja Católica na Idade Média, que obviamente causava curiosidade na população, até mesmo nos próprios clérigos. (O nome [...], 1986)

Vindo para mais próximo na cronologia histórica, temos o filme “A menina que roubava livros”, também inspirado num livro de drama do autor australiano Markus Zusak, de 2005, que se passa na Alemanha nazista. Numa cena do filme, podemos ver a queima em praça pública de uma pilha de livros considerados ‘proibidos’ pelos nazistas. (A menina [...], 2013)

Assim, pode-se dizer que ler dá poder para questionar, argumentar e mudar muitas ideias enraizadas na nossa sociedade, ademais esses filmes e livros históricos podem demonstrar que os governos e instituições sabiam e sabem disso. Por isso, ler não é apenas uma forma de escape da realidade ou uma forma de se sentir validado, mas também é um ato necessário para o indivíduo se manter consciente do que acontece em torno de si, visto que mesmo a ficção imita a realidade em diversos aspectos.

Tendo em vista a importância da leitura, a figura do mediador e da mediação de leitura também se fazem presentes e possuem igual importância. A mediação de leitura se torna uma ferramenta para o desenvolvimento dessas competências supracitadas e torna o mediador um defensor da educação, do pensamento crítico e da democratização dos efeitos da leitura nos indivíduos.

Sobre o ato de mediar a leitura, Almeida e Costa (2012) destacam que mediar ultrapassa as ações de ler um livro e indicá-lo, mas se trata de fazer com que o leitor tenha interesse na história que está sendo contada, é discutir sobre ela, levantar questionamentos e mostrar ao leitor os benefícios da leitura e como ela é transformadora.

Já Nascimento e Nunes (2021, p. 124), entendem que mediar é “interferir na apreensão e na apropriação de sentidos dos indivíduos”, além de que as autoras defendem que a mediação de leitura é importante para formar leitores mais independentes, além de mais perceptivos e críticos quanto ao mundo que nos cerca.

Ainda, Oliveira, Sundstrom e Prado (2021), evidenciam os objetivos da mediação de leitura ao afirmarem que uma mediação consciente procura o desenvolvimento de indivíduos autônomos capazes de avaliar as informações de forma crítica para construir conhecimento e poderem desenvolver outras necessidades informacionais.

Dessa forma, as autoras entram em consenso ao afirmarem que a mediação de leitura deve objetivar o desenvolvimento do pensamento crítico e da independência dos indivíduos como leitores.

Quanto à definição de mediação de leitura, acredita-se que, com base nos autores e discussões aqui mencionadas, em resumo, a mediação literária trata de uma forma de incentivar a leitura e despertar no outro o interesse pela história contada. Mediar é criar pontes entre o leitor e o texto proferido, é emocionar através da leitura. O mediador, além de proferir o que está escrito nos livros de forma a interpretar aquelas palavras e repassá-las trazendo as emoções e sensações presentes no livro, também deve escolher e indicar os livros de acordo com o leitor e seus interesses, e ainda, de acordo com as próprias experiências com aquele livro.

E mais que isso, o mediador também deve se importar em debater sobre o livro e instigar o pensamento crítico, a imaginação e criatividade do leitor. Teixeira e Costa (2016, p. 18) são precisas ao afirmarem que “O mediador seria, então, um provocador de superações e desafios ao leitor”.

Tais debates implicam em conversas reflexivas, que por vezes, podem gerar catarses, proporcionando o autoconhecimento e até a superação de situações vividas e representadas em livros. Prado (2019, p. 101) confirma essas experiências de conversas com os leitores como uma das facetas da mediação de leitura:

Fazer mediação de leitura não é somente entregar a ‘história congelada’ no livro, mas é também o momento de ouvir as histórias dos possíveis leitores sobre filhos, sobre leituras, sobre viagens, dores, sobre filmes e séries, amores ou até mesmo sobre a não paciência para ler um livro.

Além disso, ao contar sobre experiências vividas que se parecem com as que o/a protagonista do livro discutido viveu, pode acontecer a identificação de outras pessoas presentes que ao contarem sobre suas próprias experiências, geram uma sensação de acolhimento e compreensão coletiva. A mediação traz essas experiências terapêuticas que podem ajudar muitas pessoas em diversas situações.

O mediador é o instrumento para toda essa experiência psicológica e a ampliação de habilidades e capacidades provenientes da leitura chegarem ao leitor, por isso o profissional também precisa de conhecimentos e principalmente, precisa ter sentido o efeito e a experiência da leitura por ele mesmo. (Petit, 2013a).

Desse modo, os mediadores têm grande responsabilidade e importância, visto que podem experienciar situações de grande emoção dos leitores e também

necessitam de conhecimentos específicos para estimular o pensamento crítico e lidar com várias situações que podem encontrar.

Assim, não é qualquer pessoa que pode se dizer mediadora de leitura literária de fato e trabalhar com isso, mas é possível dizer que muitas pessoas, por vezes, fazem essa mediação corretamente sem perceber. Prado (2019, p. 42) destaca:

Os mediadores precisam de saberes teóricos específicos, não com o intuito de encontrar as respostas 'corretas', e sim para valorizar o contato entre texto e leitores. Essa escuta não se aprende instantaneamente, demanda tempo e compromisso.

Portanto, apesar de ser uma prática muito comum e vista em vários lugares e realizada por várias pessoas, mediar deve ser uma atividade feita com responsabilidade e compromisso, principalmente se for realizada como uma função profissional. Além de que as práticas utilizadas devem ter um objetivo e devem ser pensadas para atingir tais objetivos.

E mais: não apenas pensar sobre as práticas literárias que podem ser utilizadas na mediação, mas também entender sobre o íntimo do público-alvo, conhecer os usuários e suas vulnerabilidades, para então decidir quais serão os meios utilizados para que o público tenha uma boa experiência.

### 2.1.1 A leitura literária e as leituras “úteis”

A leitura literária se trata da leitura de obras de ficção, é o tipo de leitura que, de fato, causa todo o bem estar em quem lê. Esse é o tipo mais conhecido de leitura e que normalmente se dá pela própria escolha do leitor e gera o sentimento de identificação e até mesmo traz conhecimento de outras culturas e realidades, gerando também empatia.

Os livros, e em particular, os de ficção, nos abrem as portas para um outro espaço, para uma outra maneira de pertencer ao mundo. Os escritores nos presenteiam com uma geografia, uma história, uma paisagem onde retomamos o fôlego. Eles nos abrem as portas também para um outro tempo, em que a capacidade de sonhar tem livre curso e permite imaginar, pensar outras possibilidades (Petit, 2013b, p. 79).

Apesar disso, esses benefícios ainda não são reconhecidos como deveriam ser. Muitas vezes, esse tipo de leitura é tratado como perda de tempo ou simples distração. Assim, podemos dizer que, de acordo com esse pensamento, há dois tipos de leitura: as leituras de distração, que tratam da leitura literária; e as leituras “úteis”, que trazem conhecimentos mais concretos, para se desenvolver

profissionalmente ou para auxiliar o desempenho em estudos não só da escola, mas também estudos gerais, podendo tratar de idiomas, concursos, entre outros.

De acordo com Hammoudi (2018, tradução própria), a chamada “leitura prazerosa”, se trata da leitura por prazer e considera a literatura como uma prática cultural ao invés de uma habilidade pragmática. Então, pode-se dizer, que esse é o tipo de leitura que faz os leitores se encantarem com o mundo literário, e esse também é o tipo de leitura que imaginamos quando alguém fala sobre a leitura propriamente dita.

Prado (2019), vai mais longe ainda e afirma que a leitura literária também tem um função pacificadora, podendo pacificar emoções e promover catarse, gerando alívio de emoções, pacificação e serenidade. A biblioterapia, por exemplo, se baseia nessa função da leitura e, juntamente com psicólogos e psiquiatras, traz resultados bem interessantes.

A partir de efeitos tão terapêuticos e prazerosos, temos a formação de um leitor, um visitante frequente de bibliotecas, livrarias e sebos. O mediador pode ainda auxiliar quanto à escolha de livros e ajudar a formar esses leitores assíduos, tornando-os também mais conscientes de suas escolhas e mais autônomos (Prado, 2019).

Em contrapartida, as leituras consideradas úteis, são textos mais direcionados para a ação e normalmente ajuda o leitor num objetivo, como conseguir um emprego, aprender um idioma, conseguir informações sobre algo, seguir uma receita para cozinhar, instruções sobre algo, entre outros (Hammoudi, 2018, Tradução própria). Essas leituras são mais práticas e visam auxiliar o leitor a atingir um objetivo e sanar uma necessidade.

Petit (2013b) também conceitua as leituras úteis como leituras que serviriam de forma imediata para os estudos ou para procurar emprego. Esses são os textos mais “socialmente aceitos”, justamente por trazerem um conhecimento que pode ser aplicado de forma prática na vida cotidiana. Assim, é perceptível que o interior, a imaginação e a reflexão não são elementos bem vistos na sociedade hodierna. Petit (2013b, p. 83) confirma:

[...] a imaginação - que é tão importante - teve, durante muito tempo, má reputação: era considerada como um capricho de pequeno-burguês egoísta. E na Europa, o patronato, a Igreja, as elites operárias, todo mundo estava de acordo em afastar os pobres deste tipo de risco, encaminhando-os para as atividades coletivas de lazer devidamente vigiadas e com fins edificantes. A intimidade, a interioridade, o cuidado consigo mesmo, não eram para eles.

Ou seja, é um preconceito que está enraizado em nossa sociedade e no consciente coletivo e que já perdura há muito tempo em nossa cultura. Estar lendo enquanto outros trabalham é inaceitável e o leitor é criticado e mal visto socialmente. Porém, também traz certa contradição, visto que também é dito aos jovens que é preciso ler mais, ou ainda, os adultos reclamam que não se lê mais.

Entretanto, essa leitura a que se referem se trata da leitura útil, da leitura que “leva para algum lugar” (Petit, 2013b). A escola também endossa essa visão social da leitura como algo mais prático utilizando a leitura de clássicos como uma base para atividades avaliativas, ou seja, a leitura se torna uma obrigação para tirar boas notas e isso pode ter um efeito negativo nos jovens e na formação de novos leitores (Hammoudi, 2018, tradução própria).

Por isso, ter opções e poder fazer a escolha é um fator que motiva a leitura e o interesse dos jovens. Além de que a leitura por escolha própria tem muito mais probabilidade de formar um leitor do que a leitura por obrigação. Ademais, é preciso ressaltar que a leitura literária pode proporcionar benefícios principalmente para a fase de vida de um adolescente que muitas vezes precisa se entender para fazer as decisões que a sociedade pede, como a escolha profissional.

Prado (2019, p. 148) é bastante enfático nisso quando afirma que “A história ficcional apresenta muitas características do mundo real, podendo contribuir para despertar os sentidos do leitor e a identificação com algum aspecto da história”. Então, ainda que estimule a imaginação, a leitura literária também tem muito a agregar para a vida real e principalmente, para crianças e adolescentes que estão em formação.

Outrossim, essas histórias podem ajudar no desenvolvimento de habilidades sociais, como a empatia. Dessa forma, Teixeira e Costa (2016, p. 25) pontuam que “A literatura tem o potencial de inspirar a aproximação empática com as histórias e personagens para estimular a imaginação criadora.”

Portanto, apesar da visão popular, a leitura literária tem seu valor e sua utilidade, além do mais é tão importante quanto as leituras mais práticas. Pode-se dizer que a diferença entre essas é apenas que a primeira não tem um objetivo certo, entretanto traz benefícios variados, enquanto a segunda já tem um objetivo e é baseada numa necessidade do leitor. Ambas são importantes para o leitor, mas não o são caso sejam realizadas de forma obrigatória.

## 2.2 AS PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO DE LEITURA TRADICIONAIS E O INCENTIVO À LEITURA

Falando mais acerca da mediação literária e da figura do mediador, muitas são as práticas de mediação e incentivo à leitura, utilizadas para atrair o leitor para o universo dos livros, inclusive, tais práticas nem sempre são exclusivas das bibliotecas ou outras entidades relacionadas à leitura. Por vezes, muitas pessoas as fazem sem sequer perceberem.

As práticas de leitura citadas são consideradas como ações que estimulam o interesse na leitura literária. São aquelas ações espontâneas de, por exemplo, criar um acervo com livros doados para a comunidade, de criar espaços alternativos como geladotecas, quiosques com um ‘pegue e leve’ em ruas, praças e até em ônibus. As iniciativas em prol da leitura são inúmeras e já perpassam as paredes das bibliotecas.

Um exemplo dessas ações espontâneas se dá com o projeto “Refresque ideias – Geladeira do Livro”. O projeto foi idealizado pelo educador Lucas Rafael em 2011. O objetivo do projeto é que essa seja uma forma simples de se ter acesso aos livros nas comunidades, dessa forma, os próprios membros podem ter a liberdade de pegar um livro emprestado, devolvê-lo e até mesmo doar outros de seu acervo pessoal. (Prado, 2019).

Assim, o incentivo à leitura literária pode se dar de diversas formas e uma delas é a própria mediação de leitura. Ainda que haja várias outras formas de incentivo à leitura, temos algumas formas comuns que essas sim, são utilizadas em várias bibliotecas, como a contação de histórias, que consiste em ler as histórias de livros em voz alta e com a entonação adequada a cada frase. Normalmente o maior público alvo são as crianças.

Sabemos também da importância dos intercâmbios em torno dos livros, e em particular das leituras em voz alta, em que os gestos de ternura e as nuances da voz se mesclam com as palavras da língua da narração: na França, aqueles a quem a mãe contou uma história toda noite têm o dobro da probabilidade de se tornarem grandes leitores do que aqueles que praticamente nunca passaram por essa experiência. (Petit, 2013a, p. 35)

Assim, a contação de histórias é um exemplo de uma prática clássica de mediação de leitura literária que ultrapassa as paredes das bibliotecas. É uma atividade literária muito comum de acontecer entre pais e filhos antes da hora de dormir. Aquela história contada fica no imaginário infantil e o fato de imaginar todo

aquele mundo fictício, com certeza estimula sua imaginação e curiosidade acerca do mundo da literatura.

Sobre o contador de histórias, este lê o livro em voz alta, narrando e levando em consideração o conto em si, o narrador, os personagens, o lugar e as situações que vão acontecendo. Sua atuação é realmente parecida com a do mediador, e acerca disso, Prado (2019) afirma que ao final de sessões de contação de histórias, os narradores ditam as referências e fontes dos textos lidos, o que, de fato, pode ser chamado de mediação de leitura literária e os narradores, conseqüentemente, podem ser chamados de mediadores de leitura.

Entretanto, também há práticas literárias sem distinção de faixa etária, como as rodas de leitura, saraus com canto, declamação de poesias e leitura de crônicas, entre outras formas encontradas pelos bibliotecários para estimular o interesse do público na leitura. Mais especificamente sobre as rodas de leitura, se trata resumidamente da interlocução de textos curtos como contos e crônicas que podem ser lidos em silêncio ou em voz alta. (Prado, 2019).

As rodas de leitura juntamente com os clubes de leitura são práticas bastante conhecidas em que se tem uma apreciação coletiva, ou seja, é diferente de ler sozinho no quarto ou em qualquer lugar. Além de que os clubes de leitura ainda possuem algumas diferenças das rodas de leitura, já que os clubes precisam que os participantes tenham lido as páginas anteriormente combinadas e também possui a discussão e o compartilhamento de ideias e percepções sobre o andamento da narrativa. Sobre essas diferenças, Prado (2019, p. 24) pontua:

As Rodas - diferentemente dos clubes de leituras - não requeriam que os participantes conhecessem ou tivessem lido os textos previamente, pelo contrário, o não-ter-lido eram essenciais, pois a proposta dos encontros era justamente desmistificar alguns preconceitos em relação ao texto literário.

Desta feita, são práticas com abordagens diferentes mas que têm o mesmo objetivo: incentivar à leitura. Além de que são atividades que são utilizadas presencialmente nas bibliotecas já com esse objetivo e também visando o aumento de visitas às bibliotecas. Portanto, essas e outras atividades podem ser consideradas como exemplos de práticas de mediação de leitura que são mais comuns de encontrarmos e conhecermos.

No entanto, algumas vezes, tais práticas se tornam tão corriqueiras que os usuários já não sentem o estímulo desejado para iniciar ou até mesmo terminar um livro. Existem diversos fatores para que isso ocorra, como a falta de tempo para se

deslocar para uma biblioteca e para participar regularmente dos encontros de leitura, bem como simplesmente a falta do hábito de ler.

A pesquisa “Retratos de Leitura no Brasil”, na sua 5ª edição, realizada em 2019 pelo Instituto Pró-livro, traz dados importantes: no tópico 5 sobre barreiras para leitura, quando se refere às “razões para não ter lido mais” **entre os leitores**, a principal razão destacada é justamente a falta de tempo com 47% das respostas dos leitores no ano de 2019 (Instituto Pró-Livro, 2020).

Outro dado mostrado é relativo à razão para não ter lido nos últimos 3 meses, **com os não-leitores** (Toda a pesquisa foi realizada entre outubro/2019 e janeiro/2020) e as respostas foram focadas novamente na falta de tempo, com 34% das respostas em 2019, e também pela falta do gosto de ler, com 28% das respostas no mesmo ano (Instituto Pró-Livro, 2020).

Nessa mesma pesquisa também foi mostrada a média de livros lidos por ano com todos os entrevistados. **A média de livros totais lidos é de 4,95** no ano da pesquisa e **a média de livros inteiros lidos é de 2,55**.

Com esses dados, a pesquisa evidencia as questões que impedem os brasileiros de lerem mais, além de mostrar como está a média de livros lidos ao ano. Não é de se estranhar que a média de livros lidos seja bastante afetada com tais impedimentos. A falta de tempo pode ser realmente um motivo para muitos, mas infelizmente, o brasileiro não tem o hábito da leitura bem consolidado, por isso observa-se a segunda resposta sobre não haver o gosto pela leitura. Nesse sentido, é fácil entender porquê a média de livros lidos dificilmente passa dos 5 livros por ano no Brasil.

Em contrapartida, ao serem perguntados sobre o que gostam de fazer no tempo livre na mesma pesquisa supracitada, os entrevistados, com poucas diferenças de porcentagem, responderam: assistir televisão (67%), usar a internet (66%), escutar música ou rádio (60%) e usar o *whatsapp* (62%). Ler livros em papel ou livros digitais foram 24% das respostas e o uso de *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram* ficou com 44% das respostas. (Instituto Pró-Livro, 2020)

Dessa forma, além do fato de percebermos o hábito de ler no tempo livre com porcentagem menor que 50% das respostas dos entrevistados, também é pertinente ressaltar as respostas com porcentagem próxima ou acima de 50%, como o uso de redes sociais, internet e *whatsapp*. É inegável que essas novas tecnologias vêm ganhando espaço na rotina do brasileiro, mais especificamente dos jovens

brasileiros, e o fato de não haver essa consolidação no hábito da leitura, propicia que surjam outros interesses e prioridades quando o tempo não é mais um empecilho.

Por esse motivo, também vale destacar o que acontece muitas vezes nas escolas quanto à leitura de paradidáticos, habitualmente cânones da literatura brasileira, como Machado de Assis, Aluísio Azevedo, Mário de Andrade, José de Alencar, entre outros. Normalmente, de fato são leituras indispensáveis para o desenvolvimento pessoal e intelectual, contudo, falamos de adolescentes e pré-adolescentes que, nessa fase, geralmente preferem livros infantojuvenis com temas mais próximos de suas realidades e que permitam a identificação e o entendimento da fase de vida vivenciada pelo jovem.

Além disso, a linguagem utilizada nas literaturas clássicas são rebuscadas, devido ao período em que foram escritas, o que dificulta o entendimento, por vezes até de adultos. Outra questão a ser abordada é de que essas leituras não são opcionais, mas sim obrigatórias e cobradas até mesmo em avaliações. Enquanto alguns alunos se adaptam à linguagem mais difícil, muitos outros não conseguem sequer chegar à metade ou nem iniciam por faltar interesse.

Macedo (2022, p. 12, grifo próprio), tratando de mediação de leitura literária e do estabelecimento de laços afetivos com o leitor, afirma que “desenvolver relações afetivas com o leitor é estabelecer relações positivas com a leitura, com intenção de fazer o leitor descobrir **o ato de ler como atividade de prazer e lazer e não por obrigação/imposição.**”

Portanto, havendo uma revisão dos livros utilizados como paradidáticos nas escolas e estabelecendo um equilíbrio entre livros clássicos e livros infantojuvenis ou da escolha dos alunos na lista de livros utilizados, desta feita, é possível melhorar o índice de leitura, bem como aumentar o interesse dos adolescentes na leitura.

No que tange ao uso de redes sociais, internet e outros meios digitais, estes podem ser aliados no incentivo à leitura e na mediação da leitura literária, visto que ainda que os meios digitais sejam empecilhos para o hábito de leitura, é possível atrelar ambos de forma harmoniosa e estimular o interesse pelos livros em públicos variados que antes não tinham contato com o universo literário.

### 2.3 MEDIAÇÃO DE LEITURA LITERÁRIA DIGITAL

Com o surgimento e a ascensão das chamadas tecnologias da *web 2.0*, as interações entre as pessoas mudaram e conseqüentemente, se tornaram mais frequentes e rápidas, além de trazerem diversas possibilidades. A velocidade em que se pode compartilhar arquivos, imagens e outros, é imensa, a conexão com pessoas a quilômetros de distância se dá em tempo real.

Nessa rapidez proporcionada por essas tecnologias e seu uso se tornando cada vez mais comum no nosso cotidiano, é impossível não ter mudanças em todas as áreas da vida, como trabalho, estudos, relacionamentos, saúde, etc. Há influência, por exemplo, de redes sociais em todos os aspectos da vida. Dessa forma, a utilização de tecnologias para a leitura não estaria numa realidade muito distante.

Nesse contexto, Nascimento e Nunes (2021, p. 126) pontuam que “O ato de ler mudou, tornou-se uma prática interativa e, com isso, novas práticas de leitura surgem”. Portanto, é importante ressaltar a interatividade que a leitura em ambiente digital gera. O leitor sai de um contexto passivo, para se tornar um leitor que interage, colabora, compartilha e opina sobre o que lê.

Quanto a isso, Farias (2013) retrata essa realidade ao afirmar que o leitor se torna um autor, e a partir de suas próprias experiências e olhar, participa e interage com as ferramentas da *web 2.0*. Assim, tratamos de uma rede que ao mesmo tempo em que se consome, também se produz com muita facilidade, um exemplo bastante claro são as *fanfictions*, que são livros em plataformas próprias para isso - como o *wattpad e spirit* - de fãs que se baseiam em obras literárias para criar suas próprias versões da história já publicada ou ainda continuar a história de um ponto específico.

Fanfictions são histórias escritas por fãs. Essas histórias utilizam um ou mais aspectos de uma obra original, como personagens ou o próprio universo onde a obra é vivenciada, como base para estender o contato com aquela obra em algum aspecto específico. (Prado, 2019, p. 182)

Dito isso, as *fanfictions* são mais uma alternativa para os leitores e fãs de sagas de livros famosos compartilharem suas ideias e opiniões sobre a obra. Isso porque nas redes sociais, ainda que de outras formas, também tem espaço para os leitores compartilharem os sentimentos provocados pela obra literária e também interagirem e se conectarem com outras pessoas que têm opiniões afins.

Ademais, também é possível falar sobre ler livros em ambientes digitais, e para isso, existem aplicativos, plataformas e até mesmo dispositivos - como o e-

*reader* - que disponibilizam uma interface que permite a leitura, grifo de partes importantes, escrita de anotações e até mesmo alterações que são impossíveis de serem feitas no livro impresso, como aumento ou diminuição do brilho de tela, ajuste e mudança de fonte. Com certeza essas configurações facilitaram a maior adesão à leitura digital.

Ainda sobre a leitura e o livro digital, Belo (2002) afirma que a expressão “livro digital”, utilizada para se referir ao texto eletrônico, pode ser considerada uma metáfora para se tratar do suporte do texto. Realmente a palavra “livro” traz um significado que tem ultrapassado gerações e o tempo e ainda que o suporte tenha mudado ao longo do tempo e continue mudando, como o mesmo autor menciona, continuamos nos referindo dessa forma ainda que esse suporte encadernado que conhecemos se transforme com o tempo.

Então, de certa forma, a leitura em ambiente digital ainda é associada ao livro ‘analógico’ Chartier (1988, p. 9) confirma,

De fato, a primeira tentação é comparar a revolução eletrônica com a revolução de Gutenberg. [...]. Há portanto uma continuidade muito forte entre a cultura do manuscrito e a cultura do impresso, embora durante muito tempo se tenha acreditado numa ruptura total entre uma e outra.

Assim, da mesma forma que a cultura do manuscrito e a cultura do impresso foram comparadas, a revolução eletrônica e a revolução de Gutenberg são, hoje, comparadas e ainda geram opiniões diversas. Mas o fato é que o texto eletrônico veio para ficar e por isso, precisamos nos adaptar a esse contexto tecnológico, não só com o ‘livro digital’, mas com aplicativos, internet, redes sociais, computador, celular, wi-fi, entre outros.

Diante disso, o bibliotecário precisa se atentar a esse novo contexto. O bibliotecário é um profissional multifacetado e por isso, a sua atualização deve ser constante, visto que a biblioteca precisa de usuários sejam eles presenciais ou virtuais. Com cada vez mais pessoas aderindo a redes sociais, comunidades virtuais de interesses diversos dentro dessas plataformas, naturalmente, o bibliotecário pode e deve procurar formas de se apropriar dessas redes com o objetivo de melhorar seus serviços.

Macedo (2022) destaca que essa inserção de usuários e até mesmo consumidores nas redes sociais, conseqüentemente, coloca em evidência a necessidade de adaptação dos serviços e produtos, não só de bibliotecas, mas de editoras, livrarias e demais empresas e profissionais que trabalham com a literatura.

Diante dessa necessidade de adaptação, além da inserção de usuários nas redes sociais e das mudanças nos suportes e na leitura em si, também é preciso falar das comunidades virtuais nessas redes sociais. Essas comunidades se formam a partir dos interesses em comum dos usuários, então não há apenas comunidades de leitura, mas comunidades sobre os mais variados assuntos que se juntam e criam laços entre pessoas.

Recuero (2009), ressalta que as comunidades virtuais são grupos sociais formados através da internet, que são motivados por discussões públicas que geram sentimentos e debates por tempo suficiente para se criar redes de relações sociais. Desse modo, é possível afirmar que essas comunidades se formam a partir de interesses em comum, proporcionando a discussão e o compartilhamento de opiniões sobre o assunto.

Então, se as comunidades de leitura só podiam acontecer por meio de encontros presenciais, agora é possível a interação entre leitores por meio de ambientes virtuais que possibilitam o debate sobre livros e leitura (Sá e Araújo, 2020). É nessas comunidades, atualmente em ambientes virtuais, que pode ocorrer o incentivo à leitura e a construção do hábito de leitura em quem anteriormente não lia.

As comunidades virtuais não são exclusividade de uma só rede social, mas estão presentes em praticamente todas elas. Portanto, há comunidades de leitura em praticamente todas as redes sociais. Além de que os leitores têm as suas próprias formas de demonstrar suas opiniões nessas comunidades, o que pode caracterizar em uma adaptação das formas de mediação de leitura que já conhecemos.

De modo geral, os booktubers aderem a alguns recursos e estratégias comuns. As práticas de mediação de leitura convencionais funcionam como alicerce, ponto de partida e referencial adaptadas às novas possibilidades de elaboração, criação e organização da Internet. (Teixeira; Costa, 2016, p. 23)

As autoras tratam da plataforma *Youtube* e sua comunidade virtual de leitura, chamada '*booktube*'. Entretanto, como já mencionado, há comunidades de leitura em várias plataformas e redes sociais. Dessa forma, ainda que esteja sendo falado do *Youtube*, também pode ser utilizado para as outras plataformas, como o *instagram*.

Logo, as práticas comuns de mediação de leitura literária em bibliotecas são realmente utilizadas como base para essas comunidades e a partir disso as adapta de acordo com as possibilidades da plataforma utilizada. Essas adaptações se tornam importantes para o bibliotecário e sua atualização. Prado (2019), trata dessas práticas tradicionais de mediação de leitura e pontua o seu desgaste devido à desatualização e falta de renovação a partir de novas ideias.

A atualização do profissional é fundamental, mas também é importante renovar as práticas de incentivo à leitura e também procurar novas ideias e adaptá-las à sua realidade e à biblioteca. Fraga (2022) salienta que com o aumento das redes sociais e sua alta adesão, é preciso renovar os métodos de incentivo à leitura e os profissionais a frente das bibliotecas devem estar prontos e abertos para aceitar as mudanças advindas desse novo contexto, já que os usuários estarão cada vez mais inseridos nesse meio digital.

Diante do exposto, no que se refere à mediação de leitura literária digital pode se dizer que o que acontece nas comunidades virtuais de leitura é uma mediação literária digital. Assim, o leitor assume o papel de influenciador literário, bem como de mediador de leitura literária, e ao falar suas opiniões e buscar o interesse dos usuários da plataforma e até de outros leitores, também está influenciando outros a ler algum livro, a interagir e a debater sobre determinado assunto ou ponto de vista, dentro do macro tema de livros e leitura.

Por isso, é possível afirmar que os leitores, ao se apropriarem do Instagram para falar sobre livros, assumem o papel de mediadores da leitura. Incentivar as pessoas a lerem determinada obra ou autor, sortear um livro e enviar de presente para as pessoas, estimular o hábito de leitura contínua através de ferramentas como maratonas, desafios e leituras conjuntas, são ações que aproximam os seguidores cada vez mais dos livros e é dessa forma que a mediação da leitura acontece digitalmente. (Nascimento; Nunes, 2021, p. 131)

Nesse caso, as autoras tratam da plataforma instagram e suas ferramentas. Assim sendo, é possível afirmar que o que os leitores fazem nessas comunidades virtuais de leitura, é uma forma de mediação de leitura literária, porém de forma adaptada para a plataforma virtual que se está usando e de acordo com as ferramentas disponíveis. Ainda que virtualmente, o ato de mediar não perde sua eficácia, mas se reinventa e abre espaço para diversas possibilidades.

No que tange às adaptações necessárias para se fazer a mediação de leitura em ambiente digital, Prado (2019) traz algumas características desse tipo de mediação, que são a informalidade, proximidade e a necessidade de interação

utilizadas pelos influenciadores literários para o incentivo à leitura. Isso muitas vezes gera um resultado positivo, visto que o leitor se sente mais próximo do interlocutor e consegue se conectar e se identificar mais. Com isso, o leitor se sente mais confortável em se expressar sobre a leitura e então gera uma discussão saudável sobre o que foi lido.

Além disso, redes sociais possuem ferramentas diversas tanto de interação, como de visualização, o que também gera um interesse dos leitores e usuários dessas redes. Ferramentas como caixinhas de perguntas, *stories*, vídeos e fotos, no caso do Instagram, havendo boas ideias de elaboração resultam em boas conversas de forma mais próxima do usuário e essa proximidade também traz outros benefícios ao bibliotecário e à biblioteca, alcance de novas pessoas que têm interesse no que foi publicado e ainda divulgar o próprio trabalho e acervo.

Em vista disso, a plataforma Instagram, que é o foco do presente trabalho, será melhor abordada e aprofundada no próximo capítulo.

### 3 AFINAL, O QUE É BOOKSTAGRAM?

Antes de abordar o *bookstagram*, é preciso trazer esclarecimentos sobre a rede social instagram e suas principais ferramentas. O *bookstagram* está inserido na rede social, assim, compreendendo-a, será mais fácil entender a comunidade literária presente nela.

O instagram foi criado em 2010 pelo norte americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger. Em 2012, com o lançamento do aplicativo para *android*, o instagram foi comprado pelo *Facebook* e em 2018, já contava com 500 milhões de usuários no mundo todo, sendo ainda, 7% brasileiros. (Aguiar, 2018)

A rede social é, de fato, muito utilizada no Brasil. D'Angelo (2023) afirma que o instagram é uma rede social que tem 2 bilhões de usuários ativos ao redor do mundo e no Brasil, já são 99 milhões de usuários ativos e que utilizam a rede social todos os dias. Com isso, a plataforma segue crescendo e permanece sendo uma das redes sociais mais populares do mundo.

É possível afirmar que essa popularidade se dá principalmente porque a rede social foi criada com o intuito de ser mais visual então o que capta muito a atenção dos usuários na plataforma é a qualidade das fotos publicadas. Fraga (2022, p. 20) confirma, ao destacar que “O Instagram atrai a atenção das pessoas por ser uma rede social muito visual e fácil de ser compreendida”.

Além disso, com o investimento em vídeos curtos e filtros sempre novos para *stories*, o instagram conquista cada vez mais usuários. Por isso, sua relevância no cenário mundial atual é alta e tem grande influência nas pessoas que utilizam a plataforma. Apesar de ser utilizada para diversos fins, inclusive relaxamento, o instagram, principalmente após o cenário pandêmico de COVID-19 em 2020, tem se tornado também o ambiente de trabalho de diversas pessoas que traçam estratégias todos os dias para ganhar a vida na plataforma.

A partir disso, crescem os nichos existentes na rede social. Há nichos focados em Marketing, Economia e Investimentos, Moda e Beleza, Entretenimento, Estudos, Estilo de vida (conhecido na plataforma como *lifestyle*), Livros e Leitura, entre outros. Desse modo, o instagram se tornou muito amplo e com muitas comunidades e nichos que interessam diversos públicos e servem também como forma de se atualizar como profissional e entender as tendências do próprio nicho.

O *bookstagram* se encontra no nicho de livros e leitura e é um termo que se refere à comunidade formada de leitores na plataforma. Com várias práticas que

visam o incentivo à leitura e que pretendem influenciar os seguidores a ler determinada obra, a comunidade tem chamado atenção de possíveis leitores e até profissionais de áreas relacionadas à educação, cultura e leitura.

### 3.1 SOBRE O INSTAGRAM

A rede social, que originalmente foi desenvolvida para o sistema operacional IOS, utilizado pela *Apple* em seus aparelhos, se tornou, atualmente, a rede social com maior relevância no cenário mundial (Piza, 2012). O intuito dos desenvolvedores ao criar essa plataforma, era uma rede social focada em fotos de qualidade, o mais profissional possível, além de instantaneidade no compartilhamento (Garcia e Sá, 2017).

Por isso, ainda hoje vemos os filtros para as fotos, que podem ser tiradas pela própria câmera do celular utilizado pelo usuário. Tudo isso, para que houvesse um tratamento de edição para as fotos e fossem rapidamente compartilhadas na própria rede do instagram com outros usuários. O formato das fotos precisava ser quadrado, apesar dos celulares serem maiores, o que também tinha um significado e finalidade quando foi desenvolvido, assim afirma Piza (2012, p. 7):

O aplicativo Instagram surgiu para o público no dia 6 de outubro de 2010. Foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, cuja intenção, segundo os próprios, era resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids, câmeras fotográficas de filme, cujas fotos revelavam-se no ato do disparo.

Portanto, não só os filtros disponíveis, mas também o formato permitido pela plataforma lembram principalmente as polaroids, trazendo assim, a nostalgia desejada pelos desenvolvedores. Entretanto, desde a sua criação, não apenas a plataforma passou por mudanças, mas também o interesse do público, além da ampliação desse público.

Assim as ferramentas se tornaram múltiplas e até mesmo o design e *layout* do aplicativo têm mudado ao longo dos anos. Por isso, também há diferentes visões da finalidade da rede social.

Hammoudi (2018, p. 8, tradução própria) conceitua a plataforma como “um aplicativo desenvolvido para usuários compartilharem fotos e vídeos”. Aos poucos os vídeos também se tornaram importantes na rede social, o que também gerou uma mudança para melhorar a experiência do usuário, que antes, só tinha a opção de ver

e compartilhar vídeos em formato quadrado. Assim, surgiram os *reels*, que trazem um formato mais confortável, pois se adaptam ao formato da tela dos *smartphones*.

Garcia e Sá (2017, p. 110) também destacam que “o Instagram é um aplicativo de rede social que permite o compartilhamento de fotos e vídeos com os contatos da rede social de cada usuário.” Então, além de compartilhar fotos e vídeos, o usuário pode interagir com o outro usuário e suas publicações.

As autoras ainda acrescentam que o Instagram teve seu início por causa da paixão por fotografia que os criadores tinham. Por isso, a finalidade e o objetivo da rede social, inicialmente, era a fotografia de qualidade. Além de também ser utilizada como inspiração, assim como hoje, outras redes têm essa finalidade, como o *Pinterest*, *Flickr* e o *Tumblr*.

Piza (2012, p. 6), por sua vez, traz uma finalidade ainda mais simples da rede social “proporcionar o usuário a possibilidade de fotografar algo que chame sua atenção e, em seguida, jogar a imagem na rede para que ela possa ser compartilhada por outras pessoas”. Ou seja, nem sempre os usuários se preocupavam em publicar fotos próprias e esse tipo de foto também não era o foco principal, mas sim paisagens e até mesmo objetos que, bem iluminados e no ângulo certo, poderiam dar boas fotografias.

Além disso tudo, ainda há a possibilidade de adicionar filtros às fotos, que em grande parte, davam um aspecto mais envelhecido para as fotos, como explica Piza (2012, p. 10):

O Instagram oferece a possibilidade de aplicar filtros para incrementar as fotografias. O aplicativo em si possui 11 filtros diferentes para a escolha do usuário. São comumente utilizados para proporcionar às fotos o aspecto de envelhecidas, remetendo ao tempo da era analógica, onde cada tipo de filme proporcionava um tipo diferente de intensidade das cores.

Desse modo, é perceptível que tudo originalmente foi projetado com um propósito em específico, e ainda, para um público específico, que são os amantes da fotografia, assim como os criadores da rede social. Por isso, com todas as mudanças sofridas pela plataforma, o público que era mais restrito, passou a ser maior. Entretanto, ainda há preocupação com as fotos e com a estética do perfil, mesmo que o foco não esteja mais em fotografar apenas paisagens ou objetos.

Macedo (2022, p. 3), pontua o conceito de Instagram de forma mais sucinta, como uma “rede de compartilhamento de dados criado por Kevin Systrom e Mike

Krieger e desenvolvido pelo Facebook em 2010". De fato, há várias formas de conceituar o instagram e todas são válidas.

Já Fraga (2022), pontua sobre algumas características da rede social, como as opções de criação de contas pessoais e profissionais; a possibilidade de compartilhar fotos; o recebimento de atualizações de publicações de usuários a partir da ferramenta de seguir, que o aplicativo possui; a possibilidade de interagir com as publicações, com opções de "curtir", "comentar", "compartilhar" e "salvar"; Além da troca de mensagens entre usuários e também a criação de grupos de bate papo.

Com certeza, o instagram possui diversas ferramentas e possibilidades que vêm sendo desenvolvidas ao longo do tempo desde a sua criação, em 2010. Essas ferramentas possuem minuciosidades, que apesar de terem popularidade e bastante usabilidade pelos usuários, podem ser mais exploradas acadêmica e cientificamente.

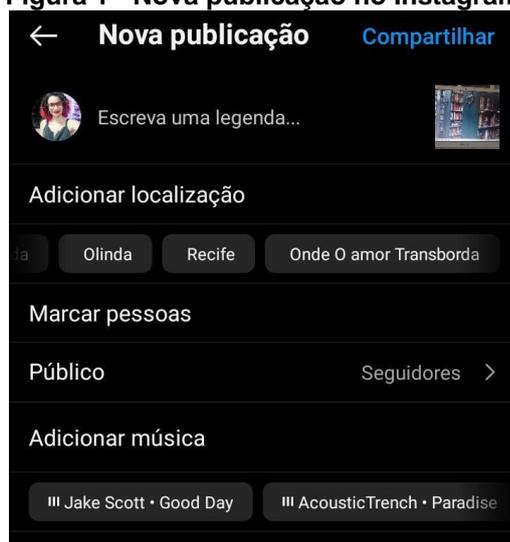
### 3.1.1 Ferramentas

Atualmente, o instagram é um aplicativo disponibilizado de forma gratuita tanto para aparelhos com sistema IOS, como para aparelhos com sistema *android*. Tudo o que o usuário precisa fazer é baixar o aplicativo e criar uma conta para então começar a utilizar a rede social.

O instagram também dá a possibilidade de acessar sua conta pelo computador, entretanto, já que é uma rede social focada em fotos e projetada para celulares, claro que a versão para computador traria limitações na usabilidade da plataforma. São elas: a publicação de conteúdos e a opção de tirar fotos pela câmera.

O aplicativo tem algumas funcionalidades comuns de uma rede social, como a possibilidade de publicar fotos já salvas no próprio aparelho ou tirar a foto pelo aplicativo; Além disso, é possível escrever algo sobre a foto compartilhada, bem como selecionar o local que foi tirada, marcar as contas de pessoas que estão na foto e também colocar palavras-chave (**Figura 1**).

**Figura 1 - Nova publicação no Instagram**



Fonte: Captura de tela da aba de nova publicação do *Instagram*, 2024

Ainda sobre escrever sobre a foto, o que é chamado de legenda, são encontradas fotos realmente com informações sobre o lugar e o momento em que foram tiradas, mas também é possível encontrar fotos apenas com frases que tenham um significado para quem as publica. Assim afirma Piza (2012, p. 9): “Depois de feita e escolhida, o usuário poderá dar um título à fotografia, seja para dizer o local o qual foi realizada, ou escrever uma frase simbólica com um significado subjetivo.”

Assim como outras redes sociais, o Instagram também tem um bate papo, que é o *direct*, onde há a possibilidade de conversar com uma ou mais pessoas a partir da criação de grupos; tem ainda o perfil do usuário com suas informações pessoais como nome, usuário, número de publicações, número de seguidores e quantas contas segue (**Figura 2**). Os seguidores são as pessoas que acompanham aquela conta e interagem. O usuário além de ter seus próprios seguidores, pode seguir outras contas.

**Figura 2 - Perfil do Instagram**



Fonte: Captura de tela do perfil literário da autora no *Instagram*, 2024

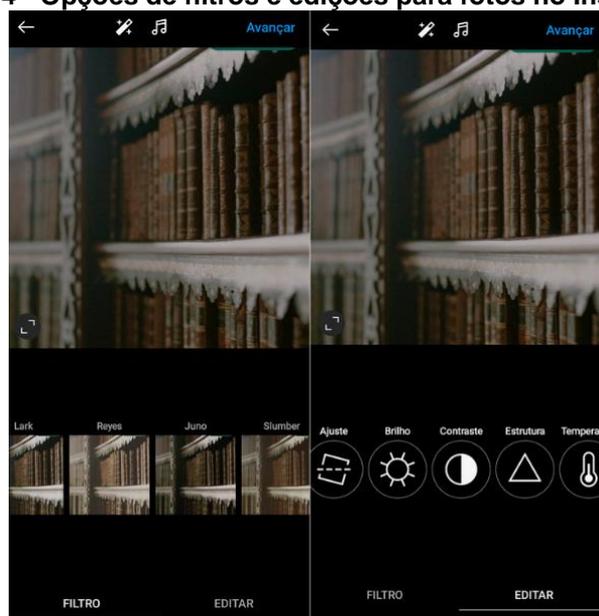
Outra ferramenta muito utilizada no Instagram é a “bio”, a biografia presente na conta de cada usuário, que se trata de um espaço para falar mais sobre si, informações complementares como idade ou algo que seja importante os outros usuários saberem e até mesmo alguma frase de efeito. Algumas empresas, instituições públicas e empreendedores que possuem contas profissionais no Instagram costumam utilizar esse espaço para colocar informações sobre a empresa, o que ela oferece, sua especialidade, meios para contato, *links* importantes, comandos para os seguidores, entre outras informações (**Figura 3**).

**Figura 3 - Biografia da conta do Instagram da Biblioteca do CCJ/UFPE**

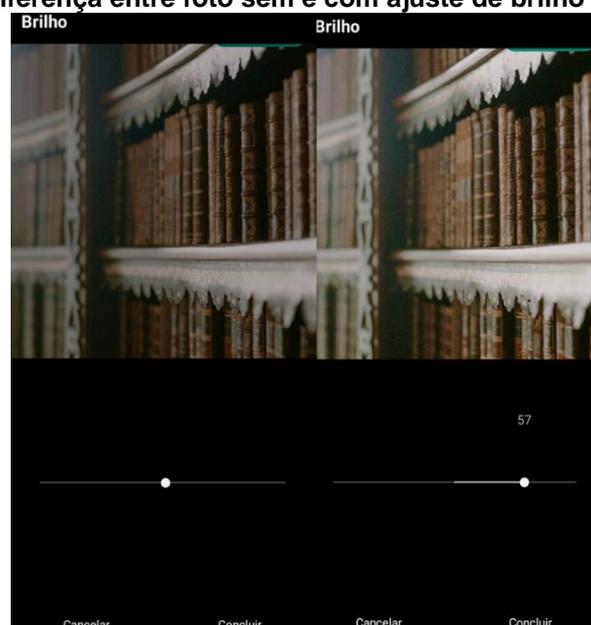


Fonte: Captura de tela do perfil da Biblioteca do CCJ no *Instagram*, 2023

Ademais, mesmo com essas ferramentas que também vemos em outras redes sociais, o Instagram sempre procura inovar e traz mais possibilidades para seus usuários. Exemplos disso são os próprios filtros disponíveis na plataforma para melhorar as fotos tanto tiradas no aplicativo, como as que foram adicionadas do próprio aparelho do usuário. O Instagram mantém esses filtros e, além disso, também possui uma aba próxima dos filtros para a edição das fotos com a possibilidade de corrigir a saturação, o brilho, a temperatura, sombras, contraste, entre outras possibilidades (**Figuras 4 e 5**).

**Figura 4 - Opções de filtros e edições para fotos no Instagram**

Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2023

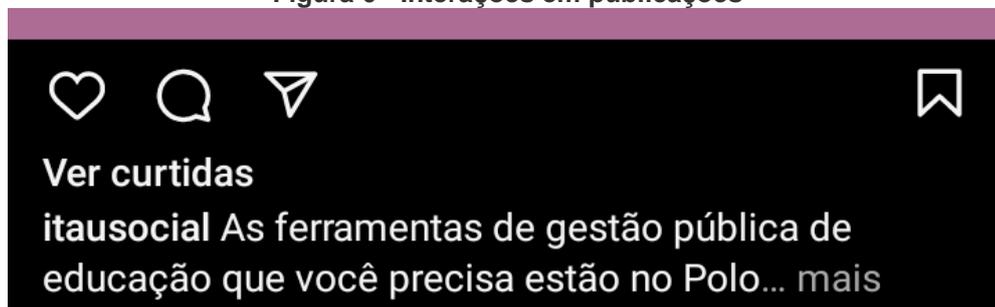
**Figura 5 - Diferença entre foto sem e com ajuste de brilho no Instagram**

Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2023

Falando sobre outras ferramentas, na página inicial do Instagram, chamada de “*feed*”, é onde encontramos as publicações de contas de pessoas que seguimos e podemos interagir. O Instagram tem quatro meios principais de interação: curtir, representado pela imagem de coração abaixo da foto publicada; comentar, representado pela imagem de um balão de diálogo, também abaixo da publicação; compartilhar, representada por uma imagem semelhante a um avião de papel, abaixo da publicação; e salvar, representado por uma imagem semelhante a uma

bandeira junina, abaixo da publicação, porém mais separada no canto direito (**Figura 6**).

Figura 6 - Interações em publicações



Fonte: Captura de tela de legenda de publicação do *feed* do *Instagram*, 2023

São inúmeras possibilidades proporcionadas pelo aplicativo e para usufruir de todas é preciso estar sempre atualizado. Piza (2012, p. 10) confirma ao afirmar que “as possibilidades de criação são ilimitadas, o que acaba atraindo cada vez mais e mais usuários, exatamente por proporcionar uma individualidade a cada usuário, tornando o conteúdo disponibilizado de caráter exclusivo.”

Por isso, é uma rede social bastante relevante atualmente, sempre há novidades e por conta disso, sempre surgem mais e mais usuários. É preciso saber explorar o aplicativo em sua totalidade para utilizá-lo inteiramente e poder tirar benefícios disso.

Falando em explorar, o *instagram* tem uma página chamada “explorar”, muito famosa entre os usuários e tem várias fotos de diversas contas nacionais ou até internacionais e normalmente alinhadas com o que o usuário tem curtido e interagido no geral (Aguiar, 2018).

Os *stories* e *reels* também são ferramentas bastante utilizadas na plataforma, principalmente por se tratarem de conteúdos que podem ser mais rapidamente consumidos. Os *stories* normalmente estão no canto superior do *feed* representados por círculos com a foto de perfil do usuário que postou aquele *story* (**Figura 7**).

Figura 7 - Story do Instagram



Fonte: Captura de tela da área de *stories* do *instagram*, 2023

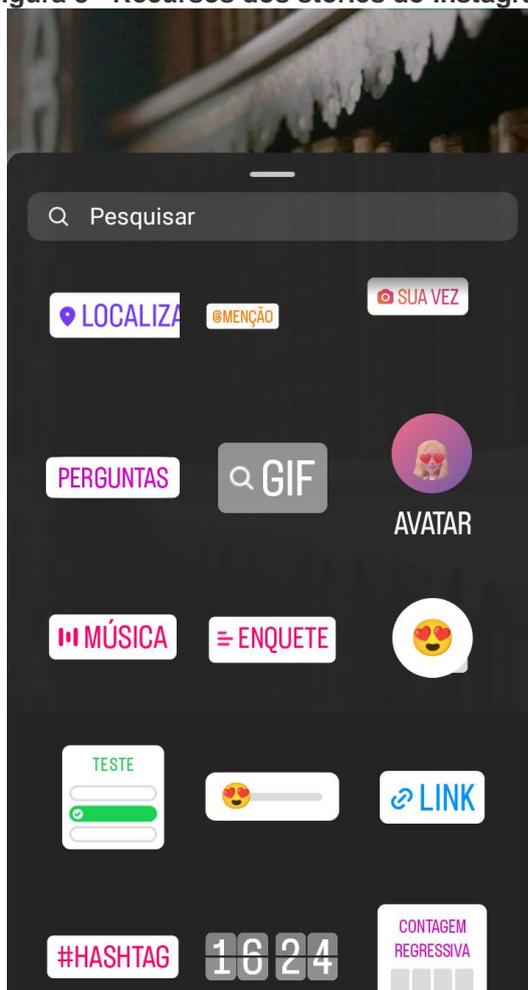
Podem ser publicados tanto fotos quanto vídeos nos *stories*, inclusive do próprio Instagram. A diferença é que o que é publicado nos *stories* desaparece em 24 horas, o que torna a interação mais dinâmica. Além de que nos *stories* também tem recursos voltados principalmente para uma interação mais específica para saber mais dos seguidores (**Figura 8**).

Sobre os *stories*, o próprio Instagram (c2023) comenta “O Instagram *Stories* é um local em que as pessoas e empresas compartilham conteúdos de formatos curtos, imagens verticais e vídeos que desaparecem após 24 horas. Eles são feitos para serem rápidos, memoráveis e divertidos”.

Além disso, essa ferramenta tem seus próprios recursos também para apresentar ao usuário várias possibilidades de *stories* criativos e também informativos. Tem filtros interativos, com efeitos diversos, efeitos de vídeo e também opções para gravação de vídeo pelos *stories*.

Assim, essa ferramenta se torna relevante principalmente para empresas, instituições e contas comerciais em geral, por apresentar opções criativas para fazer pesquisa de satisfação com os recursos dos *stories*, como perguntas, enquetes, testes e reação com emojis que já estão presentes na plataforma na intenção de ter uma interação mais próxima com os seguidores.

Figura 8 - Recursos dos stories do Instagram



Fonte: Captura de tela de recursos dos stories no *instagram*, 2023

Os *reels* são semelhantes ao *story*, porém há algumas diferenças. Os vídeos que antes eram publicados em formato quadrado como as fotos, agora são publicados em formato de *reels*, que como os *stories*, apresenta os vídeos em formato vertical ocupando toda a tela do *smartphone*. Nesse caso, há um posicionamento diferente de legenda e interações. A legenda ainda fica abaixo, mas só é inteiramente visualizada se o usuário tocar na tela próximo onde esta estiver localizada (**Figura 9**).

**Figura 9 - Legenda dos reels**



Fonte: Captura de tela de legenda de um reel no *instagram*, 2023

Quanto à interação, os botões de curtir, comentar e compartilhar ficam na vertical no canto direito da tela (**Figura 10**).

**Figura 10 - Botões de interação nos reels**



Fonte: Captura de tela de botões de interação num reel do *instagram*, 2023

Já o botão de salvar só poderá ser acessado se o usuário clicar nos três pontos no canto inferior direito da tela (**Figura 11**).

Figura 11 - Localização do botão 'salvar' nos reels



Fonte: Captura de tela de mais opções nos reels do *instagram*, 2023

Ambos *reels* e *stories* podem ter música e efeitos de vídeo, mas os *reels* podem ficar no *feed* e são permanentes, ao contrário dos *stories*. Ambos também podem fazer parte da estratégia de divulgação de empresas, instituições e empreendedores. Podem ser ferramentas chave para o negócio.

Apesar de ficarem 24 horas disponíveis no *feed*, os *stories* podem ser salvos e colocados nos destaques. Normalmente os destaques ficam logo abaixo das informações da biografia da conta e têm o mesmo formato circular dos *stories* (Figura 12).

**Figura 12 - Localização dos destaques no perfil do Instagram**



Fonte: Captura de tela dos destaques de perfil no *instagram*, 2023

Entretanto, a diferença entre ambos, é que é permitido mudar a capa de acordo com a preferência do usuário e também colocar um nome para o destaque (**Figura 13**), ou seja, é possível fazer um compilado de *stories* sobre um determinado assunto e colocá-los num só destaque permanentemente para que os usuários que visualizarem a conta possam ver a qualquer momento.

**Figura 13 - Capas e nomes personalizados para destaques do instagram**



Fonte: Montagem com capturas de tela pela autora, 2023

Portanto, os destaques são mais uma forma de explorar a criatividade e individualidade dos usuários, deixando livre para personalização. Por isso, também é um fator que valoriza contas profissionais, que estão no Instagram em busca de divulgação para sua marca e seus negócios, pois dá liberdade para criar uma identidade visual muito bem definida e que valoriza o perfil, aumentando o engajamento e, conseqüentemente, as vendas.

Como mostrado na **Figura 13**, os destaques normalmente tem informações do perfil e segue os elementos principais do nicho do perfil. Nesse caso, se trata do

perfil da autora que é sobre livros, filmes e séries. Apesar de serem personalizáveis, é possível ver com frequência nos perfis do Instagram um destaque específico: Sobre mim, Sobre nós, Sobre, entre outras formas utilizadas. Esse espaço normalmente é reservado para mostrar a história de uma instituição, empresa, de um negócio e também é um espaço que pode ser bem aproveitado para criar elos entre o profissional e os seguidores interessados em seus serviços; passar confiança e credibilidade.

Na **Figura 14** temos um exemplo de como os destaques podem ser utilizados visando divulgar serviços e contar um pouco sobre a instituição.



Fonte: Captura de tela dos destaques do perfil da Biblioteca do CCJ no *Instagram*, 2023

Nesse contexto, a Biblioteca Centro de Ciências Jurídicas (CCJ), da UFPE, personaliza seus destaques com cores neutras e com ícones que representam os títulos dos destaques. Ademais, procura utilizar a ferramenta para destacar seus principais serviços, bem como a história e informações básicas da instituição no destaque “Sobre”, como anteriormente mencionado.

Falando em contas profissionais, o Instagram tem a opção de o usuário escolher o tipo de conta que irá utilizar, a conta pessoal, de um usuário que irá consumir conteúdo apenas, e a conta profissional, que o Instagram interpreta como uma empresa ou empreendedor que cria conteúdo visando o alcance de mais pessoas para seu negócio. Assim, o Instagram também disponibiliza outras ferramentas exclusivas para profissionais que utilizam o Instagram como ferramenta de trabalho, como as métricas da conta e *insights* de publicações.

As métricas da conta são os dados que o Instagram coleta sobre o alcance da conta, as interações com o conteúdo em geral, seguidores adquiridos num período de tempo específico, além de gráficos relacionados aos seguidores e os não seguidores que recebem o conteúdo da conta, dados sobre o público, como idade,

gênero, localização, horário mais movimentados na rede social, entre outros (**Figura 15**).

**Figura 15 - Painel profissional de conta profissional do instagram**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2023

Quanto ao *insight* de publicações, é um mecanismo disponibilizado pelo Instagram em cada publicação da conta e só o dono do perfil tem acesso aos dados fornecidos. Esses dados se referem aos números de interações detalhados, o alcance da publicação em específico, número de contas que interagiram, o número de seguidores que decidiram visitar o perfil por causa da publicação, entre outras informações (**Figura 16**).

Figura 16 - Insights de publicação em conta profissional do Instagram



Fonte: Captura de tela dos insights de uma publicação no *Instagram*, 2023

Dessa forma, o profissional possui todo o controle de sua conta e também pode ver seu desempenho detalhadamente e assim, corrigir qualquer problema e ter uma análise profunda de seu público. Com certeza é um recurso do Instagram que pode ajudar muito e poupa esforços do profissional para fazer pesquisa de satisfação referente à sua empresa ou negócio.

Outro recurso que pode ajudar muito são as *hashtags*, ou também conhecidas como *tags*. As *hashtags* se assemelham aos termos de indexação que os bibliotecários utilizam para recuperar os documentos. Pode-se dizer que são palavras-chave (**Figura 17**). Assim destaca Aguiar (2018, n.p.), “As *hashtags* dentro da rede funcionam como palavras-chave que têm relação com a publicação,

possibilitando o acesso dos usuários às publicações somente sobre o assunto selecionado na *hashtag*".

Figura 17 - Hashtags no Instagram

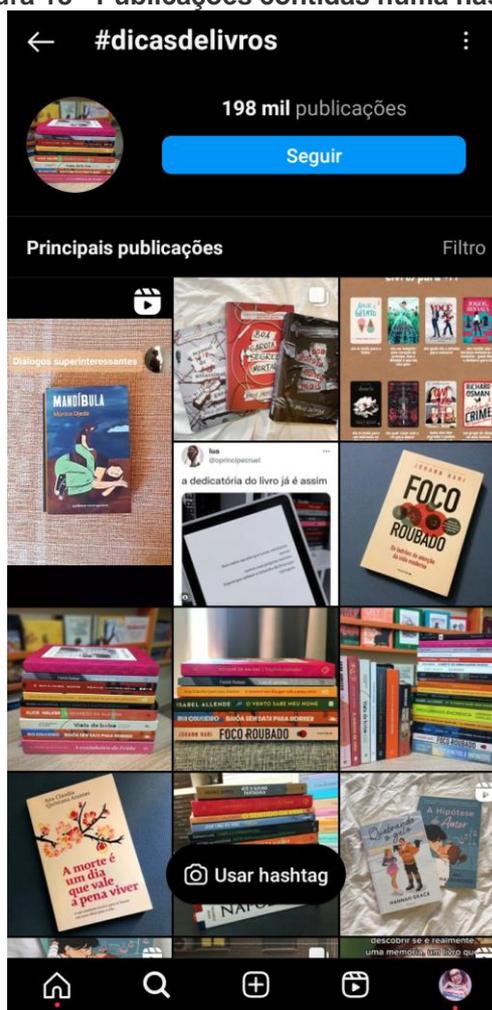


Fonte: Captura de tela de uma busca no *instagram*, 2023

Dessa forma, também é possível pesquisar a *tag* desejada e ver todas as publicações que contenham a *hashtag*. Assim, as publicações são agrupadas a partir das *hashtags* em comum (**Figura 18**). As *tags*, de certa forma, criam álbuns que são acessados por comunidades com interesse semelhante, além de que cada *hashtag* amplia ainda mais o alcance das publicações para além dos seguidores (Piza, 2012).

Também é possível pesquisar sobre um assunto e ver *tags* relacionadas àquele assunto e, conseqüentemente, ver as publicações que contêm essas *hashtags*.

Figura 18 - Publicações contidas numa hashtag



Fonte: Captura de tela de resultado de busca por hashtag no *instagram*, 2023

De fato, as *hashtags* apresentam a mesma finalidade dos termos de indexação: para a recuperação mais fácil e rápida. Entretanto, ao contrário das *hashtags*, os termos de indexação normalmente são controlados. Garcia e Sá (2017, p. 136) confirmam essa finalidade das *tags* ao destacarem que “este recurso é utilizado para recuperar a postagem, inseri-la em uma galeria de imagens com as mesmas características de *hashtags* no Instagram [...]”.

Por isso, as *hashtags* também são aliadas de usuários que utilizam contas comerciais, já que organizam melhor as publicações e aumentam as chances de encontrarem clientes e seguidores em potencial que realmente têm interesse no conteúdo publicado.

Desse modo, todas as ferramentas aqui apresentadas têm sua importância no contexto do *instagram* e ainda, se bem utilizadas, ajudam a alavancar vendas em empresas e micronegócios e divulgar eventos em instituições.

### 3.1.2 A influência do Instagram a nível social

Além de todas as ferramentas presentes no Instagram, também é necessário explicar sobre as interações sociais e os laços que se formam entre usuários dentro da plataforma e, em alguns casos, fora dela também. Na verdade, as ferramentas e as interações estão intimamente ligadas.

As ações de curtir, comentar e as reações presentes no *stories* também auxiliam na aproximação dos usuários principalmente na descoberta de gostos e interesses em comum. Piza (2012, p. 22) destaca que “no Instagram, a relação vai sendo criada a partir das interações que se estabelecem a partir de pequenas ações, tais como comentar a foto de um usuário, ou favoritar – curtir – alguma das imagens”.

Desse modo, quando curtimos, comentamos e até reagimos a alguma publicação de um usuário, é possível estabelecer laços com esse usuário. Isso porque ao fazer isso, estamos dizendo que gostamos do conteúdo, conseqüentemente gera uma identificação entre ambos e, por fim, possivelmente mais um seguidor.

A partir dessas relações criadas pelas interações permitidas na plataforma, os usuários que têm os mesmos interesses se juntam e podem ser identificados nichos na rede social, para alguns, também chamadas de comunidades.

As comunidades e seus laços, por vezes, se mantêm no instagram, mas em outros casos podem evoluir para amizades e até para encontros presenciais. Na pesquisa realizada por Piza (2012, p. 21) ela conclui que “o campo virtual representou solo fértil para a concretização de relações mais profundas e íntimas, e propiciou, inclusive, interação de forma presencial.”

Por isso, as ações e laços construídos no instagram, não ficam apenas no instagram. Isso também vale quando se trata do “status” que se tem quando um usuário tem muitos seguidores, curtidas e comentários. Até mesmo presencialmente, o status que se tem como uma pessoa que tem vários seguidores é muito bem visto pelas pessoas e principalmente, por empresas e marcas que visam divulgação no ambiente digital.

Sobre isso, Piza (2012) ressalta que a base dos relacionamentos que são formados no instagram está nos amigos e seguidores que sem tem, que são as

peças que querem acompanhar as atualizações daquele usuário em específico. Então, na rede social, a busca por ter mais e mais seguidores é um objetivo que muitos têm, principalmente porque, os usuários que o tem, também ficam conhecidos presencialmente como famosos influenciadores digitais e assim, conseguem gerar renda na plataforma com publicidade para empresas e marcas que pagam pela divulgação.

Oliveira, Sundström, Santos e Prado (2021, p. 13) falam sobre o *Youtube*, uma plataforma de vídeos, mas que também serve para o instagram na questão de interações:

Os Youtubers (nome dado aos produtores de conteúdo do canal) com mais destaque são identificados como Digital Influencers - Influenciadores Digitais. Essa nomenclatura leva em consideração o fato de que eles são assistidos por centenas de usuários, influenciam o comportamento dos telespectadores, dentro e fora da rede, e assim acabam norteando modos de pensar e agir.

O influenciador digital no instagram também tem destaque, mas não apenas por ser assistido, mas também por ser seguido por milhares de usuários, e assim, por meio de seu conteúdo, podem influenciar pessoas seja qual for seu nicho de atuação: *lifestyle*, moda, marketing, livros, entre outros.

Há usuários que se destacam e se tornam “exemplos” para outros usuários em cada nicho. Influenciadores que ficam conhecidos no instagram conseguem, além de publicidade para empresas em meio digital, também podem ter outras oportunidades fora do meio virtual, como a oportunidade de aparecer em programas de televisão, se tornar comediantes, atores, cantores, entre outras áreas artísticas.

No *Youtube*, que já existe desde 2005, há influenciadores que hoje conhecemos também fora dessa plataforma, como Whindersson Nunes, que agora é comediante, e Felipe Neto, que agora é empresário. Também há exemplos atuais no instagram, como Carlinhos Maia, também comediante e Bianca Andrade, dona da marca de maquiagem Boca Rosa.

São pessoas que, com sua influência e seguidores e/ou inscritos, conseguiram construir uma carreira de sucesso dentro e fora dessas plataformas e apenas isso já inspira muitas outras pessoas a criarem uma conta no instagram e criar conteúdo.

Hammoudi (2018, tradução própria) traz esse sucesso no Instagram como “*Instafame*” e reitera que o sucesso e os vários seguidores são motivações para muitos usuários do instagram.

Piza (2012) também trata sobre essa motivação ao afirmar que quando um usuário consegue vários seguidores, ganha destaque e vira uma referência para outros, seja pelo seu conteúdo, estética, produção de imagens, entre outros.

Mas antes dos influenciadores, temos o criador de conteúdo que são as contas que normalmente procuram crescer na plataforma para se destacarem ou apenas querem divulgar e vender seus produtos. Fraga (2022, p. 23) comenta que:

O criador de conteúdo deve estar presente regularmente na sua rede social, mantendo uma relação próxima com os seus seguidores, transmitindo informações com embasamento e conteúdo, e incentivando a interação dos seguidores através dos comentários.

Então o criador de conteúdo procura se consolidar no instagram com seu conteúdo e procura esse prestígio que o influenciador tem, ou ainda, a confiança do público para vender seus produtos e serviços. Desse modo, o instagram se torna mais que uma rede social qualquer, mas um impulsionador de vendas, influenciador de ações e pensamentos e inspiração para vários outros usuários.

### 3.2 CONCEITOS DE BOOKSTAGRAM

O *bookstagram* se trata de uma comunidade ou nicho no instagram que publica conteúdos sobre livros e leitura em geral. Por haver várias contas sobre o assunto, nomear a comunidade foi uma questão de tempo e “*bookstagram*” se tornou um termo popularizado pelos usuários. Apesar disso, também há outros termos menos comuns que alguns usuários utilizam para se referir a essa comunidade, como “*bookgram*” e “*booksgram*”.

Todos os termos se referem ao mesmo neologismo da junção das palavras *book*, em inglês, e *instagram*. A partir disso, também temos nomes para os criadores de conteúdo nesta comunidade, assim como Teixeira e Costa (2016, p. 14) pontuam:

Booktuber (book – livro; tuber – produtores de conteúdo no Youtube) e bookstagrammer (book – livro; instagrammer – produtores de conteúdo no Instagram), são denominações para comunidades de leitores que produzem conteúdo audiovisual nas mídias sociais, compartilhando diariamente “sinopses, resenhas, opiniões sobre livros, utilizando estratégias e recursos que acabam por incentivar a leitura e ampliar o público de seguidores de seus canais literários.

Tendo isso em vista, é perceptível que a junção de palavras para designar uma comunidade literária não é exclusividade do instagram. Além dessa, também temos o *booktube* (Youtube) e o *book tok* (Tik Tok). O *bookstagram* tem crescido e

apesar de haver ainda pouca literatura científica que aborde a comunidade, já tem se popularizado entre os leitores que utilizam redes sociais em geral.

Hammoudi (2018, tradução própria) conta que a origem do termo utilizado para nomear a comunidade, surgiu de uma *hashtag* com o mesmo termo que era, e ainda é, muito utilizada entre os usuários do Instagram em publicações sobre livros e a maioria que utilizava essa *tag* eram usuários que tinha a conta totalmente dedicada aos livros e à leitura.

A comunidade é majoritariamente constituída por leitores que compartilham suas experiências, incentivam e influenciam outros leitores que lhes seguem a partir de publicações sobre livros (Fraga, 2022). Ou seja, além de compartilhar suas experiências e publicar sobre o que gostam, esses perfis também podem influenciar e incentivar outras pessoas a lerem também, ajudando a criar o hábito de ler.

É pertinente esclarecer que a maioria dos usuários com contas compatíveis à comunidade *bookstagram* são jovens (15 a 24 anos) (Hammoudi, 2018). Então, o conteúdo reflete os conhecimentos e comportamentos das pessoas dessa idade, ou seja, considerando que os seguidores provavelmente têm a mesma faixa etária, a influência literária exercida por essa comunidade tende a ser benéfica no que se refere a incentivo à leitura literária nesse público.

Em depoimento para Prado (2019, p. 156), a gestora do canal literário no *Youtube* “É o último, eu juro!”, escreveu:

Meu objetivo era, através do meu canal, criar um compromisso de ler mais e melhorar meu próprio hábito de leitura. [...]. O canal se tornou um instrumento para melhoria do meu hábito e uma tentativa de incentivar os alunos da escola a frequentarem a biblioteca.

Então, essas comunidades literárias, não apenas do Instagram, ajudam a melhorar o hábito de leitura e incentivam outros a gostarem de ler. No próximo tópico, as estratégias utilizadas pela comunidade para incentivar a leitura serão melhor abordadas.

### 3.3 FUNCIONAMENTO DA COMUNIDADE BOOKSTAGRAM

Como já discutido, o *bookstagram* indubitavelmente tem a capacidade de incentivar a leitura, porém, como acontece esse incentivo? O *bookstagram* é uma comunidade dentro do instagram, portanto, se beneficia das ferramentas já pertencentes à rede social, discutidas no 3.1.1, apenas as adaptam para as finalidades da comunidade.

Essa adaptação acontece tanto pelas práticas realizadas individualmente nas contas literárias, quanto pelas estratégias adotadas por cada gestor das contas literárias para estimular a curiosidade do usuário/seguiror. Fraga (2022) explica que os perfis literários da comunidade buscam chamar a atenção do seguiror por meio de fotos publicadas no *feed* do instagram e pela identidade que cada perfil tem.

Nascimento e Nunes (2021, p. 129) destacam a questão da identidade no *bookstagram*, “Cada perfil contém a personalidade da pessoa que está criando o conteúdo.” Por isso, a personalização do perfil, além de estimular a criatividade do *bookstagrammer*, também expressa sua personalidade e isso contribui para realmente ter mais seguirores que interagem na conta e gostam do conteúdo.

Além disso, a biografia bem elaborada com informações importantes sobre o conteúdo publicado e o nicho do perfil, é um atrativo para os usuários e potenciais seguirores, visto que fica bem claro do que se trata na conta. Quanto à identidade do perfil, se trata de objetos, cores, até mesmo ângulos de fotos repetitivos utilizados pelos donos de contas literárias e que constroem uma marca registrada, como uma personalização do perfil (Fraga, 2022).

Outra estratégia utilizada pelos donos de perfis literários é a forma de se comunicar, normalmente de forma mais informal e próxima dos seguirores. Sobre isso, Macedo (2022, p. 4) afirma que “a comunicação com características informais atrai e conquista o público, dando a sensação de proximidade e acesso facilitado, contribuindo para um maior alcance no lançamento e consumo de livros por parte dos leitores.”

Logo, a comunicação também influencia no interesse de potenciais usuários e, portanto, na formação de novos jovens leitores. Mas também, outros pontos como frequência e comprometimento com a conta literária também contribuem para ter mais seguirores e mais credibilidade dentro da comunidade.

As publicações feitas nas contas literárias possuem um grande alcance por variados motivos, tais como: o fato de os donos desses perfis apresentarem um número significativo de seguirores; utilizam uma linguagem mais informal que casa com seu público e recorrem a elementos em suas publicações que instigam a curiosidade e vontade daqueles que acompanham o perfil. Além desses aspectos apontados, os leitores podem interagir uns com os outros por meio dos comentários. Esta interação e troca de opiniões incentivam muitos a buscarem saber mais sobre o livro que está sendo pauta na publicação. (Fraga, 2022, p. 17)

Assim, diversos fatores auxiliam para o crescimento de perfis literários no *bookstagram*, os quais os donos dessas contas precisam estar atentos. Com isso,

chama atenção de editoras e parcerias com autores para divulgação de obras inéditas. Essas parcerias funcionam a partir de uma troca em que a editora ou o autor disponibiliza uma cópia gratuita da obra para a leitura para o gestor da conta publicar e divulgar a obra em seu *feed* do instagram (Hammoudi, 2018, tradução própria).

A partir de uma organização definida e constância nas publicações, o *bookstagrammer* pode receber propostas, convites de editores e de autores independentes e até receber livros sem ter parcerias fechadas (Fraga, 2022).

Mais uma estratégia que funciona no *bookstagram* é a interação com os seguidores de formas variadas, como utilização de *stories* com enquetes, perguntas, testes e também com perguntas colocadas estrategicamente nas legendas de publicações do *feed*, como em fotos e *reels*.

Notou-se que *bookstagrammers* sempre buscam interagir com os seus seguidores ao fazer perguntas para eles nas legendas das suas publicações, tais como 'Qual foi a sua melhor leitura desse ano?', 'Você já leu ou tem vontade de ler os livros que eu mostrei no vídeo?' e 'Qual livro vocês leram esse mês?' (Fraga, 2022, p. 53).

Ademais, os *bookstagrammers* também procuram interagir com seguidores para conhecê-los melhor e vice-versa, tirar suas dúvidas e trocar recomendações de livros. Além da interação e troca, também se formam laços de amizade na comunidade, já que muitos membros possuem o mesmo interesse em leitura (Macedo, 2022).

Sobre as práticas utilizadas, a mais famosa e recorrente na comunidade *bookstagram* é a resenha literária. A resenha utilizada na comunidade tem praticamente a mesma finalidade que conhecemos: contar um pouco da história do livro resenhado, mas principalmente, expressar a opinião do leitor e resenhista sobre a obra lida.

A estrutura da resenha também faz parte da identidade de cada perfil e como cada *bookstagrammer* se sente mais confortável em fazer, seja iniciando com a sinopse ou resumo em poucas palavras do livro, ou já partindo para a opinião sobre o livro. Alguns perfis gostam de colocar outras informações que acham pertinentes como classificação indicativa, número de páginas, editora, autor(a), nota até cinco estrelas e até mesmo uma lista de gatilhos que o livro pode apresentar para as pessoas mais sensíveis (Fraga, 2022).

A foto do livro resenhado também é um item indispensável quando se fala em resenhas literárias no Instagram. A foto também é adaptada ao estilo e identidade do perfil que faz a publicação da resenha, visto que a fotografia além de ser um clássico da rede social, também se torna uma espécie de vitrine para a resenha em questão e também para a visibilidade do perfil literário.

Além das resenhas, tem também os sorteios, as maratonas literárias, os famosos *unboxings* e as *tags* literárias, que são práticas utilizadas pelos donos dos perfis literários juntamente com seus seguidores (Fraga, 2022). Algumas práticas são trazidas de outras comunidades literárias em outras plataformas, principalmente do *booktube*. Mas pode-se dizer que todas as práticas são adaptadas às plataformas que são utilizadas.

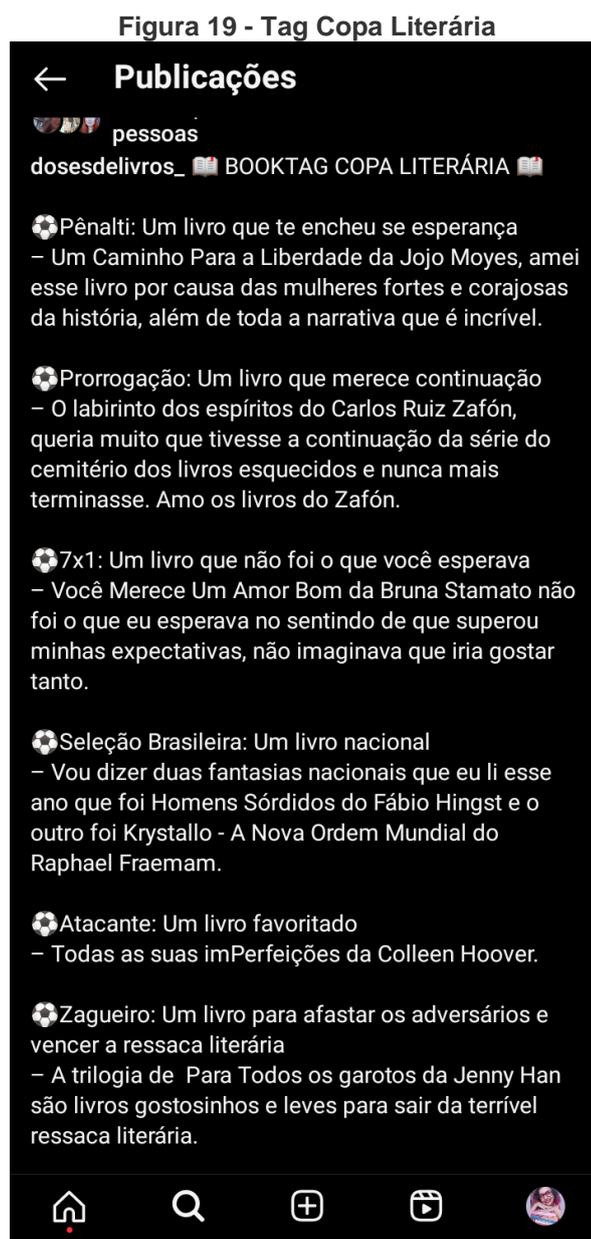
No caso dos sorteios, geralmente as editoras parceiras da conta literária disponibilizam exemplares inéditos e bem esperados pelos leitores para que os *bookstagrammers* façam o sorteio em seu perfil e as regras normalmente englobam seguir o perfil que publicou sobre o sorteio, seguir o perfil da editora e também fazer comentários marcando outras contas (Fraga, 2022).

O *unboxing* se trata de livros comprados pelo próprio dono do perfil literário ou recebidos de parcerias com outros perfis, autores ou editoras. Por meio de vídeo nos *reels* ou *stories*, o *bookstagrammer* mostra aos seus seguidores os livros recebidos no mês ou na semana (Fraga, 2022). Muitas vezes até os vídeos se tratam do gestor do perfil literário abrindo as embalagens dos livros e mostrando um pouco da estética do livro, além da sinopse, já para aguçar a curiosidade dos leitores que lhe acompanham.

A maratona literária se assemelha a um clube do livro em que o *bookstagrammer* se torna o mediador. Basicamente, são leituras coletivas em que se define trechos para serem lidos e seu início e fim, parando para fazer comentários e debates sobre o trecho lido com os seguidores. Essa é uma prática que ajuda bastante a incentivar a leitura em pessoas que não tinham esse hábito, justamente por ter um debate, um tempo determinado e por poder discutir com outras pessoas.

Sobre as leituras coletivas (também chamadas de LCs), Fraga (2022, p. 55) destaca: “As LCs podem fornecer um incentivo para aquelas pessoas que não leem sozinhas por algum motivo e desejam ter alguém para conversar sobre a história”. Dessa forma, as maratonas e leituras coletivas se tornam boas alternativas para formar novos leitores.

Quanto às *tags* literárias (ou também conhecidas por *booktags*), ao contrário do que foi discutido anteriormente no tópico 3.1.1, não se tratam das *hashtags* bastante conhecidas pelos usuários do Instagram, mas tratam de práticas que buscam, mais uma vez, a interação. São perguntas sobre assuntos específicos e suas respostas têm que ser só livros (Fraga, 2022). Muitas vezes se tratam de situações atuais que estão sendo muito comentadas, músicas de determinados cantores, séries, entre outras (**Figura 19**).



Fonte: Captura de tela de legenda de publicação no *instagram* de participante da pesquisa, 2023

No exemplo da Figura 19 acima, a *tag* literária se trata da Copa do Mundo de 2022, um evento a cada quatro anos que normalmente tem grande repercussão no

mundo todo, adaptada para uma versão literária com situações inclusive de outros anos de acontecimento do evento esportivo para serem respondidas com um livro.

Essas práticas literárias aqui discutidas são bem recorrentes no *bookstagram* e famosas também em outras comunidades literárias. Entretanto, o *bookstagram* também adapta algumas ferramentas do instagram para comportar o conteúdo literário da melhor forma possível.

Os *reels*, por exemplo, são utilizados para fins diversos, seja para conteúdos engraçados sobre literatura e leitura, seja para fazer desafios literários (como as famosas *trends* literárias) e até mesmo como uma introdução mais rápida a um livro (Fraga, 2022). Depende muito do objetivo do dono do perfil literário, contudo é uma ferramenta bem versátil.

As caixas de perguntas dos *stories* também são bem adaptadas para a comunidade, sobre isso, Fraga (2022, p. 41) esclarece que:

Notou-se que as caixas de perguntas são muito populares no bookstagram, pois os seguidores têm curiosidade de descobrir mais sobre os gostos literários do *bookstagrammer*. Além disso, percebe-se que a curiosidade deles vai além dos livros, pois também ocorrem perguntas sobre o leitor digital Kindle e se vale a pena investir em um.

Desse modo, as ferramentas do instagram se adaptam para os fins da comunidade de acordo com suas necessidades. Tais práticas utilizadas na comunidade ajudam no incentivo à leitura em seus membros, ajuda leitores já assíduos a descobrirem outros livros para ler e até a se aventurarem em novos gêneros.

O Instagram literário oferece formas simples de compartilhar e incentivar a leitura, de maneira casual, com linguagem clara e direta, estimulando a criatividade do *bookstagrammer* que, por exemplo, procura sempre mostrar elementos relacionados às histórias dos livros em suas fotos, aguçando assim a curiosidade do leitor (Nascimento; Nunes, 2021, p. 132).

Por isso, o *bookstagram* se mostra uma ferramenta moderna muito criativa e eficaz para o incentivo à leitura e a formação de leitores, principalmente os mais jovens que utilizam as redes sociais com mais frequência. Essa presença dos jovens também se mostra no *bookstagram*, não apenas como meros seguidores e membros da comunidade, mas muitas vezes como *bookstagrammers* e influenciadores literários.

Balverdu (2014) trata da análise de canais literários do *youtube* e conclui que os *booktubers* são jovens de 15 a 25 anos. Apesar de tratar do *youtube*, também

não é difícil inferir que essa realidade exista no Instagram também, visto que a linguagem utilizada é de fácil acesso à essa faixa etária.

Além de que o conteúdo tem sempre um pouco das atualidades e sobre o que está acontecendo no momento, o que também se faz deduzir que são pessoas bem atualizadas e que utilizam bastante as redes sociais e a internet em geral para se informar, dessa forma, isso também reflete no que publicam na comunidade.

Por meio da análise realizada nas publicações dos perfis literários, inferiu-se que estes mediadores da leitura buscam inovar e trazer informações literárias diversificadas para manter a atenção dos seus seguidores presentes, bem como atrair novos leitores. (Fraga, 2022, p. 58)

Portanto, o público principal dessas comunidades literárias se trata de jovens que tanto podem estar como seguidores e membros da comunidade, quanto como gestores de contas literárias auxiliando outros como eles a acharem livros e gêneros novos para se aventurarem.

#### 4 ONDE O BIBLIOTECÁRIO ENTRA NISSO TUDO?

Após tudo o que já foi exposto, é inevitável perguntar onde o bibliotecário está nesse contexto de mediação e de redes sociais. Além de facilitar o trabalho do profissional na biblioteca, as tecnologias de comunicação também facilitam a atividade de fomento à leitura, principalmente quando se refere à comunidade *bookstagram*. Tendo ambos os mesmos objetivos, o profissional pode utilizar a comunidade como ferramenta de trabalho para o incentivo à leitura.

Nascimento e Nunes (2021) acreditam que o bibliotecário não apenas pode, como deve se apropriar de novas tecnologias para fomentar a leitura e formar novos leitores, além de ter mais um caminho profissional aberto para atuação. Isso porque o *bookstagram* chama a atenção de uma geração de potenciais usuários que estão mais imersos no mundo digital e que precisam de mais estímulos para se interessarem pela leitura

Dessa forma, o bibliotecário pode se beneficiar do *bookstagram* para se atualizar como mediador de leitura, divulgar o acervo da biblioteca e melhorar a comunicação com o usuário, assim como atrair uma geração de leitores mais jovens e mais focados no ambiente digital. Porém, para isso, como sempre, a biblioteca e o profissional precisam inovar e estar ciente das tendências da atualidade. Sobre isso, Souza (2017, p. 982) comenta:

A Geração Digital procura transformar qualquer atividade de sua vida em diversão, da vida social ao trabalho. Transformar suas atividades em desafios empolgantes e interativos, exatamente como a lógica dos videogames, um dos aparelhos mais populares dessa geração, é algo primordial para manter a atenção desses jovens.

Assim, ao se inspirar e se inserir no contexto do *bookstagram*, o bibliotecário pode buscar se atualizar quanto às práticas de mediação já existentes na biblioteca, procurar ideias de outros perfis literários e suas práticas de incentivo à leitura para criar o perfil da biblioteca e atrair a geração digital. Contudo, o objetivo é atraí-los não apenas para o perfil do instagram da instituição, mas também para fazer uma visita à biblioteca fisicamente e ter uma imagem menos estereotipada do bibliotecário e da biblioteca.

A relação entre nativos digitais, a leitura literária e o *bookstagram* será aprofundado no próximo tópico:

#### 4.1 OS JOVENS, A LEITURA E O BOOKSTAGRAM

Os nativos digitais têm uma forma mais dinâmica de aprender, de ter a atenção captada e também de buscar informações, já que estão inseridos num meio em que há muitos estímulos e inovações, que é o meio digital. Desse modo, Pescador (2010), define os nativos digitais como jovens que têm facilidade com o ambiente digital, além de estarem acostumados a conseguirem informações de forma mais rápida, tendo a *web* e as mídias como principal fonte de pesquisa em detrimento de livros ou conteúdos impressos.

O termo “nativos digitais”, se trata das pessoas que nasceram a partir de 1990, que já nasceram num mundo digital e incorporaram as mídias digitais em suas vidas muito facilmente (Costa; Duqueviz; Pedrosa, 2015). Esses jovens já têm uma facilidade natural com as tecnologias digitais, ao contrário das gerações anteriores, que possuíam outras formas de aprendizagem, de buscar por informações e outras formas de vivenciar a interação social com outras pessoas.

Por consequência, é possível afirmar que tanto os nativos digitais como as gerações anteriores necessitam de abordagens diferentes para aprendizagem e, conseqüentemente, para o interesse literário. Além disso, se formos tratar de uma faixa etária ainda mais nova, como os adolescentes, teremos uma geração ainda mais focada na tecnologia, que nasceu num mundo em que a tecnologia já foi consolidada.

Tratando de uma fase de vida especialmente delicada e complicada que é a adolescência, é uma fase de autoafirmação e de transição para a vida adulta em que se luta por uma autonomia que ainda não existe totalmente; Há mais interações sociais e o mundo se abre em possibilidades, mas também há muitas aflições e expectativas.

Têm [os jovens] uma exigência poética, uma necessidade de sonhar, imaginar, encontrar sentido, se pensar, pensar sua história singular de rapaz ou moça dotado de um corpo sexuado e frágil, de um coração impetuoso e hesitante, de impulsos e sentimentos contraditórios que integram com dificuldade, de uma história familiar complexa que muitas vezes contém lacunas. Sentem curiosidade por este mundo contemporâneo no qual se veem confrontados a tantas adversidades, e que lhes deixa muito pouco espaço. Também têm, como vocês verão, um grande desejo de serem ouvidos, reconhecidos; um grande desejo de troca e de encontros personalizados (Petit, 2013b, p. 58)

Com todas essas expectativas, curiosidade, e desejo de serem ouvidos e entendidos, os adolescentes e até mesmo jovens, que saíram recentemente dessa

fase de vida tão conturbada que é a adolescência, não é estranho que até mesmo a leitura escolhida pelos que já têm o hábito de ler, reflita toda essa confusão interna. Assim, em busca de respostas, de identificação com suas angústias próprias da idade, da construção de uma individualidade e até mesmo em busca de fugir para um mundo próprio, os jovens recorrem à leitura para se entenderem e se situarem no mundo como indivíduos com suas próprias experiências, emoções e pensamentos.

Por isso, o ato de ler se torna particularmente importante para os adolescentes. Mas, os benefícios de ler não são exclusivos dos adolescentes, todos de modo geral podem usufruir desses benefícios, inclusive os mais conectados às tecnologias. A leitura reforça a autonomia, o gosto pela leitura pode ajudar a criar uma mobilidade social, ajuda a passar por adversidades em qualquer fase de vida, ajuda a obter mais capacidade de argumentação, ampliar a visão de mundo, a ser mais crítico quanto às informações recebidas, entre tantas outras habilidades (Petit, 2013b)

Todavia, mesmo com tantos benefícios, sabemos que o índice de leitores, principalmente entre os mais jovens, não é dos maiores. Por essa razão, é importante dar mais atenção a essa geração, que vem deixando a leitura de lado caso não tenha os estímulos apropriados para adquirir o hábito de ler e acaba preferindo as tecnologias que lhes captam mais a atenção.

Petit (2013b) discorre sobre isso ao elucidar que em sua terra natal, a França, a leitura diminuiu entre os jovens, apesar do aumento da taxa de alfabetização, e a causa seria a visão que os jovens têm de que os livros são algo obsoleto e que o cinema e a televisão são mais associados à modernidade, facilidade e rapidez.

Fraga (2022, p. 59) também trata sobre isso ao pontuar que “o crescimento vertiginoso do número de pessoas utilizando redes sociais no Brasil, ocasiona uma baixa no índice de leituras, pois muitas pessoas escolhem passar seu tempo livre conectadas à internet”.

Outrossim, por vezes há também outros fatores que reforçam esse ponto de vista dos jovens, como a escola sempre exaltar os canônicos literários, mas também alguns adultos têm uma visão da leitura em geral como uma leitura mais utilitarista, que está pautada em alguma informação que seja considerada útil, seja para fazer uma atividade específica para a escola ou faculdade, ou até para a vida profissional

(Petit, 2013b). Isso pode desmotivar e fazer com que os jovens percam o interesse pela leitura e até tratem o ato de ler como uma obrigação.

Por isso, também é possível ver que socialmente, alguns gêneros literários são mais bem aceitos do que outros, por exemplo os chamados *Young Adult* (YA) e *New Adult* (NA), gêneros que abordam temas mais relacionados aos adolescentes e jovens adultos. Ainda que esses gêneros não sejam tão bem vistos como a literatura canônica, estes podem ser uma porta de entrada para desenvolver o gosto pela leitura e posteriormente, para expandir o interesse em outros gêneros e textos mais complexos.

[...], a experiência de leitura com a YA e a NA pode iniciar o reconhecimento de modelos narrativos mais ou menos complexos para fruição estética, valoração ética e ideológica. Entretanto, não se pode desconsiderar o apelo afetivo desses livros com temáticas de interesse de uma faixa etária específica, como conflitos familiares, dúvidas sobre o futuro profissional, busca pelo primeiro amor, complexo de inferioridade, descoberta da sexualidade, ambiente escolar (bullying), ambiente universitário, erotismo, personagens com problemas de dependência (psicológica/ química) (Teixeira; Costa, 2016, p. 28).

Como as autoras explicam, estes são assuntos que causam bastante identificação e interesse por parte dos jovens e adolescentes, já que são situações presentes em seu cotidiano. Dessa forma, são livros que podem realçar todo esse encanto e sensação boa que a leitura causa, formando assim, cada vez mais jovens leitores assíduos.

Nesse contexto, a comunidade *bookstagram* também tem sua contribuição na formação de leitores mais jovens. Principalmente citando o fato de que são outras pessoas de faixas etárias semelhantes que promovem todas as ações de incentivo à leitura na comunidade. Teixeira e Costa (2016) afirmam que as mediações de leitura, comuns em bibliotecas e outros espaços com o mesmo objetivo, ganham nova forma quando são jovens que planejam e executam ações referentes ao incentivo à leitura.

Além disso, é importante ressaltar que o *bookstagram*, ao mesmo tempo que forma novos leitores, também provoca uma ruptura de crenças e estereótipos relacionados à leitura. Com o surgimento de variados gêneros literários e a exaltação de outros antes desvalorizados, o *bookstagram* e outras comunidades literárias virtuais desmistificam concepções ultrapassadas sobre a literatura.

Macedo (2022), ressalta esse ponto de vista ao comentar que as redes sociais contribuem para que a literatura e as práticas de incentivo à leitura ganhem

um tom mais informal, reforçando que não apenas os leitores de obras clássicas podem tecer críticas a outras obras literárias.

Outro ponto é que o *bookstagram* possibilita à introdução do leitor a diversos outros gêneros textuais que poderia nunca ter se interessado sem que a comunidade literário desse um “empurrãozinho”. Mais um ponto é que, a leitura pode ainda estreitar laços e formar novos laços de amizade com várias outras pessoas de diversos lugares do país e do mundo (Hammoudi, 2018). A leitura não precisa ser solitária.

Em entrevistas com *bookstagrammers* e consumidores de conteúdos literários na comunidade *bookstagram*, Hammoudi (2018) traz alguns depoimentos importantes sobre a experiência no *bookstagram*. É retratado a facilidade em fazer amizades, expressar opiniões sobre as leituras, a mudança nos hábitos de leitura devido à influência da comunidade literária, depoimentos de como o *bookstagram* deixa a leitura parecer mais divertida e visualmente bonita e até mesmo habilidades adquiridas com a rotina no *bookstagram*.

Em depoimento, uma entrevistada conta sobre sua mudança no vocabulário por causa do *bookstagram*: “[...] Vera descreveu como o *bookstagram* tem tido uma influência acidental no vocabulário dela: ‘com o *bookstagram*, eu encontro livros novos, e em cada livro eu aprendo palavras novas e encontrei os hábitos de escrito do autor!’<sup>1</sup> (Hammoudi, 2018, p. 33, tradução própria).

Outra entrevistada fala sobre a influência das discussões sobre fatos dos livros na comunidade no aumento da sua atenção e concentração: “Para Simone, o aumento na atenção foi parcialmente motivada pelas discussões prospectivas com *bookstagrammers*”.<sup>2</sup> (Hammoudi, 2018, p. 36, tradução própria).

Teixeira e Costa (2016, p. 29) verificaram que os booktubers apresentam em seus vídeos grande capacidade de interpretação de texto, com ênfase na “percepção de outras linguagens, de interdiscursividade, de intertextualidade, apreciação estética ou afetiva e apreciação ética ou política etc”.

Desse modo, não apenas o *bookstagram*, mas todas as comunidades literárias *on-line* possuem potencial para incentivo à leitura e também para

---

<sup>1</sup> Vera described how *bookstagram* has had an incidental influence on her vocabulary: ‘with *bookstagram* I find new books, and for each book I learn new words and found the writing habits of the author!’

<sup>2</sup> For Simone, the rise in attentiveness was partially motivated by prospective discussions with *bookstagrammers*: ‘I pay way more attention to the stories I read so I can talk about every detail later with those of my followers who’ve read it.’

desenvolver habilidades e competências que servirão não só para a convivência em comunidade, mas até para a vida escolar e profissional. Além disso, a geração mais jovem pode aprender e adquirir tais habilidades sem o senso de obrigação e com mais diversão.

Portanto, apesar dos malefícios, as redes sociais podem também servir como ferramentas muito úteis para vários profissionais que visam inovar, inclusive o bibliotecário. O Brasil é o terceiro país no mundo que mais utiliza redes sociais, com uma média diária de aproximadamente 3h42min de uso (Fraga, 2022). Por isso, é importante que os bibliotecários tenham essas redes como ferramentas, não como inimigas, principalmente se têm como objetivo atrair a geração digital para a biblioteca.

#### 4.2 O QUE O BOOKSTAGRAM TEM A AGREGAR PARA O BIBLIOTECÁRIO COMO MEDIADOR DE LEITURA?

Com o surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e da web 2.0, não apenas os *smartphones*, wi-fi e outras tecnologias passaram a fazer parte da nossa rotina, mas também as redes sociais, plataformas virtuais, bate-papos on-line, etc. Com isso, além da popularização, também trazem muitos benefícios e finalidades no mundo corporativo.

As empresas passam a aderir às ferramentas disponibilizadas pela *web 2.0* e a se preocupar com a imagem e reputação não só fisicamente, mas também virtualmente. Dentro de todo esse contexto onde todos estão inseridos, as bibliotecas precisam se inserir nessa realidade.

As redes sociais chegaram, e para ficar, revolucionando o modo de se comunicar e se expressar na sociedade e as bibliotecas como disseminadoras de conhecimento e informação não podem ficar de fora, devem utilizar essa ferramenta para atrair seus usuários e gerar um novo espaço nas bibliotecas, o espaço virtual, onde o usuário não está fisicamente na biblioteca, mas que este se sinta sempre próximo à biblioteca (Farias, 2013, p. 15).

Portanto, é preciso, acima de tudo, se atualizar e pesar os prós e contras de aderir às novas tecnologias na realidade de cada unidade de informação. Não só falando sobre as redes sociais, mas também já é possível perceber que esse contexto tecnológico já chegou para muitas unidades de informação: a indexação automática, as bibliotecas digitais, as bases de dados, a catalogação em sistemas de informação, entre outros.

Oliveira, Sundstrom, Santos e Prado (2021), exploram as contribuições das TICs e da *web 2.0* no que se refere às bibliotecas e seus serviços. As autoras afirmam a colaboração dessas tecnologias no trabalho do bibliotecário, quanto a fontes de informação para o usuário e para o serviço de informação. Explicam ainda, que facilita a cooperação entre bibliotecas e a interação entre biblioteca e usuário.

De fato, o bibliotecário tem muito a ganhar quanto se trata de implementar as TICs na biblioteca e as ferramentas da *web 2.0*. Principalmente o serviço de referência, que tende a melhorar bastante, já que a interação com o usuário se torna mais rápida e fácil.

Ademais, quando se trata *do bookstagram* e das redes sociais em geral, o bibliotecário tem ainda mais a ganhar com a sua aderência. Não apenas o mediador de leitura, mas também é relevante pontuar que as redes sociais são favoráveis para a biblioteca e para o trabalho do bibliotecário.

Numa pesquisa realizada por Farias (2013) com bibliotecas universitárias, uma das perguntas tratava sobre a colaboração de redes sociais na biblioteca, e a autora apresenta dados que revelam maior favorecimento de atividades de referência e de obtenção de opinião e sugestão do usuário.

Como já abordado anteriormente, as redes sociais, por terem se popularizado e terem ferramentas de interação mais eficientes, tornam não só o serviço de referência mais eficaz, como também, permitem um *feedback* mais rápido e assertivo por parte dos usuários.

Sobre o *bookstagram*, ainda quanto aos diversos benefícios para a biblioteca e para o bibliotecário, Macedo (2022, p. 13) aponta que

Neste ambiente os bibliotecários tem a oportunidade de acessar remotamente e em tempo real, tendências e lançamentos do mercado editorial, estudar os usuários virtuais e seus hábitos comportamentais, estender e ou mesclar sua atuação da esfera presencial para a online, estar inserido em comunidades literárias de modo a agregar valor à produção de conteúdo digital e incentivo a leitura.

Assim, o *bookstagram* e as redes sociais podem levar, principalmente o estudo de usuário e o serviço de referência, para outro nível. Ainda em sua pesquisa, Farias (2013, p. 13) apresenta os resultados gerais:

Todas as bibliotecas levantaram benefícios, dentre as respostas foram destacados as seguintes vantagens: a) Maior interação e colaboração dos usuários com a biblioteca universitária; b) Compartilhamento de informações e feedback do usuário; c) Disseminação rápida das informações por um novo canal de comunicação mais rápido e talvez mais eficiente; d) Aumento do público participante de eventos da biblioteca universitária (eventos,

campanhas, treinamentos etc.); e) Aumento de acesso ao blog ou site da biblioteca.

Assim, por sua popularidade, as redes sociais também se tornam grandes aliadas na divulgação de eventos, exposições e bem como do acervo da biblioteca. É possível atingir um maior número de pessoas e até mais usuários potenciais que podem conhecer a biblioteca e seu acervo. Dessa forma, o bibliotecário, ao gerir uma rede social, pode atrair ainda mais usuários do que apenas a comunidade no entorno da região da biblioteca, pode ampliar sua atuação para a cidade e até mesmo o estado, por exemplo.

No que tange ao incentivo à leitura, o *bookstagram* traz mudanças significativas para a mediação de leitura, e o bibliotecário pode utilizar isso para ajudar outras pessoas. Analisando o básico das práticas utilizadas no *bookstagram* com o intuito de incentivar a leitura, é possível comparar facilmente com o trabalho do bibliotecário de mediar a leitura, entretanto o bibliotecário é qualificado não apenas para a mediação de leitura literária, como também na seleção de obras para cada perfil de leitor, o que agrega muito também para a comunidade literária (Macedo, 2022).

Ou seja, ainda que utilize o *bookstagram*, o bibliotecário pode e deve utilizar seu conhecimento técnico para também disseminar informações valiosas nessa comunidade que tem tanto apreço pelos livros. Em entrevistas com *bookstagrammers* e ao mesmo tempo bibliotecários, Macedo (2022) apresenta assuntos da área da Biblioteconomia que realmente interessam os membros do *bookstagram*, a exemplo de organização da informação e conservação e restauração de livros e sobre isso, o bibliotecário pode falar a respeito.

É possível pensar numa mescla de conteúdos numa rede social em que um bibliotecário pode ser o gestor e acompanhar as tendências da comunidade, os livros mais falados, os gêneros mais lidos, conhecer mais os leitores, suas preferências e a forma de se comunicar. Além disso, publicar e falar mais sobre conteúdos técnicos referentes aos livros, presentes na graduação.

Tratando da possibilidade de um bibliotecário se tornar um influenciador literário, Macedo (2022), afirma que ajuda a transformar a prática da leitura e o profissional se torna um agente incentivador virtualmente, ultrapassando as paredes das bibliotecas. Com tudo isso, também é preciso enfatizar que a inserção do profissional e da biblioteca nas redes sociais e numa comunidade virtual literária

ainda pode auxiliar toda a classe bibliotecária a desmistificar a imagem estereotipada que a população tem do bibliotecário e do seu trabalho. Principalmente quando se trata do instagram, que é uma rede social popular, o bibliotecário tem uma boa oportunidade e um amplo espaço para mudar essa imagem da profissão.

Farias (2013) comenta sobre essa habilidade da rede social de trazer os outros para perto ainda que não estejam, com ferramentas que podem mostrar o dia a dia na biblioteca de uma forma simples e até bem humorada de humanizar o profissional e o seu trabalho. Essa humanização auxilia, inclusive, para se conectar com o usuário, bem como para atraí-lo para conhecer a biblioteca fisicamente.

A utilização de uma linguagem próxima à linguagem que o usuário utiliza na rede social e na comunidade *bookstagram* também pode ajudar a atenuar o imaginário popular sobre o bibliotecário (Oliveira; Sundstrom; Santos; Prado, 2021). Nesse sentido, o bibliotecário precisa de uma postura criativa e observadora para elaborar conteúdos na comunidade e também uma postura mais informal e que dialogue com o tipo de linguagem utilizada na comunidade.

Portanto, o bibliotecário deve se apropriar da comunidade *bookstagram*, não apenas para benefício próprio e da biblioteca em que atua, mas também para instruir outros usuários, despertar o interesse em ler, em conhecer bibliotecas e, ainda compartilhar interesses que podem ser benéficos para a comunidade *bookstagram*.

Espera-se benefícios mútuos, possibilitando que os usuários tenham a oportunidade de conhecer de antemão os livros por sua resenha e aumentar seu repertório de leitura, e que as bibliotecas fortaleçam seu papel como mediadoras da leitura frente às novas tecnologias, promovendo a difusão da sua coleção e atraindo novos leitores (Oliveira; Sundstrom; Santos; Prado, 2021, p. 21).

Apesar das ferramentas estarem disponíveis, é preciso ressaltar que o profissional também deve ter o interesse em se atualizar, em inovar e em buscar ampliar os horizontes de atuação. Claro, aqui se fala principalmente sobre os profissionais e as bibliotecas que têm condições socioeconômicas de aderir a redes sociais e instruir os bibliotecários para gerir essas redes.

Nascimento e Nunes (2021) complementam os autores aqui abordados ao comentar que o profissional precisa estar aberto a debater e compartilhar experiências na comunidade e não só publicar conteúdos, disseminar os textos, mas realmente criar um laço com o leitor que interage. Isso valoriza o trabalho do

bibliotecário, valoriza a biblioteca e também pode deixar o leitor mais confortável para perguntar algo ou pedir uma informação.

Sobre uma possível adaptação das tendências e práticas literárias das comunidades literárias para uma conta de biblioteca, as autoras Oliveira, Sundstrom, Santos e Prado (2021, p. 17) trazem exemplos práticos de como adaptar para a biblioteca e participar da comunidade literária:

Apresentar as estantes de livros de acordo com o interesse dos usuários e a realidade da biblioteca. [bookshelf tour]; A comunidade da biblioteca pode se reunir online para conversar sobre livros e leitura, voltados para os livros disponíveis na biblioteca, podendo até mesmo ser realizadas reuniões de clube do livro online [hangout]; Apresentar os livros que a biblioteca gostaria de doar aos seus usuários, sendo possível relacionar até mesmo com algum evento de Feira de Trocas de livros [giveaway]; Fazer recomendações dos livros disponíveis no acervo, com base em temas, gêneros e critérios estipulados pela própria equipe da biblioteca [recommendation]; Estimular os membros da comunidade a apresentar pontos relevantes ou sua visão crítica sobre determinada obra. [review]; Convidar autores de obras disponíveis na biblioteca a darem entrevistas para a biblioteca, registrando em vídeo e publicando, posteriormente, para os usuários. [interview].

As autoras tratam sobre o booktube, por isso a referência a vídeos, porém já que várias práticas literárias são utilizadas em outras comunidades literárias on-line, é possível adaptar à rede social utilizada. Também é viável adicionar e adaptar outras práticas utilizadas na rede social escolhida para a realidade da biblioteca. Assim, a mediação de leitura literária pode ampliar seus horizontes, bem como a área da Biblioteconomia como um todo pode ultrapassar os espaços físicos e ser conhecida por muitos.

## 5 METODOLOGIA

Quanto aos fins, a pesquisa se caracteriza como exploratória, visando aproximar a comunidade *bookstagram* e a Biblioteconomia, podendo assim traçar semelhanças e descobrir novas oportunidades com a junção de ambos. Além disso, pode-se dizer que é uma pesquisa para obter mais conhecimento acerca da comunidade literária do instagram como uma ferramenta em potencial para o bibliotecário, visto que há pouca literatura no tema.

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições (Gil, 2002, p. 41).

Sobre as demais classificações da pesquisa, quanto aos meios, é classificada como pesquisa-ação e estudo de caso. Assim, a presente pesquisa tem por meios o envolvimento do pesquisador na comunidade literária do instagram e a partir disso, observar fatos bem como extrair dados e informações para resolução do problema de pesquisa.

É um tipo de investigação social com base empírica, [...] no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo. O envolvimento do pesquisador na ação é parte integrante da pesquisa. (Michel, 2015, p. 52).

Ademais, o trabalho baseia-se em um estudo de caso da comunidade *bookstagram*, pretendendo conhecer a capacidade da comunidade de incentivar a leitura em jovens a partir de uma amostra de três perfis literários, buscando também, trazer um panorama sobre o funcionamento dessa comunidade. O estudo de caso tem como parâmetro o aprofundamento exaustivo de um ou poucos objetos, visando o conhecimento amplo e detalhado (Gil, 2002).

Quanto à abordagem, a pesquisa caracteriza-se como quali-quantitativa, dessa forma, permite-se que seja observado e conhecido mais profundamente a situação ou comportamento pesquisado, bem como interpretar e analisar dados estatísticos de acordo com o contexto verificado (Michel, 2015). Portanto, o estudo pretende conhecer a comunidade *bookstagram* e suas práticas literárias, e analisar dados estatísticos de acordo com o contexto observado.

No que tange às técnicas de coleta de dados, foram utilizados como técnicas de coleta de dados: a pesquisa bibliográfica, o método observacional e o

questionário. A pesquisa bibliográfica se refere ao levantamento bibliográfico, que é indispensável para fundamentar a teoria da pesquisa. Quanto ao método observacional, é um método que requer o uso dos sentidos a fim de adquirir conhecimentos sobre um fenômeno ou situação do cotidiano (Gil, 2008).

De acordo com Gil (2008), a observação pode ser classificada quanto aos meios e quanto ao grau de participação do pesquisador. Nesse sentido, a presente pesquisa pode ser classificada, quanto aos meios, como observação sistemática e, quanto ao grau de participação do pesquisador, observação participante.

Também foi utilizado o questionário, que se trata de uma técnica de coleta que se utiliza de um conjunto de questões para se ter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, interesses, valores, expectativas, temores, aspirações e comportamentos do presente ou do passado, etc. (Gil, 2008).

A primeira etapa da pesquisa foi direcionada para o levantamento bibliográfico, a fim de construir o referencial teórico sobre o *bookstagram* e a mediação literária nas seguintes bases de dados e plataformas: BDTD (Biblioteca Digital de Teses e Dissertações), Scielo (*Scientific Electronic Library Online*), Brapci (Base de Dados de Periódicos em Ciência da Informação), Oasis (*Open Access and Scholarly Information System*), Google Acadêmico e o portal CAFe (plataforma CAPES).

Foram utilizadas estratégias de busca de informações como palavras-chave e operador booleano (AND): “mediação literária” AND “instagram literário”, “booktube” AND “mediação de leitura” e “mediação de leitura” AND “booktubers”, a fim de selecionar material teórico para o desenvolvimento do trabalho. A inserção da palavra “booktube” se deu pela busca por conteúdos próximos ao objeto de estudo, e adaptáveis aos fins da pesquisa.

A segunda etapa diz respeito ao aprofundamento das ferramentas do instagram. A partir da pesquisa teórica, foram elucidados os conceitos gerais e pertinentes sobre a rede social, como *reels*, *stories*, *feed*, biografia, *post*, *hashtags*, destaques e interações (curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos); bem como, as funcionalidades das ferramentas oferecidas na rede social de forma geral.

Quanto à seleção dos perfis literários e terceira etapa, essa se deu a partir da análise das seguintes características: perfil ativo com frequência semanal, perfil enquadrado em *bookstagram* e perfis com bom desenvolvimento (quanto à

seguidores, publicações, interações). Além disso, para fins comparativos, foram escolhidos: um perfil com gestor graduado em Biblioteconomia, um perfil com gestor sendo estudante no referido curso e um perfil com gestor sendo estudante ou graduado em áreas correlatas à Biblioteconomia e ao incentivo à leitura, totalizando assim, três perfis literários.

Foi utilizado como meio de avaliar outros perfis da comunidade literária e extrair informações do público dessa comunidade, o próprio perfil literário do pesquisador, o qual contém conteúdos além de literários, mas também conteúdos bibliotecários que se relacionam com os livros. O perfil do pesquisador foi utilizado, visto que já participando do meio que seria pesquisado, seria possível ter recomendações do instagram sobre outros perfis literários habilitados para participar da pesquisa, além de conhecer outras pessoas que também poderiam participar da pesquisa.

A quarta etapa compreendeu a observação pela perspectiva do perfil do pesquisador com análise exterior dos três perfis literários selecionados, buscando coletar os seguintes dados: tipos de publicações (*posts*, *stories*, *reels*, etc.), práticas utilizadas (*tags*, resenhas, citações, tendências no *reels*, *unboxing*, etc), análise de linguagem utilizada, apresentação do perfil, formas de interação com seguidores, biografia e destaques. A observação levou em consideração o período de 6 meses (entre Junho/2023 e Dezembro/2023).

A quinta etapa foi realizada através da aplicação de formulários eletrônicos do *Google forms*, (perguntas no **APÊNDICE A**) destinados aos gestores dos perfis literários, anteriormente selecionados, com perguntas abertas, fechadas e mistas (com múltipla escolha, mas também com espaço para outras respostas dadas pelo respondente).

Foram aplicados com o envio do *link* do formulário na própria rede social pelas mensagens diretas do instagram e, em casos de preferência do participante, também foi enviado pelo *whatsapp*, com o intuito de obter informações sobre: formação acadêmica, faixa etária principal do público, motivação para criar o perfil, mudanças do hábito de leitura antes e depois da criação do perfil literário, se o *bookstagram* teve influência na escolha do gênero das leituras, se utiliza alguma estratégia para alcançar o público, linguagem e estética do perfil, conteúdos que mais interessam e que mais aproximam o público, vivências na comunidade

*bookstagram* e influência da graduação na criação de conteúdo e no incentivo à leitura na comunidade *bookstagram*.

É importante frisar que antes de qualquer coleta de dados e de imagens, foram enviados documentos referentes ao consentimento para participar da pesquisa com as devidas informações sobre a pesquisa, além de documentos também referentes à autorização de utilização de imagens dos perfis analisados. Esses documentos se encontram anexos nesse trabalho e são: **ANEXO A**, **ANEXO B**, **ANEXO C**, **ANEXO D**, **ANEXO E**, **ANEXO F** e **ANEXO G**. Os anexos são referentes a todos os participantes dessa pesquisa, seja de participação direta ou indireta.

A sexta e última etapa consistiu na análise das informações obtidas com o questionário e a observação. Quanto a este último, pouco antes do início da coleta, foram definidas categorias que deveriam ser observadas no perfil literário selecionado e alinhadas ao objetivo deste trabalho, sendo elas: tipos de publicações, práticas literárias utilizadas, linguagem utilizada, estética do perfil, interação com seguidores, biografia, destaques e observações gerais. Nas observações gerais foram colocadas algumas questões que foram notadas, mas que não se enquadram totalmente nas categorias apresentadas.

A partir dessa definição de categorias, à medida que as características do perfil foram analisadas, também foram organizadas em categorias. Foi montada uma tabela no *Google* planilhas com as categorias e nome de usuário do perfil, então as informações observadas foram organizadas e já colocadas nas devidas categorias.

Ao final, as informações coletadas foram comparadas entre os perfis literários participantes a fim de achar semelhanças e diferenças entre eles, para achar um denominador comum e interpretar os achados de forma geral.

Quanto ao questionário, inicialmente, as perguntas foram agrupadas por semelhanças entre si e adicionadas categorias que representam todo o grupo de perguntas criado. Tais categorias foram definidas a partir dos resultados da observação. A categoria de criação do instagram literário e mudanças no hábito de leitura, engloba as questões 2, 3, 4 e 5, como apresentado em forma de tabela no **APÊNDICE B**; A categoria de *bookstagram* e incentivo à leitura representa as questões 6, 7, 8, 9, 10, 11 e 13 e está no **APÊNDICE C** em tabela; a última categoria é de formação profissional e *bookstagram*, que agrupou as questões 1, 12 e 14, no

**APÊNDICE D**, também em forma de tabela. Assim, totalizam as 14 questões do questionário eletrônico.

A tabulação das perguntas também foram feitas por categorias pelo *Google* planilhas, com análise de cada pergunta e com a escolha da melhor forma de apresentação dos dados coletados no trabalho. Foram utilizados alguns tipos de gráficos e tabelas para representar melhor as respostas, principalmente as respostas de perguntas fechadas.

Quanto às perguntas abertas, foi feita a interpretação das respostas mais longas e resumo com os elementos principais dessas respostas, sendo esses elementos, principalmente as informações que respondem diretamente à pergunta, que são destacadas na interpretação, e por fim, transformadas também em tabelas e quadros. As respostas mais curtas foram organizadas em tabelas e quadros, da mesma forma que foram escritas e algumas dessas questões, também foram interpretadas e utilizadas técnicas de análise, como resumo e generalização, para transformá-las em gráficos.

Por fim, com os resultados interpretados e analisados, foi possível identificar e apresentar novas formas de mediação literária com base nas práticas literárias observadas e na verificação da influência do *bookstagram* em jovens.

## 6 RESULTADOS

Neste capítulo, são apresentados os resultados encontrados do método de observação dos perfis literários e das respostas do questionário eletrônico.

### 6.1 PRÁTICAS LITERÁRIAS UTILIZADAS E APARÊNCIA DOS PERFIS

As práticas já utilizadas no *bookstagram* e a aparência dos perfis foram coletadas mais especificamente por meio de observação e serão aqui apresentadas pela ordem de categorias definidas na análise dos dados.

Diante das informações coletadas e posteriormente analisadas de forma geral, no que tange à categoria de tipos de publicações mais utilizadas nos perfis observados, são as fotografias autorais (**Figura 20**) e *reels*. Também foram observados outros tipos, como o *post* em formato carrossel, porém os tipos supracitados foram unanimidade nas contas dos participantes.

**Figura 20 - Fotografias autorais (observação)**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Quanto à categoria de práticas literárias utilizadas, as mais comuns, que aparecem nos três perfis observados, são: resenhas, *unboxings*, indicações e dicas de leitura, citações e trechos de livros e conteúdo geral que remete a livros e leitura, como eventos literários, ida a livrarias e bibliotecas, entre outros (**Figura 21**). Entretanto, também foram notados conteúdos que aparecem de forma variável, ou seja, não é uma regra ou unanimidade entre os perfis do *bookstagram* e ficam a critério do gestor do perfil, são eles: *tags* literárias, tendências literárias, memes

literários, sorteios, anúncio de lançamentos, maratonas literárias e datas importantes do mundo literário (Figura 22).

Figura 21 - Práticas literárias comuns



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Figura 22 - Práticas literárias variáveis



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Outrossim, a linguagem analisada nos perfis, na maioria das vezes, se resume em 1ª pessoa, de entendimento simples e caracterizada como informal.

Analisando de forma mais específica, há características que dependem de cada gestor do perfil literário, são elas: utilização de apelidos para designar os seguidores, utilização de técnicas de persuasão, bem como, em contrapartida, uma linguagem que denota mais objetividade e brevidade (**Figura 23**).

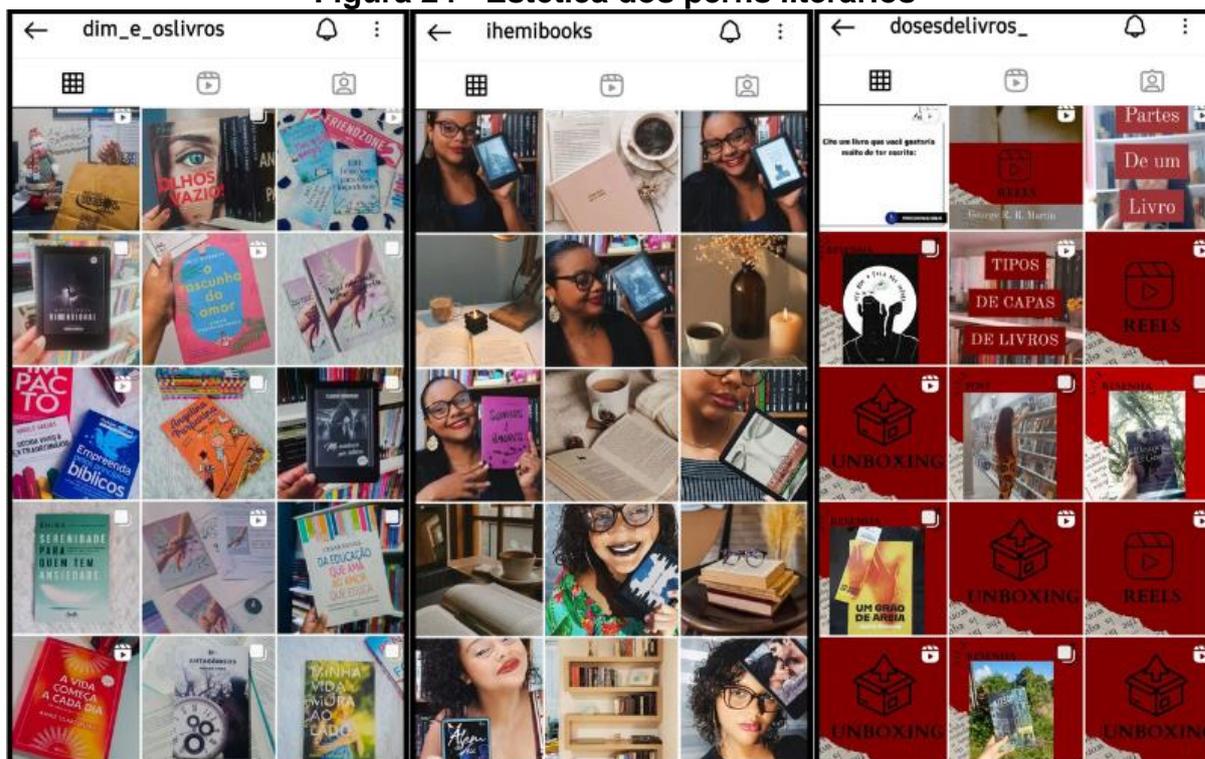
**Figura 23 - Diferenças na linguagem**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Na categoria sobre estética, foi percebido que os perfis seguem um padrão próprio nas fotografias e publicações em geral. Existe uma personalização e padronização, seja nas cores utilizadas em todas as publicações, um design específico utilizado e até em tipos e fundos de fotografias (**Figura 24**). Constantemente no fundo e conteúdo, encontram-se informações que remetem a livros e leitura, seja uma estante ou uma pilha de livros próxima. Também foi observada a combinação de cores em alguns poucos casos, entre elementos da foto e as cores da capa do livro em destaque, porém, não é uma regra.

Figura 24 - Estética dos perfis literários



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

No que se refere à categoria de interação, foi possível verificar duas formas utilizadas (por vezes, até mesmo as duas num só perfil) para interagir com os seguidores: publicações que visam apenas a interação (alguma pergunta, um fato literário atual para debater, etc.) e perguntas ao final da legenda de toda publicação com perguntas para o seguidor e leitor relacionadas ao conteúdo da publicação (**Figura 25**). Outras formas que foram observadas, mas não tão frequentes, foram a utilização das ferramentas do *stories*, *lives* ao vivo, sorteios literários, última seção de um *post* dedicada à ação (curtir, comentar, compartilhar ou salvar) e a interação do usuário.

**Figura 25 - Formas de Interação comuns**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Na biografia, as informações mais comuns são a finalidade do perfil e o tipo de conteúdo publicado na conta. Essa parte do perfil se mostrou bastante mutável e dependente dos interesses dos gestores dos perfis. Isso porque tem várias possibilidades que foram observadas, mas que mudam muito de um perfil para outro, são elas: uso de frases de livros, citação sobre leitura e o universo literário, e-mails e/ou formas de contato para parcerias com autores e editoras, links de listas de livros desejados, links diversos, outras informações pessoais, como localidade e formação profissional, entre outros (**Figura 26**).

**Figura 26 - Biografia dos perfis observados**

	<p>773 publicações    8.091 seguidores    4.242 seguindo</p>
	<p><b>Hemily Thaízy   Bookstagram</b></p>
	<p> ihemibooks</p>
	<p>   Hemi, a dona das melhores indicações!</p>
	<p>   Leitora Beta, Crítica e Sensível</p>
	<p>   livros • filmes • música</p>
	<p>   Agenda aberta  Solicite o Mídia Kit</p>
	<p> <a href="https://youtube.com/@ihemibooks">youtube.com/@ihemibooks</a></p>
	<p>Seguido(a) por uai_aquitelivros, drika_books, livrosecafecomleite e outras 355 pessoas</p>
	<p>405 publicações    5.275 seguidores    4.166 seguindo</p>
	<p><b>Nina   Bookstagram</b> </p>
	<p>Criador(a) de conteúdo digital</p>
	<p>"Um leitor vive mil vidas antes de morrer,"</p>
	<p>–George R.R. Martin</p>
	<p> Compartilhando meu amor pelos livros</p>
	<p> dosesdelivros@gmail.com</p>
	<p> Recife, PE</p>
	<p> Wishlist</p>
	<p> <a href="https://www.amazon.com.br/hz/wishlist/ls/2G8O4O954CQ5D?ref_=wl_share">www.amazon.com.br/hz/wishlist/ls/2G8O4O954CQ5D?ref_=wl_share</a></p>
	<p>Seguido(a) por l_meumundoliterario, nuvembooks, bibliotekadaka e outras 103 pessoas</p>
	<p>223 publicações    2.560 seguidores    1.893 seguindo</p>
	<p><b>Jeniffer Paula   Bookstagram</b></p>
	<p>Criador(a) de conteúdo digital</p>
	<p>Bibliotecária </p>
	<p> Compartilhando minhas experiências literárias</p>
	<p> "Todo livro que lemos tem, algo a acrescentar na nossa vida"</p>
	<p> <a href="https://linktr.ee/dim_e_oslivros">linktr.ee/dim_e_oslivros</a></p>

Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

No que concerne aos destaques, também foi observado que é igualmente dependente do conteúdo do perfil e dos interesses do gestor. Porém, no *bookstagram*, foi evidenciado alguns destaques padrão, como por exemplo, sobre parcerias (seja com autores, editoras ou outros perfis literários), recebidos, livros lidos e resenhas publicadas (**Figuras 27 e 28**).

Algumas possibilidades de destaques no *bookstagram*, além das já citadas, são organização dos livros e estantes, sobre o gestor do perfil (sobre mim), eventos e projetos que o *bookstagrammer* participa, assuntos de interesse dos seguidores e do gestor, dicas e indicações de leituras, interação com seguidores, publicações específicas referentes ao perfil (anúncio de parceria, aniversário do perfil, aviso de mudanças do perfil, entre outros).

**Figura 27 - Destaques de perfil literário**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

**Figura 28 - Destaques de perfis literários**



Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Além das categorias definidas, também foi deixado um espaço para outras observações que poderiam ser pertinentes, mas que não se encaixam em nenhuma categoria. Dentre várias observações separadas em cada perfil, algumas se mostraram pertinentes, entre elas: o uso de *hashtags* nas publicações: *tags* já existentes e também *tags* feitas especialmente para o perfil e seus conteúdos;

Fotografias em grande parte autorais; *Reels* que variam em grau de edição, mas em quase todos têm técnicas de transição ou edição para transições, filtros e músicas; Utilização de emojis em textos longos (resenhas, por exemplo); Grande variedade de gêneros literários nos 3 perfis analisados, além de que nem todos tratam apenas de ficção; E por fim, as resenhas, que foram percebidas com estrutura e foco que variam entre história e personagens e uma opinião mais baseada na própria experiência de leitura, e maior análise da escrita, do enredo, da estrutura do texto, detalhes da obra, etc (Figura 29).

**Figura 29 - Diferenças das resenhas literárias**

<p> <b>ihemibooks</b> ...</p> <p>protagonista. A medida que a trama se desenrola, somos levados a uma jornada emocionante, repleta de reviravoltas e revelações surpreendentes. A autora domina a arte de criar suspense, mantendo o leitor ansioso por cada página.</p> <p>Raquel Giordano demonstra uma habilidade excepcional em construir personagens complexos e multifacetados, cada um contribuindo para a trama de maneira única. A protagonista, em particular, é profundamente cativante, pois ela enfrenta desafios e dilemas que muitos de nós podem se identificar. A escrita da autora é digna de elogios incontáveis. Sua prosa é lírica e poética, envolvendo o leitor em um mundo onde cada palavra é cuidadosamente escolhida para criar uma atmosfera única. Ela brinca com as emoções e os sentidos do leitor, explorando temas universais de identidade, auto descoberta e superação. É notável a habilidade de Raquel Giordano em desenvolver uma narrativa cativante e rica em detalhes.</p> <p>"Indiana" é uma obra que transcende o mero entretenimento, oferecendo uma experiência literária profunda e instigante. A autora não apenas nos presenteia com uma trama envolvente, mas também nos desafia a refletir sobre nossa própria jornada de autodescoberta. Recomendo demais! ❤️🌟📖</p> <p>Editado · 14 sem Ver tradução</p>	<p> <b>dim_e_oslivros</b> e <b>editorafaroficial</b> Itapevi ...</p> <p>O dono da joalheria onde Penina trabalha está se aposentando, então seu filho Sam assume os negócios da família, um homem arrogante, prepotente e extremamente atraente. Após fazerem alguns trabalhos juntos, Penina consegue enxergar em Sam algo muito além da fachada de chefe mal-humorado e autoritário, eles se tornam amigos e aos poucos vai surgindo um sentimento, só que Sam não é ortodoxo o que faz com que Penina fique confusa.</p> <p>O que será que ela vai fazer? Casar-se com Zevi e ajudar sua irmã a salvar sua casa? ou ficar com Sam e renunciar seus princípios?</p> <p>A escrita da autora é maravilhosa e me prendeu do começo ao fim, dei muitas risadas e aprendi muitas coisas com essa leitura.</p> <p>"A vida das pessoas é confusa e complicada e mesmo que nem sempre a gente veja, todo mundo tem problemas ... mas essas experiências não definem quem somos"</p> <p>Editado · 14 sem Ver tradução</p>
<p> <b>dosesdelivros_</b> Recife ...</p> <p>junta os dois e Eleanor vira babá das filhas de Grey, que virou um homem frio e calculista, totalmente diferente do que era. Mas, aos poucos, os dois foram se aproximando de novo.</p> <p><input type="checkbox"/> Foi meu primeiro contato com a autora, e já posso dizer que quero ler outros livros dela. Fiquei envolvida na leitura logo nas primeiras páginas, é bem fluida e envolvente, quando dei por mim já tinha terminado o livro.</p> <p>Esse livro traz uma história comovente e repleta de lições. A forma como ela aborda sobre luto, superação e amor, nos conecta completamente com a realidade, mostrando sentimentos reais e personagens em constante evolução. O sentimento de amizade, amor e força de ambos personagens é indescritível. A autora soube construir bem a história.</p> <p>Me identifiquei muito com a Eleanor. A forma como ela prefere os livros à vida social, e como ela tem um coração enorme. Essa leitura conseguiu despertar os mais diversos sentimentos. Um dos melhores livros que li esse ano!</p> <p>🌟 Já leu?Gostou?</p> <p>Editado · 26 sem Ver tradução</p>	

Fonte: Montagem de capturas de tela pela autora, 2024

Assim, foi possível verificar abordagens diferentes para uma prática literária tão comum nos instagrans literários: a resenha, além de bastante personalização na estrutura destas. Entretanto, para se obter uma visão mais completa dos fatos, se faz necessário compreender também as respostas do questionário eletrônico.

## 6.2 INFLUÊNCIA DO CONTEÚDO E APARÊNCIA DOS PERFIS NO INCENTIVO À LEITURA EM JOVENS

Este tópico se refere aos resultados coletados por meio do questionário eletrônico do *Google Forms*, que buscou avaliar a influência do conteúdo e da aparência dos perfis literários no incentivo à leitura em jovens. Assim, como citado no capítulo 5, para fins de organização e melhor interpretação, as perguntas foram agrupadas e categorizadas, e sendo assim, também serão apresentadas em categorias.

A primeira categoria trata da criação do instagram literário e mudanças no hábito de leitura, que engloba as perguntas de 2 a 5. A 2ª pergunta é “O que motivou você a criar um instagram literário?”, e as informações coletadas estão no **Quadro 1**.

**Quadro 1** - Motivações para criar um *bookstagram*

	Perfil literário 1	Perfil literário 2	Perfil literário 3
<b>Respostas resumidas</b>	A pandemia e ver as pessoas interagindo com conteúdos de leitura no perfil pessoal	O amor por livros e literatura, a vontade de disseminar os benefícios de ler, ajudar a divulgar a literatura nacional e a possibilidade de renda extra em casa	Compartilhar as experiências com a leitura e incentivar outros a lerem

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Os perfis literários 1, 2 e 3 são os perfis que foram selecionados para a pesquisa, e já que essa foi uma pergunta aberta e as respostas em maioria foram mais longas, então para tabular, foi necessário resumir as respostas. A 3ª pergunta foi “Quanto você costumava ler antes de ter uma conta literária?”. Foi uma pergunta fechada com alternativas, assim, estas e o número de respostas estão na **Tabela 1**.

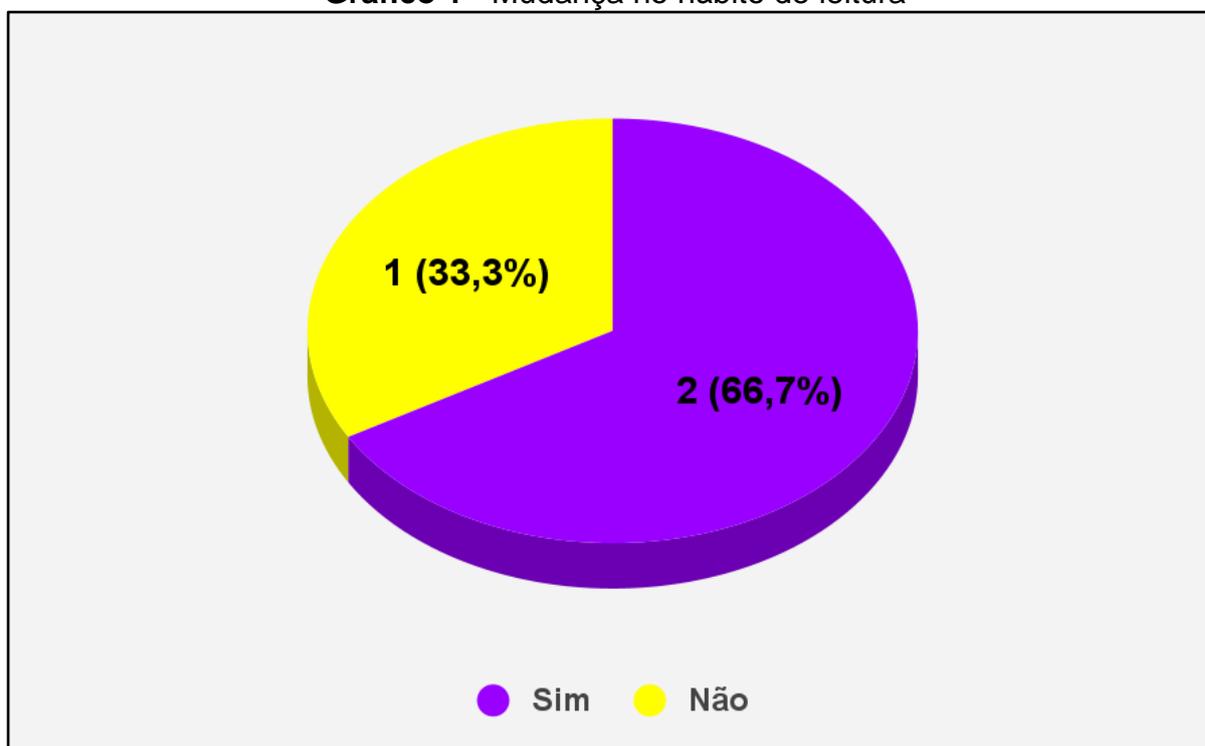
**Tabela 1** - Frequência de leitura antes do *bookstagram*

Alternativas	Respostas
Não lia nada	0
Quase nada	0
Razoavelmente	0
Muito	3
Excessivamente	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

É possível visualizar na tabela 1, que todos os perfis que participaram da pesquisa responderam a mesma alternativa: Muito. Os significados dos conteúdos explanados neste tópico e no anterior, serão interpretados e melhor discutidos no próximo tópico, mas já é possível inferir que os gestores dos perfis estudados já liam muito, mesmo antes de criar uma conta literária.

A 4ª pergunta foi “Percebeu alguma mudança no seu hábito de leitura após começar um *bookstagram*? Qual (is)?”, esta foi uma pergunta aberta, ainda que com uma primeira resposta positiva ou negativa. A primeira pergunta da questão foi representada por meio de gráfico de pizza, e as respostas estão no **Gráfico 1**.

**Gráfico 1** - Mudança no hábito de leitura

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Desse modo, dois *bookstagrammers* responderam que perceberam alteração em seu hábito de leitura, em contrapartida, um discorda ter percebido alguma mudança. Quanto à segunda pergunta da questão, se referindo a quais mudanças ocorreram no hábito de leitura, as respostas foram: leitura de outros gêneros, aumento de frequência de leitura e por fim, em adição ao aumento de leitura, também foi pontuada a produção de conteúdos para o instagram literário como mudança.

Na 5ª questão, também aberta, temos as seguintes perguntas: “Tem algum gênero literário que antes de criar uma conta literária você não gostava, não imaginava ler ou não conhecia, mas se interessou pelo gênero ao criar a conta e se inserir no *bookstagram*? Se sim, qual (is)?”. Para representá-las, primeiramente foi utilizada uma tabela com as respostas positivas e negativas e a sua frequência, o resultado está na **Tabela 2**.

**Tabela 2 - Leitura de gêneros novos**

Respostas	Frequência
Sim	3
Não	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Dessa forma, todos os gestores das contas literárias responderam que passaram a ler outros gêneros após iniciarem um instagram literário. Quanto à segunda pergunta, relacionada a quais gêneros os gestores passaram a ler, esta foi melhor representada a partir de um quadro com o perfil correspondente e sua resposta, presente no **Quadro 2**.

**Quadro 2 - Os gêneros descobertos**

Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
Terror e LGBTQIA+	Ficção científica	Suspense

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Vale ressaltar que, como se trata de uma questão aberta, algumas respostas foram mais longas, por esse motivo, para elaborar o quadro 2, foi preciso extrair os elementos e ideias principais das respostas que foram dadas.

Partindo para a segunda categoria, relacionada ao *Bookstagram* e o incentivo à leitura, que agrupa as questões de 6 a 11 e a 13. A 6ª questão é ‘Você utiliza alguma estratégia para alcançar o público? (Marque todas que se enquadram)’. As alternativas, perfis e suas respostas estão no **Quadro 3**.

**Quadro 3** - Estratégias utilizadas

Alternativas	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
Perguntas em legendas de publicações (CTAs)		x	
Publicar sobre assuntos literários do momento		x	
Estética do perfil		x	
Bio bem organizada		x	
Fotos bem elaboradas		x	
Outros	x		
Nenhuma			x

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Como pode ser observado, cada perfil poderia fazer várias escolhas das alternativas já colocadas, mas também, colocar outras estratégias não contempladas nas alternativas. Para melhor entendimento, o quadro acima possui um ‘X’ nas alternativas em que cada perfil assinalou. O perfil 1, assinalou a alternativa ‘outros’, e na resposta da alternativa, pontuou “*Posts interativos onde as pessoas podem debater e compartilhar sua opinião*”.

Já o perfil 2, assinalou várias respostas já sugeridas, foram elas: ‘Perguntas em legendas de publicações (CTAs)’, ‘Publicar sobre assuntos literários do momento’, ‘Estética do perfil’, ‘Bio bem organizada’ e ‘Fotos bem elaboradas’. O perfil 3, assinalou a alternativa ‘Nenhuma’.

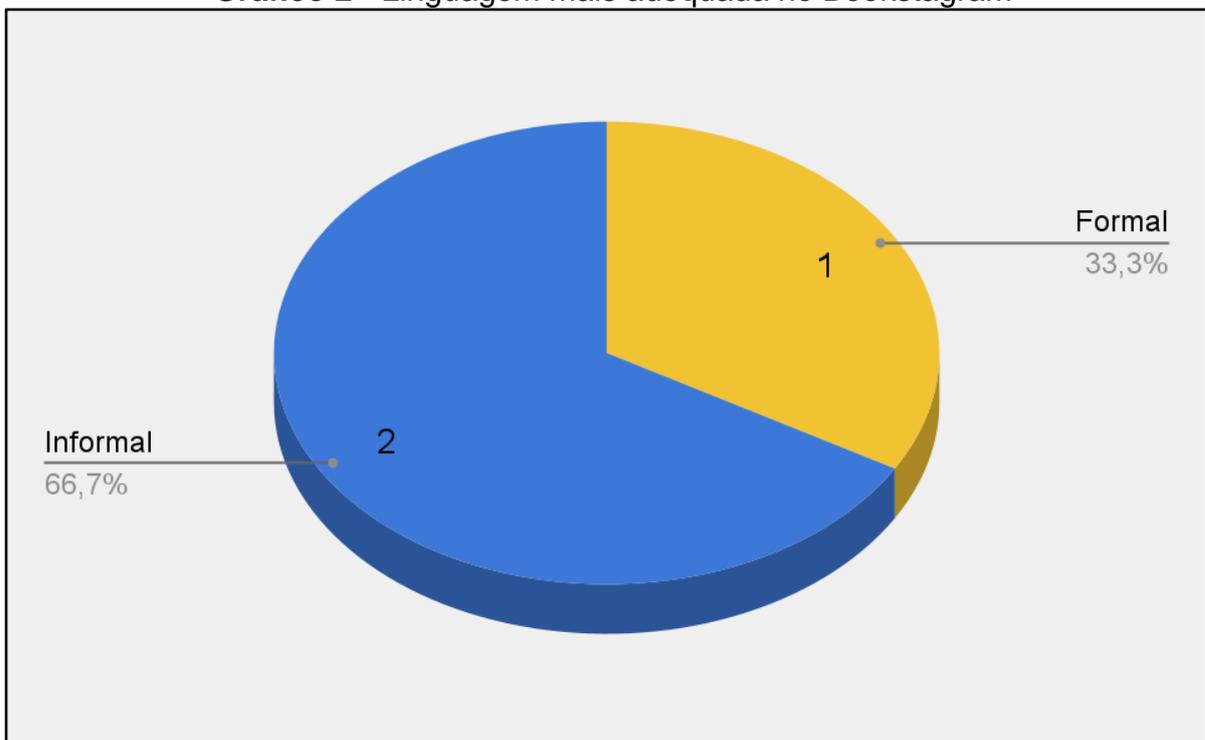
A 7ª questão foi “Qual é a faixa etária predominante que acessa e interage com os conteúdos do seu perfil?”. Na **Tabela 3**, possui as alternativas de idade que o painel profissional do instagram disponibiliza, já que a questão foi direcionada para obter informações dessa ferramenta da rede social. Além disso, há também o número de respostas para cada alternativa.

**Tabela 3 - Faixa etária dos seguidores**

Idade	Respostas
Até 17 anos	0
18 a 24 anos	0
25 a 34 anos	3
35 a 44 anos	0
55 a 64 anos	0
A partir de 65 anos	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Como observado, todos os perfis da pesquisa responderam que a faixa etária predominante de pessoas acessando e interagindo com o perfil é de 25 a 34 anos. A 8ª questão é 'Que tipo de linguagem você acha que é mais adequada no *bookstagram* para obter mais interações com seu conteúdo?' e as alternativas e respostas (em número e porcentagem) estão representadas no **Gráfico 2**.

**Gráfico 2 - Linguagem mais adequada no Bookstagram**

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Dessa forma, 2 perfis integrantes da pesquisa responderam que a linguagem mais adequada para ter mais interações com seu conteúdo é a informal, representando 66,7% do total de integrantes da pesquisa. Em contrapartida, 1 perfil

respondeu que a linguagem mais adequada para o mesmo fim, é a formal, representando 33,3% dos integrantes.

A 9ª questão é ‘No contexto do *bookstagram*, você acha que a apresentação do perfil tem importância no incentivo à leitura?’. A **Tabela 4** apresenta as alternativas e número de respostas.

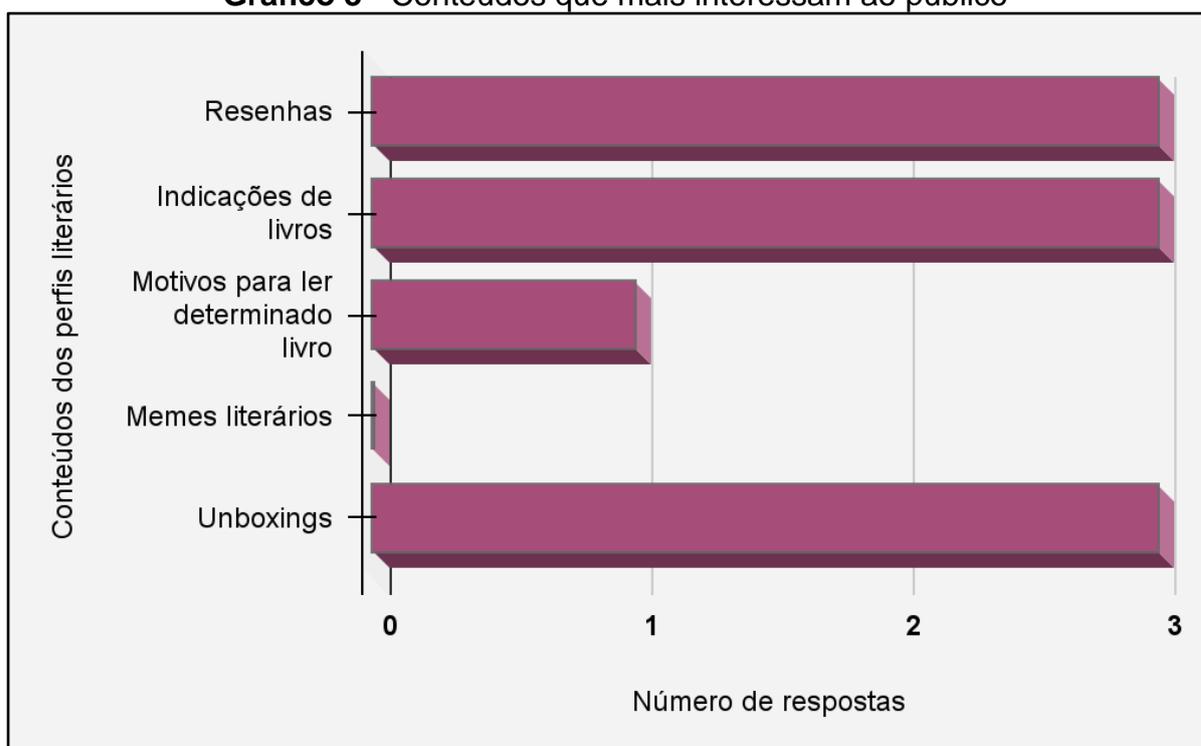
**Tabela 4** - Importância da apresentação do perfil no incentivo à leitura

Alternativas	Respostas
Não	0
Sim	3

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Então, é possível observar que todos os participantes responderam ‘Sim’, confirmando acreditarem que a apresentação do perfil é importante no que se refere ao incentivo à leitura. A 10ª pergunta, é ‘Que tipo(s) de conteúdo(s) literário(s) no seu perfil você percebe que mais interessa o público? (Marque todas que se enquadram)’. O **Gráfico 3** traz a representação das alternativas e o número de respostas.

**Gráfico 3** - Conteúdos que mais interessam ao público

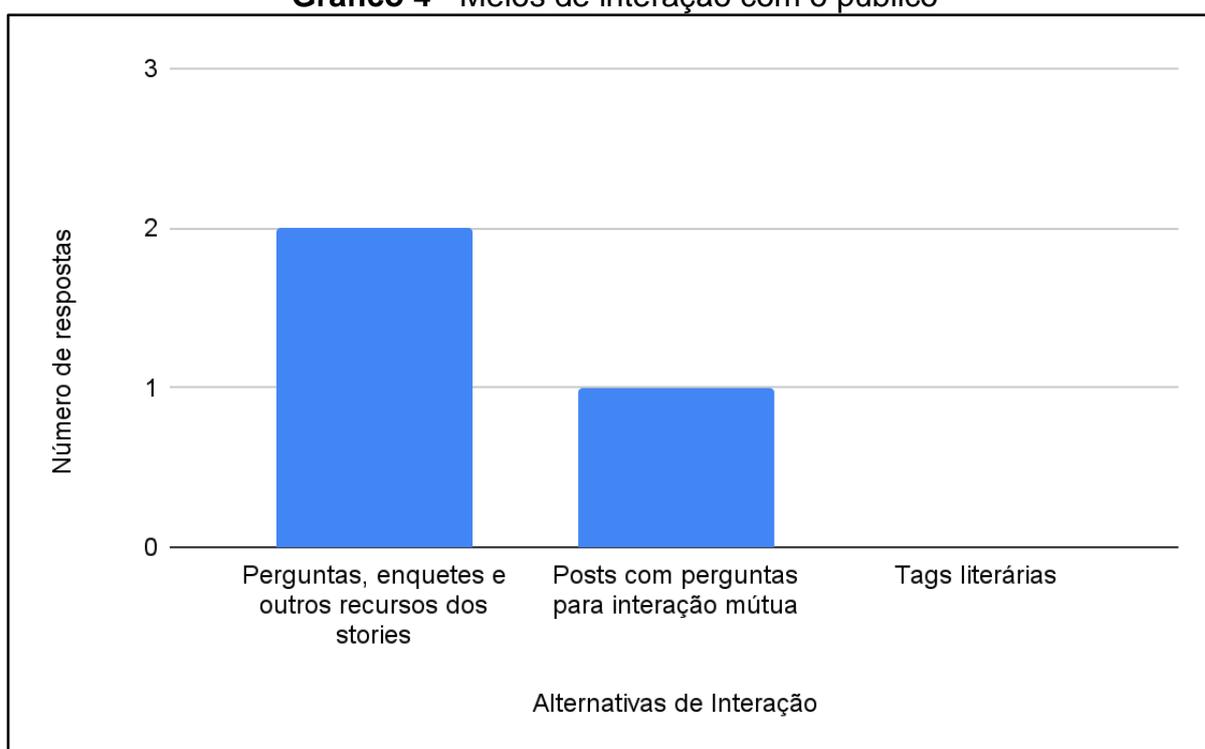


Fonte: Elaborado pela autora, 2024

De acordo com o gráfico, é possível notar que os conteúdos que obtiveram mais respostas foram: ‘Resenhas’, ‘Indicações de livros’ e ‘Unboxings’, contabilizando 3 respostas. Estes foram seguidos da alternativa ‘Motivos para ler determinado livro’, com 1 resposta, e por fim, ‘Memes literários’, com nenhuma resposta.

A 11ª questão é ‘Quais são os meios que você mais utiliza para se aproximar do seu público?’. No **Gráfico 4**, são apresentadas as alternativas, bem como o número de respostas.

**Gráfico 4 - Meios de interação com o público**



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

No gráfico, nota-se que as formas de interação mais utilizadas são as ‘Perguntas, enquetes e outros recursos dos *stories*’, com duas respostas, seguidas de ‘*Posts com perguntas para interação mútua*’, com uma resposta. A alternativa ‘*Tags literárias*’ não houve respostas.

A questão 13 é ‘Qual foi a melhor vivência que você teve participando da comunidade *bookstagram?*’. Como é uma pergunta aberta, o **Quadro 4** mostra as respostas de cada perfil, transcrito exatamente como os gestores de contas literárias responderam à pergunta.

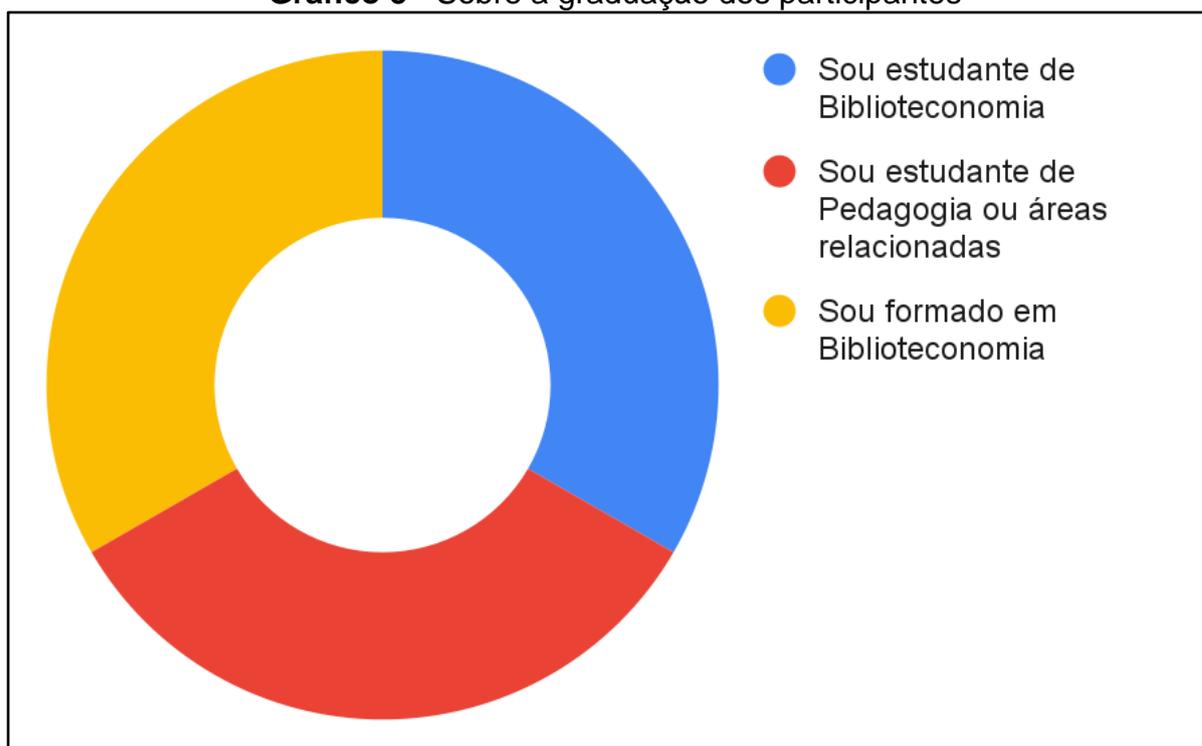
**Quadro 4 - Vivências no *Bookstagram***

	Perfil literário 1	Perfil literário 2	Perfil literário 3
<b>Respostas</b>	"Fiz parcerias incríveis com autores e Editoras. Pude conhecer muitos livros nacionais maravilhosos e fiz amizades incríveis, onde tivemos muita troca e compartilhamento sobre leitura."	"Poder conhecer novas pessoas, ter contato com centenas de autores e claro, ter acesso a muitas obras que eu não teria normalmente."	"A partilha de sentimentos durante as leituras, conheci muita gente legal e que se tornaram amigos também."

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Analisando as respostas, são notáveis algumas constantes que aparecem em praticamente todas as respostas, são elas: conhecer pessoas novas e o compartilhamento de leituras.

A terceira e última categoria se refere à 'Formação e o *Bookstagram*'. Esta categoria agrupa as perguntas 1, 12 e 14. A 1ª questão é 'Qual é a sua formação?'. É uma pergunta fechada, portanto, as alternativas escolhidas foram melhor representadas no **Gráfico 5**.

**Gráfico 5 - Sobre a graduação dos participantes**

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

No gráfico acima, mostra a formação dos três participantes da pesquisa. Apesar de haver requisitos para participar da pesquisa, sendo da área de

Biblioteconomia, as áreas correlatas não foram determinadas, por isso, para conhecimento, a pergunta e o gráfico representam as alternativas assinaladas.

Assim, como mostra o gráfico 5, há um participante estudante de Biblioteconomia, um graduado em Biblioteconomia e outro estudante de Pedagogia ou áreas relacionadas ao incentivo à leitura.

A 12ª pergunta é ‘Qual é a sua opinião sobre bibliotecários utilizarem o *bookstagram* como ferramenta de trabalho, visando formar novos leitores?’. Esta, é uma questão aberta, desse modo, o **Quadro 5** traz as respostas dos participantes resumidas, apenas com respostas menores do que as originais.

**Quadro 5 - Bookstagram para bibliotecários**

	<b>Perfil literário 1</b>	<b>Perfil literário 2</b>	<b>Perfil literário 3</b>
<b>Respostas resumidas</b>	É de grande ajuda, por conta da atualização dos bibliotecários sobre livros e gêneros do momento, assim como a atualização da biblioteca; além da utilização de ferramentas da comunidade para interagir com os usuários	É muito válido, pode ser feito um ótimo trabalho nas redes possuindo essa formação profissional	Depende da área de atuação do bibliotecário

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Segundo o quadro supracitado, em geral, os participantes concordam que o *bookstagram* pode servir de ferramenta de trabalho para o bibliotecário, para o perfil literário 1, até mesmo pode ajudar bastante o profissional em questões de atualização profissional e em estudo de usuário.

A 14ª pergunta e última do questionário é ‘Você acha que os conhecimentos adquiridos na graduação ajudam na utilização de ferramentas no *instagram* e na comunidade *bookstagram* de forma mais eficaz para promover a leitura? Se sim, de que forma isso acontece?’. A pergunta é aberta e as respostas também foram resumidas e apresentadas no **Quadro 6**.

**Quadro 6** - Conhecimentos da graduação e o bookstagram no incentivo à leitura

	Perfil literário 1	Perfil literário 2	Perfil literário 3
<b>Respostas resumidas</b>	Sim. O compartilhamento de assuntos como higienização e armazenamento corretos dos livros, dicas de mediação de leitura e organização dos livros pode ser muito interessante para os leitores do bookstagram	Sim. Há maior domínio para falar sobre alguns assuntos e conseguir passá-los para o público efetivamente	Não

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

De acordo com as respostas apresentadas no quadro 6, apenas dois participantes concordam que os conhecimentos da graduação auxiliam no instagram e na comunidade *bookstagram* para promoção da leitura literária. Os perfis que responderam positivamente à questão, destacaram a possibilidade de compartilhamento de conhecimentos que podem interessar à comunidade *bookstagram* e também maior domínio e habilidade em se expressar e para falar de alguns assuntos na comunidade.

Com todos os resultados expostos, é necessário ainda discutir sobre seus significados e interpretações para a pesquisa em si e para a Ciência da Informação.

### 6.3 DISCUSSÃO

O presente estudo buscou analisar as práticas literárias utilizadas pelos *bookstagrammers* na comunidade *bookstagram*, a fim de compreender como eles se utilizam das ferramentas comuns do instagram para incentivar a leitura de seus seguidores e se esses meios utilizados por eles realmente funcionam e/ou geram alguma influência em seu público. Além disso, também buscou entender quem é o público desses perfis literários e, por fim, como a comunidade pode contribuir para a mediação de leitura literária em jovens.

Antes da pesquisa, algumas hipóteses foram levantadas para cada método utilizado. Com a observação, pretendeu-se confirmar ou refutar a seguinte hipótese: encontrar práticas que poderiam ser unânimes em perfis literários, como as

resenhas, *unboxings* e utilização dos *stories* para interação, além de encontrar uma linguagem mais próxima do público e um cuidado maior com a estética do perfil.

Já o questionário eletrônico foi utilizado visando confirmar ou refutar a hipótese de que o conteúdo e as interações feitas nos perfis literários influenciam na frequência de leitura, no que é lido pelos seguidores e até na criação de novos leitores. Uma hipótese levantada também foi sobre a idade dos seguidores, que poderiam estar dentro do que se classifica como “jovens”, entre 18 e 25 anos.

Tendo isso exposto, podemos discutir sobre os resultados encontrados. Foi percebido que grande parte das práticas literárias utilizadas, tipo de linguagem utilizada e a estética do perfil são variáveis. Porém, realmente houveram práticas que foram encontradas facilmente em todos os perfis, como mostra o **Gráfico 3**. As resenhas, indicações de leitura e *unboxings*, de fato são práticas bastante comuns em perfis literários. Além disso, os *stories* também se mostraram muito utilizados para a interação, satisfazendo assim, a hipótese levantada.

Entretanto, também foram encontradas outras práticas que se mostraram em alguns perfis e outros não, como as *tags* literárias, sorteios literários, entre outros, que ainda que não sejam constantes, não quer dizer que não funcionam para outros perfis literários e também podem ser levados em consideração. Além disso, foi constatada a personalização e adaptação de ferramentas do instagram em cada um dos perfis literários de acordo com os interesses e gostos das gestoras.

Sobre outras práticas literárias não muito constantes nos perfis literários, Fraga (2022) ressalta que, no contexto da biblioteca, práticas como leituras coletivas, *tags* literárias, caixas de perguntas e sorteios podem ser adaptadas.

Há vários elementos personalizáveis no instagram e esses perfis se utilizam muito disso para colocarem sua personalidade e autenticidade no perfil. Destaques, biografia e tipos de publicação têm mais constância no que foi encontrado, mas também podem ser bem diferentes entre si quanto às informações colocadas, como temos na **Figura 26**.

Dessa forma, é difícil dizer que há práticas literárias, tipo de linguagem e estéticas “universais” ou com um padrão definido, visto que cada usuário pode personalizar a maioria dos elementos da plataforma. Nesse contexto, apesar do instagram ter as mesmas ferramentas para todos os nichos, foram percebidas adaptações e bastante flexibilidade da plataforma quanto à personalização.

Sobre a forma de linguagem, essa personalização, e também o profissional bibliotecário presente nesse contexto do instagram, Macedo (2022, p. 10) pontua que:

Os compartilhamentos, interações e discursos presentes nas mídias sociais são marcados pela informalidade e pessoalidade de discursos. Nelas, os bibliotecários podem mesclar conhecimentos técnicos com personalidade e opiniões próprias, uma vez que essa é a marca registrada do sucesso entre os influenciadores digitais [...]

Portanto, o usuário tem muita liberdade para personalizar seu perfil com posts coloridos ou monocromáticos, ter mais fotos ou mais *posts* com design do gosto do usuário, estabelecer uma interação mais próxima com os seguidores ou mais distante. Então, o instagram se mostrou uma ferramenta muito versátil para todo tipo de nicho. Assim, o usuário ou *bookstagrammer* pode utilizar estratégias para atrair o público se souber utilizar as ferramentas da rede social.

Outros achados relevantes se deram com o questionário, que não apenas confirmou a influência de conteúdos dos perfis literários no hábito de leitura, como mostrou ainda pontos positivos da comunidade *bookstagram*. Foi possível perceber que, pelo menos na amostra da pesquisa, todos os *bookstagrammers* já tinham o hábito de leitura antes de criarem uma conta literária, e já liam muito, tanto que o amor pelos livros e a vontade de compartilhar sobre suas experiências literárias foram os principais motivos citados para criar perfis literários.

Em outras pesquisas, também foi notada algumas similaridades no resultado, quanto à motivação para criar uma conta literária. Por exemplo, Hammoudi (2018, tradução própria) entrevistou adolescentes entre 13 e 17 anos que possuem uma conta literária no instagram, e esses adolescentes pontuaram que suas motivações foram: querer participar de um fandom, aumentar a suas interações sobre leitura com outros leitores, expandir seu repertório literário e compartilhar seu amor por livros com outros.

Além disso, foram apontadas mudanças no hábito de leitura da maioria dos *bookstagrammers* participantes, que passaram a ler mais do que o que já estavam acostumados a ler normalmente ao criarem o perfil de leitura. Isso demonstra que ainda que já haja uma rotina de leitura, o *bookstagram* pode sim influenciar e aumentar a frequência de leitura.

Esse tipo de mudança no hábito de leitura também foram sentidos pelos entrevistados de Hammoudi (2018, p. 36, tradução própria), um deles relatou: “Eu

sempre tive um grande apreço pelos livros desde que eu era criança. E o bookstagram fez com que esse apreço se tornasse mais profundo e mais apegado a mim”<sup>3</sup>. Assim, realmente se constata que o *bookstagram* pode aumentar tanto o amor pelos livros, como também a frequência de leitura.

Como todos os participantes da pesquisa já liam muito, mesmo antes da criação do instagram literário, não foi possível ter a confirmação da hipótese de que o *bookstagram* pode influenciar na criação de novos leitores, mas se torna uma sugestão para futuras pesquisas nessa temática.

Outra mudança relatada pelos participantes, foi o interesse em gêneros literários que antes não tinham, o que comprova a hipótese de que a influência do *bookstagram* não é apenas na frequência de leitura, como também na escolha do que é lido pelo leitor e seguidor de perfis literários.

Novamente, Hammoudi (2018, p. 35, tradução própria) confirma com o relato de um entrevistado:

Dominic também falou sobre sua alternância entre novos gêneros literários, e como os *bookstagrammers* instigaram sua curiosidade por livros de fantasia: ‘Minhas preferências de leitura mudaram, por exemplo, antes eu era acostumado a sempre ler só um gênero específico, gênero que era contemporâneo, mas com o *bookstagram* eu vi muitas pessoas falando muito sobre livros de fantasia, e eu honestamente queria saber sobre o que eles estavam falando’<sup>4</sup>.

Desse modo, a autora reforça o resultado encontrado neste estudo quanto à influência do *bookstagram* no hábito de leitura e no que é lido. No entanto, faz-se necessário ressaltar que apesar de tanto esta pesquisa, como da autora mencionada, não há confirmação de que o *bookstagram* possa influenciar a criar um hábito de leitura em quem não tem esse costume já consolidado.

No mais, uma divergência importante entre hipótese e resultado foi a faixa etária do público dos perfis participantes, todos indicaram a idade entre 25 e 34 anos e não a idade de 18 a 24 anos, como esperado (**Tabela 3**).

Entendendo melhor a faixa etária indicada pelos participantes, é interessante saber de algumas definições. Dessa forma, ao instituir o Estatuto da Juventude,

---

<sup>3</sup> “I always had this great feeling with books, since I was a kid. And bookstagram made this feeling become even more deeper and even more attached to me”.

<sup>4</sup> Dominic also spoke about his shift into new literary genres, and how bookstagrammers piqued his curiosity for fantasy books: ‘My reading tastes have changed, like, before I always used to read only a specific genre which was contemporary, but with bookstagram I saw a lot of people talking about a lot of fantasy books, and I honestly wanted to know what they were talking about’.

Brasil (2013) afirma que para a lei em questão, são considerados jovens, pessoas com idade entre 15 e 29 anos.

Brasil (2007), traz algumas definições igualmente importantes, nesse documento, é afirmado que a Organização Mundial da Saúde (OMS) considera adolescentes, pessoas na segunda década de vida, ou seja, de 10 a 19 anos e a juventude dos 15 a 24 anos. Entretanto, a mesma afirma que há desdobramentos que devem ser considerados, como os adolescentes jovens, de 15 a 19 anos e os adultos jovens de 20 a 24 anos.

Outro conceito é trazido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (2014), que reitera as idades da adolescência, dos 12 aos 18 anos, segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e a juventude, dos 15 aos 29 anos. Porém, traz algumas subdivisões pertinentes, como adolescentes-jovens, de 15 a 17 anos; os jovens-jovens, de 18 a 24 anos; e os jovens adultos, de 25 a 29 anos.

Dito isso, considerando a faixa etária de 25 a 34 anos que foi apontada pelos participantes desta pesquisa, é possível afirmar que o público desses perfis literários são majoritariamente jovens adultos e adultos. Isto traz uma contribuição interessante para a pesquisa, visto que a visão inicial era de pessoas jovens de 18 a 24 anos. Entretanto, pelos requisitos estabelecidos para participantes e o número da amostra, é recomendável e sugerido outras pesquisas que investiguem a faixa etária que mais utiliza o *bookstagram* e que seja estabelecida uma amostra que permita uma perspectiva mais abrangente para uma conclusão mais correta.

No que tange às contribuições da comunidade *bookstagram* para a Biblioteconomia, a pergunta 12 do questionário eletrônico se refere ao uso da comunidade como ferramenta para o trabalho do bibliotecário, obteve duas respostas positivas, a terceira resposta traz a percepção para uma especificidade e limitação da pesquisa. Uma das respostas positivas aponta o *bookstagram* como uma ferramenta para auxiliar a atualização do bibliotecário:

Acredito que seria de grande ajuda porque os bibliotecários estariam por dentro dos livros que estão em alta e os gêneros que mais interessam o público naquele momento. Assim, poderiam manter a biblioteca atualizada. Também poderiam utilizar alguma ferramenta de interação do *Bookstagram* nas bibliotecas para ter uma maior interação com o usuário. (Participante 1, 2023)

Assim, a participante destaca que o *bookstagram* pode ser uma fonte de informação pertinente para o bibliotecário utilizar e se atualizar, bem como atualizar o acervo da biblioteca. Nesse contexto, Fraga (2022) confirma a opinião da

participante ao afirmar que o *bookstagram* pode trazer benefícios quando utilizado como uma forma de obter informações para desenvolvimento de coleções, ainda, ressalta que as fontes de informação nesse sentido, podem ser postagens na rede social, que podem ser observadas e então, perceber os livros que estão atraindo a atenção dos leitores no momento. Conclui destacando que os perfis literários podem servir como auxílio para a seleção do acervo.

Além de que, Garcia e Sá (2017) destacam que a biblioteca, ao criar um perfil no instagram e compartilhar fotografias de momentos na biblioteca, pode ajudar na construção da imagem que os usuários fazem da biblioteca. As autoras ressaltam que compartilhar fotografias e publicações em geral que instigam o usuário a conhecer melhor as atividades da biblioteca, seus espaços, pode também incutir nos usuários o fato de que a biblioteca é um organismo vivo e dinâmico e que pode proporcionar experiências diversas e possibilitar o entendimento de diversos tipos de conhecimento.

Ou seja, o instagram também pode beneficiar a imagem da biblioteca e do bibliotecário, sendo uma ferramenta favorável para a desmistificação de estereótipos que são cultivados há séculos sobre o profissional e a biblioteca.

Ademais, a participante também mencionou ferramentas da comunidade para serem utilizadas pelo bibliotecário visando interagir mais com o usuário. Fraga (2022) trata da adaptação das caixas de perguntas presentes como recurso dos *stories*, na transformação de um recurso estratégico para o bibliotecário saber informações sobre os usuários, como os livros lidos pelos usuários, seus livros favoritos, melhores leituras do mês, livros que não gostaram e outros.

A autora ainda sugere perguntas que o bibliotecário pode fazer para os usuários, como perguntar a opinião dos usuários sobre os livros que gostariam de ler, servindo de sugestões para futuras aquisições da biblioteca. Além de que os *stories* e seus recursos realmente foram mais escolhidos nesta pesquisa para interação.

Voltando às respostas da questão 12, a terceira resposta, não necessariamente negativa, pontuou que a utilização do *bookstagram* para incentivo à leitura pelo bibliotecário, depende da área que o profissional trabalhe. Esta resposta se encontra resumida no **Quadro 5** e completa no **APÊNDICE D**.

De fato, é relevante ressaltar que esta pesquisa se torna mais pertinente para bibliotecários que atuam em bibliotecas públicas e comunitárias, visto que o

*bookstagram* trata de livros mais diversificados no que se refere à gêneros literários e temas tratados, então se torna mais complicada a aplicação desta pesquisa em bibliotecas especializadas, por exemplo.

A pergunta 14, que questiona os participantes se há relação entre os conhecimentos adquiridos na graduação e o *bookstagram*, houve duas respostas positivas. Numa dessas respostas, uma participante deu sugestões bastante relevantes sobre conhecimentos inerentes ao profissional bibliotecário:

Sim, acredito que podemos compartilhar informações de como higienizar e armazenar os livros corretamente, sendo de grande interesse para o leitor. Podemos também dar dicas de mediação de leitura e organização de livros e etc. Acredito que o bibliotecário pode compartilhar muito conhecimento que pode ser interessante para o *Bookstagram*. (Participante 1, 2023.)

É interessante pensar na troca que é possível ser feita entre o bibliotecário com seus conhecimentos da área de atuação e o leitor que é leigo e pode se beneficiar de dicas importantes de um profissional. De fato, conhecimentos de conservação e organização de livros são conhecimentos técnicos do bibliotecário que podem agregar muito para o leitor do *bookstagram*.

Macedo (2022) aborda esse assunto, explicando que apesar da maioria dos membros da comunidade *bookstagram* não serem bibliotecários, as comunidades literárias on-line em geral, necessitam de mais profissionais de mediação e organização do conhecimento compartilhado, e também do tratamento do livro, tanto de seu conteúdo, quanto do objeto em si, o tratando como um bem valioso para a sociedade e para a formação dos indivíduos.

Dessa forma, trata-se de uma troca e compartilhamento de informações justa e benéfica para ambas as partes, tanto o bibliotecário quanto o leitor do *bookstagram*. Assim, há muito que explorar na comunidade no que se refere ao incentivo à leitura, e apesar desta pesquisa não trazer uma faixa etária considerada como jovem, pelo fato da comunidade *bookstagram* apresentar conteúdos dinâmicos e criativos, facilmente pode chamar a atenção dessa faixa etária.

Em Prado (2019, p. 157), um relato da gestora do canal no *Youtube* “é o último, eu juro!”, que atuava como bibliotecária numa biblioteca escolar no início do canal, fala dos impactos do canal nos empréstimos da biblioteca e na aproximação dos estudantes com a biblioteca:

Com os acessos cada vez mais frequentes o canal cresceu e passei a me dedicar mais às resenhas e assuntos literários. Dentro da escola os alunos iam cada vez mais à biblioteca procurando obras que eu havia resenhado, ou apenas para dizer que estavam lendo algo do tipo, ou ainda que

determinado vídeo havia despertado um interesse pela leitura. Um público havia sido alcançado com sucesso. A biblioteca chegou a ter cerca de mil e duzentos empréstimos em um semestre, um número considerável para uma biblioteca de pequeno porte.

Então, de acordo com a bibliotecária, o canal ajudou e muito na imagem da biblioteca e conseguiu atrair seu público-alvo, que possivelmente são adolescentes. Não apenas para realizar empréstimos, mas para conversar com a bibliotecária sobre o que foi publicado. Isso mostra que realmente as resenhas, indicações de livros e demais práticas literárias utilizadas por gestores de perfis literários no instagram visando o incentivo à leitura, podem ajudar a divulgar o acervo da biblioteca e causar interesse no público almejado.

Porém, claro, vale ressaltar que o bibliotecário pode desenvolver habilidades e se instruir sobre essas novas tecnologias. Além disso, a profissão exige que o bibliotecário seja um pesquisador ávido por descobertas buscando sempre o aprimoramento de sua formação, mais ainda, o bibliotecário como mediador de leitura precisa ser um profissional que seja criativo ao desenvolver ações de promoção da leitura (Macedo, 2022).

Para Farias (2013), o surgimento de novas formas de se relacionar e se comunicar tem que impulsionar mudanças também por parte do bibliotecário, que precisa se reinventar, aperfeiçoar suas atividades e oferecer novos produtos e serviços. Desse modo, juntamente com o bibliotecário, a biblioteca e seus serviços também devem seguir essas mudanças e seguir se reinventando.

Prado (2019, p. 64), afirma que “A biblioteca pode ser livre, sair de suas paredes, ser nômade, alcançar as pessoas, e até se desintegrar para atingir possíveis leitores.” Ou seja, a biblioteca, assim como Ranganathan explicou, é um organismo em crescimento. Não precisa, de fato, apenas estar dentro das paredes físicas, mas também pode conquistar outros territórios, descobrir novos horizontes e até mesmo criar novos meios de exercer sua função.

Por isso, esta pesquisa e os resultados encontrados se tornam relevantes para a Biblioteconomia, porque comprovam que há outras formas possíveis de incentivar a leitura, principalmente em jovens, que não os métodos tradicionais de mediação de leitura literária dentro da biblioteca.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, nota-se que de fato, o bibliotecário pode se beneficiar muito das ferramentas disponibilizadas pelo instagram. A pesquisa mostrou que o instagram dá grande possibilidade de personalização de suas ferramentas, permitindo tornar cada perfil único na plataforma, assim como foi mostrado na pesquisa bibliográfica. Cada nicho pode adaptar as ferramentas de acordo com seus interesses e necessidades.

Práticas literárias como resenhas, *unboxings* e indicações de leitura, além de grande utilização e preferência dos *stories* para interação, se mostraram bastante populares entre os participantes e podem ser utilizados como base para o bibliotecário se inserir no meio do *bookstagram*. Mas apesar dessas práticas serem mais populares, outras práticas literárias como sorteios, maratonas de leitura e *tags* literárias podem ter adaptações para a realidade da biblioteca.

Além disso, de fato, foi constatada a influência que o conteúdo e os perfis literários exercem sobre seus seguidores. Verificou-se também aumento da frequência de leitura, ainda que os participantes já tivessem o hábito de ler consolidado. Foi notado que, existe ainda, a influência referente ao que é lido. Todos os participantes contaram que passaram a ler um gênero literário específico, que antes não tinham interesse, por causa do *bookstagram*.

No que tange à Biblioteconomia, a pesquisa demonstrou que a comunidade *bookstagram* pode ser utilizada por bibliotecas públicas e comunitárias como uma fonte de informações que possibilita saber sobre os livros mais lidos e comentados, podendo assim, ser um auxílio no desenvolvimento e seleção de coleções.

Ademais, a pesquisa também evidenciou ferramentas, como as perguntas e enquetes dos *stories*, que podem ser um meio de obter opiniões dos usuários da biblioteca sobre livros que gostariam de ler, livros lidos, livros favoritos, livros que não gostaram e informações gerais sobre as pessoas que frequentam a biblioteca e até usuários potenciais e feedbacks sobre a biblioteca em si.

Outrossim, na pesquisa também foi mostrado que a comunidade, por ser voltada para a leitura, pode ajudar a divulgar o acervo da biblioteca, além da própria biblioteca em si e também permite ao bibliotecário trocar conhecimentos com a comunidade, que apesar de serem mais técnicos, alguns assuntos relacionados à conservação, ao armazenamento e à organização de livros, bem com à mediação de leitura, podem ser de grande interesse para a comunidade *bookstagram*. Dentre

esses assuntos, o bibliotecário também pode compartilhar sobre a profissão, desmistificando algumas crenças e estereótipos que ficam no imaginário popular, dando assim, mais visibilidade ainda para a biblioteca.

No que se refere à faixa etária dos membros do *bookstagram*, a pesquisa revelou que na amostra estudada, o público que mais interage com o conteúdo, podem ser considerados jovens adultos e adultos. Dessa forma, a faixa etária encontrada se revela um pouco diferente da hipótese levantada.

Apesar disso, pelo o que foi analisado, a comunidade *bookstagram* apresenta conteúdos dinâmicos e interativos que facilmente podem chamar a atenção de adolescentes e jovens entre 18 e 24 anos.

Outra situação diferente encontrada, foi o fato de que todos os participantes já tinham o hábito de ler antes mesmo de criar um perfil literário, dessa forma, não foi possível saber se o *bookstagram* poderia influenciar na criação do hábito de leitura. Apenas foi verificado o aumento da frequência da leitura.

Os resultados obtidos que não corresponderam às hipóteses são possivelmente explicados pela quantidade da amostra, já que a pesquisa procurou aprofundar mais as informações nos perfis selecionados, desse modo, não foi possível definir uma amostra grande. Além de que foram estabelecidos requisitos específicos para participar da pesquisa, com o intuito de poder verificar possíveis contribuições da comunidade literária para a Biblioteconomia.

No mais, a pesquisa evidenciou outro possível ambiente de atuação do bibliotecário como mediador de leitura e também uma boa fonte de informação para manter a biblioteca e o acervo atualizado.

Este trabalho relembra o fato de que o bibliotecário é um profissional múltiplo e que deve sempre procurar se aprimorar como profissional, bem como atualizar e melhorar os serviços da biblioteca juntamente com as transformações que ocorrem na sociedade.

Assim, o objetivo principal deste trabalho foi atingido, que consistia em analisar as práticas literárias do *bookstagram* e as eventuais contribuições da comunidade para o bibliotecário como mediador de leitura. O problema, que guiou a pesquisa, também foi respondido, apenas com as ressalvas da faixa etária e da criação do hábito de leitura, anteriormente mencionados.

Por fim, ao buscar mais sobre essas comunidades literárias virtuais e o incentivo à leitura, foi analisado que há pouca literatura científica no tema e menos

ainda na rede social escolhida. Por isso, esta pesquisa incentiva mais estudos sobre o assunto para, assim, termos novas perspectivas de atuação na mediação literária.

Ficam como sugestões de pesquisas futuras, a verificação da influência do *bookstagram* na criação do hábito de leitura e também o estudo mais aprofundado do público majoritário dessa comunidade, visando identificar como o bibliotecário pode se inserir nesse contexto no que tange ao incentivo à leitura.

Também é sugerido que as futuras pesquisas foquem em amostras maiores e sem muitos requisitos para participar, com o objetivo de obter resultados mais consistentes da comunidade *bookstagram*, possibilitando maior entendimento científico desta e maiores contribuições para a Biblioteconomia e para o trabalho do bibliotecário.

No mais, é importante ressaltar que a presente pesquisa se baseia na atual relevância da rede social instagram, contudo, também é necessário destacar a fugacidade das redes sociais. Surgem novas tecnologias todos os dias, por isso a atualização do profissional é fundamental.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA. Qual a diferença entre adolescente e jovem?. [Brasília, DF]: ANDI - Comunicação e Direitos, 2014. Disponível em: <https://andi.org.br/dicasparacobertura/qual-a-diferenca-entre-adolescente-e-jovem/>. Acesso em: 17 fev. 2024.

AGUIAR, Adriana. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social!. **Blog Rock Content**. [Belo Horizonte], 17 ago. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/#:~:text=O%20Instagram%20foi%20lan%C3%A7ado%20em,de%201%20milh%C3%A3o%20de%20usu%C3%A1rios>. Acesso em: 23 set. 2023.

A MENINA que roubava livros. Direção: Brian Percival. Roteiro: Michael petroni. Berlim: Twentieth Century Fox, 2013. 1 vídeo (131 min.), *online*. Baseado no livro "The Book Thief", de Markus Zusak.

ANÁLIA. **É triste a vida do leitor que tem a mania de comprar livros, mas ler todos já é outra história....** [Recife], 17 abr. 2023. Captura de tela. Instagram: Anália | Bookstagram @bibliotecando\_historias. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Crl6Xt2vVp6/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

ANÁLIA. **[Imagem do perfil]**. [Recife], s.d. Captura de tela. Instagram: Anália | Bookstagram @bibliotecando\_historias. Disponível em: [https://www.instagram.com/bibliotecando\\_historias/](https://www.instagram.com/bibliotecando_historias/). Acesso em: 5 fev. 2024

ANÁLIA. **[Localização dos destaques no perfil do Instagram]**. [Recife], s.d. Captura de tela. Instagram: Anália | Bookstagram @bibliotecando\_historias. Disponível em: [https://www.instagram.com/bibliotecando\\_historias/](https://www.instagram.com/bibliotecando_historias/). Acesso em: 5 fev. 2024

BALVERDU, Andressa Machado. **Comunidade booktube como alternativa de incentivo à leitura**. 2014. 53 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/112194>. Acesso em: 23 set. 2023.

BELO, André. **História & livro e leitura**. 2. ed. 1. reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. 115 p. (História &... Reflexões).

BIBLIOTECA da Faculdade de Direito do Recife. **[Destaques do perfil da Biblioteca do CCJ/UFPE]**. Recife, s.d. Captura de tela. Instagram: Biblioteca da Faculdade de Direito do Recife @biblioteca.fdr.ufpe. Disponível em: <https://www.instagram.com/biblioteca.fdr.ufpe/>. Acesso em: 5 fev. 2024

BIBLIOTECA da Faculdade de Direito do Recife. **[Imagem do perfil]**. Recife, s.d. Captura de tela. Instagram: Biblioteca da Faculdade de Direito do Recife @biblioteca.fdr.ufpe. Disponível em: <https://www.instagram.com/biblioteca.fdr.ufpe/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

BORTOLIN, Sueli. **Mediação oral da literatura: a voz do bibliotecário lendo ou narrando**. 2010. 233 f. Tese (doutorado) - Universidade estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/103349>.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Brasília, DF: Presidência da República, 2013. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm). Acesso em: 17 fev. 2024.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Marco legal: saúde, um direito de adolescentes. Brasília, DF: Editora do Ministério da Saúde, 2007. Disponível em: [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/07\\_0400\\_M.pdf](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/07_0400_M.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1988. *E-book* (155 p.) (Coleção Prismas). ISBN 978-85-7139-223-6: ISBN 978-85-7060-181-0. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6231520/mod\\_resource/content/1/A%20aventura%20do%20livro.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6231520/mod_resource/content/1/A%20aventura%20do%20livro.pdf) Acesso em: 27 jul. 2023.

COSTA, Sandra Regina Santana; DUQUEVIZ, Barbara Cristina; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira. Tecnologias Digitais como instrumentos mediadores da aprendizagem dos nativos digitais. **Revista Quadrimestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional**, São Paulo, v. 19, n. 3, p. 603-610, set./dez. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pee/a/NwwLwRTRTdBDmXWW4Nq7ByS/?lang=pt#> Acesso em: 16 out. 2023

D'ANGELO, Pedro. Pesquisa sobre o instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do instagram. **Blog Opinion Box**. [Belo Horizonte], 3 fev. 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em: 23 set. 2023.

#DICASDELIVROS. [**Resultado de busca de hashtag**]. s.l., s.d. Captura de tela. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/dicasdelivros/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

FARIAS, Marlucy Velede. O uso das Redes Sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: FEBAB, 2013. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/2317>. Acesso em: 16 out. 2023.

FRAGA, Gabrielle Dantas de Lima. **Bookstagram: o incentivo da leitura através de perfis literários**. 2022. 64 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/240622/001142869.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 jul. 2022

GARCIA, Isabela Oliveira dos Santos; SÁ, Maria Irene da Fonseca e. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. **PRISMA.COM**, n. 35, p. 108-151, 2017. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/3515>. Acesso em: 14 out. 2023

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002. *E-book* (175 p.). Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 20 nov. 2023

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008. *E-book* (200 p.). Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em 20 nov. 2023.

HAMMOUDI, Rima. **The Bookstagram Effect: Adolescents Voluntary Literacy Engagement on Instagram**. 2018. Thesis (Master of Arts in Child Studies) – School of Graduate Studies, Concordia University, Montreal, 2018. Disponível em: <https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/983966/>. Acesso em: 07 set. 2022

INSTAGRAM. [**Nova publicação no Instagram**] s.l., s.d. Captura de tela. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/>. Acesso em: Ago. 2023.

INSTAGRAM. [**Recursos dos stories do Instagram**] s.l., s.d. Captura de tela. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/>. Acesso em: ago. 2023.

INSTAGRAM. Stories: cativa o seu público e gere resultados comerciais com vídeos curtos, divertidos e engajantes. [Menlo Park, CA: Meta Plataformas, 2023]. Disponível em: <https://business.instagram.com/instagram-stories>. Acesso em: 23 set. 2023.

INSTAGRAM. [**Story do Instagram**] s.l., s.d. Captura de tela. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/>. Acesso em: ago. 2023.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 5. ed. Rio de Janeiro: IBOPE inteligência, 2020. 152 p. Disponível em: <http://plataforma.prolivro.org.br/retratos.php>. Acesso em: 27 jul. 2023.

MACEDO, Andrielle Gomes. Bibliotecários em mídias sociais: mediação e curadoria de leitura e a produção de conteúdo online. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v.18, p. 01-28, 2022. Disponível

em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1525> . Acesso em: 15 jul. 2022

MEDIAÇÃO. *in*: MICHAELIS Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa. **UOL**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/media%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: 27 jul. 2023.

MICHEL, Maria Helena. Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

NASCIMENTO, Anamaria Barreto; NUNES, Martha Suzana Cabral. Mediação de leitura através dos instagrans literários. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 8, n. 2, p. 121-134, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/166402>. Acesso em: 16 abr. 2022

NINA. [Aniversário do IG]. Recife, 31 jul. 2023. Captura de tela. Instagram: Nina | Bookstagram @dosesdelivros\_. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CvYTaXarkC2/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CvYTaXarkC2/?img_index=1). Acesso em: 5 fev. 2024.

NINA. **Booktag copa literária**. Recife, 3 dez. 2022. Captura de tela. Instagram: Nina | Bookstagram @dosesdelivros\_. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/ClufZv4LtVp/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/ClufZv4LtVp/?img_index=1). Acesso em: 5 fev. 2024.

OLIVEIRA, Heloá Cristina Camargo de; SUNDSTROM, Admeire Santos; SANTOS, Cassia Dias; PRADO, Maíra. Booktubers e bibliotecas: uma proposta de atuação inovadora de mediação de leitura. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 14, n. 1, p. 8-25, jan./abr., 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/155764>. Acesso em: 16 fev. 2022

O NOME da rosa. Direção: Jean-Jacques Annaud. Produção: Bernd Eichinger e Bernd Schaefer. Roma: RAI; Zweites Deutsches Fernsehen; Constantin Films; France 3; Nelson Entertainment; Cristaldifilm; Ariane Films; Acteurs Auteurs Associés, 1986. 1 vídeo (126 min.). Baseado no livro “Il nome della rosa”, de Umberto Eco. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s0cdAv4ZODE>. Acesso em: 27 jul. 2023.

PAIVA, Sthéfani ; SOUZA, Adriana Maria de. Booktube como instrumento de Disseminação da Informação para a Geração Digital. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 13, p. 978–1003, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/794>. Acesso em: 14 out. 2023.

PESCADOR, Cristina Maria. Tecnologias digitais e ações de aprendizagem dos nativos digitais. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE FILOSOFIA E EDUCAÇÃO, 5., 2010, Caxias do Sul-RS. **Anais [...]**. Caxias do Sul-RS: CINFE, 2010. Disponível em: [https://www.ucs.br/ucs/tplcinfe/eventos/cinfe/artigos/artigos/arquivos/eixo\\_tematico7/](https://www.ucs.br/ucs/tplcinfe/eventos/cinfe/artigos/artigos/arquivos/eixo_tematico7/)

[TECNOLOGIAS%20DIGITAIS%20E%20ACOES%20DE%20APRENDIZAGEM%20DOS%20NATIVOS%20DIGITAIS.pdf](#). Acesso em: 16 out. 2023.

PETIT, Michèle. **Leituras**: do espaço íntimo ao espaço público. Tradução: Celina Olga de Souza. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 2013a. 168 p.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura**: uma nova perspectiva. Tradução Celina Olga de Souza. 2. ed. 2. reimp. São Paulo: Editora 34, 2013b. 189 p.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. 48 f., il. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/3243>. Acesso em: 07 set. 2022

PRADO, Jorge Moisés Kroll do (org.). **Mediação da leitura literária em bibliotecas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Malê, 2019. 246 p.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. *E-book* (191 p.) (Coleção Cibercultura). ISBN 978-85-205-0525-0. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435\\_Redes\\_Sociais\\_na\\_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf). Acesso em: 27 jul. 2023.

SÁ, Jéssica Patrícia Silva de; ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Práticas Informacionais de Blogueiros Literários. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 132–160, 2020. DOI: 10.19132/1808-5245261.132-160. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/88287/54525>

TEIXEIRA, Cláudia Souza; COSTA, Andressa Abraão. Movimento Booktubers: práticas emergentes de mediação de leitura / Booktubers movement: emerging practices of reading mediation. **Texto Livre**, Belo Horizonte-MG, v. 9, n. 2, p. 13–31, 2016. DOI: 10.17851/1983-3652.9.2.13-31. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/16724>. Acesso em: 23 set. 2023.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Olá, se você chegou até aqui, muito provavelmente teve acesso às demais informações sobre a pesquisa presentes no TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), e aceitou participar do estudo, contribuindo com a pesquisa acadêmica, então agradecemos muito pela sua participação e contribuição.

A pesquisa, intitulada “O Bookstagram como Ferramenta de Incentivo à Leitura Literária em Jovens”, será apresentada em forma de monografia e, possivelmente, de artigo científico, e tem como uma das técnicas de coleta de dados, o questionário. Este meio de coleta tem como fim, para este estudo, verificar a influência do conteúdo publicado no bookstagram no incentivo à leitura literária em jovens, além do seu alcance geral. Assim, abrangendo um dos objetivos específicos estipulados para a pesquisa.

A última questão se trata de um espaço reservado para deixar seu e-mail, caso queira receber a cópia das informações aqui compartilhadas.

Obrigada pela sua participação.

Maria Anália Almeida de Oliveira - Aluna do curso de Biblioteconomia

Prof. Dr. Lourival Pereira Pinto - Orientador.

1. Qual é a sua formação?

- a. Sou estudante de biblioteconomia
- b. Sou estudante de pedagogia ou áreas relacionadas
- c. Sou formado em biblioteconomia
- d. Sou formado em pedagogia ou áreas relacionadas

2. O que motivou você a criar um instagram literário?

3. Quanto você costumava ler antes de ter uma conta literária?

- a. Não lia nada

- b. Quase nada
- c. Razoavelmente
- d. Muito
- e. Excessivamente

4. Percebeu alguma mudança no seu hábito de leitura após começar um bookstagram? Qual (is)?

5. Tem algum gênero literário que antes de criar uma conta literária você não gostava, não imaginava ler ou não conhecia, mas se interessou pelo gênero ao criar a conta e se inserir no bookstagram? Se sim, qual (is)?

6. Você utiliza alguma estratégia para alcançar o público? (Marque todas que se enquadraram)

- a. Perguntas em legendas de publicações (CTAs)
- b. Estética do perfil
- c. Fotos bem elaboradas
- d. Publicar sobre assuntos literários do momento
- e. Bio bem organizada
- f. Nenhuma

7. Qual é a faixa etária predominante que acessa e interage com os conteúdos do seu perfil?

- a. Até 17 anos
- b. 18 a 24 anos
- c. 25 a 34 anos
- d. 35 a 44 anos
- e. 55 a 64 anos
- f. A partir de 65 anos

8. Que tipo de linguagem você acha que é mais adequada no bookstagram para obter mais interações com seu conteúdo?

- a. Formal
- b. Informal
- c. Outro – qual?

9. No contexto do bookstagram, você acha que a apresentação do perfil tem importância no incentivo à leitura?

- a. Sim
- b. Não

10. Que tipo(s) de conteúdo(s) literário(s) no seu perfil você percebe que mais interessa o público? (Marque todas que se enquadram)

- a. Resenhas
- b. Indicações de livros
- c. Motivos para ler determinado livro
- d. Memes literários
- e. Unboxings
- f. Outros; Quais?

11. Quais são os meios que você mais utiliza para se aproximar do seu público?

- a. Perguntas, enquetes e outros recursos dos stories
- b. Posts com perguntas para interação mútua.
- c. Tags literárias
- d. Outros – qual(is)?

12. Qual é a sua opinião sobre bibliotecários utilizarem o bookstagram como ferramenta de trabalho, visando formar novos leitores?

13. Qual foi a melhor vivência que você teve participando da comunidade bookstagram?

14. Você acha que os conhecimentos adquiridos na graduação ajudam na utilização de ferramentas no instagram e na comunidade bookstagram de forma mais eficaz para promover a leitura? Se sim, de que forma isso acontece?

## APÊNDICE B - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 1

Criação do instagram literário e mudanças no hábito de leitura			
Questões	Respostas		
	doses de livros	ihemibooks	dim e os livros
2. O que motivou você a criar um instagram literário?	A pandemia. Leio desde pequena mas sempre fui muito tímida para ter páginas de leitura nas redes sociais. Na pandemia eu comecei a compartilhar minhas leituras e quando vi muitas pessoas interagindo, criei o Instagram literário.	O meu amor pelos livros e literatura, a vontade de disseminar os benefícios do ato de ler e também ajudar na divulgação de literatura nacional. Além disso, o fato de ter uma fonte de renda e poder trabalhar no conforto de minha casa	Criei o Instagram literário com o objetivo de compartilhar minhas experiências literárias e incentivar as pessoas a lerem
3.Quanto você costumava ler antes de ter uma conta literária?	Muito	Muito	Muito
4. Percebeu alguma mudança no seu hábito de leitura após começar um bookstagram? Qual (is)?	Sim, comecei a ler gêneros que eu geralmente não lia muito. Conheci muitos autores nacionais e passei a valorizar a literatura nacional	Passei a ler ainda mais para conseguir produzir os conteúdos com constância e excelência	Continuo lendo da mesma forma que antes, a diferença é que agora tenho que produzir conteúdo sobre as leituras
5. Tem algum gênero literário que antes de criar uma conta literária você não gostava, não imaginava ler ou não conhecia, mas se interessou pelo gênero ao criar a conta e se inserir no bookstagram? Se sim, qual (is)?	Sim, não gostava muito de terror, mas conheci livros muito bons pelo bookstagram. Também pude conhecer livros de tema LGBTQIA+	Eu sempre li de tudo, mas não curtia muito ficção científica, porém depois do bookstagram e tendo contato com autores nacionais eu passei a ter mais contato com esse gênero.	Suspense, eu não lia suspense antes e depois de uma parceria com uma livraria comecei a ler e gosto bastante hoje em dia

## APÊNDICE C - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 2

Bookstagram e incentivo à leitura			
Questões	Respostas		
	doses de livros	ihemibooks	dim e os livros
6. Você utiliza alguma estratégia para alcançar o público? (Marque todas que se enquadram)	Posts interativos onde as pessoas debater e compartilhar sua opinião.	Perguntas em legendas de publicações (CTAs), Estética do perfil, Fotos bem elaboradas, Publicar sobre assuntos literários do momento, Bio bem organizada	Nenhuma
7. Qual é a faixa etária predominante que acessa e interage com os conteúdos do seu perfil?	25 a 34 anos	25 a 34 anos	25 a 34 anos
8. Que tipo de linguagem você acha que é mais adequada no bookstagram para obter mais interações com seu conteúdo?	Formal	Informal	Informal
9. No contexto do bookstagram, você acha que a apresentação do perfil tem importância no incentivo à leitura?	Sim	Sim	Sim
10. Que tipo(s) de conteúdo(s) literário(s) no seu perfil você percebe que mais interessa o público? (Marque todas que se enquadram)	Resenhas, Indicações de livros, Motivos para ler determinado livro, Unboxings	Resenhas, Indicações de livros, Unboxings	Resenhas, Indicações de livros, Unboxings
11. Quais são os meios que você mais utiliza para se aproximar do seu público?	Posts com perguntas para interação mútua.	Perguntas, enquetes e outros recursos dos stories	Perguntas, enquetes e outros recursos dos stories
13. Qual foi a melhor vivência que você teve participando da comunidade bookstagram?	Fiz parcerias incríveis com autores e Editoras. Pude conhecer muitos livros nacionais maravilhosos e fiz amizades incríveis, onde tivemos muita troca e compartilhamento sobre leitura.	Poder conhecer novas pessoas, ter contato com centenas de autores e claro, ter acesso a muitas obras que eu não teria normalmente.	A partilha de sentimentos durante as leituras, conheci muita gente legal e que se tornaram amigos também

### APÊNDICE D - TABULAÇÃO DA CATEGORIA 3

Sobre Formação e Bookstagram			
Questões	Respostas		
	doses de livros	ihemibooks	dim e os livros
1. Qual é a sua formação?	Sou estudante de Biblioteconomia	Sou estudante de Pedagogia ou áreas relacionadas	Sou formado em Biblioteconomia
12. Qual é a sua opinião sobre bibliotecários utilizarem o bookstagram como ferramenta de trabalho, visando formar novos leitores?	Acredito que seria de grande ajuda porque os bibliotecários estariam por dentro dos livros que estão em alta e os gêneros que mais interessam o público naquele momento. Assim, poderiam manter a biblioteca atualizada. Também poderiam utilizar alguma ferramenta de interação do Bookstagram nas bibliotecas para ter uma maior interação com o usuário.	Acho muito válido, inclusive conheço muitas bookstans que tem formação em biblio e realizam um trabalho lindo nas redes.	Dependendo da área de atuação do Bibliotecário, com certeza dá para utilizar o Instagram para atrair novos leitores
14. Você acha que os conhecimentos adquiridos na graduação ajudam na utilização de ferramentas no instagram e na comunidade bookstagram de forma mais eficaz para promover a leitura? Se sim, de que forma isso acontece?	Sim, acredito que podemos compartilhar informações de como higienizar e armazenar os livros corretamente, sendo de grande interesse para o leitor. Podemos também dar dicas de mediação de leitura e organização livros e etc. Acredito que o bibliotecário pode compartilhar muito conhecimento que pode ser interessante para o Bookstagram.	Sim. Pelo fato de que você tem mais propriedade para falar acerca de alguns assuntos e conseguir passar isso de forma efetiva para seu público é algo muito importante.	Acho que não, eu pelo menos não utilizo de coisas que aprendi na faculdade para desenvolver meus conteúdos ou criar estratégias

## ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO I



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
 MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
 UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
 DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
 CURSO DE BIBLIOTECOMIA

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA DE DADOS VIRTUAL

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, que está sob a responsabilidade do pesquisador LOURIVAL PEREIRA PINTO – email: lourival.pinto@ufpe.br.

Também participam desta pesquisa os pesquisadores: MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA, sob a orientação de: LOURIVAL PEREIRA PINTO.  
 E-mail: mariaanalialoliveira@ufpe.br

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde em participar desse estudo, pedimos que assinale a opção de “Aceito participar da pesquisa” no final desse termo.

O (a) senhor (a) estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

### INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

**Descrição da pesquisa e esclarecimento da participação:** A pesquisa está sendo desenvolvida por causa da percepção de um campo de possibilidades para o bibliotecário na comunidade literária do *instagram* (*bookstagram*) quanto ao incentivo à leitura literária. Assim, a pesquisa visa estudar aprofundadamente a plataforma *instagram* e a sua comunidade literária buscando as vantagens trazidas pela rede social para o incentivo à leitura literária e também trazer ferramentas para o bibliotecário incentivar os jovens a lerem mais. Quanto à coleta de dados, o participante precisará responder o questionário do *Google Forms*, que será enviado pelo seu *instagram* literário pelas mensagens diretas (*direct*). A coleta será feita individualmente com o envio do questionário a cada um dos participantes, sendo necessário enviar apenas uma vez para cada um. A coleta acontecerá no mês de Dezembro de 2023. Para responder o questionário, o participante precisará apenas de 10 minutos e ter o acesso a algumas informações importantes de seu painel profissional do perfil literário, como faixa etária de seu público, além do conhecimento que tem das ferramentas da rede social, dos conteúdos da comunidade literária e também sua própria experiência na plataforma e na comunidade literária. Também será utilizado o método observacional para análise dos perfis literários dos participantes e para aprofundamento de práticas utilizadas para incentivo à leitura e interação com seguidores. Ainda, o participante precisará autorizar a captação de fotos de seus perfis literários, comentários, legendas de publicações para a utilização no andamento da pesquisa e posterior publicação após finalização.

**RISCOS:** Eventual vazamento de informações fornecidas por meio de questionário e acesso de outras pessoas que não sejam os pesquisadores.

**BENEFÍCIOS diretos/indiretos** para os voluntários: Poderá haver mais visibilidade para os perfis dos participantes, além de maior conhecimento sobre a comunidade literária do *instagram*, a percepção mais clara da influência da graduação na produção de conteúdo literário, conhecer melhor seu perfil literário, seu público e as ferramentas disponibilizadas pela rede social.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa a partir do questionário e análise observacional, ficarão armazenados no *Google drive* do computador pessoal, sob a responsabilidade do pesquisador Lourival Pereira Pinto, no endereço: Av. da Arquitetura, s/n - Cidade Universitária, Recife - PE, CEP: 50740-550, no Centro de Artes e Comunicação da UFPE, no Departamento de Ciência da Informação, na sala do docente, pelo período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-

judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, o (a) senhor (a) poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: [cephumanos.ufpe@ufpe.br](mailto:cephumanos.ufpe@ufpe.br).**

\_\_\_\_\_  
LOURIVAL PEREIRA PINTO

(Assinatura do Pesquisador)

#### CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, \_\_\_\_\_ MARINA DA SILVA LIMA \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

Aceito Participar da pesquisa

Não aceito participar da pesquisa

**ANEXO B - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM I****TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu MARINA DA SILVA LIMA, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada "**O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS**", bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, os pesquisadores Lourival Pereira Pinto e Maria Anália Almeida de Oliveira a realizar fotos/filmagens que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

Recife, Dezembro de 2023,

MARINA DA SILVA LIMA \_\_\_\_\_  
Participante da Pesquisa

\_\_\_\_\_  
Responsável Legal (Caso o entrevistado seja menor - incapaz)

LOURIVAL PEREIRA PINTO \_\_\_\_\_  
Pesquisador responsável

## ANEXO C - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO II



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
 MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
 UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
 DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
 CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA DE DADOS VIRTUAL

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, que está sob a responsabilidade do pesquisador LOURIVAL PEREIRA PINTO – email: lourival.pinto@ufpe.br.

Também participam desta pesquisa os pesquisadores: MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA, sob a orientação de: LOURIVAL PEREIRA PINTO.

E-mail: mariaanalialoliveira@ufpe.br

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde em participar desse estudo, pedimos que assinale a opção de “Aceito participar da pesquisa” no final desse termo.

O (a) senhor (a) estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

### INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

**Descrição da pesquisa e esclarecimento da participação:** A pesquisa está sendo desenvolvida por causa da percepção de um campo de possibilidades para o bibliotecário na comunidade literária do *instagram* (*bookstagram*) quanto ao incentivo à leitura literária. Assim, a pesquisa visa estudar aprofundadamente a plataforma *instagram* e a sua comunidade literária buscando as vantagens trazidas pela rede social para o incentivo à leitura literária e também trazer ferramentas para o bibliotecário incentivar os jovens a lerem mais. Quanto à coleta de dados, o participante precisará responder o questionário do *Google Forms*, que será enviado pelo seu *instagram* literário pelas mensagens diretas (*direct*). A coleta será feita individualmente com o envio do questionário a cada um dos participantes, sendo necessário enviar apenas uma vez para cada um. A coleta acontecerá no mês de Dezembro de 2023. Para responder o questionário, o participante precisará apenas de 10 minutos e ter o acesso a algumas informações importantes de seu painel profissional do perfil literário, como faixa etária de seu público, além do conhecimento que tem das ferramentas da rede social, dos conteúdos da comunidade literária e também sua própria experiência na plataforma e na comunidade literária. Também será utilizado o método observacional para análise dos perfis literários dos participantes e para aprofundamento de práticas utilizadas para incentivo à leitura e interação com seguidores. Ainda, o participante precisará autorizar a captação de fotos de seus perfis literários, comentários, legendas de publicações para a utilização no andamento da pesquisa e posterior publicação após finalização.

**RISCOS:** Eventual vazamento de informações fornecidas por meio de questionário e acesso de outras pessoas que não sejam os pesquisadores.

**BENEFÍCIOS diretos/indiretos** para os voluntários: Poderá haver mais visibilidade para os perfis dos participantes, além de maior conhecimento sobre a comunidade literária do *instagram*, a percepção mais clara da influência da graduação na produção de conteúdo literário, conhecer melhor seu perfil literário, seu público e as ferramentas disponibilizadas pela rede social.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa a partir do questionário e análise observacional, ficarão armazenados no *Google drive* do computador pessoal, sob a responsabilidade do pesquisador Lourival Pereira Pinto, no endereço: Av. da Arquitetura, s/n - Cidade Universitária, Recife - PE, CEP: 50740-550, no Centro de Artes e Comunicação da UFPE, no Departamento de Ciência da Informação, na sala do docente, pelo período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-

judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, o (a) senhor (a) poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: [cephumanos.ufpe@ufpe.br](mailto:cephumanos.ufpe@ufpe.br).**

\_\_\_\_\_  
LOURIVAL PEREIRA PINTO

(Assinatura do Pesquisador)

#### CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, \_\_\_\_\_HEMILY THAIZY DOS SANTOS\_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

( x ) Aceito Participar da pesquisa

( ) Não aceito participar da pesquisa

**ANEXO D - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM II****TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu HEMILY THAIZY DOS SANTOS, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada "**O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS**", bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, os pesquisadores Lourival Pereira Pinto e Maria Anália Almeida de Oliveira a realizar fotos/filmagens que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N° 3.298/1999, alterado pelo Decreto N° 5.296/2004).

Recife, Dezembro de 2023,

HEMILY THAIZY DOS SANTOS \_\_\_\_\_  
Participante da Pesquisa

\_\_\_\_\_  
Responsável Legal (Caso o entrevistado seja menor - incapaz)

LOURIVAL PEREIRA PINTO \_\_\_\_\_  
Pesquisador responsável

## ANEXO E - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO III



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA DE DADOS VIRTUAL

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, que está sob a responsabilidade do pesquisador LOURIVAL PEREIRA PINTO – email: [lourival.pinto@ufpe.br](mailto:lourival.pinto@ufpe.br).

Também participam desta pesquisa os pesquisadores: MARIA ANÁLIA ALMEIDA DE OLIVEIRA, sob a orientação de: LOURIVAL PEREIRA PINTO.  
E-mail: [mariaanalina.oliveira@ufpe.br](mailto:mariaanalina.oliveira@ufpe.br)

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde em participar desse estudo, pedimos que assinale a opção de "Aceito participar da pesquisa" no final desse termo.

O (a) senhor (a) estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

### INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

**Descrição da pesquisa e esclarecimento da participação:** A pesquisa está sendo desenvolvida por causa da percepção de um campo de possibilidades para o bibliotecário na comunidade literária do *instagram* (*bookstagram*) quanto ao incentivo à leitura literária. Assim, a pesquisa visa estudar aprofundadamente a plataforma *instagram* e a sua comunidade literária buscando as vantagens trazidas pela rede social para o incentivo à leitura literária e também trazer ferramentas para o bibliotecário incentivar os jovens a lerem mais. Quanto à coleta de dados, o participante precisará responder o questionário do *Google Forms*, que será enviado pelo seu *instagram* literário pelas mensagens diretas (*direct*). A coleta será feita individualmente com o envio do questionário a cada um dos participantes, sendo necessário enviar apenas uma vez para cada um. A coleta acontecerá no mês de Dezembro de 2023. Para responder o questionário, o participante precisará apenas de 10 minutos e ter o acesso a algumas informações importantes de seu painel profissional do perfil literário, como faixa etária de seu público, além do conhecimento que tem das ferramentas da rede social, dos conteúdos da comunidade literária e também sua própria experiência na plataforma e na comunidade literária. Também será utilizado o método observacional para análise dos perfis literários dos participantes e para aprofundamento de práticas utilizadas para incentivo à leitura e interação com seguidores. Ainda, o participante precisará autorizar a captação de fotos de seus perfis literários, comentários, legendas de publicações para a utilização no andamento da pesquisa e posterior publicação após finalização.

**RISCOS:** Eventual vazamento de informações fornecidas por meio de questionário e acesso de outras pessoas que não sejam os pesquisadores.

**BENEFÍCIOS diretos/indiretos** para os voluntários: Poderá haver mais visibilidade para os perfis dos participantes, além de maior conhecimento sobre a comunidade literária do *instagram*, a percepção mais clara da influência da graduação na produção de conteúdo literário, conhecer melhor seu perfil literário, seu público e as ferramentas disponibilizadas pela rede social.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa a partir do questionário e análise observacional, ficarão armazenados no *Google drive* do computador pessoal, sob a responsabilidade do pesquisador Lourival Pereira Pinto, no endereço: Av. da Arquitetura, s/n - Cidade Universitária, Recife - PE, CEP: 50740-550, no Centro de Artes e Comunicação da UFPE, no Departamento de Ciência da Informação, na sala do docente, pelo período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-

judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, o (a) senhor (a) poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: [cephumanos.ufpe@ufpe.br](mailto:cephumanos.ufpe@ufpe.br).**

\_\_\_\_\_  
LOURIVAL PEREIRA PINTO

(Assinatura do Pesquisador)

#### CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, \_\_\_\_\_ JENIFFER DA SILVA PAULA \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

( x ) Aceito Participar da pesquisa

( ) Não aceito participar da pesquisa

**ANEXO F - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM III****TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu JENIFFER DA SILVA PAULA, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada **“O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS”**, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, os pesquisadores Lourival Pereira Pinto e Maria Anália Almeida de Oliveira a realizar fotos/filmagens que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

Recife, Dezembro de 2023,

JENIFFER DA SILVA PAULA \_\_\_\_\_  
Participante da Pesquisa

\_\_\_\_\_  
Responsável Legal (Caso o entrevistado seja menor - incapaz)

LOURIVAL PEREIRA PINTO \_\_\_\_\_  
Pesquisador responsável

**ANEXO G - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM IV****TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu KARINE G. F. VILELA, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_,

depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada "**O BOOKSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA INCENTIVO À LEITURA LITERÁRIA EM JOVENS**", bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, os pesquisadores Lourival Pereira Pinto e Maria Anália Almeida de Oliveira a realizar fotos/filmagens que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

Recife, Dezembro de 2023,

KARINE GOMES FALCÃO VILELA \_\_\_\_\_  
Participante da Pesquisa

\_\_\_\_\_  
Responsável Legal (Caso o entrevistado seja menor - incapaz)

LOURIVAL PEREIRA PINTO \_\_\_\_\_  
Pesquisador responsável