



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO PRESENCIAIS DE
LICENCIATURA EM LETRAS
LICENCIATURA EM LÍNGUA PORTUGUESA**

ANNE BEATRIZ DOS SANTOS SILVA

BOOKSTAGRAM E A FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

João Pessoa
2022

ANNE BEATRIZ DOS SANTOS SILVA

BOOKSTAGRAM E A FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Universidade Federal da Paraíba, como pré-requisito para a obtenção do título de Licenciada em Letras Português.

Orientadora: Daniela Maria Segabinazi

João Pessoa

2022

S586b Silva, Anne Beatriz dos Santos.

Bookstagram e a formação de novos leitores. / Anne Beatriz dos Santos Silva. - João Pessoa, 2022.
35 f.

Orientadora: Daniela Maria Segabinazi.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, 2022.

1. Bookstagram. 2. Globalização. 3. Leitura. 4. Novo leitor. 5. Pandemia. I. Segabinazi, Daniela Maria. II. Título.

UFPB/CCHLA

CDU 028:004

ANNE BEATRIZ DOS SANTOS SILVA

BOOKSTAGRAM E A FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Universidade Federal da Paraíba, como pré-requisito para obtenção do título de Licenciada em Letras Português.

Data da aprovação: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Daniela Maria Segabinazi (CCHLA/UFPB)
Orientadora

Prof. Dr. Valnikson Viana de Oliveira (CCHLA/UFPB)
Examinador

Prof. Ms. Severino Rodrigues da Silva (PPGL/UFPB)
Examinador

AGRADECIMENTOS

Ao meu esposo, Henryke, que há anos está presente nos diversos ciclos da minha vida e que, durante o período de escrita junto ao maternar, mais do que nunca foi o meu suporte.

À Aurora, meu pequeno amor, que ter me feito adiar a conclusão do curso há seis meses; pelo seu nascimento, mostrou-me que tudo acontece no seu devido tempo. Obrigada por me fazer renascer todos os dias e me manter firme nos meus objetivos.

Aos meus pais, Guilherme e Joseane, que nunca me deixaram esmorecer durante a minha caminhada acadêmica e que sempre acreditaram que eu poderia fazer tudo aquilo que quisesse.

À Kimberlly Iohhana, que me acompanhou do início ao final, durante todos os dias, na UFPB, e que constituiu uma das mais agradáveis épocas da minha vida.

À Renata Lopes, que me introduziu mais a fundo ao mundo *bookstagram* e com ele as diversas amizades e grupos de leitura coletiva de que participei durante a pandemia e que me tiraram do caos que era a minha mente naquela fase.

À Camilla Beatriz, que sem ela nada teria ido para frente. Obrigada por me salvar e estar comigo todos os dias mesmo a mais de 7.000 quilômetros de distância.

À Daniela Segabinazi, minha orientadora, por sua paciência e direcionamento no decorrer da pesquisa.

Eu vivi mil vidas e amei mil amores. Andei por mundos distantes e vi o fim dos tempos. Porque eu li.

(George R. R. Martin)

RESUMO

O presente trabalho busca compreender de que forma os criadores de conteúdo literário da plataforma *Instagram*, os chamados *bookstagrammers*, contribuem para a formação de novos leitores. Como metodologia, foi utilizada a pesquisa de campo e a pesquisa bibliográfica de natureza básica com um caráter exploratório e abordagem qualitativa. A partir de uma perspectiva temporal, apresenta a importância da leitura, salientando o presente período pandêmico da COVID-19. Além disso, coloca a globalização, o estabelecimento da tecnologia e das redes sociais como ponto de partida para análise da formação de um novo tipo de leitor, tendo em vista a interação cotidiana com meios digitais. Os resultados obtidos nesta pesquisa possibilitaram entender como o contato dos usuários dessa rede social com a comunidade *bookstan* influencia e constrói uma mediação de incentivo à leitura, e também como o acesso aos livros, apesar de uma maior viabilidade a partir das plataformas virtuais, ainda possui um caráter elitista e segregador.

PALAVRAS-CHAVE: *Bookstagram*. Globalização. Leitura. Novo leitor. Pandemia.

ABSTRACT

This paper seeks to understand how the creators of literary content on the Instagram platform, the so-called bookstagrammers, contribute to the formation of new readers. As methodology, it was used field research and bibliographic research of basic nature with an exploratory character and qualitative approach. From a temporal perspective it presents the importance of reading, highlighting the present pandemic period of COVID-19; bringing globalization, the establishment of technology and social networks as a starting point for analysis of the formation of a new type of reader, in view of the daily interaction with digital media. The results obtained in this research made it possible to understand how the contact of users of this social network with the bookstan community influences and builds a mediation to encourage reading, and also how the access to books despite a greater viability from virtual platforms still has an elitist and segregating character.

KEY WORDS: Bookstagram. Globalization. Reading. New reader. Pandemic.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 A GLOBALIZAÇÃO E O NOVO CENÁRIO NA FORMAÇÃO DE LEITORES	11
3 A INFLUÊNCIA DO <i>BOOKSTAGRAM</i> NA FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES	19
4 AUTORES, EDITORAS E <i>BOOKSTAGRAMMERS</i>: A TRINDADE QUE IMPULSIONA A FORMAÇÃO DE LEITORES	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	32
APÊNDICE A – Questionário através do Google Forms para o público em geral do <i>bookstagram</i>	34
APÊNDICE B – Questionário através do Google Forms para alguns autores e sua relação com os <i>bookstagrammers</i>	35

1 INTRODUÇÃO

A leitura permeia a sociedade brasileira desde o seu momento como colônia de Portugal, entretanto, o acesso era exclusivo apenas para os membros do clero, os portugueses e os homens de posse, sendo os demais habitantes descartados de instruções letradas. Esse cenário começou a tomar outro direcionamento quando os jesuítas chegaram ao País, porém, a educação continuou sendo privilégio para uma parcela da comunidade.

Os jesuítas foram os principais educadores de quase todo o período colonial, atuando, aqui no Brasil, de 1549 a 1759. [...] A tarefa educativa estava voltada para a catequese e instrução dos indígenas, mas para a elite colonial um outro tipo de educação era oferecido. Assim, os índios e negros foram catequizados e os descendentes dos colonizadores foram instruídos. (BATISTA; OLIVEIRA, 2018, p. 66 *apud* VEIGA, 1989, p. 40).

Ainda sob a perspectiva temporal, a leitura era considerada pela alta sociedade portuguesa como “sinônimo de perigo, pois possibilita o questionamento da realidade e o desejo de transformação” (Idem, 2018, p. 67). Sendo assim, o obscurecimento da educação proporcionado pela ausência do contato com o mundo literário tornava-se um instrumento de domínio deles sobre o povo.

Para o grupo dominante, renitente em se desapegar da imagem de europeu em terra estranha, a leitura não era vista como um caminho para construir uma nação mais desenvolvida baseada em troca de conhecimentos, mas um bem a ser preservado como distinção de uma erudição que traçaria uma linha imaginária intransponível entre a elite e o povo. (Idem, 2018, p. 67).

Isso posto, é notório como a leitura há tempos possui um caráter elitista e segregador, no qual poucos são os que têm acesso aos livros e menos ainda são aqueles que desenvolvem o gosto pelo ato de ler, gerando um empobrecimento cultural, criativo e intelectual, principalmente das novas gerações, que estão sempre submersas no mundo *on-line*.

Dessa forma, entender como o *bookstagram* influencia na formação de novos leitores nos permite observar como a advento da tecnologia e das redes sociais, que estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano, começaram a adquirir novas roupagens e como esta comunidade cresce todos os dias e abrange desde a influência de novos leitores ao contato com escritores

contemporâneos nacionais, que publicam seus *e-books* através de plataformas como o Wattpad e a Amazon.

O estudo dessa temática faz-se necessário, tendo em vista a atual conjuntura pandêmica da COVID- 19, uma vez que, devido ao isolamento social, ficou cada vez mais difícil de se formar novos leitores através da escola, por consequência do distanciamento do aluno do âmbito escolar, deixando, assim, o jovem mais próximo da Internet e, por consequência, distante de um contato mais direto com os livros. Entretanto, redes como o Instagram, o Twitter e o TikTok, que possuem ramificações literárias em suas plataformas, estão gradativamente mais em alta, influenciando novos leitores através de indicações e compartilhamento de experiências de leitura entre os usuários.

Assim, este trabalho tem como objetivo compreender de que forma o *bookstagram* motiva o jovem, que outrora não possuía o hábito de ler, para ser um leitor consistente e posteriormente assíduo. Em vista disso, foram definidos os seguintes objetivos específicos: 1) realizar um apanhado histórico sobre a formação de leitores em um contexto geral e sua inserção no universo virtual; 2) analisar depoimentos de leitores que se afeiçoaram à leitura através do contato com o *bookstagram* e discutir como os *bookstagrammers* influenciaram os novos leitores através dos dados coletados; 3) investigar como a proximidade oferecida pela comunidade literária do Instagram influencia as escolhas das leituras dos seus usuários e como se dá a relação entre autores e influenciadores.

A pesquisa é constituída por elementos-base que evidenciam a relação existente entre o *bookstagram* e a formação de leitores. Tem-se como metodologia a *pesquisa de campo*, com o intuito de coletar dados do público alvo, os usuários do *bookgram*, que começaram a ter contato com a leitura após consumir o conteúdo dessa comunidade, apoiada em formulários com perguntas abertas, realizadas através do *Google Forms*, que foram disponibilizados pela plataforma Instagram, por um período de seis meses, para esse público consumidor de conteúdo literário em específico, obtendo um total de 156 respostas nos dois formulários, sendo os resultados expostos ao decorrer deste trabalho, e os questionamentos feitos, disponíveis nos apêndices A e B.

Também se utilizou da *pesquisa bibliográfica*, que permite ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço (GIL, 2002), de forma a contribuir para o viés do desenvolvimento da formação de leitores por meio do tempo; e um *estudo exploratório*, que tem por objetivo proporcionar uma maior familiaridade com o problema, explorando na

literatura as teorias já formuladas que o cercam, na tentativa de torná-lo mais explícito (GIL, 2008).

Este trabalho divide-se em cinco capítulos: o primeiro capítulo traz a perspectiva histórica da globalização, do novo cenário existente com base tecnológica e sua influência na formação de novos leitores, empregando principalmente os autores Aquino (1997) e Batista (2018) para essa contextualização. No segundo capítulo, são mostrados de forma mais enfática os resultados em formato de gráfico e também de relatos coletados, nessa perspectiva influente do *bookstagram*. No último capítulo, a construção da relação de aproximação entre autores, *bookstagrammers* e leitores. Por fim, as conclusões finais apreendidas durante o processo de construção dessa pesquisa, de forma a evidenciar de maneira síntese o nicho *bookstagram* na formação de novos leitores.

2 A GLOBALIZAÇÃO E O NOVO CENÁRIO NA FORMAÇÃO DE LEITORES

O século XXI é marcado pelo processo de globalização, o qual pode ser evidenciado mediante o aprofundamento da aproximação das nações entre os setores econômico, comercial, político ou cultural, na qual se tenha comunicação e transporte, acarretando uma impressão de encolhimento de tempo e distância que deixa tudo mais próximo, rápido e acessível. Essa integração mundial teve sua origem durante o processo de expansão marítima, na qual, para manter o absolutismo europeu, foram estabelecidas colônias de exploração e/ou povoamento em diferentes partes do mundo, sendo nesse primeiro contato que se desenrolaram as primeiras misturas de povos, religiões e costumes.

Todavia, a globalização, em seu caráter puro e intenso, só se torna difusa com o avanço tecnológico que acontece após a Segunda Guerra Mundial, coincidindo com o início da Bipolarização (Capitalismo vs. Socialismo) e da Terceira Revolução Industrial, que também ficou conhecida como Revolução Técnico-Científico-Informacional pela modernização da indústria através do uso da informática e eletrônica. Dessa forma, sobre o processo, tem-se que

caracterizar um conjunto aparentemente bastante heterogêneo de fenômenos que ocorreram ou ganharam impulso a partir do final dos anos 80 – como a expansão das empresas transnacionais, a internacionalização do capital financeiro, a descentralização dos processos produtivos, a revolução da informática e das telecomunicações, o fim do socialismo de Estado na ex-URSS e no Leste Europeu, o enfraquecimento dos Estados nacionais, o crescimento da influência cultural norte-americana etc. –, mas que estariam desenhando todos uma efetiva ‘sociedade mundial’, ou seja, uma sociedade na qual os principais processos e acontecimentos históricos ocorrem e se desdobram em escala global. (FREITAS; OLIVEIRA; RODRIGUES, 2001, p. 98 *apud* ALVAREZ, 1999, p. 97).

Ainda sob esse viés, no que se refere aos aspectos dessa integração mundial, a globalização apresenta uma divisão em quatro noções básicas sobre o FMI (Fundo Monetário Internacional): comércio e transações financeiras; movimentos de capital e de investimento; migração e movimento de pessoas e a disseminação de conhecimento – sendo este último o mote deste capítulo –, que advinda do desenvolvimento tecnológico criou necessidades geradas pelo mundo da informação, no qual a Internet, que é a chave do processo da globalização, está atrelada diretamente ao consumismo, mostrando-se, então, como um sistema puramente de cunho econômico. Sobre esse fato, Freitas, Oliveira e Rodrigues (2001, p. 103) apontam que:

Compreende-se, então, que, para os apologistas da era global, o mais importante é que as modernas tecnologias e seus processos interliguem pessoas, agilizem negócios, difundam ideias, veiculem informações, criem padrões e desfaçam enigmas. Em outras palavras, o mundo é veloz, o comércio é rápido, as informações trafegam instantaneamente e a competitividade assume as características de verdadeira prova de velocidade. (FREITAS, OLIVEIRA E RODRIGUES, 2001, p. 103)

Em vista disso, o mundo moderno apresenta, então, um cenário amplamente flexível, que se altera e se transforma todos os dias. Sabendo disso, é justificável a força gigante que várias propostas modernas estão demonstrando neste novo mundo que se vê. Nas escolas e unidades de ensino em geral, o reflexo da modernidade em aspectos tecnológicos já pode ser verificado com extrema facilidade. Embora ainda haja um emprego alto de metodologias mais tradicionais, o ensino com os livros didáticos, apostilas e mapas de papel, por exemplo, é possível identificar, que em todos os sentidos, o mundo inteiro está tomando todas as devidas providências para acompanhar os novos padrões vigentes. Sendo assim, é possível notar o impacto da globalização no mundo, começando pela educação, que está mudando muito (AQUINO, 1997).

Analisando a realidade de alguns anos atrás, estudantes do ensino fundamental receberam uma apostila referente à cada disciplina do currículo, repleta de exercícios, leitura, imagens e atividades. Mas isso vem mudando gradualmente nos dias de hoje, já que algumas escolas adotam a oferta de uma única apostila, sintética, para diversas disciplinas. Nelas, o tempo todo o aluno é indicado a empregar a internet como fonte de fortalecer o seu aprendizado, por meio de vídeos disponíveis no YouTube, sites e blogs, assim como leituras também podem ser realizadas virtualmente, nas diversas bases de dados (BATISTA; OLIVEIRA, 2018).

O aluno de hoje pode apresentar papéis diferentes em seu processo de aprendizado. Em vez de permanecer em uma zona exclusiva de passividade, pode demonstrar atividade ativa neste percurso, não precisando se manter preso às metodologias e materiais de apoio que lhe são passados no colégio. Então, a internet e as redes de grande acesso têm apresentado um papel fundamental no meio de tantas perspectivas inovadoras. Assim sendo, esta ocorrência acaba sendo um argumento indiscutível para defender a tese de que os processos advindos da globalização estão invadindo todos os espaços (MACHADO, 2020).

O perfil dos jovens do mundo global é completamente diferente do que se enxergava meio século atrás, e essa preocupação faz realmente parte do mundo moderno, a questão da atratividade das pessoas para leitura, por exemplo. Os professores e pedagogos que adotavam metodologias mais tradicionais na sua atuação profissional estão sentindo a força de imposição

tão predominante da globalização, não restando outra opção senão atualizar as medidas de procedência. O interesse em estar em contato com a informação e o conhecimento por meio de propostas mais atuais do mundo não é um interesse somente de pessoas adultas, as crianças e jovens contemporâneos desejam estar em contato constante com a tecnologia com seus frutos; logo é muito mais fácil um adolescente pegar o smartphone do que pegar um livro (BATISTA; OLIVEIRA, 2018).

Sob a perspectiva dos especialistas, a maior preocupação é quanto à qualidade da informação que será absorvida, já que os jovens consomem mais material digital do que em espécie, fisicamente. Sendo a preocupação sobre as novas estratégias de ensino nas escolas, uma pauta frequente de debate, os professores estão passando por uma etapa de adaptação, na qual estão participando de dezenas de reuniões, palestras e cursos extras para aprimorar as capacidades de trabalho com as novas tecnologias. Quando se considera que as escolas públicas, por exemplo, já enfrentam uma série de desafios, lançar um outro novo parece muito complicado, entretanto, necessário (AQUINO, 1997).

Os jovens de hoje já nascem praticamente em contato com as novas tecnologias, então, se, quando chegar na escola, todas as metodologias empregadas para o aprendizado não tiverem relação nenhuma com a rotina, a experiência passará a ser tediosa, e, logo, o aproveitamento das aulas deixa de ter um retorno altamente positivo. As unidades de educação estão apresentando preocupações novas, diante das ondas tão intensas da tecnologia, e, inclusive, todo o processo de comunicação está sendo modificado também, como a forma de comunicação entre a equipe pedagógica, por meio de grupos e mais recentemente a partir de contatos do WhatsApp, a maneira de transmitir recados e mensagens importantes para os pais. O método dos alunos entregarem atividades, trabalhos acadêmicos e avaliações para os professores também se mostra diferente, por meio de *e-mails* e aplicativos de comunicação (NOAL, 2010).

Para muitas unidades de ensino, já vigora a disponibilização de materiais de apoio e de atividades durante os semestres para os alunos. Os últimos realizam *download* dos materiais e depois repassam a resolução para os professores, que acessam e depois devolvem um *feedback*. Por mais que pareça singelo demais, é uma forma de interação nova que os ambientes estão encontrando para se relacionar com os alunos, o público jovem. As escolas tentam trabalhar com as novas habilidades do público moderno, por exemplo, a criação de documentos, panfletos/folhetos em programas de computador ou aplicativos, materiais informativos, com a finalidade de compartilhamento *on-line*, produção de clipes/vídeos. A conclusão que já ficou evidente é que os recursos de mídia podem ser empregados para objetivos favoráveis, quando se considera diversos ângulos de vista. Os ambientes estão apostando mais na mídia para

proporcionar metodologias inovadoras e atrativas para as pessoas, o uso do PowerPoint para apresentação de trabalhos acadêmicos, por exemplo. Mas muitos ambientes já pensam muito além disto. Muito já se planeja uma atualização mais drástica e estratégica, que apresenta maior coerência com o mundo global (MACHADO, 2020).

Algumas instituições têm pensado em uma reforma mais abrangente no que diz respeito às formas de disponibilidade dos materiais para leitura. Já existem vários projetos pedagógicos que buscam formas estratégicas e modernas para revolucionar, de uma vez por todas, o contato dos jovens com os conteúdos e conceitos, que outrora se limitavam ao papel. Há, também, diversas empresas presentes no mundo de hoje que trabalham na produção de materiais modernos, livros no ramo da Matemática e Ciências, por exemplo, e fazem a venda dos mesmos, sendo que o acesso só é concedido após a compra. Caso as unidades escolares mostrem aderência a tal tendência, o acesso dos alunos aos materiais exclusivos pode acontecer de qualquer lugar, por meio de dispositivos móveis ou até computadores (AQUINO, 1997).

Com a situação emergencial devido à pandemia da COVID-19, foi necessário que novas estratégias fossem adotadas, mediadas pela internet, já que as instituições educacionais precisaram migrar para o ensino remoto, devido ao confinamento em casa a fim de que se evitasse a disseminação do vírus, o que fez com que o processo de novos projetos pedagógicos em vista de revolucionar a educação em conjunto com a tecnologia fossem postos em prática, de uma forma emergencial e precarizada através das aulas *on-line*, videoaulas e de atividades disponibilizadas em plataformas específicas, para que as atividades escolares não fossem interrompidas e causasse ainda mais danos, em somatória às questões trazidas pelo vírus. O ensino presencial foi todo deslocado para o ensino remoto. Nessa urgência, notou-se a falta de capacitação e a necessidade de uma mediação didático-pedagógica própria e mais enfática a partir da utilização dos meios tecnológicos e de comunicação, considerando que essa imersão *on-line* traz muitas vezes o distanciamento da leitura, que, segundo Lajolo (1996), é uma ferramenta indispensável no processo de ensino-aprendizagem, sendo praticada de diversas formas e métodos.

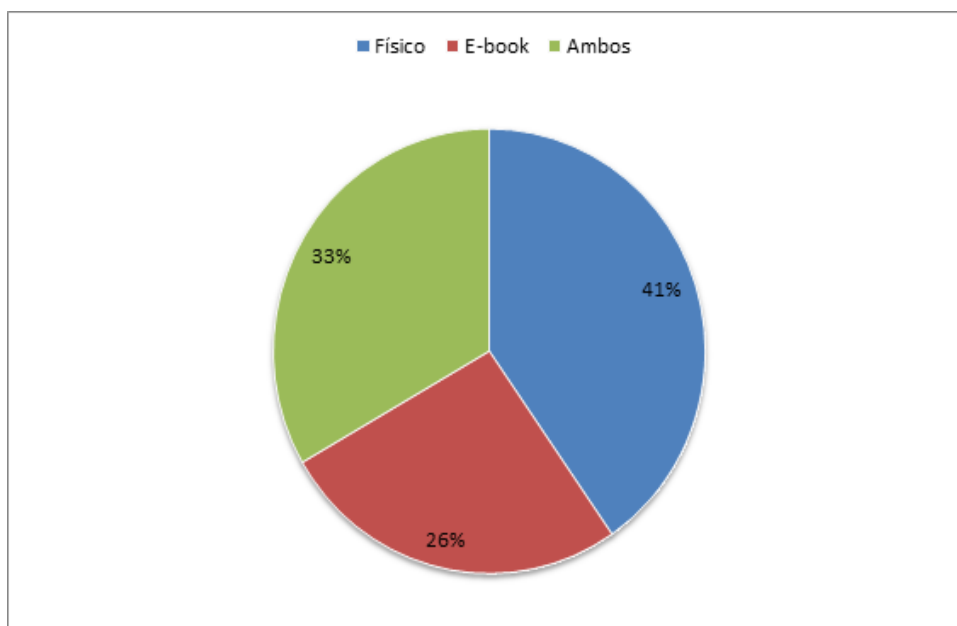
Nesse cenário, apesar da necessidade de se estar em constante contato com o mundo digital, que, quando não utilizado como forma de apoio, deixa de trazer um efeito positivo e passa a distanciar os jovens da leitura, notou-se uma ressignificação nas plataformas *on-line* acerca da leitura e dos significados conferidos a ela, em que um movimento começou a crescer em torno da criação de conteúdo sobre o tema, a ser uma tarefa de escape frente à sucessão de mudanças em decorrência da pandemia. A importância da dinamização, da criação de um material cativante que desperte o interesse dos jovens, não só de leitura literária, mas que

abranja o valor desta levando em consideração as mudanças construídas com a globalização, só se acentuou devido à demanda de maior contato a partir da comunicação virtual, da construção de relações entre professores e alunos somente a partir desse meio, exigindo maiores formas de partilhamento.

A ideia das unidades para o mundo contemporâneo se baseia em reformas grandes para lidar com as transformações recorrentes, perspectivas globais diante de uma nova realidade. Os materiais com os quais os alunos têm contato já fazem certa indução, que favorece o processo de aprendizagem ocorrer de maneira mais rica, indicando a visita a *blogs*, *sites* e endereços com os quais é possível acessar o conhecimento de uma maneira que os jovens costumam aprovar mais. Além dos milhares de textos de apoio, os jovens contam com muitas imagens, esquemas e resumos que facilitam a absorção da informação (BATISTA, 2018).

Existe uma conformidade de que o mundo deve seguir sobre os critérios e características do novo perfil do leitor que poderá ser notado daqui em diante. Uma das convicções mais comuns entre os leitores hiperconectados é de que o livro digital veio para assumir o lugar dos livros de papel (LOGAN, 2012), os quais serão cada vez menos procurados, as pessoas que pertencem às gerações Y e Z tenderão cada vez menos a esta prática, e cada vez mais as alternativas mais globais, principalmente na *Internet*, em redes sociais, recorrendo também a materiais disponíveis para *download* e leitura *off-line*. Especialistas que acreditam firmemente em métodos mais tradicionais ainda apresentam muitas dúvidas sobre as transformações que estão se abatendo no mundo, pois trata-se de mudanças muito grandes. Uma questão em pauta frequente é a da qualidade da informação lida e absorvida na *Internet*. É algo a se pensar, mas que também é muito relativo, pois, assim como os materiais impressos em papel físico, a qualidade varia de acordo com a fonte e com o autor, o que ressalta a importância de recorrer sempre a fontes confiáveis e sólidas. Entretanto, a construção de um novo perfil de leitores no mundo é indiscutivelmente inevitável (CATANHO, 2020).

Dessa forma, fica nítido em um dos resultados obtidos através das respostas preenchidas no formulário, uma das etapas percorridas nesta pesquisa, como explicado anteriormente, que existe uma real tendência no aumento da procura por *e-books*, pelos livros digitais, e, conseqüentemente, uma perda de espaço para os que têm seu formato físico (*Gráfico 1*), estabelecendo, assim, o novo padrão que se forma acerca do leitor em decorrência dos processos globais vivenciados, a se confirmar a predominância das gerações mais jovens na utilização de ferramentas literárias digitais, mesmo que ambas (físicas e digitais) ocupem lugar de equivalente importância no mundo literário.

Gráfico 1: Preferência por e-book ou físico?

Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Tal acontece porque os movimentos provindos da globalização não irão cessar a expansão, assim como o contato da população com a tecnologia que segue em ritmo crescente. As empresas estão investindo com grande força nesta nova tendência, então um *marketing* intenso está sendo voltado à comercialização do conteúdo virtual, pelo que as pessoas estão demonstrando tanta aderência.

No passado, com a onda, aspectos e características da modernidade em menor auge e patamar, as relações, interações, comunicação e troca de experiência entre os seres humanos acontecia de maneira muito mais sutil e limitada. É possível dizer que as novas tecnologias, os meios de comunicação e as peculiares criações do ser humano, que foram constituindo traços históricos realmente marcantes, abriram novas portas ao homem moderno (NASCIMENTO, 2021).

Hoje, é possível dizer que as metodologias, comportamentos e estilo de vida do homem global são completamente divergentes do que era possível de se observar. A globalização, dessa forma, enfrenta seu ápice e torna-se cada dia mais intensa. Para debatê-la, então, é preciso considerar as tendências que expressam maior influência na vida das pessoas na fase vigente do século XXI, basicamente, o acesso à internet, à tecnologia e à informação por meio do Facebook, Instagram, Telegram, Twitter, YouTube e TikTok, plataformas tão populares que contabilizam bilhões de acessos por diferentes pessoas, de distintos lugares no mundo, todos os dias, e é aí mesmo que a globalização começa a fazer sentido.

Essas plataformas com multi acessos funcionam como um tipo de "ponte de conexão", conseguindo conectar pessoas, mesmo que estas se encontrem em lugares opostos do mundo. Vídeos, expressão, exibição e compartilhamento de cultura, conhecimento, vida, história, por meio de publicações no *feed*, *stories* no *Facebook* e *Instagram*, por exemplo, ou demonstração de conteúdo gravado no *YouTube*. Essas são algumas das milhares de formas que as pessoas têm à disposição no mundo contemporâneo para cruzar experiências, conhecimento, culturas e tradição (NOAL, 2010).

A internet ao promover e facilitar a comunicação entre os seres humanos faz com que os debates e o compartilhamento de ideias ocorram a todo momento, de forma constante. As trocas culturais advindas da globalização modificam, mesclam e integram culturas. Há possibilidade permanente de participação das pessoas do mundo todo em novas construções, concepções e conceitos culturais, que vão se ajustando e constituindo novas realidades (MACHADO, 2020).

A Hotmart, por exemplo, é uma empresa que investiu e confiou firmemente nos fatores de globalização e hoje é uma empresa que apresenta grande reconhecimento no mundo todo. Isso porque foi uma das empresas pioneiras a compreender que o ritmo e a forma que o ser humano consome informação está mudando. A Hotmart vende milhares de livros, inclusive faz centenas de promoções e combos. O conteúdo que a empresa vende tem diversidade informativa sobre vários nichos e ramos diferentes. Dessa forma, a empresa consegue despertar a atenção de milhares e milhares de pessoas, no mundo todo, todos os dias. Existem catálogos para profissionais específicos, temas polêmicos, atuais e em constante debate; temas religiosos/espirituais, de autoajuda, sobre estratégia de venda, estratégia emocional, desenvolvimento interpessoal. As pessoas estão na Internet hoje em dia para consumir produtos de diferentes categorias, e, com os processos tão marcantes da globalização, a indústria compreende que o público, hoje, mostra um papel também ativo na indústria.

Assim, a indústria está atenta ao perfil dos consumidores, nos valores sociais e nos interesses mais comuns para oferecer produtos que consigam obter alto retorno, de acordo com a aquisição pelo público. No mundo global, amplamente competitivo, mesmo quem já tem um diploma de curso superior ou técnico, entende que todos os tipos de aprimoramentos são amplamente válidos, e, nesse sentido, as indústrias, como as de marketing de conteúdo, por exemplo, estão obtendo cada vez mais espaço, produzindo materiais com promessas que cativem e prendam a atenção das pessoas. Títulos com a bandeira de alavancar vendas, mudar a concepção sobre estratégias de marketing que mais estão funcionando, ou até simplesmente contribuir para que um especialista obtenha habilidades extras para se destacar no mercado

complexo, incerto e global. A aderência a materiais desta categoria, também no *Instagram*, tem se mostrado bastante alta, de tal forma que existem centenas de profissionais hoje em dia utilizando o mesmo como única fonte de renda, e a razão é simples: o interesse das pessoas mostra-se superlativo (AQUINO, 1997).

3 A INFLUÊNCIA DO *BOOKSTAGRAM* NA FORMAÇÃO DE NOVOS LEITORES

A construção do cenário globalizado que se faz presente e passa por constantes transformações notórias cotidianamente, como exposto, é a gênese para as "pontes de conexões" virtuais em todo o globo. A exemplo disso, há o Instagram, que foi lançado em 2010 e desenvolvido pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte-americano Kevin Systrom. De início, a plataforma consistia apenas no compartilhamento de fotos com legendas e também com o benefício de filtros que melhoravam a qualidade das imagens, tendo em vista que a ideia principal para a criação do aplicativo surgiu a partir da reclamação das pessoas acerca da má qualidade das fotos capturadas pelos aparelhos celulares.

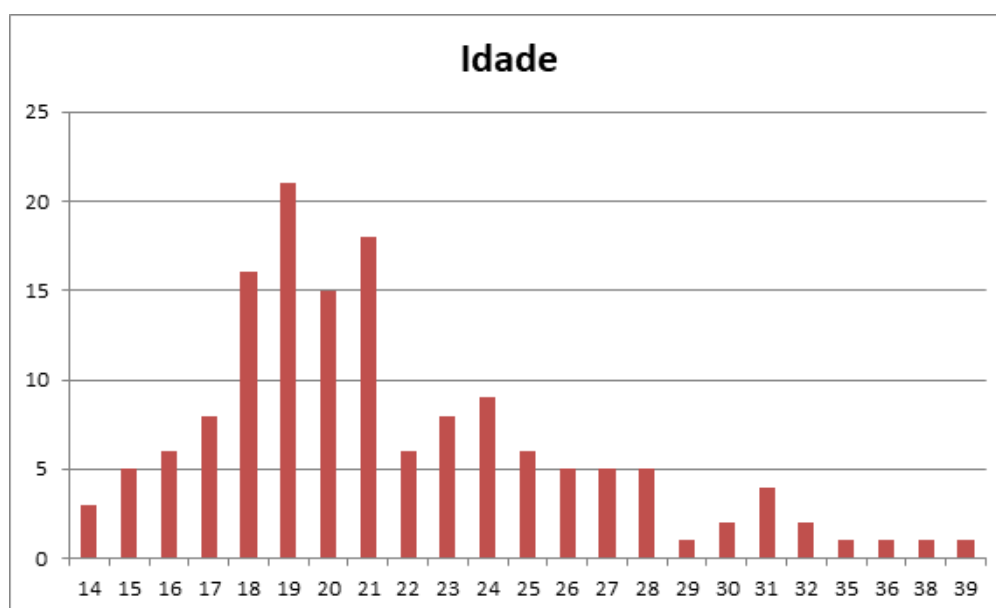
O sucesso do *Instagram* foi imediato, resultando na sua expansão e na ampliação de suas funcionalidades, desde a possibilidade de postar fotos em formatos diferentes, de paisagem e retrato, ferramentas como *boomerang*, *stories* e a possibilidade de gravações mais longas no *feed* foram tomando espaço na plataforma e mudando o tipo de consumo de conteúdo para o usuário, tornando-se atualmente a principal ferramenta de conexão entre os usuários, empresas e grupos de interesse dos mesmos.

O crescimento da rede segue ampliando em decorrência dos fortes investimentos realizados com o intuito de aproximar ainda mais as pessoas virtualmente, tanto que atualmente é uma das plataformas mais populares do mundo em seu número de usuários, com o Brasil ocupando o 2º lugar de seus registros. Durante a pandemia da COVID-19, o uso do aplicativo cresceu significativamente. Uma pesquisa realizada pela *Opinion Box*, empresa referência em pesquisa de mercado, mostra que 73% dos brasileiros habituaram-se a usar mais o Instagram nesse período, fazendo com que o marketing de influência tomasse proporções maiores, resultando em um aumento na capacidade de interação e proximidade do público com os *influencers* digitais. A gama de variedade dos conteúdos desenvolvidos pelos criadores digitais tornou-se e vem se tornando gigantesca devido à ânsia dos usuários pelo consumo, na procura de diversos assuntos de seu interesse, sendo a leitura um dos nichos que abarcam uma parte desses influenciadores, conhecidos também como *bookstagrammers* nessa área.

Os *bookstagrammers*, como ficaram conhecidos, promovem ativamente a leitura nesse nicho a partir do compartilhamento de suas resenhas, de seus hábitos de leituras, da criação de clubes de leitura, dentre outros que serão explicitados, no desenrolar do trabalho, com o intuito de conectar pessoas que partilham os mesmos gostos literários e de também incentivar o consumo de livros por parte daqueles que não possuem o hábito de ler, que não se consideram leitores, ou até mesmo que consideram a leitura como algo antiquado e difícil. Apesar do

público do *Instagram* ser abrangente a diversas idades, segundo *Instagram Statics 2022*, sua maior parte de usuários são jovens de 18 a 34 anos e consequentemente encontram-se, em sua maioria, nas variações de conteúdo desenvolvido, não sendo diferente na comunidade do *bookstagram* (Gráfico 2), que acaba por explorar mais gêneros literários voltados para interesse desse público, mas que não deixa de partilhar a respeito de clássicos, novidades do mundo dos livros e também acerca de vários outros gêneros literários.

Gráfico 2: Idade



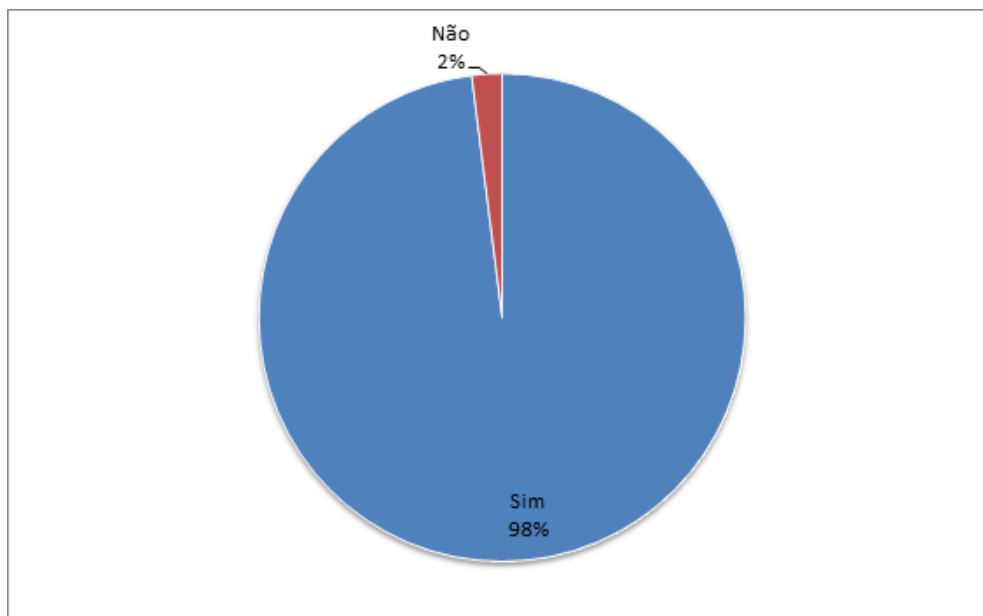
Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Considerando a gama de informações acessadas diariamente, os jovens que já nascem inseridos nesse “novo mundo” tomado pela globalização precisam, desde cedo, desenvolver a competência como leitores, assim como os que acompanham esse movimento de modernização precisam se adaptar para poder entender o mundo que os cerca. Logo, pela facilidade que a tecnologia oferece no alcance de conteúdos, compreende-se que a imediatividade se faz presente e necessária devido às mudanças que ocorrem muito rápido, igualmente a conveniência de se selecionar informações pelo meio que for, sendo o acesso a resumos e críticas de livros muitas vezes o impulso para o incentivo ao hábito de leitura, a partir do momento em que consegue despertar o interesse desse futuro leitor através dos sedutores conteúdos desenvolvidos no *bookstagram*; o acesso a uma resenha, por exemplo, que muitas vezes era apenas para suprir uma necessidade momentânea, acaba por gerar uma curiosidade maior e um possível despertar literário, uma influência no consumo de livros, como posto por Almeida (2000, p. 12).

As vertiginosas evoluções socioculturais e tecnológicas do mundo atual geram incessantes mudanças nas organizações e no pensamento humano e revelam um novo universo no cotidiano das pessoas. Isso exige independência, criatividade e autocrítica na obtenção e na seleção de informações, assim como na construção do conhecimento. (ALMEIDA, 2000, p. 12)

Como resposta ao questionamento feito acerca de o *bookstagram* ser uma ferramenta de grande influência literária ou não, foi obtido um resultado positivo (*Gráfico 3*), ainda com o apoio de alguns depoimentos adquiridos através do formulário aplicado, em que Joyce relata: *“por meio das indicações e da forma como elas são feitas você fica com vontade e curioso sobre aquele livro e acaba tendo um incentivo, fora que ele indicam vários tipos de livro então se você não gostava de ler podia ser que ainda não tinha encontrado seu gênero favorito ainda e por conta deles acaba descobrindo”*. Essa perspectiva traz uma valoração do poder que essa comunidade tem em atingir os jovens, a forma como a divulgação dos livros é feita, por meio do conteúdo visual, num primeiro momento cativa, e em um segundo, incentiva o gosto pela leitura, retirando aquela perspectiva de que ler seria ultrapassado, já que essa também está a ocupar os meios digitais.

Gráfico 3: A comunidade *bookstagram* e sua influência nas leituras e na aquisição de livros.



Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Nesse espaço, os *bookstagrammers* conseguem ampliar o número de leitores a partir do momento em que conseguem conquistar pessoas que, de alguma forma, não foram fomentadas ao hábito de leitura ao decorrer de sua vida, ou que não se sentem instigadas a ler devido ao

fato de não terem com quem partilhar, tendo em vista que dificilmente se encontram pessoas fisicamente próximas, interessadas nesse consumo literário, sendo que é de extrema importância para as relações humanas o sentimento de se estar inserido, de ter conexões, o impulsor para práticas de quaisquer atividades que sejam, como afirma o depoimento dado por Vivian: *“o Instagram aproxima pessoas. Quem não tem um contato direto no dia a dia com outras pessoas que têm o hábito da leitura, muitas vezes fica desestimulado, o Instagram tira a sensação de estar sozinho”*. Basicamente, segundo Martino (2014), existe um substrato comum a várias ciberculturas, as culturas de consumo em que fazer parte dessa cibercultura seria participar, com mais ou menos força do consumo, a se reafirmar a importância de pertencimento, como o relato dado por Marina ressalta:

No momento que uma pessoa ler uma publicação que tenha uma foto intrigante ou até bonita e veja uma legenda que chame a atenção dela pelo fato de ter por exemplo assuntos que ela gosta de ver em filmes, ela vai se interessar em conhecer mais sobre o livro chegando até à ler ele e procurar mais livros do estilo, criando assim um leitor e hábito de leitura.

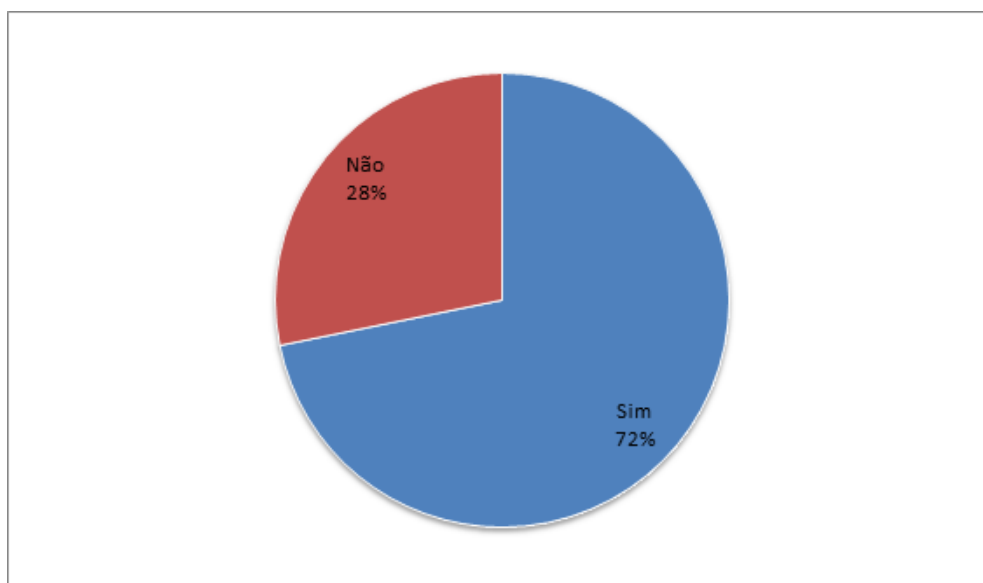
A prática literária, independente de seu gênero, abre um caminho crítico, de forma a se analisar e refletir a respeito da própria realidade com base nas trocas, seja essa com outras pessoas ou personagens, tendo em vista que novas experiências podem acontecer de diversas maneiras. A leitura, independente do contato com o outro, por si só, é coletiva, mesmo que o ato seja individual; ela permite, segundo Nunes (1998, p. 175), um exercício de conhecimento do mundo, de nós mesmos e do outro, propiciando simultaneamente o aprendizado em algum âmbito, em conjunto com a possibilidade de um viver mais agregado, complexo e analítico das subjetividades.

Dessa forma, muitas vezes o conhecimento particular tende a pesar na escolha dos gêneros consumidos pelos leitores, tendo em vista que o principal caráter literário é em algum nível se comunicar com os interesses, com a realidade de cada indivíduo. A inclinação para um gênero ou outro não depende somente dos interesses da indústria cultural, apesar de esta possuir um papel bastante persuasivo, sendo evidenciado isso na resposta dada por Débora, quando questionada sobre a influência da comunidade *bookstan* na escolha dos gêneros literários consumidos, que diz: *“Não influenciou, apesar de apresentarem vários gêneros, eu só consumo o que gosto, geralmente não leio um gênero que não me interessa, mesmo que indicado”*.

Por outro lado, considerando que o *bookstagram* abre um mundo de possibilidades e se utiliza de diversos atrativos para conquistar leitores e novos leitores, é nítida a influência gerada por esta comunidade (Gráfico 4), como afirma Carla: *“sim, com toda certeza. Quando comecei*

a me interessar pela leitura foi através de livros de romance, e aos poucos através de clubes de leitura e conhecendo novos autores e leitores no bookstagram comecei a pegar várias indicações ao que cheguei hoje lendo romance, fantasia e suspense”, sendo a abertura para essa influência o caminho para se conhecer diferentes universos, contextos, servindo também como uma válvula de escape da própria realidade.

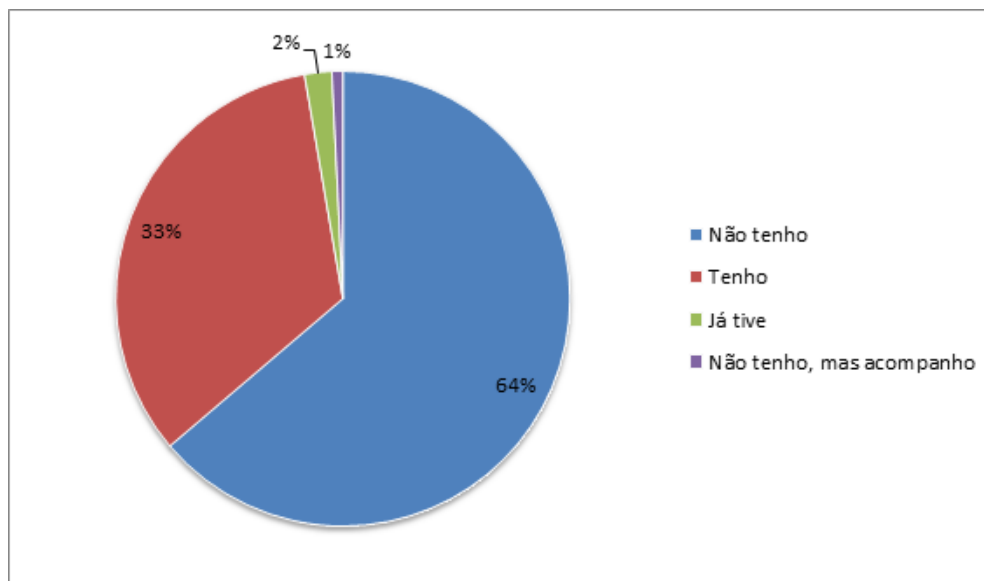
Gráfico 4: A comunidade “bookstagram” tem alguma influência nos gêneros consumidos pelos leitores?



Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Como já mencionado, o uso do Instagram teve um crescimento significativo durante a pandemia da COVID-19. Acompanhando esse aumento e as necessidades contextuais envolvidas, o nicho de conteúdos literários nesta plataforma também cresceu. Em busca de fugir da trágica realidade que assolou o mundo, a leitura foi o que funcionou para muitos, e com ela a necessidade de compartilhar as leituras que se faziam. Ana, em resposta ao formulário, compartilha que: *“Com a pandemia causada pelo covid-19 eu acabei, como todo mundo, ficando isolada em casa, então entrei no mundo dos livros e consequentemente entrei para comunidade do bookstagram”*. O crescimento da comunidade literária, tanto de criadores deste conteúdo como de consumidores, é visível (Gráfico 5), de forma a ganhar notoriedade pelas editoras e ser hoje um apoio indispensável para autores independentes.

Gráfico 5: Pessoas que possuem um bookstagram.



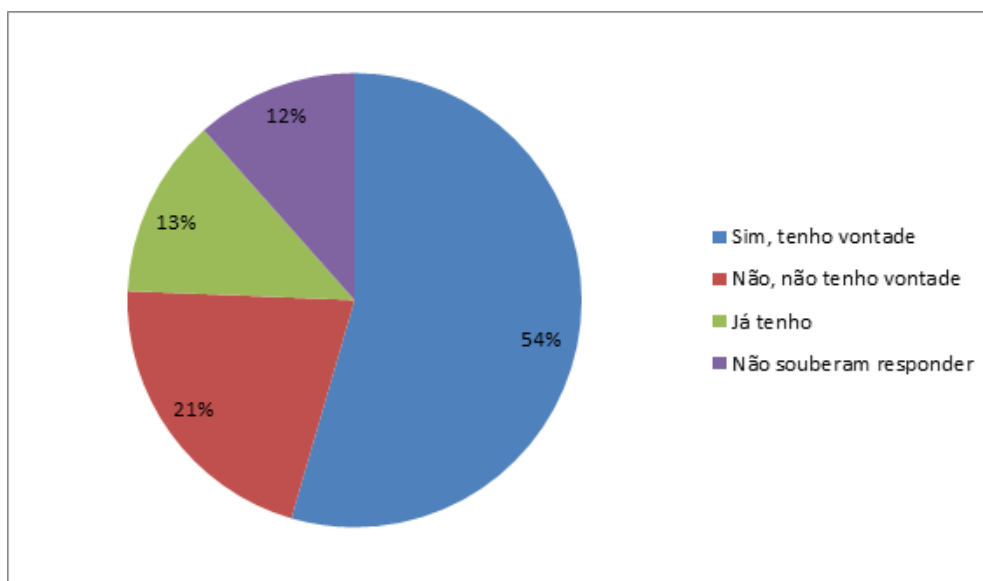
Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

E também, para o próprio público que enxerga nisso oportunidade de conhecer pessoas novas, até mesmo seu autor preferido, sem importar sua localização geográfica, como diz o relato:

Me fez conhecer pessoas diferentes, livros e autores. Com as redes sociais a gente pode estar ao lado de um autor que mora na Coreia digamos então as redes sociais é uma ponte muito importante pra estar mais perto de tudo (Lara).

Para estar inserido na comunidade *bookstan*, não é necessário ser, ou então, virar um criador de conteúdo, basta passar a consumir conteúdos já criados, envolver-se e trocar críticas, opiniões acerca dos livros que o interessam. A “panfletagem” de um livro envolve certa responsabilidade, assim como tudo que se compartilha nas mídias sociais, por isso uma variação de resultados foi obtida (*Gráfico 6*) quanto ao questionamento envolto na possibilidade de criar um Instagram literário. Em resposta, Joyce diz: “*Não, acho uma grande responsabilidade usar a própria imagem junto com seu conhecimento e gosto próprio para influenciar pessoas em geral*”. Frente a isso, percebe-se que o amor pelos livros não é o único pré-requisito para se criar conteúdo literário, sendo muitas vezes mais interessante se envolver nesta comunidade pela troca de impressões de leituras, pelo apoio aos *bookstagrammers* por quem possui afinidade.

Gráfico 6: Para você que não tem instagram literário, teria vontade de criar?



Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Dessa maneira, percebe-se que a participação, o envolvimento na comunidade bookstan, não se dá unilateralmente, podendo ser constituída por diversas frentes onde estão incluídos, além do público consumidor e dos criadores de conteúdo literário, os autores e também as editoras, que, a partir do contato de troca existente, viabilizado pela plataforma, pode proporcionar um maior proveito e beneficiamento para todos os lados.

4 AUTORES, EDITORAS E BOOKSTAGRAMMERS: A TRINDADE QUE IMPULSIONA A FORMAÇÃO DE LEITORES

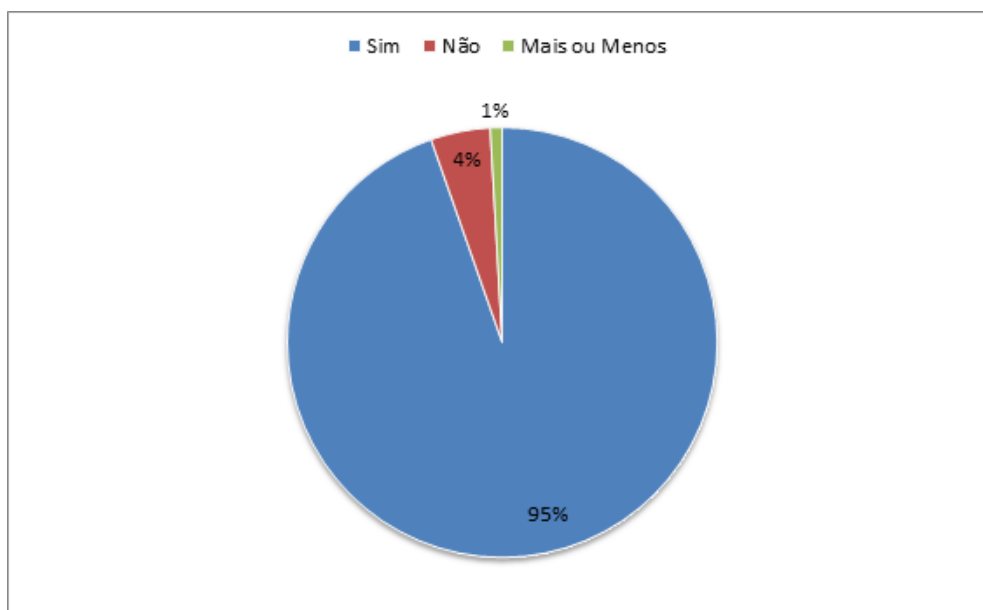
O *Instagram*, como espaço de partilha das experiências literárias, aumenta a conexão entre os *influencers* deste nicho, editoras e autores, de forma a potencializar os conteúdos criados para um maior alcance de usuários leitores e possíveis novos leitores, sendo, segundo Nascimento e Nunes (2021), um espaço propício para diálogos abertos e trocas literárias de várias formas. Assim como as demais mídias sociais voltadas para leitores, o *bookstagram* é baseado em comunicação, e esse é um dos principais motivos que levam as pessoas a essa plataforma, mostrando-se importante a relação de troca criada para a fomentação do consumo literário e formação de leitores.

Procurando compreender como se estabelece o contato entre os consumidores de conteúdo literário, autores e editoras, encontram-se os *bookstagrammers* como principal ponte para a formação desse vínculo. Essa trindade possibilitada pelo *Instagram* permite uma diversidade, uma abertura de espaço para gêneros literários de todos os gostos, o que impulsiona o consumo literário e consequentemente o mercado editorial, que, por sua vez, acaba por abrir oportunidade para novos autores e parcerias com *bookstagrammers*; impulsiona também o mercado de autores independentes devido ao alcance de pessoas com diferentes gostos, e a conexão com a própria comunidade *bookstagram* que tende a acolhê-los, e fazer parcerias pela proximidade, pela identificação.

[...] o objetivo continua sendo ajudar no trabalho dos autores brasileiros, quando estes fazem parcerias, divulgar as editoras e seus trabalhos, influenciar as pessoas a lerem de acordo com seus interesses pessoais e descobrir novos gêneros e possibilidades (NASCIMENTO, 2021, p. 63).

Reforçando a necessidade de uma representatividade para atrair os leitores, como também confirma Júlia, uma das entrevistadas, quando questionada acerca da possibilidade de um maior contato com os autores proporcionado pelo *bookstagram*: “Com certeza. Quando se cria algum laço mais próximo com o autor e se tem uma identificação, a admiração vai além das leituras, principalmente acompanhando a vida e vendo que esses autores são pessoas normais com problemas normais, e todo livro lançado é um evento *hahaha*”, ficando nítida a aproximação entre leitor e autor (Gráfico 7) a partir do contato com o mundo *bookstan*, além da importância do movimento mediador, que beneficia tanto o autor quanto o perfil literário/leitor.

Gráfico 7: O “bookstagram” proporciona um contato maior entre leitor e autor?



Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

Essa proximidade, ademais da contribuição para a divulgação do trabalho desses autores, fornece uma participação direta muitas vezes na produção literária, a via de troca estimula a escrita do autor e fomenta a curiosidade do público, como esclarece Ariane Fonseca, uma das autoras independentes entrevistadas, que possui mais de 17 obras publicadas:

Considero fundamental manter uma relação de parceria com os instagram's literários para maior visibilidade para o livro. Sem ele, não ganhamos a visibilidade necessária para a divulgação do livro. Hoje as redes sociais são as principais plataformas de venda. Faço campanhas orgânicas para parceria, e também paga. Mantenho um grupo no whatsapp para os orgânicos que tenho ligação durante um ano inteiro. Faço sorteios, conversamos, temos uma ligação mesmo. [...] sempre os primeiros capítulos para ler em primeira mão e provocar a curiosidade do público.

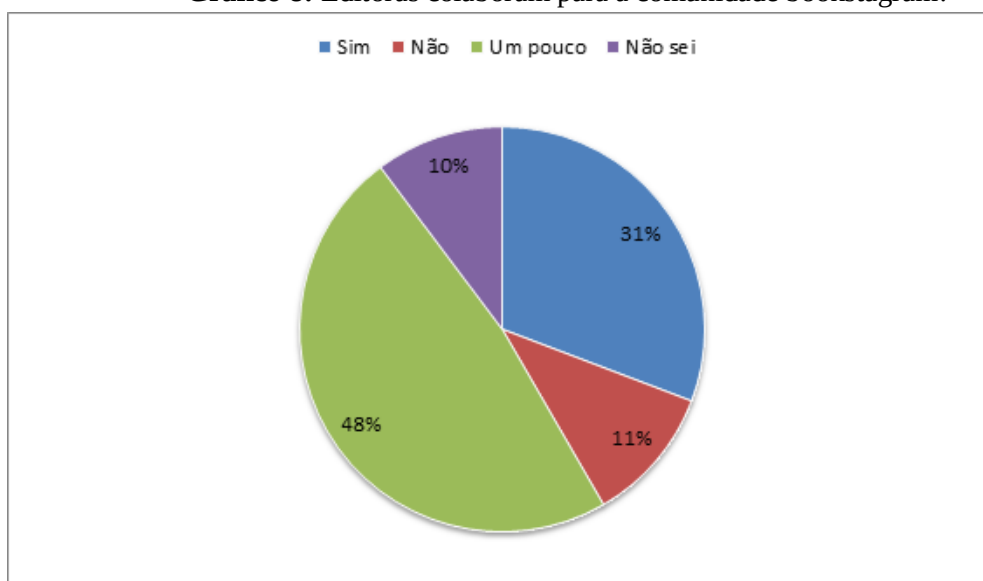
Para além das inclinações supracitadas, esse contato direto pode se tornar muitas vezes inconveniente quando limites são ultrapassados, quando condições de respeito e de responsabilidade não são bem estabelecidas, valendo isso também para as parcerias, de forma a prejudicar o trabalho, seja ele feito pelos influenciadores, autores, ou pelas editoras, como conta um dos autores independentes entrevistados que não quis ser identificado, em resposta ao formulário: “Avaliações negativas e interpretação errônea do conteúdo apresentado sempre podem prejudicar nosso trabalho. As pessoas que trabalham com bookstagram precisam sempre tomar cuidado com o que afirmam e como passam uma mensagem para não influenciar as pessoas negativamente, tendo como base única e exclusivamente a própria opinião”; além

de editoras/autores que não admitem críticas negativas apesar de serem construídas com fundamento e respeito, desconsiderando assim o trabalho, a opinião dos *bookstagrammers*, sua parceria.

A trindade que impulsiona a formação de leitores possui conflitos internos quando a estima de maior importância por parte de autores/editoras é colocada como prioridade, em vez da aliança às novas tecnologias e da própria comunidade literária. A desvalorização do trabalho feito por autores independentes, *bookstagrammers* e pequenas editoras a partir dos meios digitais, apesar de propiciado e criado pelo processo de globalização, não sendo levado a sério muitas vezes como outro trabalho qualquer, é um fato; o que explica os contratempos existentes anteriormente citados, e que são confirmados em resposta ao formulário pela autora independente, Eduarda Brits:

O meio literário é como qualquer outra área de trabalho da vida, existem pessoas boas, ruins, infantis, maduras, responsáveis e irresponsáveis. Acredito que a experiência possa ser bem mais produtiva se o autor tiver em mente que deve ser responsável por suas ações e falas, e ter sempre em mente que é um trabalho. As pessoas tendem a pensar que a Internet é uma brincadeira, e é mesmo para o público que a consome, mas para os criadores de conteúdo, é um trabalho sério e afirmo que é muito mais difícil do que uma empresa fixa, pelo menos contando a parte da saúde da sua imagem. A relação com os instagrans literários pode ser profissional e/ou amigável.

Apesar disto, as parcerias realizadas entre os *bookstagrammers* com os autores e editoras é num geral muito positiva, devido ao alcance que o meio digital oferece, contribuindo na formação de novos leitores, influenciando as pessoas a adentrarem à prática literária, tendo em vista os seus gostos e interesses, como afirma Carla, quando questionada acerca da colaboração das editoras para com a comunidade *bookstan*: “*Sim, pelo menos eu vejo isso. Geralmente, tem muitas parcerias e eu percebo que a cada ano a quantidade de parceiros dessas editoras é aumentada. E essas parcerias incentivam ainda mais a produção de conteúdo literário*”; no entanto, essa perspectiva acaba por não ser geral, como pode ser observado abaixo (Gráfico 8):

Gráfico 8: Editoras colaboram para a comunidade bookstagram?

Fonte: Dados da pesquisadora com base nos materiais coletados na pesquisa de campo.

É evidente que as editoras possuem um papel colaborativo, mas que ainda possuem muito a promover nesse mundo digital literário, principalmente as editoras de grande porte que, como já possuem certo reconhecimento pela sua popularidade, acabam por deixar de valorizar o apoio dos *influencers*, dos *bookstagrammers* pequenos, como responde ao formulário, Joyce: *“Não muito, pelo menos não as grandes editoras. Elas colaboram com os grandes bookstagrans, mas existem muitos pequenos que são muito bons e não recebem esse apoio. Recebem de editoras menores e mais locais, às vezes. As grandes deveriam sim ter um movimento de apoio para alguns perfis menores, para o incentivo e de certa forma contribuir para engaja-los”*. Isso evidencia o caráter elitista e segregador ainda presente no mundo literário, mostra que, mesmo com a facilidade de acesso viabilizado pelos meios digitais em decorrência da globalização, números e lucratividade ainda são priorizados, em vez da democratização da leitura.

Para os livros físicos, o que atrapalha é o preço elevado do produto final. Para nós, autores independentes, o valor fica ainda maior porque arcamos com todo processo sozinhos e em pequena escala. O imposto sobre o livro deveria diminuir para que o acesso fosse mais democrático (Ariane Fonseca, autora independente).

A análise do processo de democratização, como bem colocado pela autora Ariane Fonseca, perpassa por todos os setores produtivos, sendo ele editorial, autoral independente, até

sua chegada ao consumidor; o reconhecimento da importância da leitura e seu estímulo são pontos a serem levados em consideração nesse processo, tendo em vista a teia de que se é constituída e foi mencionada nos capítulos anteriores quando em pauta a formação de novos leitores e o mundo tecnológico atual.

Sendo assim, os impasses existentes no decurso do bookstagram na formação de novos leitores e para a democratização da leitura são as resistências para com as novas tecnologias por parte principalmente das editoras, como afirma a autora independente Eduarda Brits:

[...] mantém o padrão elitista por priorizarem demais o lucro próprio e não do autor, além de modificar fortemente a história dependendo do caso. No entanto, editoras de pequeno e médio porte dão mais importância ao autor, o valorizam para que esse receba mais poder para com sua obra e uma porcentagem maior de lucros. Mudança é uma palavra forte, principalmente falando de editoras tradicionais grandes, eu provavelmente indicaria que conhecesse outro meio de publicação, a Amazon, por exemplo ou invista em outras editoras. Infelizmente as editoras são tradicionais como o próprio nome já diz, dificilmente vão mudar.

Assim, há a necessidade de uma aliança mais resistente por parte da trindade, a fim de formar uma comunidade maior de leitores levando em consideração a importância da leitura para a construção de uma sociedade mais crítica e empoderada em sua educação/formação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como fruto da globalização, os meios digitais impulsionam a formação de um novo padrão de leitor, que, tomado pela necessidade do imediatismo, tende a procurar por leituras mais rápidas. A comunidade de leitura da rede social *Instagram*, que produz conteúdos literários, o *bookstagram*, possui um papel fundamental no incentivo à leitura e principalmente na formação de novos leitores, em virtude dos conteúdos que apresenta em sua grande característica, o despertar da curiosidade, que é o ponto-chave utilizado como método de incentivo à leitura, e também o compartilhamento das experiências literárias que conduz os usuários a uma identificação e, por consequência, uma aproximação dessa comunidade literária.

Sustentado pela perspectiva dos *bookstagrammers* e dos autores independentes, que responderam ao formulário disponibilizado, o qual foi elaborado/direcionado para a apreensão do funcionamento dessa comunidade e de sua influência real para a formação de novos leitores, compreende-se, neste trabalho, através de todos os dados coletados e filtrados, que o comprometimento dos criadores de conteúdo deste nicho literário impulsiona muito mais do que só o incentivo à leitura. A capacidade de atingir os usuários da plataforma através de conexões em seu âmbito pessoal pela leitura cria redes de apoio e possibilidades de troca que haviam sido quase que extintas com a chegada da era digital, auxiliando na formação e na união de sujeitos, independentemente de suas posições geográficas.

Assim, o objetivo de compreender de que forma o *bookstagram* motiva o jovem que não possuía o hábito de leitura, e que então passa a ter contato com a comunidade literária do *Instagram* e é influenciado por esta a ler algum livro, foi alcançado. Para além do objetivo estabelecido, compreendeu-se também que o mundo tecnológico está cada vez mais criando teias de relações dependentes das redes sociais, tendo em vista não se tratar mais de um simples compartilhamento do prazer da leitura, pois este implica o encadeamento do contato direto com todas as pautas relacionadas ao ato de ler, a prática de leitura, por quem pode ser feita e como pode ser possibilitada a todos.

REFERÊNCIAS

- AHLGREN, Matt. “40 + Instagram estatísticas e fatos para 2022”. Austrália, 2022. **Websiterating**. Disponível em: <https://www.websiterating.com/pt/research/instagram-statistics/#references>
- ALMEIDA, M.E. *Proinfo: Informática e formação de professores*. Brasília: Ministério da Educação, Seed, 2000.
- AQUINO, Mirian de Albuquerque. “Informação e formação de leitores no cenário de uma educação neoliberal globalizada” João Pessoa, 1997. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 7 n.1 1997. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/105596>
- BATISTA, Geisa Mara; OLIVEIRA, Mônica Luiza Lages de. “Breve história da leitura escolar no Brasil: a formação de leitores”. Campo Grande, 2018. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens – UFMS**, vº22, nº44, p.64-85. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/papeis/article/view/3148>
- BEHAR, Patrícia Alejandra. “O ensino remoto emergencial e a Educação a Distância”. Rio Grande do Sul, 2020. **Jornal da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS** Disponível em: <https://www.ufrgs.br/coronavirus/base/artigo-o-ensino-remoto-emergencial-e-a-educacao-a-distancia/>
- BITTENCOURT, Paola Portella De. *Bookstagrammers e sua influência no consumo de livros e objetos literários*. Santa Maria, 2017. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Produção Editorial) – Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2017. Disponível em: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/16843>
- CATANHO, Cláudia. *Bookstagram: uma nova forma de cativar leitores: Os casos dos Estados Unidos da América e Portugal*. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciências da Documentação e Informação) – Universidade de Lisboa. Lisboa, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10451/44139>
- D’ANGELO, Daniel. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. Minas Gerais, 2020. Opinion Box News. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=73%25%20passaram%20a%20usar%20mais,pode%20aproximar%20pessoas%20e%20empresas.&text=O%20p%C3%BAblico%20do%20Instagram%20%C3%A9%20gigantesco%20e%20abrange%20todas%20as%20idades>
- FRAGA, Gabrielle Dantas de Lima. *BOOKSTAGRAM: o incentivo da leitura através de perfis literários*. Porto Alegre, 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Biblioteconomia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, 2022.
- FREITAS, Maria Cristina Vieira; OLIVEIRA, Cristina M.V. Camilo; RODRIGUES, Ana Maria da Silva. *Globalização, cultura e sociedade da informação*. Belo Horizonte, 2001.
- GOULART, Ilsa do Carmo Vieira. “Um livro, diferentes modos de ler”. **Leitura: Teoria & Prática**, Campinas, v.29, n.56, p.27-35, 2011.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo, Atlas, 2002.

GIL, A.C. *Métodos e Técnicas da Pesquisa Social*. 6 ed. São Paulo, Atlas, 2008.

LAJOLO, Marisa. *A formação do leitor no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.

LEAL, Luciana Ferreira. “Formação do leitor literário em tempos de Pandemia, quais práticas priorizar?” **Revista Linguagem**, São Carlos, v.41, COVID-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem. 2022 p. 47-70.

LOGAN, Robert K. “Que é um livro? Passado, presente e futuro: da tábua de argila ao SmartBook”. In: _____. *Que é informação? A propagação da informação na biosfera, na simbiosfera, na tecnosfera e na econosfera*. Trad. Adriana Braga. Rio de Janeiro, 2012, p. 215-237.

MACHADO, Patrícia Aparecida; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. “Novas práticas juvenis de leitura – cultura digital e formas de apropriação”. São Cristóvão: **Interdisciplinar**, UFS, v. 33, jan-jun, p. 48-67, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.47250/intrell.v33i1.14176>

MARTINO, S. M. L. *Teorias das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes*. 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

NASCIMENTO, Ana Maria Barreto. *Mediação de leitura através dos Instagrans literários*. São Cristóvão, 2021. Monografia (Graduação em Biblioteconomia e Documentação) – Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2021. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/14407>

NOAL, Eronita Ana Cantarelli; PREVEDELLO, Jocelaine Pivetta. *A importância da leitura e a influência das tecnologias*. Rio Grande do Sul, 2010. Trabalho final do Curso de Especialização Mídias na Educação. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/2262/Prevedello_Jocelaine_Pivetta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

NUNES, B. “Ética e leitura” In: *Crivo de papel*. São Paulo: Ática, 1998. p. 175-186.

ROSA, Ana Paula Gomes. *Ler em meio à pandemia: ressignificações e novos espaços de leitura literária*. Revista eletrônica - Programa de Pós-graduação em Letras: Estudos Literários - UFJF, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/darandina/article/view/36424/24250>

VALINOR, Rodrigo. “O que é Instagram? Guia completo sobre a rede social”. Pinheiros, São Paulo. **Remessa Online**, 2022. Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/o-que-e-instagram/>

APÊNDICE A – Questionário através do Google Forms para público em geral do *bookstagram*

1. Nome
2. Idade
3. Qual o estado e a cidade em que você mora?
4. Você é um *bookstagrammer*? Se sim, qual o seu ig?
5. Para você que não tem instagram literário, teria vontade de criar?
6. Há quanto tempo você tem seu *bookstagram* ou acompanha instagram's literários?
7. Ao conhecer essa comunidade, de que forma você foi influenciado? Ex: passou a ler mais, comprou/leu livros por indicação...
8. Na sua opinião, o *bookstagram* influenciou o seu gosto literário – gêneros consumidos, como clássicos, romances, fantasia...? Se sim, de que forma?
9. Na sua opinião, essa modalidade de rede social trouxe um maior contato com os autores? Isso refletiu nas escolhas das suas leituras?
10. Você prefere e-book ou livro físico? Por quê?
11. Você acha que as editoras colaboram com a comunidade *bookstagram*? Se sim, como?
12. Antes de conhecer o *bookstagram*, como era a sua relação com a leitura?
13. De que forma estar presente na comunidade agregou nas suas relações sociais?

APÊNDICE B – Questionário através do Google Forms para alguns autores e sua relação com os *bookstagrammers*

1. Sendo um autor independente, como é a sua relação com os *instagram's* literários?
2. De que forma o *bookstagram* contribui para a divulgação do seu trabalho?
3. Como o *bookstagram* participa na sua produção como autor?
4. Na sua opinião, a comunidade *bookstan* contribui para a formação de novos leitores? Como você enxerga esse processo?
5. Sabendo que após o *boom* do *bookstagram*, a literatura nacional contemporânea começou a ter mais visibilidade. De que maneira o apoio dessa ferramenta auxiliou na sua ascensão?
6. Quais os pontos negativos que você percebe dentro da comunidade que podem vir a prejudicar o seu trabalho?
7. Inseridos neste cenário de proximidade e troca constante, acaba-se tendo uma maior liberdade e abrindo margem para questões que ultrapassam certos limites e causam desconfortos. Como esse lado do *bookstagram* pode desestimulá-lo?
8. Como você enxerga a relação editorial com os *bookstans*? E com você, autor independente?
9. Como você acha que a trindade (autores, editoras e *bookstagrammers*) contribuem para a formação de novos leitores?
10. Na sua opinião, as grandes editoras mantêm um padrão elitista? Como? Quais seriam os meios de mudança para isso?
11. Na sua opinião? O que falta para democratizar a leitura?
12. Para finalizar, estou autorizada a citar seu nome em meu trabalho após suas respostas neste formulário? Se sim, como se chama?