



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
COORDENAÇÃO DO CURSO DE LETRAS - INGLÊS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM LICENCIATURA EM
LETRAS/INGLÊS

PATRICIA FELIX VALENÇA

**COMUNIDADES VIRTUAIS DE LEITORES: O IMPACTO DAS *BOOKREDES* NO
CONSUMO E NA DIFUSÃO DA LITERATURA**

JOÃO PESSOA

2023

PATRICIA FELIX VALENÇA

**COMUNIDADES VIRTUAIS DE LEITORES: O IMPACTO DAS *BOOKREDES* NO
CONSUMO E NA DIFUSÃO DA LITERATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Licenciatura em Letras – Inglês, da Universidade Federal da Paraíba como parte dos requisitos necessários para obtenção do grau de Licenciado em Letras – Língua Inglesa.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Danielle de Luna e Silva

JOÃO PESSOA

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

V152c Valença, Patricia Felix.

Comunidades virtuais de leitores: o impacto das bookredes no consumo e na difusão da literatura / Patricia Felix Valença. - João Pessoa, 2023.

71 f. : il.

Orientador: Danielle de Luna e Silva.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, 2023.

1. Comunidades Virtuais. 2. Redes Sociais. 3. Bookredes. 4. Literatura. 5. Diversidade. I. Silva, Danielle de Luna e. II. Título.

UFPB/CCHLA

CDU 316.472.4:82

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me manteve forte e não me permitiu desistir em nenhuma das milhões de vezes que eu fraquejei.

Aos meus pais, Cida e Fausto, meus maiores apoiadores, que sempre me motivaram e me fizeram acreditar que eu era capaz, mesmo quando nem eu mesma acreditava nisso.

À Helade, minha gêmea de outra mãe, aquela que ouviu absolutamente todas as minhas angústias e choros ao longo desses cinco anos e nunca me deixou pensar que eu estava sozinha. Obrigada por ter estado comigo nos momentos bons e ruins, mesmo quando nem sempre você mesma estava tendo um bom momento.

À Talita, que mesmo não sendo a pessoa mais paciente do mundo, é uma das melhores amigas que eu poderia ter nessa vida. Você é luz e eu sou grata por nossos caminhos terem se entrelaçado da maneira mais inesperada possível. Obrigada por tudo.

A Saulo, por todas as dicas para esse trabalho, todas as conversas e todos esses anos de amizade que alegraram imensamente a minha vida. Obrigada por sempre estar aqui.

À minha orientadora, Dani Luna, por ter embarcado junto comigo nesse trabalho.

Aos meus pets felinos: Dakota, Mei Mei, Dedos e Criança, que muitas vezes foram como uma âncora emocional para mim.

A mim, por ter aguentado firme e não ter permitido que os desafios me derrubassem.

E aos livros, porque eles me salvaram.

“Os livros me fazem viver em muitos lugares ao mesmo tempo, inclusive naqueles que eu mesma crio para melhor atender as expectativas da minha mente. Já perdi as contas dos rumos que eles me fizeram tomar”.

(Fernanda Carrera, 2022)

RESUMO

Considerando a crescente adesão às mídias sociais nos últimos anos, o presente trabalho objetiva investigar de que maneira as comunidades virtuais de leitores nas redes sociais, nomeadas *bookredes*, influenciam o consumo de livros e atuam na difusão de uma literatura mais diversa. Por meio da análise de conteúdos literários compartilhados em comunidades literárias inseridas nas plataformas do *Instagram*, *X* e *TikTok*, buscou-se examinar, também, como as ferramentas de compartilhamento de mídia disponíveis nessas plataformas são utilizadas pelos leitores para incentivar a literatura. Além disso, analisou-se a influência causada pelo *booktok*, comunidade de leitores do *TikTok*, na transformação do mercado editorial. O aporte teórico do trabalho utiliza os conceitos de cultura participativa e cultura de convergência propostos por Jenkins (2015), bem como contribuições de Costa (2002) e Cosson (2014) no que se refere às definições de comunidades virtuais e comunidades de leitores, respectivamente. Este trabalho se baseia em informações coletadas *online*, incluindo dados de jornais, revistas e *websites* que fornecem informações relacionadas à temática abordada. Visando evidenciar mais precisamente o funcionamento das *bookredes*, foram utilizadas capturas de tela de conteúdos postados *online* por membros dessas comunidades.

Palavras-chave: Comunidades Virtuais; Redes Sociais; *Bookredes*; Literatura; Diversidade.

ABSTRACT

Considering the increasing adherence to social media in recent years, the present paper aims to investigate how virtual communities of readers on social networks, referred to as "bookredes", influence book consumption and contribute to the propagation of a more diverse literature. Through analyzing literary content shared within these online literary communities on platforms such as Instagram, X, and TikTok, this study also sought to examine how readers use the media-sharing tools available on these platforms to promote literature. Furthermore, this paper analyzed the influence of booktok, a community of readers on TikTok, in shaping the publishing market. The theoretical contribution of this study uses the concepts of participatory culture and convergence culture proposed by Jenkins (2015), as well as contributions from Costa (2002) and Cosson (2014) regarding the definitions of virtual communities and communities of readers, respectively. This study is based on information collected online, including data from newspapers, magazines, and websites that provide information related to the subject matter. To more precisely illustrate the operation of the "bookredes", screenshots of online content posted by members of these communities were used.

Keywords: Virtual Communities; Social Networks; Bookredes; Literature; Diversity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i>	16
Figura 2 – Captura de tela do perfil Leituras da Trish no <i>Instagram</i>	17
Figura 3 – Captura de tela da aba “Assuntos do Momento” no <i>X</i>	18
Figura 4 – Captura de tela do perfil “Divulga Nacional”	20
Figura 5 – Captura de tela do perfil “Divulga Nacional”	20
Figura 6 – “TikTok Made Me Buy It” na Amazon	27
Figura 7 – “Sucesso do TikTok” na Amazon	27
Figura 8 – Área reservada aos “Queridinhos do TikTok” na Livraria Leitura em João Pessoa em 2021 (à esquerda) e em 2023 (à direita)	29
Figura 9 – Captura de tela do perfil Revolução dos Livros no <i>Instagram</i>	30
Figura 10 – Estande do <i>booktok</i> Brasil na Bienal do Rio 2023. À esquerda, espaço para gravação de vídeos; à direita, espaço para debates	32
Figura 11 – Captura de tela de postagem no <i>X</i>	37
Figura 12 – Captura de tela de postagem no <i>X</i>	38
Figura 13 – Comentários de leitores na postagem da Figura 12	38
Figura 14 – Captura de tela de postagem no <i>X</i>	39
Figura 15 – Captura de tela do perfil de Paola Aleksandra no <i>Instagram</i>	45
Figura 16 – Captura de tela do perfil da Editora Seguinte no <i>TikTok</i>	46
Figura 17 – Exemplos de capas de livros famosos com protagonismo não-branco	51
Figura 18 – Captura de tela de perfil no <i>TikTok</i>	53
Figura 19 – Recortes do pronunciamento da Galera Record no <i>X</i>	55
Figura 20 – Recortes do pronunciamento da Galera Record no <i>X</i>	55
Figura 21 – Recorte do pronunciamento da Editora Intrínseca	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 CULTURA PARTICIPATIVA/DE CONVERGÊNCIA E AS COMUNIDADES VIRTUAIS	11
2.1 COMUNIDADES (VIRTUAIS) DE LEITORES	13
3 AS <i>BOOKREDES</i> E AS POSSIBILIDADES VARIADAS DE INCENTIVO À LITERATURA	15
3.1 BOOKSTAGRAM	15
3.2 BOOKTWITTER	18
3.3 O BOOKTOK: A NOVA COMUNIDADE VIRTUAL DE LEITORES	21
4 O EFEITO BOOKTOK NO SETOR EDITORIAL E DE LIVRARIAS	25
4.1 IMPACTO REFLETIDO NAS EDIÇÕES RECENTES DA BIENAL DO LIVRO	31
5 A LITERATURA DE MASSA E AS BOOKREDES NO INCENTIVO DE UMA LEITURA MAIS CRÍTICA	34
6 A DIFUSÃO DE UMA LITERATURA DIVERSIFICADA E COM REPRESENTATIVIDADE	41
6.1 REPRESENTATIVIDADE DE GÊNERO E SEXUALIDADE EM EVIDÊNCIA	41
6.2 REPRESENTATIVIDADE ÉTNICO-RACIAL	48
6.3 COBRANÇA POR MAIS CONSCIÊNCIA NO MEIO LITERÁRIO	54
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS	61

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2015, de acordo com a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, criada pelas entidades do livro — Abrelivros, Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) — e realizada pelo Instituto Pró-Livro (2016), com o principal objetivo de conhecer os hábitos e as condições de leitura e de acesso ao livro — impresso e digital — dos brasileiros, apenas 13% das pessoas entrevistadas afirmaram ler livros de literatura por vontade própria pelo menos uma vez por mês. Mesmo diante disso, a pesquisa ainda computou a existência de 56% de leitores¹ no país, com estimativa de 104,7 milhões de pessoas. Anos depois, em 2019, os dados coletados na quinta edição da pesquisa revelaram que o percentual de pessoas consideradas leitoras caiu para 52%, significando a perda de 4,6 milhões de leitores (Instituto Pró-Livro, 2020).

Em contraste a isso, a partir de 2020, os cenários da leitura e do mercado literário no Brasil apresentaram mudanças drásticas, conseqüentes da pandemia de Covid-19 que assolou o mundo. O isolamento social forçou as pessoas a buscarem maneiras diferentes de se distraírem em seu tempo livre, sendo uma delas o uso de plataformas de mídias sociais, que acabaram se tornando indispensáveis para a manutenção das relações pessoais, tendo em vista as restrições de contato físico. Além disso, as redes sociais adquiriram um caráter ainda mais informativo durante a pandemia e, de acordo com a Infobase ([2020]), se tornaram a principal escolha de 64% dos brasileiros na hora de se informar sobre o Covid-19, resultando no aumento do tempo de tela das pessoas. Como consequência, este cenário também favoreceu a ascensão de comunidades virtuais nas redes sociais — especialmente devido às possibilidades de interatividade entre pessoas com interesses semelhantes que elas proporcionam — que exerceram uma significativa influência nos hábitos de leitura dos brasileiros.

Desde criança, a leitura tem sido uma parte fundamental de quem eu sou. Tive muito incentivo por parte dos meus pais que, mesmo com uma condição financeira pouco favorável, faziam questão de estimular em mim o amor pela leitura, comprando livros sempre que podiam. E, apesar de sempre ter sido uma leitora voraz, foi durante a pandemia de Covid-19 que o hábito da leitura se fez mais presente no meu cotidiano. Com a suspensão das aulas no início da quarentena aqui no Brasil, por volta de fevereiro de 2020, conheci a plataforma do *TikTok* enquanto buscava por entretenimento. Nela, comecei a criar e a acompanhar conteúdos sobre livros e conheci pessoas do mundo todo que expressaram a mesma

¹ A pesquisa considerou como leitor, a pessoa que leu pelo menos 1 livro, seja ele inteiro ou em partes, em algum momento dos últimos 3 meses antecedentes à realização da pesquisa.

motivação para entrarem nessa rede social: se distrair da realidade dos acontecimentos que atingiam o mundo. Sobre isso, Cury e Siccherino (2022) afirmam que:

O ser humano é um ser social e ficar trancado em casa, sem contato com outras pessoas além de sua família fez do auge da pandemia um momento muito mais difícil de ser enfrentado. A necessidade de uma válvula de escape foi o principal motivo que levou as pessoas a mudarem ou mesmo criarem hábitos, sejam eles a prática de uma atividade física, artística, entre outros. A leitura é um desses hábitos que muitos criaram (Cury; Siccherino, 2022).

Atrelada à busca por uma válvula de escape da realidade e novas alternativas de entretenimento estava a necessidade de interação social e de compartilhamento de experiências. Neste sentido, as comunidades virtuais de leitores nas redes sociais, também chamadas de *bookredes*, ascenderam como espaços que possibilitaram que amantes da literatura interagissem, debatendo sobre suas leituras, fazendo indicações de livros e contribuindo para o funcionamento do que Jenkins (2015) chama de cultura participativa na Web 2.0. Muitos dos participantes também passaram a se dedicar à produção de conteúdo literário e a influenciar nas escolhas de leitura de outras pessoas, impactando também no mercado de vendas de livros.

Dito isso, a decisão de abordagem do tema em questão nesta pesquisa se deu pelo fato de que eu pude acompanhar de perto, tendo em vista a minha posição como criadora de conteúdo literário desde 2020, como a literatura passou a ser mais difundida entre os jovens por meio das comunidades de leitores existentes nas redes sociais. Diante disso, o tema proposto apresenta dados relevantes para a literatura brasileira, pois ilustra a crescente mudança no cenário literário do país.

Assim, o presente trabalho objetiva investigar o papel das *bookredes* como espaços incentivadores do consumo de uma literatura mais consciente e diversificada, por meio de um panorama sobre como os conteúdos literários são compartilhados nas redes sociais, em específico no *Instagram*, *X*², e *TikTok*. Para tanto, tem-se como questionamento norteador: “De que maneira as comunidades virtuais de leitores contribuem para o consumo de livros e atuam na difusão de uma literatura mais diversa?”.

Em vista disso, tem-se como objetivos específicos: 1) Explorar de que maneira os recursos de compartilhamento de mídia no *Instagram*, *X*, e *TikTok* são utilizados pelas comunidades de leitores no incentivo à literatura; 2) Relatar de que maneira o surgimento e a ascensão do *booktok* impactou o mercado literário e as livrarias; 3) Investigar de que forma as

² Antigamente chamado de *Twitter*.

bookredes incentivam uma leitura mais crítica; e 4) Evidenciar como as comunidade virtuais de leitores estão contribuindo para a propagação de obras com mais representatividade e diversidade e de que maneira elas contribuem para a cobrança de mais consciência no meio literário.

O trabalho foi desenvolvido com base em informações coletadas *online*, considerando *sites*, jornais e revistas digitais que disponibilizam dados públicos relacionados à temática aqui abordada. Ademais, foram utilizadas capturas de telas de conteúdos postados *online* por produtores de conteúdo literário e membros das *bookredes* para evidenciar melhor o uso das redes sociais por leitores.

2 CULTURA PARTICIPATIVA/DE CONVERGÊNCIA E AS COMUNIDADES VIRTUAIS

Tendo em vista as constantes mudanças tecnológicas que vêm acontecendo, as redes sociais e plataformas digitais utilizadas pelas pessoas também sofreram modificações para se adequarem ao atual contexto tecnológico, tornando-se impossíveis de se ignorar. Para Costa (2002), o engajamento das pessoas com as novas tecnologias é evidenciado pelo potencial de interatividade proporcionado por elas. O argumento de Costa (2002) faz ainda mais sentido quando refletimos o surgimento e a ascensão das redes sociais — como o *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, etc. —, cuja característica comum entre ambas é a possibilidade que oferecem aos usuários de participarem e se envolverem ativamente, interagindo com outros usuários e com conteúdos postados por eles.

Essas mudanças, proporcionadas pela era digital, tiveram um impacto direto na maneira que interagimos e consumimos informação e cultura. Com isso, as redes sociais desempenharam um papel importante na formação de comunidades virtuais, que proporcionam uma interatividade que se dispersa entre pessoas de todo o planeta (Costa, 2002). Apoiando-se em Figallo (1998), Ridings e Gefen (2006) afirmam que:

[...] as comunidades virtuais são aquelas em que os membros se sentem parte de um grupo social maior, sentem uma rede interligada de relacionamentos com outros membros, têm trocas contínuas com outros membros sobre coisas em comum que valorizam (como informações sobre um hobby compartilhado) e mantêm relacionamentos duradouros com outros (Ridings; Gefen, 2006, n.p, tradução da autora).³

Logo, as comunidades virtuais são formadas considerando interesses comuns entre os indivíduos que as compõem, podendo reunir membros com interesse nas mais variadas temáticas, como esportes, entretenimento, jogos, etc. (Costa, 2002). Dentro dessas comunidades, os participantes contribuem com seus comentários e se envolvem em discussões.

Essa troca de ideias e perspectivas entre as pessoas no meio *online* não é recente, no entanto, o desenvolvimento de novas plataformas de mídias sociais, como o *TikTok*, bem como a adaptação de plataformas já existentes, como o *Instagram*, ofereceu às comunidades virtuais uma gama de novas ferramentas que facilitam a comunicação entre os usuários,

³ Trecho original: “[...] virtual communities are those where members feel part of a larger social group, sense an interwoven web of relationships with other members, have ongoing exchanges with other members of commonly valued things (such as information about a common hobby), and have lasting relationships with others” (Ridings; Gefen, 2006). Publicação não paginada.

adjunto à possibilidade de compartilhamento de diferentes mídias, como vídeos, fotos, áudio, *lives*, e etc; apresentando novas oportunidades de cooperar com o conteúdo compartilhado. Neste sentido, pode-se afirmar que à medida em que as mídias digitais e seu funcionamento são impactados pelo avanço tecnológico, a interatividade entre usuários das comunidades virtuais ambientadas nas redes sociais online também sofre modificações.

Essa evolução tecnológica não apenas aumenta o potencial de aderência das redes sociais, como também oferece aos seus usuários a oportunidade de ir além do papel de meros consumidores de conteúdo e passar a contribuir diretamente com a criação e o compartilhamento de um conteúdo próprio e original. Essa mudança pode ser considerada um reflexo da chamada cultura participativa, conceito proposto por Jenkins (2015). Para o autor:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (Jenkins, 2015, p. 35).

O fenômeno da Cultura Participativa de Jenkins (2015) está inserido no que o autor chama de “convergência dos meios de comunicação”, que diz respeito ao:

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (Jenkins, 2015, p. 33).

Nesse contexto, a existência das comunidades virtuais, especificamente nas mídias sociais, evidencia o fenômeno proposto por Jenkins (2015) por meio do compartilhamento de conteúdo em um ambiente de convergência midiática, tendo em vista a crescente adesão das pessoas às redes digitais como resultado da ânsia por experiências de entretenimento mais participativas (Camargo; Estevanim; Silveira, 2017).

Em virtude disso, a existência de comunidades de diferentes nichos, em diferentes redes sociais, permite que os usuários migrem de uma plataforma a outra em busca dos conteúdos e experiências de entretenimento especificamente relacionadas com seus interesses, contrastando com as possibilidades oferecidas por outros meios de comunicação convencionais, nas quais os espectadores possuem um papel puramente passivo, como argumentam Camargo, Estevanim e Silveira (2017):

Os interagentes, em determinados momentos, querem muito mais do que apenas sentar-se em frente à televisão e assistir a um programa: eles querem participar, opinar, interagir e conversar com a emissora de TV. Ou ainda, os sujeitos buscam um produto midiático que não se finde na sua própria exibição, mas que proponha conteúdos que vão além de um único dispositivo de distribuição e que necessitem do engajamento do público para que aconteçam efetivamente, à medida que parte do processo de circulação dos produtos midiáticos depende da apropriação tática dos sujeitos (Camargo; Estevanim; Silveira, 2017, p. 107).

Além disso, a participação nas comunidades virtuais ressignifica a forma na qual as pessoas criam e compartilham conteúdos, bem como de colaborar entre si em um ambiente digital, tornando esse processo mais atrativo e permitindo uma conexão com outras pessoas que partilhem dos mesmos interesses sem restrições geográficas (Camargo; Estevanim; Silveira, 2017).

2.1 COMUNIDADES (VIRTUAIS) DE LEITORES

Como objeto principal deste trabalho, consideramos as comunidades voltadas para o público leitor. Citando Chartier (1999), Cosson (2014) define uma comunidade de leitores como sendo:

[...] um espaço de atualização, por conseguinte também de definição e transformação das regras e convenções da leitura uma forma de interação social por meio da qual as práticas de leitura ganham a especificidade e concreticidade dos gestos espaços e hábitos (Chartier, 1999 *apud* Cosson, 2014, p. 138).

Sendo assim, as comunidades de leitores oferecem às pessoas uma maneira de vivenciar uma experiência de leitura que vá além do exercício individual do ato de ler, uma vez que possibilitam a troca de perspectivas de leitura com outros leitores.

[...] uma comunidade de leitores é definida pelos leitores enquanto indivíduos que, reunidos em um conjunto, interagem entre si e se identificam em seus interesses e objetivos em torno da leitura, assim como por um repertório que permite a esses indivíduos compartilharem objetos, tradições culturais, regras e modos de ler (Cosson, 2014, p. 138).

Pensando na definição de Cosson (2014) e no funcionamento dessas comunidades como um espaço propício à uma prática de leitura enriquecida pela interação ativa entre leitores, considero, aqui, que a existência de comunidades de leitores no meio virtual

representa uma expansão desse conceito ao adaptá-lo a um cenário tecnológico, no qual tais comunidades são conhecidas por seus usuários pelo termo “*bookredes*”⁴.

As *bookredes* são comunidades virtuais literárias que apresentam uma gama de possibilidades de conteúdos e ferramentas utilizados no incentivo à literatura, justamente pelo fato de que, como o próprio termo antecipa, funcionam nas redes sociais. Assim como acontece nas demais comunidades virtuais existentes na Web 2.0, os membros das *bookredes* atuam de forma ativa no compartilhamento de conteúdos e comentários sobre os livros que leem ou pretendem ler. Podendo ser consideradas como um reflexo do avanço tecnológico que carrega consigo a necessidade de adaptações ao meio digital, as *bookredes* também abrem portas para que a literatura possa ser mais amplamente difundida e as práticas de leitura mais socializadas, como afirmam Santos e Pereira (2021):

Com a ampliação dos sistemas de representação, como a fotografia e o cinema, as práticas de leitura se tornaram, por extensão, mais desordenadas e menos controladas. A nova geração de leitores, ao romper com os precedentes de gerações passadas, cria novas formas de sociabilidade, passando, por exemplo, a compartilhar seus achados e construir comunidades, hoje reforçadas pelos textos eletrônicos que circulam no meio digital (Santos; Pereira, 2021, p. 99-100).

Ademais, Santos e Pereira (2021, p. 96) reforçam que dentro dessas comunidades há um rompimento da passividade dos usuários, diretamente relacionado aos diálogos propostos pelo compartilhamento de informações entre os participantes, que “[...] compartilham e comentam postagens, criam memes a partir de um fato de grande repercussão, produzem *fanfics* após concluírem a leitura de um livro ou assistirem a um filme/série”.

Por conseguinte, a presença das *bookredes* em diversas mídias sociais contribui para espalhar o alcance e a influência dessas comunidades, principalmente considerando as especificidades de cada uma. Normalmente, as comunidades literárias recebem nomes inspirados na rede em que atuam, a exemplo do *booktube* no *Youtube*, o *booktwitter* no *X*⁵, o *bookstagram* no *Instagram* e o mais recente: o *booktok* no *TikTok*. Este trabalho irá focar nas comunidades literárias do *TikTok*, *Instagram* e *X*.

⁴ Junção de “*book*” (livro em inglês) com “redes” (sociais). Utilizamos esse termo para nos referir a todas as comunidades virtuais de leitores de uma maneira geral, independentemente da plataforma na qual elas atuam.

⁵ Apesar da mudança no nome da rede social em 2023, o termo referente à comunidade literária da rede não sofreu alterações.

3 AS *BOOKREDES* E AS POSSIBILIDADES VARIADAS DE INCENTIVO À LITERATURA

O crescimento constante da comunidade literária em diferentes redes também abriu portas para que diferentes formatos de conteúdo, dentro das mesmas temáticas, surgissem. À vista disso, este capítulo irá apresentar exemplos de como os amantes da literatura atuam no cenário digital para a propagação da mesma por meio das plataformas de mídias sociais: *Instagram*, *X* e *TikTok*.

3.1 *BOOKSTAGRAM*

O *Instagram*, fundado em 2010 pelos engenheiros de software Kevin Systrom e Mike Krieger, é a terceira rede social mais usada no Brasil e a quarta no ranking mundial, totalizando cerca de 2 bilhões de usuários (Souza, 2023). A rede que, antigamente era inteiramente voltada para a postagem de fotos, se adaptou e abriu a possibilidade de postagem de vídeos verticais, com formato 9:1 (tela cheia) e duração de até 90 segundos, conhecidos como *reels* (Loures; Castro, 2022). O novo formato fez sucesso entre os criadores de conteúdo literário no *bookstagram* — a comunidade de leitores no *Instagram* — que, muitas vezes, até repostam vídeos do *TikTok* no *reels* para ter alcance nas duas redes utilizando o mesmo conteúdo.

A plataforma também dispõe do recurso de *stories*, que nada mais é do que uma ferramenta para conteúdos mais imediatos e temporários, podendo ser fotos ou vídeos de até 1 minuto que ficam disponíveis durante o período de 24 horas. Os *stories* são comumente utilizados pelos leitores na publicação de atualizações de leitura, por exemplo, bem como para a realização dos chamados “diários de leitura”, nos quais são postados, normalmente em tempo real, as reações e reflexões desses leitores durante a leitura de algum livro.

Ademais, o *Instagram* realiza constantes atualizações que contribuem para facilitar o funcionamento e existência de comunidades virtuais de uma maneira geral, considerando que, a cada atualização, novos recursos são disponibilizados para permitir mais interações entre as pessoas. Atualmente, os usuários da plataforma podem não só curtir e comentar os conteúdos de criadores, como também responder aos comentários de outros usuários, além de poderem salvar as publicações para ver em um outro momento (Aguiar, 2018).

Em adição aos recursos citados acima, o *Instagram* permite, ainda, a publicação de *posts* estáticos que incluem tanto fotos — que, inicialmente, era o conteúdo foco da

plataforma — quanto os *posts* “carrosséis”⁶, que também são formatos populares, constantemente utilizados por criadores de conteúdo literário.

Um exemplo bastante predominante no *bookstagram* é o estilo de conteúdo que reúne, em uma só postagem carrossel, a indicação de vários livros. Essas indicações podem possuir temáticas similares ou apenas se tratarem de uma seleção de livros que os criadores acreditam que se encaixam no objetivo do conteúdo. Para ilustrar, a Figura 1 traz uma postagem realizada no *bookstagram*, que objetiva indicar livros para pessoas que desejam criar o hábito de leitura, mas não sabem por onde começar.

Figura 1 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram*.



Fonte: Sisters Books Daily (2023).⁷

Seguindo uma linha que valoriza a estética, característica pouco comum nas demais redes sociais, os conteúdos estáticos do *bookstagram* se atentam a utilizar recursos visuais para atrair a atenção do público, como títulos com fontes mais chamativas e fundos coloridos. Ademais, uma técnica bastante utilizada nessa rede para a recomendação de livros é a associação com filmes e séries de TV, partindo da noção de que o cinema aliado à literatura pode ser uma ótima estratégia na promoção da leitura (Leite, 2021).

A adaptação de obras literárias para o audiovisual vem sendo cada vez mais comum. Leite (2021) afirma que, uma obra literária ao ser narrada por meio de um filme permite ao público se sentir imerso na própria obra. Desse modo, as adaptações de livros para filmes e séries podem representar uma importante porta de entrada para chamar a atenção de potenciais leitores, principalmente se considerarmos a possibilidade de, ao saberem que se

⁶ Os posts carrosséis consistem em várias imagens que podem ser publicadas de uma só vez e na mesma postagem. Atualmente, o *Instagram* permite a inclusão de até 10 fotos por postagem. Para visualizá-las, o usuário precisa apenas “arrastar o dedo na tela” para passar as imagens.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxWOp0IPon1/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>. Acesso em: 25 set. 2023.

trata da adaptação de uma obra literária, eles se interessarem por ler a obra, visto que ela costuma fornecer mais detalhes sobre a história.

Neste cenário, é bastante comum encontrar postagens informativas no *bookstagram* sobre livros que possuem adaptações. No entanto, sabendo do interesse de muitos leitores por filmes e séries sobre livros, e considerando que nem todos os livros têm a chance de se tornarem uma produção audiovisual, muitos criadores de conteúdo do *bookstagram* também fazem uso de uma tática de associação de livros a filmes e séries que possuem, no máximo, algumas características de enredo semelhantes, mas que não contam a mesma história (Figura 2).

Figura 2 – Captura de tela do perfil Leituras da Trish no *Instagram*.



Fonte: Valença (2022).⁸

Esse tipo de associação é capaz de difundir a literatura para um público mais amplo ao criar uma ponte entre dois meios, demonstrando também, na prática, a cooperação de diferentes espaços midiáticos proposta por Jenkins (2015), ao unir o mundo literário, adaptado ao cenário digital, com o mercado cinematográfico, sugerindo experiências de entretenimento mais ricas e interconectadas.

Ademais, diante das inúmeras possibilidades de conteúdos criativos para propagar a literatura, a comunidade do *bookstagram* também preza pela publicação de resenhas literárias, conteúdo que predominava entre os leitores usuários da rede social anos atrás, antes de todas as adaptações do *Instagram* ao cenário tecnológico atual, mas que ainda está em alta na comunidade.

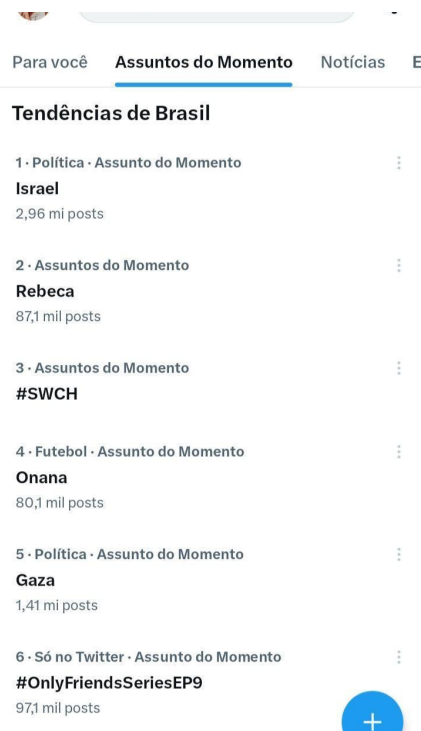
⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cgj60Gfm5v/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>. Acesso em: 15 set. 2023.

3.2 BOOKTWITTER

Criado em 2006 por Jack Dorsey, em conjunto com Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, o *Twitter* objetivava o compartilhamento de mensagens curtas e sem restrições de horário⁹ (Meio & Mensagem, 2022). Em julho de 2023, a plataforma, que passou a se chamar “X” após ser comprada por Elon Musk, atingiu o marco de 540 milhões de usuários mensais. Ao divulgar a informação em seu perfil no X, Musk (2023) considerou o acontecido como um novo recorde.

Atualmente, a plataforma possibilita o uso de diversos recursos de mídia, como imagens, vídeos e até mesmo enquetes, mas segue sendo uma rede social majoritariamente voltada para textos curtos. Assim como as demais redes, o X possui a ferramenta de *hashtag* (#), que é utilizada como um *hiperlink* que reúne todos os conteúdos postados sobre uma mesma temática, facilitando a conexão de pessoas com interesses em comum (Resultados Digitais, 2018). Entretanto, um dos diferenciais do X é a existência de uma aba específica que expõe os assuntos mais comentados na plataforma no momento (Figura 3).

Figura 3 – Captura de tela da aba “Assuntos do Momento” no X.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de X (2023).

⁹Ao contrário do *TikTok* e do *Instagram*, nos quais os conteúdos são publicados levando em consideração horários específicos que proporcionem um melhor alcance, no X as pessoas postam de maneira mais “livre”, a qualquer momento.

O *X* é uma das redes sociais mais utilizadas pela comunidade literária na Web 2.0. O *booktwitter*, como é chamada a comunidade voltada para o nicho literário presente na rede, é conhecido como um espaço onde os leitores costumam se expressar de maneira menos formal, se comparada ao *bookstagram*, por exemplo, que possui resenhas maiores, com críticas mais polidas e escritas com mais atenção à ortografia. Ainda em comparação com o *bookstagram*, no *booktwitter* os conteúdos tendem a ser mais simples e imediatos, sem toda a preocupação estética característica do *Instagram*. Além disso, é bastante comum a utilização do *booktwitter* para postar atualizações e avaliações de leitura. Autores nacionais e internacionais também se fazem presentes nessa comunidade, utilizando-a como um canal de informações e divulgação sobre seus livros, postando trechos e ilustrações de seus personagens para chamar a atenção de potenciais leitores.

Durante meus 4 anos de participação no *booktwitter*, observei que, apesar de seu caráter mais informal, essa comunidade é bastante engajada e atenta aos acontecimentos do meio literário, atuando ativamente na exposição de situações absurdas de preconceito ou injustiça dentro das comunidades virtuais de leitores¹⁰, bem como nas mobilizações relacionadas à literatura, a exemplo do “Exploda Seu Kindle”, ocorrido no dia 4 de outubro de 2023.

O “Exploda Seu Kindle” foi uma grande mobilização literária organizada pelo perfil “Divulga Nacional”¹¹, com a ajuda do perfil “Divulga Gratuito”. O evento foi inspirado no “Stuff Your Kindle Day”, traduzido literalmente como “dia de encher seu Kindle”¹², popularizado nos Estados Unidos e que funciona como um dia específico no ano em que centenas de livros digitais ficam gratuitos na *Amazon* e em outras grandes plataformas, como a *Apple Books*, *Barnes and Noble Nook*, *Google Play* e *Kobo*, que, com o tempo, foram aderindo à participação no evento (The Economic Times, 2023).

Para a realização do evento, o perfil idealizador publicou no *X* um formulário para que autores interessados preenchessem com as informações referentes aos seus livros (Figura 4). A ação contou com a forte ajuda de criadores de conteúdo, editoras, autores e anônimos participantes das *bookredes*, que divulgaram o projeto por meio de seus perfis utilizando a *hashtag* #ExplodaSeuKindle, que, só no TikTok, somou cerca de 5 milhões de visualizações

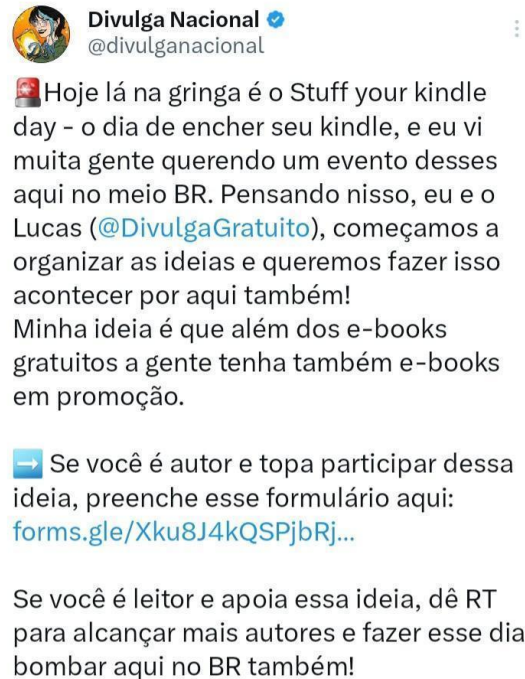
¹⁰ Que serão exemplificadas mais à frente no tópico 6.

¹¹ Apesar de estar inserido também no *TikTok* e *Instagram*, o perfil atua mais ativamente no *X*, compartilhando diariamente sobre lançamentos de livros nacionais e anúncios de livros nacionais gratuitos ou em promoção.

¹² Dispositivo usado para leitura de livros digitais (*E-reader*).

e, após pouco mais de 1 hora de evento no dia 4, foi parar em primeiro lugar na aba de “Assuntos do momento” no X, como mostrado na Figura 5.

Figura 4 – Captura de tela do perfil “Divulga Nacional”.



Fonte: Divulga Nacional (2023a)¹³.

Figura 5 – Captura de tela do perfil “Divulga Nacional”.



Fonte: Divulga Nacional (2023b)¹⁴.

¹³ Disponível em: <https://twitter.com/divulganacional/status/1704599432115757507>. Acesso em: 22 set. 2023.

¹⁴ Disponível em: <https://twitter.com/divulganacional/status/1709564982168330389>. Acesso em: 07 out. 2023.

Foram mais de mil *e-books* gratuitos disponíveis para qualquer pessoa baixar e mais de 200 em oferta, por preços acessíveis (Divulga Nacional, 2023c). A ação tomou proporções tão grandes que chegou a ser noticiada nas redes sociais do Jornal O Globo (2023) e, de acordo com os *insights* pós-evento divulgados pelo Maratona App (2023)¹⁵, somente a página da ação obteve mais de 795 mil visualizações.

Apesar dos livros terem sido disponibilizados na *Amazon*, as pessoas interessadas em baixá-los não precisavam ter nada além de uma conta na plataforma, não sendo obrigatório nenhum tipo de assinatura. Os *e-books* obtidos ficaram vinculados à conta *Amazon* do usuário e podem ser lidos tanto por meio do aplicativo Kindle quanto pelo site ou pelo próprio dispositivo de leitura. Neste sentido, a disponibilização em massa de tantas obras literárias de autores nacionais, muitos deles independentes — isto é, sem vínculo com editoras —, representa um passo relevante para a promoção dessa literatura que, muitas vezes, chega a ser ignorada pelos próprios leitores brasileiros.

Ademais, a iniciativa pode ser considerada uma importante proposta de democratizar a leitura, possibilitando que pessoas com poucos recursos financeiros para comprar livros e *e-books*, possam conseguir ler, desde que tenham um dispositivo com internet, sem precisar recorrer à pirataria. Por conseguinte, a proporção alcançada pelo “Exploda Seu Kindle” também demonstra que as *bookredes* não apenas discutem livros ou possuem um papel passivo na Web 2.0, mas são atuantes ao propor ações concretas para facilitar a leitura para todos, de modo a torná-la mais acessível.

3.3 O BOOKTOK: A NOVA COMUNIDADE VIRTUAL DE LEITORES

O *TikTok*, plataforma atualmente pertencente à empresa chinesa ByteDance que a comprou em 2017, foi uma das mídias sociais que ganhou popularidade durante o período conturbado resultante da pandemia de Covid-19, se tornando o aplicativo mais baixado de 2020 e superando até mesmo o *Facebook* e o *Instagram* (Santiago, 2020). O surgimento de novas plataformas como o *TikTok*, é um exemplo prático dos conceitos de cultura de convergência e cultura participativa propostos por Jenkins (2015), pois, além de ser uma rede com muito engajamento e interação entre os seus usuários, sua facilidade de uso possibilita que cada vez mais pessoas deixem de ser apenas consumidores de conteúdo e passem a

¹⁵ Plataforma utilizada pelo Divulga Nacional para catalogar os links dos *e-books* participantes.

contribuir com a produção de conteúdo para diversos nichos, como relatado pelo jornal *Metrópoles* (2022):

Desde médicos fazendo as trends do momento, passando por fashionistas excêntricas, uma extensa rede de pessoas fazendo unboxing, uma senhora chamando para almoçar até as lives completamente aleatórias: tudo isso tem seu público engajado (*Metrópoles*, 2022, p. 1).

De acordo com Loures e Castro (2022), essa crescente fama do *TikTok* é um indício de que, em breve, essa plataforma poderá dominar o cenário da mídia social mundial. Voltado para a produção de vídeos curtos, o *TikTok* era utilizado com um maior enfoque para as coreografias virais e áudios de comédia. No entanto, com o passar do tempo, e como mais pessoas começaram a utilizá-la, a plataforma passou a ter uma diversidade maior de conteúdos e áreas temáticas. Vídeos de culinária, dublagens, dicas de moda, etc., podem ser encontrados inseridos em suas respectivas comunidades, que são nomeadas de acordo com seu nicho, como por exemplo: conteúdos de moda fazem parte do *FashionTok*¹⁶, conteúdos de arte compõem o *ArtTok*¹⁷ e assim por diante. Neste seguimento, o nicho literário na plataforma ficou conhecido como *booktok*; uma junção da palavra *book*, correspondente à “livro” em inglês, com o sufixo “Tok”, proveniente do nome da plataforma *TikTok*.

De acordo com relato publicado por Cait Jacobs (2021), criadora de conteúdo literário, em seu site pessoal, foi por volta de abril de 2020 que a comunidade literária cresceu significativamente no *TikTok* e o termo *booktok* ganhou notoriedade nos Estados Unidos. Com o tempo, essa comunidade foi ganhando cada vez mais espaço entre os jovens, crescendo, inicialmente, no exterior e, posteriormente, no Brasil.¹⁸

Em outubro de 2023, a *hashtag* #booktok¹⁹ possuía mais de 185 bilhões de visualizações, reunindo conteúdos literários, como indicações de livros e resenhas de pessoas do mundo inteiro. Em relação à versão brasileira da *tag*, #booktokbrasil²⁰, de acordo com o PublishNews (2023), em maio de 2023, o alcance foi de aproximadamente 14 bilhões de visualizações, podendo ser indício de como essa plataforma “[...] molda não só a cultura da

¹⁶ Junção de “Fashion” com o sufixo “Tok”, referente ao nome da plataforma, mas também chamado de “Fashion TikTok”.

¹⁷ Junção de “Art”, em inglês, com o sufixo “Tok”, seguindo a mesma lógica do exemplo anterior.

¹⁸ Não foram encontrados dados oficiais sobre datas específicas referentes ao início da comunidade do *booktok* no Brasil, no entanto, sou usuária ativa do *TikTok* desde fevereiro de 2020 e observei que somente por volta de junho de 2020, a *hashtag* #BookTokBrasil começou a ganhar popularidade aqui no Brasil.

¹⁹ Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/booktok>. Acesso em: 14 out. 2023.

²⁰ Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/booktokbrasil>. Acesso em: 14 out. 2023.

nova geração, mas possui grande influência nos hábitos diários das pessoas”. Alguns meses depois, em outubro, esse alcance chegou a mais de 18 bilhões de visualizações.

Os “*booktokers*”, como são chamados os criadores do *booktok*, se esforçam para se destacarem criando conteúdos autênticos e criativos para os leitores que os acompanham, sempre se adaptando às “trends²¹” em alta no aplicativo ou criando suas próprias. De acordo com Chowdhury (2023):

Um dos principais fatores que parecem ter ajudado no sucesso do *booktok* é o seu senso de autenticidade. No *TikTok*, os vídeos curtos e não filtrados muitas vezes parecem ter sido feitos num instante, com pouca preparação prévia. Dá à comunidade um ar mais casual e amigável, além de uma experiência aparentemente mais autêntica. Em comparação, plataformas como *Instagram* e *Youtube* podem parecer muito mais artificiais, concentrando-se menos numa experiência comunitária (Chowdhury, 2023, tradução da autora).²²

A fala de Chowdhury (2023) destaca a autenticidade como uma característica chave para o sucesso dos vídeos postados na comunidade. A consideração dos conteúdos do *booktok* como “autênticos” refere-se ao fato de que há uma simplicidade na edição dos vídeos publicados que contribui para que as pessoas que estão assistindo tenham a percepção de que os criadores estão compartilhando suas opiniões e recomendações de maneira genuína, descontraída e desprovida de uma produção altamente elaborada, o que diferencia essa comunidade virtual das demais comunidades presentes em outras redes sociais, e acaba criando um ambiente confortável que propicia a troca de ideias entre os leitores nos comentários.

Um exemplo disso é a chamada “fofoca literária”, um estilo de vídeo que viralizou no *booktok* e consiste em indicar algum livro contando, despreziosamente, sua história em primeira pessoa, como se estivesse relatando uma experiência própria, ou utilizar a terceira pessoa na hora de narrar, como se estivesse contando uma “fofoca” sobre alguém, para, ao fim do vídeo, revelar que se trata de um livro. A *hashtag* #FofocaLiterária²³ atualmente conta com mais de 232 milhões de visualizações na plataforma e reúne indicações de livros de suspense, romance, fantasia e até mesmo clássicos da literatura brasileira.

²¹ Termo utilizado para se referir às tendências, estilos de conteúdo amplamente reproduzidos nas redes *online*.

²² Trecho original: “One of the key factors that seem to have aided Booktok’s success is its sense of authenticity. On TikTok, the short, unfiltered videos often feel as though they were made in an instant, with little preparation done beforehand. It gives the community a more casual, friendly air, as well as a seemingly more authentic experience. In comparison, platforms such as Instagram and Youtube can feel far more artificial, focusing less on a communal experience” (Chowdhury, 2023). Publicação não paginada.

²³ Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/fofocaliteraria>. Acesso em: 5 out. 2023.

O caráter simples e informal de grande parte dos conteúdos do *booktok* incentiva a interação entre leitores. Um dos diferenciais do *TikTok* é a disponibilidade de recursos de vídeo que, inicialmente, não eram comuns às demais redes sociais, como, por exemplo, a possibilidade de realizar “duetos”, que permitem a colaboração com os vídeos de outros criadores, colocando os conteúdos em conjunto, no mesmo vídeo. Além disso, tem-se a função “costurar”, que permite que os criadores façam recortes de cenas do vídeo de outro usuário na sua criação²⁴ (TikTok, c2023). Tais recursos são bastante utilizados na comunidade literária do *TikTok*, sendo importantes para gerar discussões e ampliar o envolvimento da comunidade literária, visto que, dessa forma, as pessoas podem expressar suas próprias opiniões sobre os conteúdos de outras pessoas, estendendo debates sobre tópicos literários específicos.

Em conversa com O GLOBO (2022), o *booktok* é definido pela curadora da Bienal do Livro de 2023, Diana Passy, como “[...] um herdeiro dos blogs de resenha dos anos 2000 e dos canais no YouTube e perfis no Instagram que surgiram na última década e conquistaram seguidores falando de livros”, ao mesmo tempo em que reflete um sucesso na conversão de novos leitores e no mercado literário nunca obtido por nenhuma das outras redes sociais. Esse sucesso do *booktok* entre os leitores representa uma evolução na maneira de compartilhar e consumir a literatura, e ressignifica o uso de novas tecnologias, nesse caso, de plataformas de mídias sociais, mostrando o potencial que elas possuem para propagar amplamente a literatura.

²⁴ Esses recursos atualmente também estão disponíveis na plataforma do Instagram, que se inspirou no TikTok para aderi-los.

4 O EFEITO *BOOKTOK* NO SETOR EDITORIAL E DE LIVRARIAS

No ano de 2020, devido a pandemia de Covid-19, o fechamento temporário de estabelecimentos comerciais se tornou uma grande preocupação. O setor de livrarias se viu atingido pela situação e precisou buscar novas alternativas para evitar uma crise ainda maior, como o investimento em canais de vendas *online*.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Nielsen BookData (2021), em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e a Câmara Brasileira do Livro (CBL), ao analisar a participação de livrarias exclusivamente virtuais no faturamento das editoras no ano de 2020, registrou-se um crescimento de 84% destas. A nível de comparação, no ano de 2018, o setor editorial registrava um faturamento de 3,4% por livrarias exclusivamente virtuais e mais de 50% por meio de livrarias físicas; em 2019, esses registros eram de 12,7% e 41,6% para as respectivas categorias (Nielsen BookData, 2020). Já em 2020, o faturamento com livrarias físicas caiu para 30,3%, enquanto as virtuais cresceram para 24,8%. Tais resultados são um indicativo importante da mudança no comportamento de compra de livros nos últimos anos no Brasil.

A crescente adesão à compra de livros por meios virtuais demonstra uma tendência que vem se fortalecendo com o passar dos anos, mesmo em um contexto pós-pandêmico, visto que, os dados mais recentes sobre produção e vendas do setor editorial brasileiro, referentes ao ano de 2022, apontam que os canais de vendas *online* possuíram a maior participação no faturamento das editoras do país, com cerca de 35,2% (Nielsen BookData, 2023).

Neste cenário, as redes sociais também ocuparam um papel significativo possibilitando novas alternativas para o mercado literário, principalmente no que diz respeito a chamar a atenção de potenciais clientes. Em entrevista concedida para Maia e Nascimento, Leida Reis (2021), diretora da Livraria Páginas, contou que, com o isolamento social no Brasil, em 2020, resultante da pandemia de Covid-19, as redes sociais se tornaram canais importantes para a venda e divulgação de seus livros após a decisão de fechar as portas de sua livraria física. Reis (2021) e sua equipe optaram por adaptar suas divulgações por meio da criação de conteúdo no *Instagram*, objetivando, segundo ela, “[...] ficar o quanto mais próximo dos leitores, chamá-los para o nosso lado e dialogar com eles”.

Após me inserir como criadora de conteúdo dentro dessas comunidades literárias nas redes sociais durante o período em questão, pude acompanhar de perto a ascensão delas e, principalmente, a repentina fama do *TikTok*, que foi meu ponto de partida na produção de

conteúdo literário. Assim, observei que, à medida que a comunidade leitora se fortalecia na Web 2.0, não apenas leitores, pequenas livrarias e sebos se rendiam à criação de conteúdo, como também editoras e grandes redes de livrarias. Ao perceberem o sucesso que o nicho literário estava fazendo, diversas livrarias e sebos ao redor do Brasil e do mundo viram isso como uma maneira de se reinventar e chamar a atenção dos usuários para promoções de livros e eventos literários em seus estabelecimentos. Com o tempo, tornou-se comum se deparar com vídeos de humor, indicações de livros, *trends* literárias e outros tipos de conteúdos produzidos pelos próprios funcionários de livrarias e editoras.²⁵ Essa participação ativa representa uma importante adaptação do meio literário ao cenário digital.

O impacto da ascensão dessas comunidades virtuais literárias é refletido diretamente no sucesso do mercado editorial atual e demonstra uma transformação na forma que a literatura é difundida para as pessoas. A popularidade do *TikTok* entre o público jovem-adulto resultou em um impacto tangível no mercado editorial mundial, um efeito que reverbera até hoje. O *booktok* tornou-se uma referência para os leitores que desejam compartilhar suas reflexões, críticas e recomendações literárias com outros leitores. Desse modo, os jovens leitores vêm descobrindo na plataforma do *TikTok* um meio de ampliar seus horizontes literários, conhecendo novos livros, gêneros e autores. De acordo com Stewart (2021):

Os influenciadores do *booktok* são predominantemente adolescentes e mulheres jovens, entusiasmados em compartilhar suas opiniões, classificações e recomendações relacionadas aos livros. Quando um livro se populariza entre os usuários (uma *hashtag* comum nos vídeos do *booktok* é #TikTokMadeMeReadIt), os resultados no mundo real podem ser impressionantes (Stewart, 2021, tradução da autora).²⁶

A *hashtag* citada por Stewart (2021), #TikTokMadeMeReadIt²⁷, traduzida como “o *TikTok* me fez ler isso”, bem como sua variação #BooktokMadeMeBuyIt²⁸, “o *booktok* me fez comprar isso”, dentre outras, são utilizadas com o mesmo objetivo de reunir comentários, resenhas e críticas sobre livros indicados na comunidade. Elas representam um indicativo do poder que as opiniões compartilhadas sobre determinados livros podem exercer sobre as

²⁵ Um exemplo desse tipo de conteúdo pode ser observado no perfil da Livraria Leitura de Interlagos – SP. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@leiturainterlagos/video/7208252709244308742>. Acesso em: 27 set. 2023.

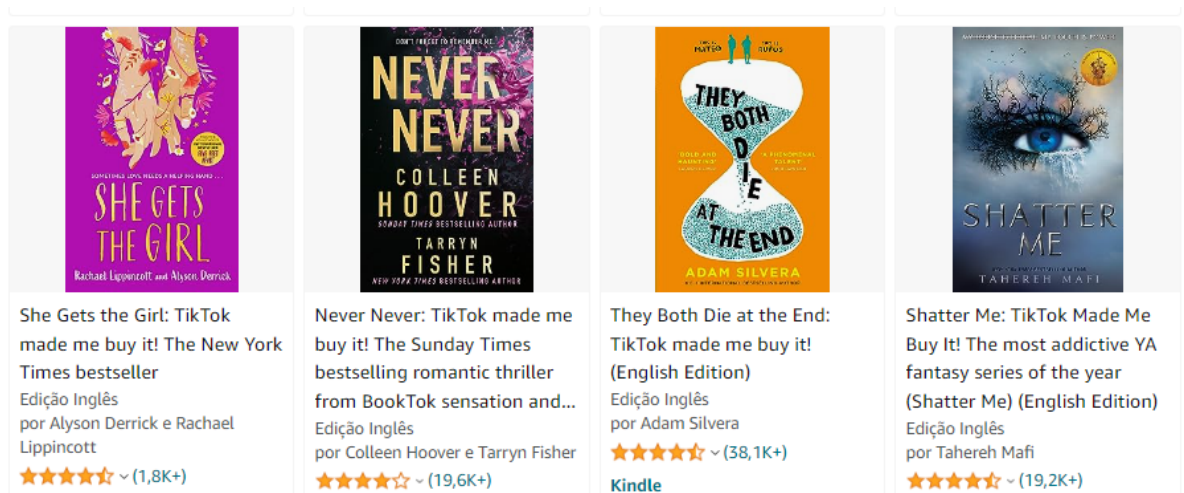
²⁶ Trecho original: “BookTok influencers are predominantly teenagers and young women, excited to share their book-related opinions, rankings, and recommendations. When a book catches on among users (a common hashtag on BookTok videos is #TikTokMadeMeReadIt), the real-world results can be impressive” (Stewart, 2021). Publicação não paginada.

²⁷ Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/tiktokmademereadit>. Também pode ser encontrada como #BooktokMadeMeReadIt, disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/booktokmademereadit>. Acesso em: 6 set. 2023.

²⁸ Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/booktokmademebuyit>. Acesso em: 6 set. 2023.

escolhas de leitura das pessoas e isso também refletiu nas estratégias de marketing utilizadas pelas editoras para alcançar um público maior e aumentar as vendas, chamado por Anklam (2022) de “efeito *booktok*”. Um exemplo disso pode ser encontrado em plataformas de vendas *online*, como a *Amazon*, cujos anúncios de livros amplamente divulgados no *booktok* carregam um letrero inspirado nas *hashtags* da própria plataforma, como “*TikTok made me buy it*” (Figura 6), para versões em inglês de livros, e “Sucesso do TikTok” nas versões em português (Figura 7).

Figura 6 – “TikTok Made Me Buy It” na Amazon.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no site da *Amazon* (2023).²⁹

Figura 7 – “Sucesso do TikTok” na Amazon.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no site da *Amazon* (2023).³⁰

²⁹ Disponível em: https://www.amazon.com.br/s?k=tiktok+made+me+buy+it&__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=5ZJ4I1MZ865S&sprefix=tiktok+made+me+buy+it%2Caps%2C374&ref=nb_sb_noss_1. Acesso em: 17 set. 2023.

³⁰ Disponível em:

Ao mesmo tempo em que sugere uma maior comodidade para o consumidor e um potencial maior para encontrar clientes de diversos lugares do país, o aumento de vendas de livros por meios virtuais também apresenta um grande desafio para as livrarias físicas, visto que estas terão que se desdobrar para competir com os grandes canais *online*, principalmente em relação aos preços. Neste contexto, a *Amazon* pode ser citada como um exemplo de empresa de vendas *online* que cresceu muito nos últimos anos e se consolidou como um adversário para as livrarias físicas, especialmente por conta dos grandes descontos que oferece aos consumidores (CARRANÇA, 2023).

Nas comunidades literárias das redes sociais, é comum encontrar leitores brasileiros comentando sobre como os livros nas livrarias físicas custam, muitas vezes, o dobro ou o triplo do valor dos vendidos *online*. Observo que muitos criadores de conteúdo literário fazem memes e vídeos engraçados, porém com um fundo de crítica, sobre essa situação e recebem comentários com concordâncias e relatos de outros leitores que se assustam com os preços em uma ida às livrarias físicas. O fato é que, apesar de muitos leitores valorizarem a experiência de ir em livrarias para apreciar o ambiente e folhear os livros, muitos optam por se limitarem a isso, e comprarem apenas *online* para economizar, tendo em vista a enorme disparidade de preços.

No entanto, além do cenário de vendas virtual, com o tempo, a influência do *booktok* também se estendeu para as livrarias físicas, que viram nos “Queridinhos do TikTok”, ou seja, nos livros popularizados na comunidade literária da plataforma, um potencial estratégico para voltar a movimentar seus estabelecimentos. Assim, decidiram incluir em suas lojas uma seção específica para os livros famosos na plataforma. De acordo com Kaplan (2022), o *TikTok* foi decisivo para o aumento na venda de livros em 2021 nos Estados Unidos. A diretora executiva e analista da NPD Bookscan, Kristen McLean (2022), relata que os varejistas prestam atenção na empolgação da comunidade do *booktok* em relação a certos livros, acompanham a popularidade desses títulos na plataforma e os comercializam utilizando a classificação de “Favoritos do TikTok” para chamar a atenção de outras pessoas, fazendo com que os números decolem.

No mercado brasileiro não foi diferente. Em 2021, tornou-se comum encontrar nas principais redes de livrarias do país, espaços especificamente destinados a colocar os livros

https://www.amazon.com.br/s?k=sucesso+do+tiktok&__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=2KVK2I17W19M9&srefix=sucesso+do+tiktok%2Caps%2C496&ref=nb_sb_noss_1. Acesso em: 17 set. 2023.

sensações do *booktok* em destaque. Mais recentemente, em 2023, mesmo após anos, essa tática ainda é algo presente nas livrarias físicas, como no caso da Livraria Leitura de João Pessoa - PB, que, em meio às estantes que separam os livros por gênero literário, possui uma que carrega o título de “Queridinhos TikTok”, como mostrado na Figura 8.

Figura 8 – Área reservada aos “Queridinhos do TikTok” na Livraria Leitura em João Pessoa em 2021 (à esquerda) e em 2023 (à direita).



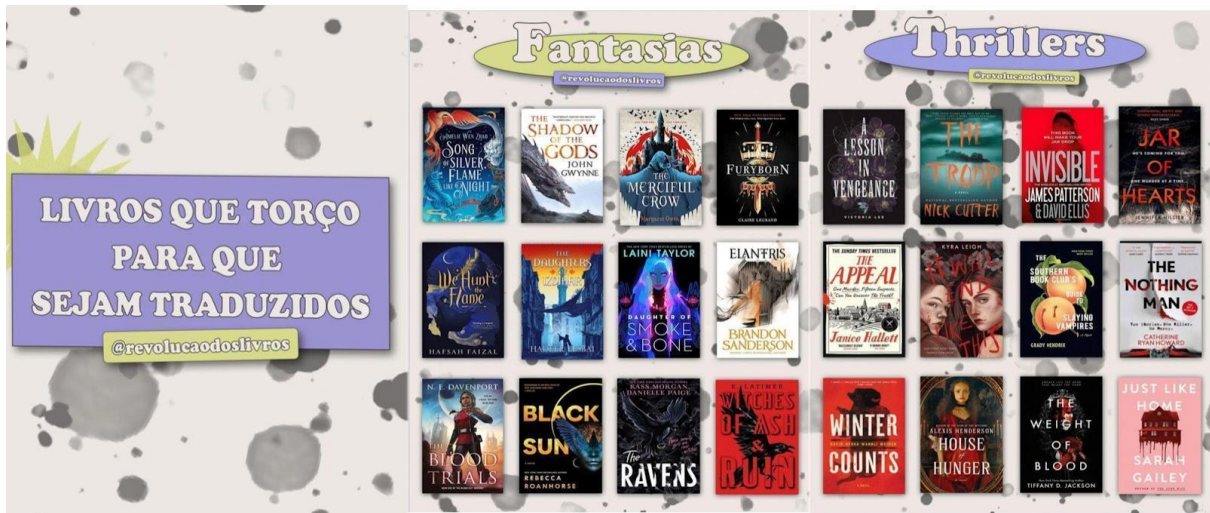
Fonte: acervo pessoal (2021, 2023).

O setor editorial também começou a se atentar aos sucessos recomendados por leitores de outros países que fazem parte do *booktok* e usar isso como parâmetro para a seleção dos próximos lançamentos que serão feitos no Brasil. Segundo Rafaella Machado, editora executiva da Galera Record, relatou para a Exame (2022): “É preciso acompanhar com afincamento o que rola por lá e antecipar as obras e os autores que vão explodir. Temos olheiros especializados nisso”.

Essa tendência de trazer obras famosas em outros países para o mercado editorial brasileiro demonstra ser uma boa estratégia quando se observa os conteúdos e comentários de leitores nas redes, que frequentemente compartilham suas expectativas direcionadas às obras que fizeram sucesso no exterior e ainda não foram lançadas no Brasil. Esses conteúdos incluem postagens e vídeos com títulos semelhantes a “Livros que eu quero que sejam traduzidos no Brasil”, que é um exemplo de tópico comumente apresentado nas *bookredes*,

nos quais os leitores listam os livros que conheceram por meio de perfis de criadores de conteúdo literário estrangeiros e se interessaram em ler (Figura 9).

Figura 9 – Captura de tela do perfil Revolução dos Livros no *Instagram*.



Fonte: Revolução dos Livros (2023)³¹.

A demanda crescente dos leitores influenciados pelas redes demonstra o quanto a comunidade literária se mantém ativa, engajada, e atualizada, visto que não ocupam uma posição meramente passiva frente ao mercado editorial, sugerindo uma dinâmica colaborativa com as editoras, principalmente quando estas buscam corresponder às expectativas e interesses desses leitores, ao passo em que, ao aproveitar as tendências literárias globais, movimentam o mercado e mantêm-se atualizadas.

Ademais, a influência da comunidade leitora do *TikTok* no meio literário, além de trazer visibilidade para lançamentos recentes no mercado, trouxe de volta aos holofotes do público obras literárias lançadas em anos anteriores, como é o caso do livro “A Canção de Aquiles”, de Madeline Miller (2011), uma releitura LGBTQIAP+ do clássico *Iliada*, apresentando um romance trágico entre os heróis Aquiles e Pátroclo, parceiros de batalha na Guerra de Tróia. Lançado em 2011, o romance obteve sucesso em suas vendas e chamou a atenção da crítica, rendendo à autora um Orange Prize for Fiction no mesmo ano, após os críticos da premiação julgarem que a obra apresentava uma cativante história de amor que cumpria os critérios de inventividade e originalidade da premiação (Brown, 2012). No entanto, o sucesso do lançamento não chega nem perto das vendas que o livro teve após viralizar no *TikTok*, chegando a vender, em pouco tempo, cerca de 10 mil cópias semanais em 2021, só nos Estados Unidos, e mais de 1 milhão no mundo todo segundo a NPD BookScan

³¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/ConfFf_Pz_o/?img_index=1. Acesso em: 15 set. 2023.

(Harris, 2021). No Brasil, o sucesso foi tanto que a edição publicada em 2013 pela Editora Jangada teve suas cópias esgotadas e foi relançado pela Editora Planeta Minotauro, em 2021 (Schreiner, 2022).

4.1 IMPACTO REFLETIDO NAS EDIÇÕES RECENTES DA BIENAL DO LIVRO

A Bienal do Livro se trata de um importante evento anual³² que reúne editoras, leitores, autores e outros profissionais do meio para a realização de debates, sessões de autógrafos e venda de livros. O evento possui alta relevância para o cenário da literatura no Brasil, pois, além de atrair leitores de todas as idades e proporcionar a eles um contato direto com outros amantes da literatura, os dados do evento fornecem uma visão acerca do mercado editorial brasileiro.

A força das *bookredes* para a conversão de novos leitores e a sua influência no mercado literário brasileiro também se reflete em eventos literários, como a Bienal do Livro. Em 2022, na sua edição sediada em São Paulo, o evento contou com cerca de 660 mil visitantes e movimentou R\$ 374,8 milhões, segundo informações do Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET), da Secretaria de Turismo e Viagens do estado de São Paulo, com investimento em obras famosas entre o público jovem no *TikTok* (Facchini, 2022).

De acordo com Facchini (2022), na 26ª edição do evento em São Paulo, em 2022, o grande foco estava na influência marcante do *TikTok* nas vendas, com editoras testemunhando um aumento expressivo nas vendas de livros devido à crescente popularidade da plataforma:

Os livros mais vendidos da Seguinte têm, no geral, seguido a onda de recomendações do *TikTok*. Merecem destaque os livros *Mentirosos*, de E. Lockhart, que agora ganha a continuação *Família de mentirosos*; *Mordida*, de Sarah Andersen, o segundo livro mais vendido do estande; *Vermelho, branco e sangue azul*, *Última parada* e *Eu bejei Shara Wheeler*, de Casey McQuiston, sendo o último o livro mais vendido do estande desde o primeiro dia do evento; as HQs *Heartstopper*, de Alice Oseman; e *Enquanto eu não te encontro*, de Pedro Rhuas (Facchini, 2022).

Ainda segundo Facchini (2022), em levantamento feito durante o evento, pelo Instituto Pró-livro, 36% dos participantes correspondia à faixa etária entre 18 e 24 anos, uma informação que, atrelada à questão da alta demanda no evento por livros famosos no *TikTok*, ilustra bem a popularidade e o poder dessa comunidade na escolha de leitura do público jovem-adulto e no impulsionamento do mercado.

³² O evento ocorre nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, de forma intercalada.

Ademais, na edição da Bienal do Livro em 2023, desta vez sediada no estado do Rio de Janeiro³³, o *TikTok* possuiu um papel ainda mais significativo, visto que foi um dos patrocinadores oficiais do evento e, ao anunciar a novidade, afirmou que a parceria com o evento é um reflexo do sucesso que os livros fazem entre os usuários da plataforma (*TikTok*, 2023), como comentado pela Diretora Geral de Operações do *TikTok* na América Latina, Kim Farrel:

O BookTok Brasil mostra que o *TikTok* não só molda a cultura da nova geração, mas também possui grande influência nos hábitos diários das pessoas. A força dos criadores de livros levou a um aumento de vendas de muitos títulos, que se tornaram grandes sucessos, e até incentivou as livrarias a alocarem áreas dedicadas em suas estantes para obras que fizeram sucesso no *TikTok* (Kim Farrel, 2023).

Em 2023, o evento ocorreu do dia 1 ao dia 10 de setembro e eu pude acompanhar pessoalmente todo o funcionamento, me surpreendendo com o quanto a comunidade literária nas redes teve influência nas estratégias utilizadas pela organização do evento. O *TikTok*, por exemplo, possuía um estande exclusivo para representar o *booktok*, que contava com um espaço próprio para gravação de conteúdos pelos *booktokers* que estavam presentes no evento (Figura 10). No local também foram realizados debates sobre literatura, com participação do público, bem como entrevista com os autores presentes no evento.

Figura 10 – Estande do *booktok* Brasil na Bienal do Rio 2023. À esquerda, espaço para gravação de vídeos; à direita, espaço para debates.



³³ Considerada a 21ª edição do evento na cidade.

Fonte: acervo pessoal (2023).

A presença da área exclusiva para o *booktok* em um evento cultural de relevância nacional propõe uma importante integração entre o virtual e o presencial, criando uma ponte entre o mundo literário das redes que, até então, se concentrava e interagía majoritariamente por meio das telas. De igual modo, essa troca permitiu aos criadores de conteúdo literário uma oportunidade de se conectarem com seu público de forma mais tangível, reforçando o ambiente de compartilhamento de experiências, aprendizados, ideias, e, acima de tudo, de paixão pela leitura que, de maneira geral, é um dos fatores de motivação para a existência e o crescimento dessas comunidades entre os leitores.

De acordo com Sobota (2023), no que diz respeito aos dados do evento, a edição de 2023 foi considerada a maior das bienais para diversas editoras. Reunindo cerca de 497 editoras, selos e distribuidoras, bem como mais de 300 autores e personalidades da literatura, tanto nacionais quanto internacionais, o evento recebeu um público oficial de 600 mil pessoas, sendo 100 mil apenas alunos de escolas da rede pública e, em seus 10 dias de duração, obteve um saldo de 5,5 milhões de livros vendidos (Sobota, 2023), atingindo um marco importante para o setor literário nacional e mostrando a força que a literatura ainda tem em nosso país.

5 A LITERATURA DE MASSA E AS *BOOKREDES* NO INCENTIVO DE UMA LEITURA MAIS CRÍTICA

As *bookredes* têm sido fundamentais para impulsionar e promover livros que abordam questões relevantes para a sociedade contemporânea. Livros, em sua maioria, de ficção, que exploram em suas tramas temas como diversidade, preconceito, empoderamento feminino, saúde mental e outras questões sociais. Essas obras atraem leitores de todas as idades, incluindo o público mais velho, ao oferecer histórias envolventes e significativas, por mais simples, estruturalmente falando, que sejam. Essa chamada “literatura de massa”, se destaca principalmente por sua acessibilidade e por ser consumida por um público vasto e diversificado, cujos livros geralmente são considerados *best-sellers*. Segundo Damasceno (2019):

Por literatura de massa compreende a baixa literatura, a marginalizada e popular, criada para fins mercantis, que visa a atingir grande parte da população por apresentar tema envolvente, linguagem acessível e enredo menos denso, o que, por sua vez, encanta milhares e milhares de leitores, sobretudo, os adolescentes e jovens (Damasceno, 2019, p. 77).

Para exemplificar, utilizarei o livro “É Assim que Acaba”, *best-seller* da autora norte-americana Colleen Hoover (2021), que aborda em sua trama as temáticas de violência doméstica e abuso psicológico. Na narrativa, a protagonista, Lily Bloom, se apaixona por Ryle, um neurocirurgião bem-sucedido, e os dois começam um relacionamento que, com o tempo, se torna extremamente conturbado e tóxico, pois Ryle se revela controlador e agressivo.

As comunidades virtuais de leitores desempenharam um papel de grande importância na promoção e na amplificação da visibilidade da obra em questão por meio de um enorme número de compartilhamento de resenhas, vídeos e comentários sobre experiências de leitura, demonstrando o quanto os leitores se sentiram impactados pela pertinência da temática abordada. Devido à ampla divulgação, segundo o jornal Extra (2022), “É Assim que Acaba” se tornou o livro mais vendido da plataforma *Amazon* no Brasil em 2022, bem como o livro mais vendido na Bienal do Livro de São Paulo, no mesmo ano.

As obras de Colleen Hoover podem ser consideradas parte da literatura de massa, que, Damasceno (2019) define como uma literatura mais comercial, marcada pela linguagem simples e enredo que cativa, principalmente, o público mais jovem, e, por essa razão é classificada por parte da crítica literária e da academia como sendo uma literatura de qualidade inferior e pouco proveitosa (DAMASCENO, 2019, p. 77). No entanto, a escrita de

Hoover, caracterizada principalmente pela abordagem constante de temas complexos e reais — como relacionamentos abusivos, agressão sexual, aborto, infidelidade, etc. — segue atraindo leitores ao redor do mundo, tornando-a uma escritora de grande relevância no mercado editorial.

Em “É Assim que Acaba”, Hoover (2021) oferece uma visão realista sobre relacionamentos abusivos e a sua abordagem suscitou questionamentos entre os leitores e criadores de conteúdo nas *bookredes*, já que o desfecho da história traz consigo a impunidade do agressor, que não foi denunciado por suas atitudes. Enquanto parte dos leitores defende que a autora não foi responsável ao abordar a temática³⁴, a outra parte acredita que a narrativa traz verdades fortes sobre a violência doméstica³⁵, principalmente ao considerarem o fato de que se trata de uma história inspirada em experiências da própria autora, como afirmado por ela:

De forma alguma a minha intenção é usar a situação de Ryle e Lily para definir violência doméstica. Nem usar o personagem do Ryle para definir as características da maioria dos agressores. Cada situação é diferente. Cada resultado é diferente. Escolhi moldar a história de Lily e Ryle baseada na história de meu pai e minha mãe (Hoover, 2021, p. 362).³⁶

O fato é que, independente da variedade de interpretações e opiniões que os leitores expressam nas *bookredes* sobre “É Assim que Acaba”, uma característica que se destaca visivelmente é a sua potencialidade em estimular uma leitura reflexiva, pela possibilidade de gerar, por conta dos temas abrangidos e dos dilemas morais da história, a identificação dos leitores com os personagens e situações. Conforme afirmam Machado e Silveira (2020):

[...] a base de uma leitura reflexiva é a capacidade de se ver e se enxergar na(s) personagem (ns), na história, fazendo um elo entre o ficcional e a vida cotidiana. Entendemos, juntamente com Lluch, que as narrativas ficcionais nos permitem exercitar a prática de sermos aquele personagem sobre o qual estamos lendo, personagens que emergem em cenários, circunstâncias e contextos variados (Machado; Silveira, 2020, p. 50-51).

O sucesso de “É Assim que Acaba” não apenas ilustra o potencial das plataformas literárias em impulsionar obras que exploram matérias de relevância social, como também

³⁴ Exemplo de conteúdo disponível em: <https://labdicasjornalismo.com/noticia/12414/polemica-da-colleen-hoover-ha-responsabilidade-em-sua-escrita>. Acesso em: 26 set. 2023.

³⁵ Exemplo de conteúdo disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/artenosul/2022/04/05/colleen-hoover-traz-verdades-nuas-e-cruas-sobre-violencia-domestica/>. Acesso em: 26 set 2023.

³⁶ Trecho presente na seção de “notas da autora”.

ênfatisa a capacidade intrínseca da literatura para incitar discussões significativas e fomentar conscientização acerca dessas temáticas sensíveis.

É sabido que cada experiência de leitura é única e que, por esse motivo, o contato do leitor com a obra e sua percepção sobre ela é subjetiva. No entanto, o espaço proporcionado pelas comunidades literárias virtuais exerce um papel muito importante no incentivo à uma leitura reflexiva, crítica, que resulte na busca por um entendimento sobre a obra que vá além do concedido por uma leitura individual que não é seguida por debates ou troca de ideias, principalmente, porque ao compartilharem suas opiniões dentro dessas comunidades, os leitores expõem não apenas uma visão sobre o enredo da narrativa, mas também refletem sobre a construção desta e suas temáticas, ao passo em que entram em contato com interpretações de outras pessoas. Logo, isso proporciona uma análise mais profunda e uma compreensão mais completa das histórias e da verossimilhança delas com narrativas reais.

Ainda que, neste cenário, a leitura seja realizada por cada leitor de maneira individual, o espaço que as *bookredes* propiciam aos leitores de compartilhar posteriormente ou simultaneamente suas impressões sobre o que eles estão lendo e obter comentários de outras pessoas, pode ser comparado à ideia dos círculos de leitura³⁷, considerados por Cosson (2014) como uma prática privilegiada que constitui as comunidades de leitores. Para Cosson (2014):

[...] ao lerem juntos, os participantes do grupo tornam explícito o caráter social da interpretação dos textos e podem se apropriar do repertório e manipular seus elementos com grau maior de consciência, quer seja para reforçar ou para desafiar conceitos, práticas e tradições - ler em grupo, argumenta Long, “encoraja novas formas de associação e fomenta novas ideias que são desenvolvidas em diálogo com os outros e com os livros” (Long, 1993: 194). Depois, porque a leitura em grupo estreita os laços sociais, reforça identidades e a solidariedade entre as pessoas (Cosson, 2014, p. 139).

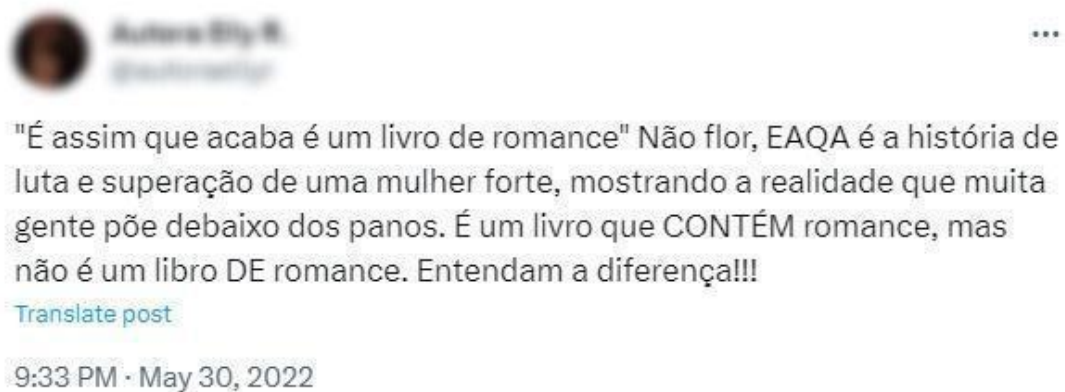
Apesar de apresentarem diferenças significativas quanto ao formato de funcionamento, alcance e organização³⁸, tanto as *bookredes* quanto os círculos de leitura possuem essa característica em comum: proporcionam um espaço para o diálogo sobre a literatura, onde a troca de ideias e perspectivas entre os leitores enriquece a compreensão deles sobre o texto. Um exemplo disso, que presenciei diversas vezes ao longo da minha participação nas *bookredes*, está relacionado justamente às reflexões proporcionadas pelo livro da Colleen Hoover (2021), citado anteriormente.

³⁷ Não significando que são iguais e substituíveis uma pela outra, apenas possuem propostas semelhantes.

³⁸ Estando ambientadas na internet, as comunidades virtuais de leitores são contempladas com a possibilidade de alcançarem um público de participantes muito superior ao de círculos de leitura tradicionais, mas não possuem uma organização específica como a dos círculos de leitura.

Além de debaterem a abordagem utilizada pela autora sobre os temas da obra, os leitores constantemente questionam a “romantização” da narrativa do livro que é feita através da divulgação dele nas redes literárias como sendo focado em uma história romântica, quando, na verdade, não é (Figura 11). A narrativa possui trechos românticos entre a protagonista, Lily, e seu amor de infância, Atlas, que acabam sendo usados por muitos criadores de conteúdo para indicar e chamar a atenção de potenciais leitores, mesmo que o foco da história esteja em relatar o crescimento da Lily em um ambiente familiar tóxico, marcado pela violência doméstica que sua mãe sofria, bem como a experiência da personagem e seus dilemas ao se encontrar na mesma situação depois de adulta.

Figura 11 – Captura de tela de postagem no X



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no X (2023)³⁹.

É interessante notar que tantos leitores se incomodam com essa estratégia errônea de indicar esse livro e buscam, em seus perfis dentro das *bookredes*, chamar a atenção para as problemáticas que envolvem esse tipo de divulgação, definida por muitos como enganosa. A romantização da história de um livro que trata de temas sérios pode acabar minimizando a importância que a obra objetivava levar para esses assuntos, além de impactar negativamente a experiência de leitura de outros leitores, que se sintam influenciados a ler a história com expectativas que não correspondem à realidade da obra. Nas figuras abaixo, observa-se comentários de leitores do *booktwitter* que relatam terem passado por essa frustração.

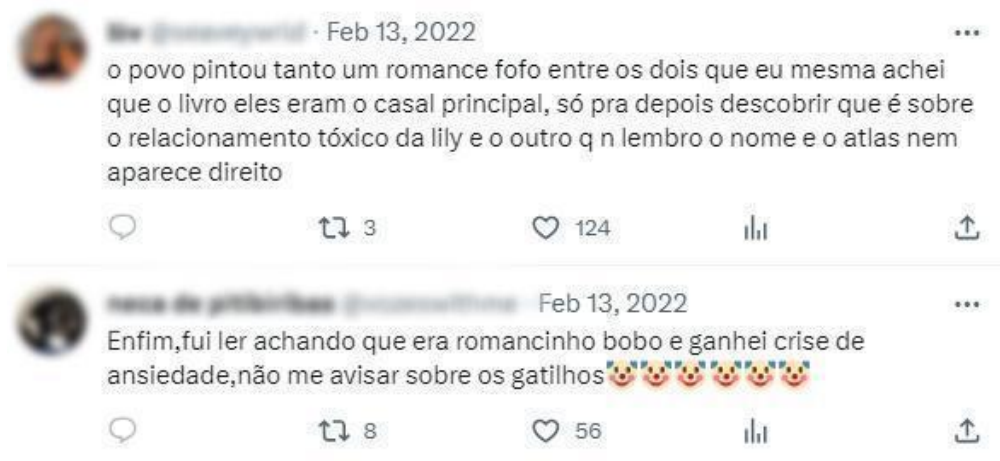
³⁹ Disponível em: <https://twitter.com/autoraellyr/status/1531433721676673024>. Acesso em: 03 out. 2023.

Figura 12 – Captura de tela de postagem no X



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no X (2023).⁴⁰

Figura 13 – Comentários de leitores na postagem da Figura 12



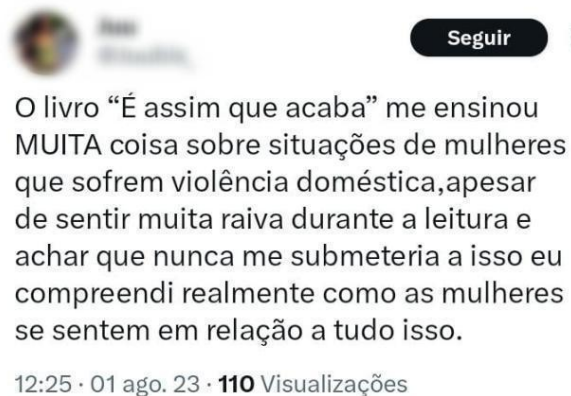
Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no X (2023).⁴¹

Além dessa questão, tanto no *TikTok*, quanto no *Instagram* e no *X*, é possível encontrar inúmeros comentários de leitores que expõem o quanto a leitura de “É Assim que Acaba” exerceu um papel transformador em seus pensamentos acerca das temáticas de violência doméstica e relacionamento abusivo. As postagens afirmam o quanto o contato com a história lhes permitiu compreender o porquê muitas mulheres vítimas de violência doméstica acabam tendo dificuldade para dar fim a uma relação tóxica. Como no exemplo da Figura 14, no qual uma pessoa utiliza seu espaço no *booktwitter* para relatar que, apesar de, internamente, acreditar que não se submeteria a uma situação semelhante à da protagonista, Lily, a narrativa a fez compreender o que as vítimas sentem.

⁴⁰ Disponível em: <https://twitter.com/packsurvival/status/1492880991601504263>. Acesso em: 03 out. 2023.

⁴¹ Disponível em: <https://twitter.com/packsurvival/status/1492880991601504263>. Acesso em: 03 out. 2023.

Figura 14 – Captura de tela de postagem no X



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no X (2023).⁴²

Os exemplos citados podem ser tomados como uma representação de como o leitor pode experimentar uma mudança significativa em suas próprias perspectivas e compreensão do mundo por meio da leitura. Como afirmado por Costa (2009):

Ler as linguagens da realidade e, especialmente, ler os livros, implica o resgate da cidadania, uma vez que conscientizam o leitor do poder de — ele também — criar sentidos para os textos que se apresentam, a cada passo do cotidiano. Acordar esse poder transforma o casulo em borboleta. Temos assistido com frequência às mudanças operadas no comportamento de leitores, ao se descobrirem capazes de atuar em mão dupla na leitura, recebendo e dando sentidos à história individual e à história do outro. A reação é, por vezes, comparável a uma iluminação interior (Costa, 2009, p. 50).

Ao estabelecer uma ligação emocional com os leitores e fornecer percepções profundas acerca de experiências humanas reais, o livro transcende sua categorização como mera ficção, adquirindo o caráter de um instrumento eficaz para a promoção da consciência e instigação de transformações sociais. Desse modo, o ato de ler possibilita ao leitor expandir seus horizontes ao permiti-lo entrar em contato com situações e narrativas distantes de sua própria realidade. Freire (2022, p. 36), afirma que linguagem e realidade se prendem dinamicamente, e reforça a necessidade de compreender a relação existente entre o texto e o contexto de escrita deste para, enfim, se compreender o próprio texto através da leitura crítica. Além disso, entende-se que a leitura não desempenha meramente um papel de entreter ou de enriquecer o acervo cultural do leitor, sua função vai além, visto que, esse é um ato de responsabilidade social (Costa, 2009).

Muito além de demonstrar o poder da leitura na formação da consciência social, os exemplos aqui utilizados representam a influência positiva que as discussões dentro das

⁴² Disponível em: https://twitter.com/Juubix_/status/1686397829554552832/. Acesso em: 12 de ago. 2023.

comunidades virtuais literárias podem ter na vida dos leitores, especialmente, no entendimento deles acerca de temas de relevância social.

6A DIFUSÃO DE UMA LITERATURA DIVERSIFICADA E COM REPRESENTATIVIDADE

A ascensão das *bookredes* trouxe consigo um aumento significativo na propagação de livros com diversidade e representatividade. Tal aumento pode ser observado através do grande número de conteúdos literários publicados dentro dessas comunidades de leitores, com o objetivo de trazer mais visibilidade a narrativas mais diversas, mas também se reflete fora das redes, diretamente no mercado literário.

6.1 REPRESENTATIVIDADE DE GÊNERO E SEXUALIDADE EM EVIDÊNCIA

O espaço literário nas redes sociais — em especial o *booktok*, por ser a comunidade mais recente — vem desempenhando um papel importantíssimo no impulsionamento de obras de literaturas mais diversificadas, que abordam temas culturais, com personagens de diferentes grupos étnicos, bem como a representatividade de grupos de gênero⁴³ e de orientação sexual menos evidenciados. Como afirma Legramandi (2023):

O que também chama a atenção entre as obras assunto na rede são as temáticas. É comum encontrar resenhas sobre romances LGBTQ+ e livros que trazem questões sociais, como racismo e machismo, em uma linguagem contemporânea (Legramandi, 2023).

Com o surgimento e a ascensão da comunidade literária no *TikTok*, a representatividade de gênero e de sexualidade passou a ser vista com mais frequência nas listas de livros mais indicados pelos criadores de conteúdo literário da plataforma, que ganharam o status de “livros famosinhos do *booktok*” ou “Queridinhos do *booktok*”. Em agosto de 2023, a *hashtag* #livroslgbt⁴⁴ atingiu mais de 41 milhões de visualizações no *TikTok*, enquanto sua equivalente em inglês, a *hashtag* #lgbtbooks⁴⁵, acumulou mais de 196 milhões de visualizações. Dentre os sucessos comumente divulgados, é possível citar: “Os sete maridos de Evelyn Hugo”, de Taylor Jenkins Reid (2019); “Heartstopper”, de Alice Oseman (2021); “Os Dois Morrem no Final”, de Adam Silveira (2021); “A Canção de Aquiles”, de Madeline Miller (2011), e “Vermelho, Branco e Sangue Azul”, de Casey McQuinston (2019).

Este último se tornou um sucesso entre os amantes de livros de romance ao retratar a história de amor fictícia entre o filho da presidente dos Estados Unidos e o príncipe da

⁴³ Considerando não apenas indivíduos cisgêneros, mas também não-binários e transgêneros.

⁴⁴ Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMjRYL8G3/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁴⁵ Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMjRYPScf/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

Inglaterra. Apesar de ter sido bem-sucedido desde o seu lançamento em 2019, o livro ganhou ainda mais popularidade após começar a ser divulgado no *TikTok* a partir de 2020, como afirma Donaldson (2023):

O romance já havia recebido críticas positivas e grande *hype online* antes do *booktok* colocar as mãos nele, mas depois disso, todas as previsões foram desfeitas. Ele garantiu seu lugar nas listas de *best-sellers* do *New York Times* e *USA Today*, permanecendo confortavelmente presente por muitos meses à medida que o *fandom* explodia em várias plataformas. E a presença da base do *fandom* é poderosa, dominando o *TikTok* e o *Tumblr*, e ajudando o livro a se tornar um dos romances mais proeminentes da década de 2020 até o momento (Donaldson, 2023, tradução da autora).⁴⁶

A partir da metade de 2020, com a ascensão do *booktok* aqui no Brasil, pude acompanhar de perto a crescente fama de “Vermelho, Branco e Sangue Azul”, que passou a marcar presença constante nas abas de conteúdos sugeridos tanto no *Instagram* quanto no *TikTok*. Além de resenhas, vídeos inspirados na estética da história⁴⁷ e frases marcantes, outras formas de conteúdos foram se tornando cada vez mais comuns, todos visando convencer outros leitores a conhecerem a história.

Com “Vermelho, Branco e Sangue Azul”, a autora Casey McQuinston (2019) oferece ao público um protagonismo jovem adulto em uma obra que foge dos padrões heteronormativos. Os dilemas e a pressão social enfrentados pelos protagonistas Henry e Alex são maximizados por suas posições como pessoas públicas de alta popularidade mundial, mas geram identificação nos leitores que fazem parte da comunidade LGBTQIAP+ e vivem em sociedades ou ambientes (familiares ou não) “conservadores”, apoiados na heteronormatividade. Ademais, ao abordar temáticas como preconceito, identidade sexual, desenvolvimento pessoal e autoaceitação, a história acaba por coincidir com a realidade dos dilemas enfrentados por muitos jovens, e até adultos, que já passaram ou estão passando por um processo de autodescoberta e tentando compreender a si mesmos e às suas sexualidades, ao mesmo tempo em que precisam lidar com as opiniões e preconceitos das pessoas que os rodeiam, tal qual os protagonistas da narrativa.

Sendo assim, é possível que o aumento no índice de leitura e divulgação de livros com mais representatividade esteja diretamente relacionado ao desejo que os leitores possuem de verem a si mesmos refletidos nos livros que consomem. A verossimilhança com o “mundo

⁴⁶ Trecho original: “The novel had already received strong reviews and online hype before BookTok got its hands on it, but after that, all bets were off. It staked out its place on the *New York Times* and *USA Today* bestseller lists, remaining comfortably present for many months as the fandom exploded across multiple platforms. And the fandom’s presence is a mighty one, dominating TikTok and Tumblr, and helping the book to become one of the most prominent romance novels of the 2020s so far” (Donaldson, 2023, p. 1).

⁴⁷ Exemplo de conteúdo disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMj8HpS35/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

real”, presente nessas obras literárias, permite que, ao se depararem com histórias que abordam diferentes orientações sexuais, identidades de gênero e contextos étnico-culturais, que coincidem com suas próprias realidades, os leitores experimentem um sentimento de validação de suas identidades e vivências. Em concordância, Costa (2009) afirma que:

Ler é reconhecer-se. Toda vez que percebemos a identificação do leitor com situações, sentimentos e personagens, vivenciamos o poder de expressar o ser humano, que o texto literário, por natureza, contém. É por isso que o leitor alimenta seu imaginário ao interagir com as construções literárias, inventadas a partir do real (Costa, 2009, p. 48).

Tal afirmação evidencia o poder da literatura, que vai muito além de uma forma de contar histórias, ela reflete o ser humano ao gerar essa identificação e criar uma conexão pessoal entre o leitor e o texto, tornando o ato de ler mais significativo. Além disso, o aumento de obras com representatividade também pode ser considerado um fator de enriquecimento da literatura e de sua força. Digo isso, pois, além de oferecer uma gama maior de possibilidades de abordagens, acredito que a inclusão de diferentes representatividades nas histórias abre portas para que a literatura alcance públicos mais diversos, que possam se reconhecer nelas.

Sobre essa importância de livros com representatividade, Pedro Rhuas, autor do livro “Enquanto Eu Não Te Encontro” (2021) — romance com protagonismo gay e considerado um dos “queridinhos do *booktok*” — afirmou, durante o painel de um evento da Skeelo⁴⁸, que:

[...] só no momento que a gente tem esses livros espalhados nas prateleiras; só no momento que a gente tem esses protagonistas que se reconhecem, que se entendem como são e aprendem a abraçar essas identidades, a gente tá se conectando com vocês e a gente está dizendo sistematicamente que a existência de vocês é incrível, é linda e é válida, não deve ser questionada (Rhuas, 2022b)⁴⁹.

O romance de Rhuas retrata a história de um jovem homossexual que ansiava pelo momento em que iria se apaixonar de verdade por alguém e ser amado com a mesma intensidade, até que, inesperadamente, em uma noite de diversão com seus amigos, o caminho do jovem nordestino se cruza com o de um mochileiro francês, por quem sente uma conexão instantânea. A narrativa é recheada de referências à cultura nordestina e personalidades da internet e da cultura pop, que tornam a leitura especialmente divertida para o público jovem-adulto (Rhuas, 2021).

⁴⁸ Plataforma destinada a *e-books* e audiolivros.

⁴⁹ Conteúdo não paginado. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMj94gvDp/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

Para o jornal *Metrópolis*, Rhuas (2022a) relatou o quão pessoal foi o processo de escrita para ele, pois a história surgiu da ânsia de se sentir representado na literatura:

O livro fala sobre um jovem gay nordestino que, assim como o protagonista do livro, Lucas, se mudou do interior do Rio Grande do Norte para estudar na capital. O início do processo de escrita nasce, então, das minhas experiências pessoais. Principalmente, do desejo de ver na literatura jovem histórias parecidas com a minha. Cresci lendo literatura estrangeira juvenil e, muito embora conseguisse me conectar com muitas dessas narrativas, sentia um vazio interno gritante. Não me enxergava (Rhuas, 2022a).

O impulsionamento de obras literárias com representatividade LGBTQIAP+ pelas comunidades de leitores na internet é um fator importante para despertar o interesse dos leitores por esse tipo de literatura e permitir que autores LGBTQIAP+ e seus trabalhos possam ter mais visibilidade, possibilitando, ainda, que cada vez mais leitores possam se ver representados na literatura.

As *bookredes* detêm um poder de influência muito grande que se amplia ainda mais à medida em que os leitores vão lendo os livros e compartilhando conteúdos sobre eles. Para exemplificar, utilizarei o depoimento de Clara Alves, autora do romance nacional “Conectadas” (2019), um dos livros impulsionados pelo *booktok* e pelo *bookstagram*, e que conta a histórias de duas garotas que se conhecem por meio de jogos *online* e criam um forte sentimento amoroso uma pela outra sem se conhecerem pessoalmente. Em entrevista para o site IBahia, Alves (2022) confirma a influência do *booktok* no mercado editorial de livros para jovens contemporâneos ao relatar que, enquanto em 2019, primeiro ano de publicação de “Conectadas”, o número de vendas estava entre 2 e 3 mil exemplares; quando o livro viralizou no *booktok*, ele chegou a vender 20 mil cópias no período de 2020 a 2021. Ainda sobre o *booktok* e seu potencial de influenciar o público, Clara Alves (2022) afirma:

Eu não imaginava isso, mas o “booktok” continua a crescer e ele continua a influenciar muito. Sempre falo quando me perguntam sobre o TikTok que ele transformou o público leitor brasileiro jovem porque muitas dessas pessoas nunca tinham lido nada ou liam coisas muito muito específicas. E de repente, a gente teve um crescimento muito grande de pessoas lendo, de jovens lendo livros com diversidade LGBT (Alves, 2022).

No que diz respeito às estratégias utilizadas pelos leitores para a propagação dessas obras, é fato que a criatividade é um importante aliado. No *bookstagram*, por possuir mais apelo estético, exemplos comuns de conteúdo, além do que foi mostrado no tópico 3, são aqueles que buscam chamar a atenção do público para as postagens ao pôr em destaque em seu letrero algum livro já famoso nas redes, como mostrado na Figura 15 abaixo. A postagem

em questão faz proveito da atual fama da adaptação cinematográfica do livro “Vermelho, Branco e Sangue Azul” para trazer a atenção dos leitores a outros livros similares, sendo uma efetiva estratégia para indicação de livros com representatividade.

Figura 15 – Captura de tela do perfil de Paola Aleksandra no *Instagram*



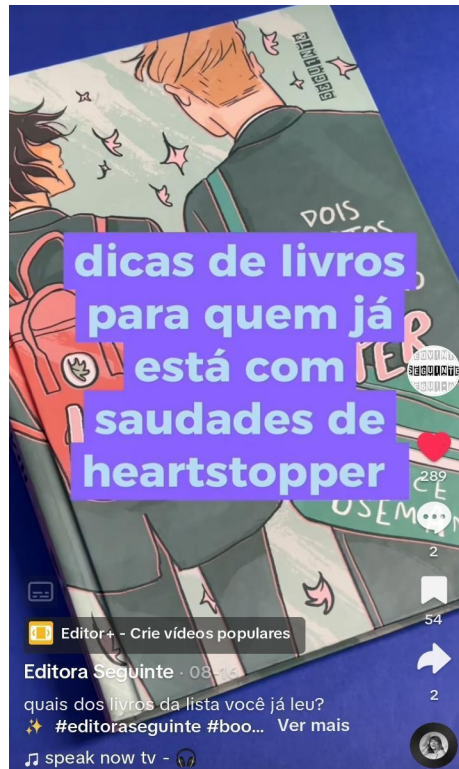
Fonte: Aleksandra (2023)⁵⁰.

Já no *booktok*, esse tipo de conteúdo é adaptado para o formato de vídeo, mas possui a mesma dinâmica de indicações similares. É interessante observar que, até mesmo as editoras, espelhando os criadores de conteúdo da plataforma, se dispõem a divulgar suas publicações seguindo a mesma estratégia, como é possível observar na Figura 16 a seguir, que trata-se de

⁵⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CwGa9k7v8Tm/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>. Acesso em: 20 ago. 2023.

um vídeo no tiktok gravado e postado pela Editora Seguinte, que possui diversos títulos LGBTQIAP+ de alta visibilidade nas *bookredes*.

Figura 16 – Captura de tela do perfil da Editora Seguinte no *TikTok*



Fonte: Editora Seguinte (2023a)⁵¹.

A busca por representatividade na literatura não é recente, mas é importante reconhecer que as comunidades virtuais literárias exercem um impacto significativo na circulação dessa literatura com mais representatividade, além de propor a normalização dos livros LGBTQIAP+ e um entendimento deles como sendo uma parte integrante da literatura geral, não somente uma categoria à parte que deve ser lida apenas pela comunidade *queer*⁵², sendo, assim, para todos, independentemente da orientação sexual ou do gênero de seus leitores. Em notícia do Jornal O POVO, Rafaella Machado (2021), editora-chefe da Galera Record, argumenta que:

O fato dos personagens serem LGBTQIA+ não necessariamente torna o livro do gênero LGBTQIA+. É uma coisa que precisa ser normalizada. Acho que, como a gente ficou muitas décadas e séculos sem representar essas pessoas, o natural é que, quando começou surgir literatura LGBTQIA+, ela foi muito focada em descoberta, em primeiro amor, em família, porque eram coisas que não existiam ainda. A gente

⁵¹ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@editoraseguinte/video/7268105016546774278>. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁵² Termo também usado para se referir à membros da comunidade LGBTQIAP+.

tem que lembrar que, quando fazemos literatura para jovem, temos um papel social, porque aquele jovem, às vezes, está entrando em contato com palavras que nem ele mesmo tem, para explicar as situações da vida dele, para explicar onde ele se enxerga (Machado, 2021)

A LGBTfobia, infelizmente, ainda é um problema muito presente na sociedade atualmente. No contexto do Brasil, só no ano de 2022 foram registradas 273 mortes violentas de pessoas LGBTQIAP+ no país, sendo 228 por assassinato, de acordo com os dados coletados e sistematizados pela ONG Observatório de Mortes e Violências LGBTI+ no Brasil (2023). É fato que a literatura por si só não pode acabar com o preconceito que está enraizado na sociedade há séculos, no entanto, ela tem o poder de exercer um papel fundamental na promoção da visibilidade para pessoas de diferentes orientações sexuais e identidades de gênero, bem como pode ajudar a desconstruir estereótipos e preconceitos à medida que estimula indivíduos não pertencentes à comunidade LGBTQIAP+ a aprofundarem sua compreensão das lutas enfrentadas por esse grupo, a desenvolverem empatia e a se engajarem ativamente no processo de dar voz a essas pessoas na sociedade. Para Carvalho (2021), “[...] ações como essa, de apresentar literatura LGBTQIA+ e fomentar debates sobre a comunidade, é importante para nos inserir nos espaços, e gradualmente desconstruir esses preconceitos”.

A visibilidade de obras LGBTQIAP+ fomentada pelo grande número de indicações nas redes sociais literárias representa uma mudança importante na maneira de repensar a literatura no Brasil, principalmente quando comparamos o contexto atual com anos anteriores. Em 2019, por exemplo, a Bienal do livro no Rio de Janeiro sofreu uma tentativa de censura à mando do então prefeito Marcelo Crivella. A ordem era realizar uma fiscalização dos livros em exposição para venda nos estandes presentes no evento e retirar os que possuísem conteúdo LGBTQIAP+, classificados pelo Crivella como sendo inadequados e impróprios (EL PAÍS, 2019). A atitude abominável atrelada a um discurso igualmente preconceituoso, felizmente, obteve um resultado totalmente contrário ao esperado por Crivella, visto que a procura por livros LGBTQIAP+ cresceu após a polêmica, consequentemente, resultando no aumento das vendas das editoras (Molinero, 2019).

Em contraste com esse ocorrido, quatro anos depois, na Bienal do Livro do Rio 2023, a busca por títulos de autores e com personagens LGBTQIAP+ refletiu nas listas de livros mais vendidos das principais editoras durante os dez dias de evento. A exemplo do caso da Editora Seguinte (2023b) que, de acordo com informação divulgada em seu perfil do *Instagram*, dentre os 10 livros mais vendidos em seu estande, 6 deles são histórias de autores e/ou protagonistas não heterossexuais.

6.2 REPRESENTATIVIDADE ÉTNICO-RACIAL

Em 2012, o índice de pessoas autodeclaradas pretas ou pardas no Brasil era de cerca de 53%, de acordo com dados do IBGE. Já em 2022, essa estimativa subiu para 56,1% (IBGE, 2022 *apud* Jornal Nacional, 2022). Logo, tratando-se de um país onde mais da metade da população é composta por pessoas não-brancas, é de se esperar que esses números estejam refletidos em âmbitos culturais, como na literatura. No entanto, não é o que acontece. A falta de visibilidade de autores não-brancos e suas narrativas é uma realidade presente e um reflexo do racismo estrutural impregnado na sociedade brasileira, mesmo após mais de um século de abolição da escravidão no Brasil.

No ano de 2017, em matéria publicada pelo G1, a jornalista Etiene Martins (2017) fez uma crítica a essa situação: “A maior parte da população é negra e, mesmo assim, a maior parte das livrarias não tem livros que nos representam”. Martins foi a responsável pela iniciativa de criação da Livraria Bantu — um espaço totalmente voltado a obras de autores negros —, decisão tomada pela jornalista pensando nessa triste falta de visibilidade na literatura e no mercado editorial brasileiro. Infelizmente, a Livraria Bantu fechou as portas permanentemente⁵³. Neste cenário, existem diversos outros exemplos, como a Editora Malê, fundada por Vagner Amaro e Francisco Jorge, que ainda está em atividade e se dedica, exclusivamente, à publicação de autores da literatura afro-brasileira. A editora também realiza oficinas de escrita criativa, promove eventos literários e se empenha na divulgação dos livros publicados (Amaro, 2018a).

A criação de editoras e espaços específicos para a literatura afro-brasileira pode ser considerada uma reação à necessidade de inclusão de diversidade na literatura. É importante destacar que, apesar da existência dessas editoras e livrarias independentes que atendem à autores negros serem uma importante iniciativa para garantir que essas pessoas tenham espaço na literatura, é indispensável que a inclusão da literatura afro-brasileira no mercado editorial tradicional se torne uma realidade cada vez mais comum. Ainda nessa perspectiva, Vagner Amaro (2018b) afirma que, “[...] qualquer ação que vise democratizar a ampliação de leitores, terá que passar pela questão da diversidade e da representatividade na literatura”.

⁵³ Não foram encontradas informações sobre a data específica de fechamento. No entanto, em dezembro de 2021, o perfil da Livraria Bantu no *Instagram* publicou um anúncio de liquidação do estoque, comunicando na legenda da postagem o início de um “saldão de despedida da livraria”. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CXw4GR1LOxb/>. Acesso em: 17 ago. 2023.

Nos últimos anos, o crescimento das comunidades de leitores nas plataformas do *TikTok*, *Instagram* e *X* vem contribuindo de maneira relevante para incentivar o ato de repensar a literatura e ampliar seus horizontes por meio do aumento da diversidade étnico-racial. Logo, a discussão acerca da necessidade de ampliar a presença “não-branca” na literatura é constante nas *bookredes*. Em entrevista para a revista *Exame*, o criador de conteúdo literário, Tiago Valente (2022) afirma que:

A audiência no TikTok reflete uma característica comum das novas gerações, que é o engajamento com temas de diversidade sexual, cultural e de raça. Assuntos que, pouco tempo atrás, eram tabus. E nessa nova fase o mercado editorial tem buscado entregar obras que se alinhem aos temas com os quais o público se identifica (Valente, 2022).

No *bookstagram* e no *booktok*, em especial, é possível encontrar conteúdos variados que incentivam a leitura de obras com protagonismo “não-branco”. Muito além de indicações de livros de não-ficção, os influenciadores literários buscam compartilhar histórias de gêneros variados — como romances, fantasias, ficção científica, etc. —, todos tendo em comum a presença de personagens não-brancos que ocupam um papel central na história, não um secundário, e de suas vivências, que são retratadas implicitamente nas narrativas que carregam aspectos de suas culturas.

“Lendários”, de Tracy Deonn (2021), a trilogia das “Irmãs Brown”, de Talia Hilbert (2021, 2022a, 2022b), “Sangue Dourado”, de Namina Forna (2021), “Os Garotos do Cemitério”, de Aiden Thomas (2021), “Cinderela Está Morta”, de Kalynn Bayron (2021), e “Filhos de Sangue e Osso”, de Tomi Adeyemi (2018), são apenas alguns exemplos de obras com protagonistas não-brancos que estão entre os famosos “queridinhos do *booktok*”, sendo amplamente indicados no nicho literário das *bookredes*.

Este último, de Adeyemi (2018), se trata do primeiro livro de uma trilogia de fantasia, cuja protagonista, Zélie, viu seu povo ser dominado, escravizado, e, aos poucos, dizimado após a chegada de um rei cruel. A narrativa abarca elementos culturais e traz críticas ao preconceito sofrido pelos povos africanos, inseridos no mundo fantástico criado pela autora. Apesar de não se tratar de uma obra nacional, para sua história, a autora utilizou inspirações da cultura afro-brasileira, devido a uma viagem que realizou à Bahia, como relatado em entrevista cedida à *Universa*:

Essa série de livros não existiria sem o Brasil. Tudo começou em uma loja de lembrancinhas na Bahia. Eu estava dentro da loja evitando molhar meu cabelo por causa da chuva forte e vi as figuras dos Orixás de cerâmica. Não sabia o que eles

eram, mas me inspirou muito. Eles pareciam deuses africanos e, na minha imaginação, essa possibilidade nem existia (Adeyemi, 2022).

A obra de Adeyemi, apesar de não ser um lançamento recente, alcançou uma notável visibilidade no *TikTok* nos últimos anos, onde a *hashtag* #ChildrenOfBloodAndBone, correspondente ao seu título em inglês⁵⁴, já acumulou mais de 6 milhões de visualizações, enquanto a *hashtag* com o nome da autora também já passa dos 4 milhões de visualizações na plataforma. Além disso, em 2022, conforme informações divulgadas pela Editora Rocco (2022), responsável pela publicação da obra aqui no Brasil, o livro emplacou o 9º lugar na lista dos 10 livros mais vendidos pela editora na Bienal de São Paulo, sendo, não apenas um indicativo do sucesso comercial da obra refletido nas *bookredes*, mas também a representação de um passo importante para o desenvolvimento de uma literatura mais inclusiva.

Adeyemi não é a primeira autora negra a escrever esse tipo de história. Ela se apoia em outros escritores negros como Octavia Butler e N. K. Jemisin. Mas, a escrita de fantasia e ficção científica tem sido, tradicionalmente, dominada por escritores brancos e tradições de oralidade e o sucesso de Adeyemi é especialmente importante para o nosso momento cultural da forma em que seu livro, como uma obra para jovens adultos, entra na corrente da popularidade comercial (Hoyle, 2020, tradução da autora).⁵⁵

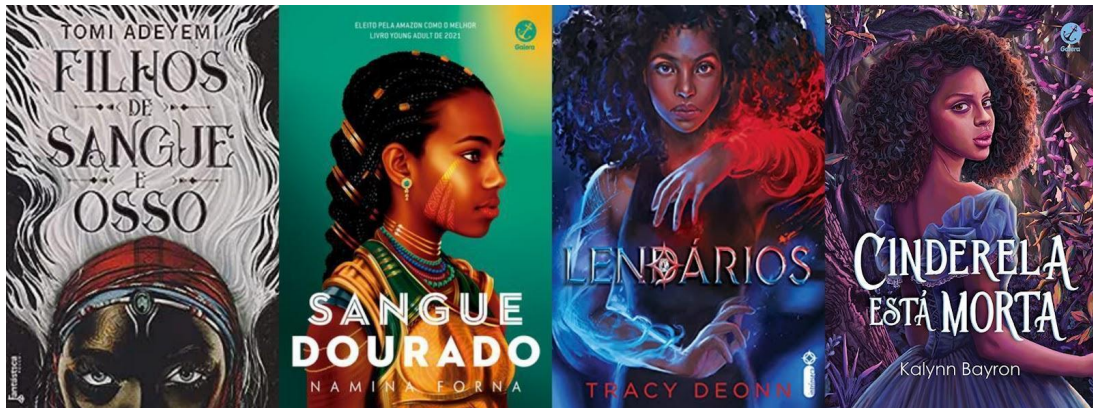
De igual modo, a difusão e popularização de narrativas escritas e protagonizadas por pessoas não-brancas abre portas para que outros autores, até então marginalizados, também possam ser reconhecidos por suas histórias que celebram suas culturas. Ao apresentar elementos culturais diversos em narrativas que, aos poucos, se tornam mundialmente populares, as obras e seus autores ganham o poder de ampliar a consciência cultural de leitores pelo mundo todo, que podem não estar familiarizados com essas culturas e passam a aprender melhor e apreciar suas riquezas e complexidades.

Uma característica comum que pude observar em vários dos livros de ficção com protagonismo “não-branco” e que fazem sucesso entre o público jovem das *bookredes*, é o fato de tal representatividade estar explícita já em suas capas, através de ilustrações, muitas vezes de personagens, ricas em detalhes que antecipam elementos da história e chamam a atenção dos leitores por sua beleza (Figura 17).

⁵⁴ A *hashtag* abrange conteúdos gravados por pessoas do mundo todo.

⁵⁵ Trecho original: “Adeyemi is not the first Black author to write this sort of story. She stands on the shoulders of other Black writers like Octavia Butler and N. K. Jemisin. But fantasy and science fiction writing have, traditionally, been dominated by white writers and storytelling traditions, and Adeyemi’s success is especially important for our cultural moment in how her book, as a Young Adult work, steps into the stream of commercial popularity” (Hoyle, 2020).

Figura 17 – Exemplos de capas de livros famosos com protagonismo não-branco



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Google* (2023).

A utilização dessas capas vai muito além da estética, pois pode ser considerada como uma importante forma de apresentar personagens não-brancos de maneira destacada, fazendo com que, ao se depararem com essas capas, leitores não-brancos se sintam incluídos e refletidos na literatura. Igualmente, esse apelo estético representa uma estratégia importante para atrair novos leitores e aumentar o interesse por essas obras. Tomi Adeyemi reforça essa importância ao relatar a dificuldade que teve ao escrever personagens que se assemelhavam a ela:

Eu sei o quanto é importante ter uma menina preta na capa do livro. Eu me apaguei da minha imaginação por 10 anos. Nas minhas histórias, meus personagens eram brancos ou birraciais. Eu internalizei que não podia existir alguém como eu até na minha imaginação, porque nunca me vi na dos outros. Tudo o que vemos nos afeta (Adeyemi, 2022).

A fala da autora demonstra o quanto essa escassez de diversidade na literatura é um problema que se dispersa pela literatura mundial. Trazendo para o contexto do Brasil, essa questão se alinha com a pesquisa de Dalcastagnè (2008), que analisou 258 romances de autores brasileiros publicados pelas editoras Companhia das Letras, Record e Rocco. Dalcastagnè (2008) apresenta dados importantes sobre a realidade da representatividade não-branca na literatura brasileira, visto que, 93,9% dos autores analisados eram brancos e apenas 2,4% eram considerados “não-brancos”⁵⁶. No que diz respeito aos personagens

⁵⁶ De acordo com dados de Dalcastagnè (2008), os 3,6% restantes correspondem aos autores que não tiveram a cor identificada.

“não-brancos” dos romances estudados, a pesquisa revela que lhes falta protagonismo na literatura e evidencia que, em contraste com os 84,5% de protagonistas brancos, os negros e mestiços representam a igual porcentagem de 5,8%, enquanto apenas 1,5% de indígenas ocupam um papel de protagonistas nas narrativas.

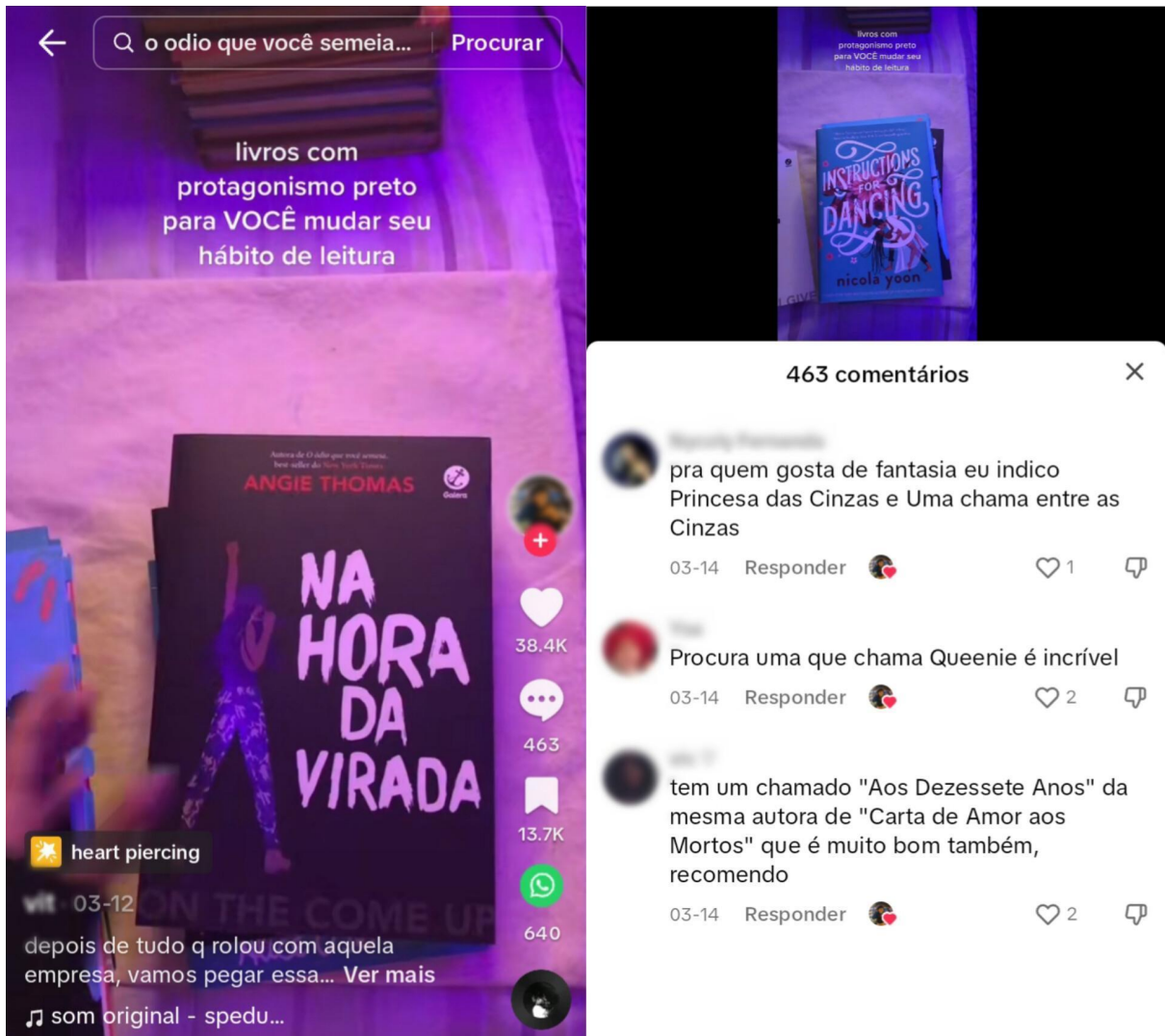
Dalcastagnè (2008) também revela a incidência de negros em papéis secundários e estereotipados, demonstrando a urgência existente no Brasil para que grupos historicamente oprimidos e marginalizados na literatura brasileira tenham um espaço de destaque, a fim de que a diversidade seja sentida significativamente tanto por autores quanto por leitores não-brancos.

Até o momento de escrita desse tópico, não foram encontrados dados concretos de pesquisas oficiais que possam ilustrar a porcentagem atual da diversidade no mercado literário do Brasil. No entanto, de acordo com Gabriel e Barbosa (2021), “[...] em 2020, o mercado editorial viveu um ‘boom’ de autores negros”, caracterizado pela diversificação dos catálogos das editoras por meio dos lançamentos bem-sucedidos de livros com temáticas antirracista.

Sobre a luta desses grupos pelo direito de serem inseridos na literatura, Mendonça (2018) destaca a importância dessa representação se iniciar por meio dessas pessoas, considerando o local de fala delas:

Nessa literatura, um dos pontos focais é o local de fala, onde o negro escreve sobre a vivência negra, a mulher escreve sobre a vivência da mulher, o LGBT escreve sobre a vivência LGBT. A representação dos grupos até então invisibilizados e oprimidos começa desde quem escreve até o que é escrito (Mendonça, 2018, p. 3-4).

Nessa perspectiva, é digno de nota o papel extremamente relevante que as *bookredes* exercem no estímulo à propagação dessa literatura mais diversa. Percebo que quando se propõem a indicar livros com protagonismo não-branco nas *bookredes*, objetivando desempenhar uma mudança no repertório de leitura das pessoas através da integração de obras diversificadas, os criadores de conteúdo direcionam o foco das recomendações para livros nos quais os personagens não-brancos estão no centro das narrativas e possuem papéis principais, além de serem escritos por autores também não-brancos. Um ponto considerável e que contribui para o funcionamento das *bookredes* como comunidades virtuais é que, comumente, as pessoas interagem entre si pelos comentários contribuindo com novas indicações de livros que não tenham sido citados nos conteúdos que viram (Figura 18).

Figura 18 – Captura de tela de perfil no *TikTok*

Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *TikTok* (2023)⁵⁷.

Esse tipo de conteúdo permite dar voz à narrativas que abordam questões enfrentadas diariamente por essas pessoas, como o racismo, que, trazendo para o contexto do Brasil, segundo Dalcastagnè (2011), é uma temática ausente em nossa literatura contemporânea e, quando se faz presente, não inclui “[...] a opressão cotidiana das populações negras e as barreiras que a discriminação impõe às suas trajetórias de vida” (Dalcastagnè, 2011, p. 87).

No que diz respeito a esse cenário escasso de foco na literatura não-branca, Etienne Martins (2017) profere uma verdade crucial ao dizer que: “[...] a literatura não dá conta de acabar com o racismo, mas ela pode fazer com que os leitores negros se empoderem e os leitores brancos conheçam mais a nossa história”. A fala de Martins, direciona a literatura como uma importante ferramenta de transformação social e permite reforçar o porquê a

⁵⁷ Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMjuE18rD>. Acesso em: 9 out. 2023.

influência das comunidades de leitores na Web 2.0 para o espalhamento dessas obras é tão significativa para a literatura.

6.3 COBRANÇA POR MAIS CONSCIÊNCIA NO MEIO LITERÁRIO

Para além das indicações constantes, as *bookredes* estão atuando em um papel importante e poderoso para a conscientização acerca de pautas raciais e do racismo estrutural dentro do mercado editorial. Para exemplificar o quanto essa influência vem atingindo patamares relevantes, citarei duas situações específicas que acompanhei, ocorridas com duas grandes editoras do país: a Galera Record, selo editorial do Grupo Editorial Record; e a Intrínseca, nos anos de 2020 e 2023, respectivamente.

Em 2020, o *BookTok* ainda era considerado uma comunidade recente no Brasil, pois ainda estava se popularizando entre os leitores brasileiros e o *bookstagram* ainda não possuía a grande adesão que possui hoje em dia, assim como a plataforma do Instagram não detinha dos mesmos recursos de compartilhamento de mídia que detém atualmente, portanto, muitos leitores utilizavam o *booktwitter* para expressar suas opiniões e debater sobre a literatura.

Nesse contexto, a Galera Record gerou polêmica ao lançar o livro “Cidade da Lua Crescente”, de Sarah J. Maas (2020), apresentando uma tradução que embranqueceu personagens que originalmente não eram brancos, chamando a atenção dos leitores e fãs da história, que se uniram e trouxeram à tona diversas outras reclamações sobre traduções antigas da editora e problemas envolvendo a qualidade das edições físicas dos livros⁵⁸. A mobilização atingiu um patamar tão alto que as críticas chegaram ao conhecimento de diversos autores estrangeiros publicados pela editora aqui no Brasil e, por fim, resultaram em um pronunciamento da editora sobre a situação.

Em seu pronunciamento (Figura 19), a Galera Record (2020) afirmou ter enviado o livro “[...] para uma revisão técnica por uma pós-doutora e historiadora negra especializada em racismo e escravidão no Brasil”. Ainda, após as críticas apontadas pela comunidade literária, a editora anunciou diversas outras medidas que foram tomadas para evitar a repetição de incidentes como esse nas futuras publicações (Figura 20).

⁵⁸ Informações sobre a mobilização estão disponíveis em: <https://twitter.com/evajacks/status/1332021977599647745>. Acesso em: 16 set. 2023.

Figura 19 – Recortes do pronunciamento da Galera Record no X

← **Post**

1 3 452

Galera Record, a Gal está em Castell... @galerare... · Nov 28, 2020 ...
Sobre os problemas de tradução no “Cidade da Lua Crescente”: sentimos muito que tenha faltado sensibilidade da nossa parte na escolha de termos para caracterizar o tom de pele dos personagens nessa tradução. Por conta desse episódio, estamos inclusive revisando livros antigos. +

3 68 475

Galera Record, a Gal está em Castellane 🇧🇷 @galerarecord ...

Imediatamente após o fato ter sido apontado pelos nossos leitores, tomamos as seguintes providências: nos pronunciamos publicamente e enviamos o livro para uma revisão técnica por uma pós-doutora e historiadora negra especializada em racismo e escravidão no Brasil. +
[Translate post](#)

1:01 PM · Nov 28, 2020

1 22 560 1

Fonte: adaptado pela autora, a partir de Galera Record (2020).

Figura 20 – Recortes do pronunciamento da Galera Record no X

← **Post**

Galera Record, a Gal está em Castell... @galerare... · Nov 28, 2020 ...
A nova edição revisada do livro já está sendo impressa.

Passamos a conduzir leitura sensível em 100% dos livros publicados pela Galera Record para evitar qualquer problema futuro ou erro desse tipo, que é inadmissível e que repudiamos 100%. +

1 24 478

Galera Record, a Gal está em Castell... @galerare... · Nov 28, 2020 ...
Estamos de verdade comprometidos e não aceitamos a publicação de qualquer termo ou expressão que possam ser ofensivos para os nossos leitores. +

1 11 419

Galera Record, a Gal está em Castell... @galerare... · Nov 28, 2020 ...
Criamos, em parceria com ativistas do movimento negro, um manual da tradução antirracista e dividimos com nossos tradutores e colaboradores.

Não foi mais do que nossa obrigação, mas estamos todos aprendendo juntos. +

2 23 503

Fonte: adaptado pela autora, a partir de Galera Record (2020).

A situação exposta trata-se de mais um forte indicativo da necessidade da inclusão de pessoas não-brancas no mercado literário. Ainda que a obra central da polêmica da Galera Record não tenha sido escrita por uma autora não-branca, a existência de personagens não-brancos por si só já explicita a necessidade de inserção de profissionais diversificados na indústria. Isso vai muito além de dar visibilidade a autores, pois se estende aos profissionais envolvidos em todo o processo de produção editorial.

Uma matéria do Jornal O Globo (2020) evidencia essa problemática ao afirmar que, apesar de toda a movimentação do mercado editorial brasileiro para expandir o catálogo de livros e incluir mais diversidade negra, ainda se faz necessário a participação de profissionais negros, em especial tradutores, para evitar que autores estrangeiros sejam traduzidos de maneira errônea, como argumenta a jornalista e tradutora Stephanie Borges:

No começo, muita gente achava que era preciosismo chamar um tradutor negro para traduzir um autor negro, mas logo acadêmicos começaram a pontuar erros, conceitos mal traduzidos, especialmente em textos de feministas negras. Se não há nenhum negro envolvido na produção do livro, algumas coisas podem passar batidas, desde traduções erradas de conceitos até injúrias raciais (Borges, 2020).

Apesar de se direcionar à imprescindibilidade de tradutores negros para traduzir autores negros, as considerações de Borges (2020) sobre o assunto se estendem para o cenário editorial como um todo. É preciso que as editoras estejam preparadas para que suas obras cheguem ao mercado de forma competente.

A existência de personagens não-brancos na literatura está cada vez mais comum, tendo em vista o apelo da comunidade leitora por mais diversidade, logo, independente de esses personagens serem inseridos de maneira secundária ou central nas histórias, é de extrema importância que suas representações sejam feitas de maneira respeitosa. Para que isso aconteça, o envolvimento de profissionais não-brancos é essencial, uma vez que, como afirma Pedro Almeida (2023), sócio da Faro Editorial e ex-membro do conselho do Prêmio Jabuti: “A ausência dessas pessoas pode levar a uma representação estereotipada e superficial dos personagens negros, reforçando preconceitos”.

Outro exemplo de mobilização das *bookredes* em prol de mais consciência no meio literário, principalmente por parte das editoras, ocorreu com a editora Intrínseca em março de 2023. É comum entre as editoras brasileiras a realização de seleções anuais ou semestrais para escolher influenciadores literários como “parceiros”. Nessas parcerias, os influenciadores recebem livros em troca de divulgá-los em seus perfis. No entanto, em 2023, após a

divulgação das listas de selecionados das editoras, leitores e criadores de conteúdo perceberam uma falta de diversidade em meio às pessoas escolhidas, ao observarem que as listas eram compostas, em sua maioria, por pessoas brancas. A discussão nas comunidades virtuais de leitores sobre o assunto foi intensa e, em pouco tempo, chegou ao conhecimento da editora que, além de se pronunciar admitindo a falta de diversidade na seleção, divulgou uma lista adicional com nomes de influenciadores não-brancos, afirmando que a decisão foi tomada após acompanharem esses debates que vinham acontecendo nas *bookredes* (Figura 21).

Figura 21 – Recorte do pronunciamento da Editora Intrínseca no *Instagram*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Intrínseca (2023)⁵⁹.

Analisar a situação acima pode proporcionar diferentes percepções sobre como essas redes literárias vêm se envolvendo no debate e na conscientização acerca do racismo. Inúmeras pessoas que acompanharam a situação, elogiaram nos comentários da publicação a atitude da editora em assumir a responsabilidade de se retratar com seus público, mas apesar de reconhecer o erro e a pouca diversidade presente na seleção de seus parceiros, a reação subsequente da editora também deve ser questionada.

Em primeiro lugar, é importante destacar que a iniciativa de incluir uma parcela maior de criadores não-brancos apenas após a pressão do público certamente não é ideal, visto que um compromisso genuíno com a diversidade seria melhor apresentado se a seleção

⁵⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ConRaGAvfw8/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg%3D%3D>. Acesso em: 19 ago. 2023.

criterizasse uma escolha mais inclusiva desde o início. No entanto, o fato de que a editora se prestou a ouvir as críticas e, assim, buscar medidas para corrigir e melhorar o serviço que presta à literatura, já é um indicativo de sua disposição para contribuir com a mudança de cenário da literatura brasileira.

Ambas as situações expostas nesse tópico e suas resoluções explicitam o quanto os públicos juvenil e jovem-adulto, que são os principais participantes ativos das *bookredes*, estão cada vez mais conscientes e dispostos a serem protagonistas na construção de uma literatura que não faz discriminações e se dispõe a contar a história de todos. Essa participação é um indicativo prático que contribui para o reconhecimento das *bookredes* como comunidades virtuais, as quais são formadas por “[...] um grupo de pessoas que estabelecem entre si relações sociais, que permaneçam um tempo suficiente para que elas possam constituir um corpo organizado, através da comunicação mediada por computador” (Recuero, 2005, p. 19).

Por fim, é possível afirmar que esse atual comportamento dos leitores dentro das *bookredes*, ao demonstrarem voluntariamente um compromisso com a propagação de uma literatura mais justa e significativa para todos, não apenas expressa o fortalecimento das *bookredes* como potentes comunidades virtuais, como também amplia os horizontes a serem explorados pela literatura com ajuda e apoio de recursos tecnológicos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a afirmação das comunidades virtuais de leitores, as *bookredes*, como sendo um meio de incentivo à literatura cuja influência, apesar de se dar em um contexto virtual, reflete também fora das telas; este trabalho teve como objetivo principal investigar as *bookredes* como ambientes virtuais que contribuem para o incentivo do consumo de livros e para o espalhamento de uma literatura mais diversa.

Os conceitos de comunidades virtuais, cultura participativa e de convergência, foram apresentados brevemente no primeiro capítulo, identificando como eles podem ser utilizados na classificação efetiva das *bookredes* como comunidades de leitores movidas pela interação e participação conjunta no meio *online*.

Por meio das evidências de conteúdos literários publicados diretamente no *Instagram*, *X* e *TikTok*, no segundo capítulo deste trabalho foi possível reconhecer as variadas possibilidades de uso dessas plataformas, pelos próprios leitores, para incentivar e despertar o interesse pela leitura em outras pessoas. Com isso, pudemos compreender como as mídias sociais podem ser fortes aliadas na propagação da literatura, quando utilizadas estrategicamente, elucidando o primeiro objetivo específico desta pesquisa.

No decorrer do terceiro capítulo, cumpriu-se o segundo objetivo específico através do fornecimento de dados pontuais sobre o impacto da recente comunidade do *booktok* no setor editorial e de livrarias, mostrando, também, como isso se refletiu nas edições de 2022 e 2023 da Bienal do Livro, um dos eventos literários mais significativos aqui no Brasil. Com base no exposto, foi possível perceber o quanto essa *bookrede* vem contribuindo fortemente para modificar o mercado literário brasileiro por meio de seu poder, principalmente entre a população jovem.

Na sequência, o capítulo quatro atende o terceiro objetivo específico proposto por este trabalho ao investigar o papel das *bookredes* no incentivo de uma leitura mais crítica, ainda que os livros mais comumente espalhados por essas comunidades sejam parte da considerada “literatura de massa”. Para evidenciar esse papel, foram utilizados exemplos de comentários de leitores no *booktwitter*, sobre a obra “É assim que acaba” de Colleen Hoover, que buscavam conscientizar outros leitores sobre a necessidade de se fazer uma leitura mais crítica para evitar interpretações errôneas sobre a abordagem de temas sérios na narrativa.

Por fim, o cumprimento do quarto objetivo específico deu-se no último capítulo, por meio da apresentação de evidências que demonstram como as comunidades literárias das redes sociais vêm contribuindo para a difusão de obras literárias com representatividades de

gênero e sexualidade, e com mais diversidade étnico-racial, uma vez que, os leitores inseridos nas *bookredes* se apresentam como uma geração engajada em temas de relevância social e disposta a contribuir com o espalhamento de obras literárias escritas por autores pertencentes a grupos historicamente discriminados. Além disso, através dos dados apresentados no capítulo também evidenciou-se a participação ativa dos leitores na cobrança por mais consciência, coerência e respeito por parte dos profissionais do mercado literário quanto às questões de racismo e outros tipos de preconceitos.

Em suma, conclui-se que, as *bookredes* estão se consolidando como espaços que desempenham um papel primordial para a literatura, diante da constante evolução do cenário digital, especialmente ao facilitar o seu acesso e contribuir com o descobrimento de novas obras literárias. Adicionalmente, em meio às possibilidades que as *bookredes* apresentam, provou-se, também, sua função como canais importantes de comunicação entre pessoas atuantes no meio literário, isso inclui autores, editoras e livrarias que, como aqui exposto, foram diretamente influenciados pela ascensão dessas comunidades literárias das redes sociais.

REFERÊNCIAS

- ADEYEMI, T. **Filhos de sangue e osso**. Tradução: Petê Rissatti. Rio de Janeiro: Fantástica Rocco, 2018.
- ADEYEMI, T. Ida à Bahia inspirou autora americana a criar bestseller: ‘Deuses negros’. [Entrevista cedida a] Rafaela Polo. **Universa**. São Paulo, 7 ago. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2022/08/07/veja-como-mulheres-pretas-sao-apagadas-das-historias-diz-autora-premiada.htm>. Acesso em: 20 ago. 2023.
- AGUIAR, A. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social! **Rock Content**. [S. l.], 17 ago. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 3 out. 2023.
- ALEKSANDRA, P. **Livros para quem amou vermelho, branco e sangue azul**. [S. l.], 18 ago. 2023. Instagram: @paola.aleksandra. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CwGa9k7v8Tm/?igshid=NjIwNzlyMDk2Mg==>. Acesso em: 20 ago. 2023.
- ALMEIDA, P. Pretas nas letras. [Entrevista cedida a] Georgia Santos. **AzMina**. [S. l.], 26 jul. 2023. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/escriptoras-negras-independentes-e-o-mercado-literario/>. Acesso em: 29 ago. 2023.
- ALVES, C. **Conectadas**. São Paulo: Seguinte, 2019.
- ALVES, C. ‘Não esperava vender mais de 10 mil exemplares’, diz Clara Alves sobre sucesso do livro ‘Conectadas’. [Entrevista cedida a] Bruna Carvalho. **iBahia**. Salvador, 4 nov. 2022. Disponível em: <https://www.ibahia.com/bienaldolivrobahia/nao-esperava-vender-mais-de-10-mil-exemplares-diz-clara-alves-sobre-sucesso-do-livro-conectadas>. Acesso em: 10 ago. 2023
- AMARO, V. Editora Malê - Entrevista com Vagner Amaro. [Entrevista cedida a] Luiz Henrique Silva de Oliveira. **Literafro**. Belo Horizonte, 30 jan. 2018a. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/literafro/editoras/1034-editora-male-entrevista-com-vagner-amaro>. Acesso em: 29 ago. 2023.
- AMARO, V. Os negros como protagonistas na literatura num país de maioria negra. [Entrevista cedida a] André de Oliveira. **El País**. São Paulo, 22 maio 2018b. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/cultura/1526921273_678732.html. Acesso em: 29 ago. 2023.
- ANKLAM, S. R. Booktok impulsiona mercado literário e demonstra o impacto das redes sociais no consumo. **Jornal da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Rio Grande do Sul, 15 dez. 2022. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/efeito-booktok-no-consumo-dos-leitores>. Acesso em: 27 ago. 2023.
- BAYRON, K. **Cinderela está morta**. Tradução: Karine Ribeiro e Érica Imenes. 5. ed. Rio de Janeiro: Galera, 2021.

BORGES, S. Em 2020, mercado editorial vivem 'boom' de autores negros, mas ainda falta diversificar cadeia de produção do livro. [Entrevista cedida a] Ruan de Sousa Gabriel e David Barbosa. **O Globo**. [S. l.], 25 dez. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/em-2020-mercado-editorial-viveu-boom-de-autores-negros-mas-ainda-falta-diversificar-cadeia-de-producao-do-livro-24811565>. Acesso em: 10 out. 2023.

BROWN, M. Orange prize for fiction 2012 goes to Madeline Miller. **The Guardian**. [S. l.], 30 May 2012. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2012/may/30/orange-prize-2012-madeline-miller>. Acesso em: 26 ago. 2023.

CAMARGO, I.; ESTEVANIM, M.; SILVEIRA, S. C. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17, ed. especial, art. 97, p. 103-118, 2017.

CARRANÇA, T. Como a Amazon dominou venda de livros em apenas 9 anos. **BBC News Brasil**. São Paulo, 2 maio 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4nwprveg0wo#:~:text='Amazon%20cresce%20no%20amadorismo%20de%20muitas%20livrarias'&text=%22A%20Amazon%20%C3%A9%20a%20maior,a%20Amazon%20dominou%20o%20mercado>. Acesso em: 05 nov. 2023.

CARVALHO, L. LGBTQIA+: a importância da leitura, da literatura e da biblioteca no combate ao preconceito. **UNIFOR**. [S. l.], 29 maio 2021. Disponível em: <https://unifor.br/web/bibliotecaunifor/lgbtqia-a-importancia-da-leitura-da-literatura-e-da-biblioteca-no-combate-ao-preconceito#:~:text=A%20LGBTfobia%20ainda%20%C3%A9%20muito,e%20gradualmente%20desconstruir%20esses%20preconceitos%E2%80%9D>. Acesso em: 23 ago. 2023.

CHOWDHURY, N. Booktok: the rise of literature in digital space. **The Science Survey**. [S. l.], 7 Mar. 2023. Disponível em: <https://thesciencesurvey.com/arts-entertainment/2023/03/07/booktok-the-rise-of-literature-in-the-digital-space/#:~:text=One%20of%20the%20key%20factors,with%20little%20preparation%20done%20beforehand>. Acesso em: 18 ago. 2023.

COSSON, R. **Círculos de leitura e letramento literário**. São Paulo: Contexto, 2014.

COSTA, M. M. **Literatura, leitura e aprendizagem**. 2. ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

COSTA, R. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2002.

CURY, A. C.; SICCHERINO, L. Por que as pessoas estão lendo mais? **Medium**. [S. l.], 3 jun. 2022. Disponível em: <https://medium.com/@laurasiccherino/o-h%C3%A1bito-da-leitura-vivo-ou-morto-d2c3bd5838e7>. Acesso em: 8 out. 2023.

DALCASTAGNÈ, R. Quando o preconceito se faz silêncio: relações raciais na literatura brasileira contemporânea. **Gragoatá**, Niterói, n. 24, p. 203-219, 2008. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/33169>. Acesso em: 29 ago. 2023.

DALCASTAGNÈ, R. Entre silêncios e estereótipos: relações raciais na literatura brasileira contemporânea. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, [s. l.], n. 31, p. 87-110, 2011. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/estudos/article/view/9434>. Acesso em: 29 ago. 2023.

DAMASCENO, L. C. **A influência da literatura de massa na formação do leitor**. 2019. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Ciências e Letras de Assis, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/items/00c7eb50-0607-4dff-ad29-5ac445548d93>. Acesso em: 25 ago. 2023.

DEONN, T. **Lendários**. Tradução: Jim Anotsu. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. (Série Lendários, v. 1).

DIVULGA NACIONAL. **[Post no X]**. [S. l.], 20 set. 2023a. Twitter: @divulganacional. Disponível em: <https://twitter.com/divulganacional/status/1704599432115757507>. Acesso em: 22 set. 2023.

DIVULGA NACIONAL. **[Post do X]**. [S. l.], 4 out. 2023b. Twitter: @divulganacional. Disponível em: <https://twitter.com/divulganacional/status/1709564982168330389>. Acesso em: 07 out. 2023.

DIVULGA NACIONAL. **Veio aí #ExplodaSeuKindle!** [S. l.], 4 out. 2023c. Twitter: @divulganacional. Disponível em: <https://twitter.com/divulganacional/status/1709539207163641979>. Acesso em: 07 out. 2023.

DONALDSON, K. The rise of the phenomenon that is red, white & royal blue. **Paste Magazine**. [S. l.], 21 Aug. 2023. Disponível em: <https://www.pastemagazine.com/books/casey-mcquiston/red-white-and-royal-blue-prime-vidoe-fanfic-roots-romance-tropes>. Acesso em: 27 ago. 2023.

EDITORA ROCCO. **Os 10 livros mais vendidos da Bienal de SP**. [S. l.], 11 jul. 2022. Instagram: @editorarocco. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cf4ra1IggUM/?img_index=1. Acesso em: 20 ago. 2023.

EDITORA SEGUINTE. **Dicas de livros para quem está com saudades de Heartstopper**. [S. l.], 16 ago. 2023a. TikTok: @editoraseguinte. 1 vídeo (34s). Disponível em: <https://www.tiktok.com/@editoraseguinte/video/7268105016546774278>. Acesso em: 20 ago. 2023.

EDITORA SEGUINTE. **Os 10 livros da Seguinte na Bienal do Livro Rio 2023**. [S. l.], 12 set. 2023b. Instagram: @editoraseguinteoficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxGjTwevtAl/>. Acesso em: 18 set. 2023.

EXTRA. **Veja quais foram os 25 livros mais vendidos no Brasil em 2022 e saiba onde encontrá-los**. [S. l.], 22 dez. 2022. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/veja-quais-foram-os-25-livros-mais-vendidos-no-brasil-em-2022-saiba-onde-encontra-los-25632273.html>. Acesso em: 18 set. 2023.

FACCHINI, T. Editoras reportam recordes de vendas na Bienal do Livro de SP. **Publish News**. [S. l.], 11 jul. 2022. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2022/07/11/editoras-reportam-recordes-de-vendas-na-bienal-do-livro-de-sp>. Acesso em: 18 set. 2023.

FACCHINI, T. Recorte da pesquisa 'Retratos da Leitura' revela perfil do leitor na Bienal de SP 2022. **Publish News**. [S. l.], 10 ago. 2022. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2022/08/10/recorte-da-pesquisa-retratos-da-leitura-revela-perfil-do-leitor-na-bienal-de-sp-2022>. Acesso em: 18 set. 2023.

FARREL, K. TikTok celebra o incentivo à leitura na Bienal do Livro Rio 2023. [Entrevista cedida a] **TikTok**. [S. l.], 1 set. 2023. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-na-bienal-do-livro-rio-2023>. Acesso em: 20 set. 2023.

FORNA, N. **Sangue dourado**. Tradução: Karine Ribeiro. Rio de Janeiro: Galera, 2021. (Imortais, v. 1).

FREIRE, P. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. São Paulo: Cortez Editora, 2022.

GABRIEL, R. S.; BARBOSA, D. Em 2020, mercado editorial viveu 'boom' de autores negros, mas ainda falta diversificar cadeia de produção do livro. **O Globo**. [S. l.], 25 dez. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/em-2020-mercado-editorial-viveu-boom-de-autores-negros-mas-ainda-falta-diversificar-cadeia-de-producao-do-livro-24811565>. Acesso em: 10 out. 2023.

GALERA RECORD. [Pronunciamento sobre o caso do livro “Cidade da Lua Crescente”]. [S. l.], 28 nov. 2020. Twitter: @galerarecord. Disponível em: <https://twitter.com/galerarecord/status/1332716181237665792?s=19>. Acesso em: 10 out. 2023.

HARRIS, E. A. Como o choro no TikTok vende livros. **Exame**. [S. l.], 30 mar. 2021. Disponível em: <https://exame.com/casual/como-o-choro-no-tiktok-vende-livros/>. Acesso em: 27 ago. 2023

HIBBERT, T. **Acorda pra vida, Chloe Brown**. Tradução: Lígia Azevedo. João Pessoa: Editora Paralela, 2021.

HIBBERT, T. **Se liga, Dani Brown**. Tradução: Lígia Azevedo. João Pessoa: Editora Paralela, 2022a.

HIBBERT, T. **Vê se cresce, Eve Brown**. Tradução: Lígia Azevedo. João Pessoa: Editora Paralela, 2022b.

HOOVER, C. **É assim que acaba**. Tradução: Priscila Catão. 20. ed. Rio de Janeiro: Galera Record, 2021.

HOYLE, K. B. Children of blood and bone and the importance of the black imagination in the west. **Christ and Pop Culture**. [S. l.], 14 July 2020. Disponível em: <https://christandpopculture.com/children-of-blood-and-bone-and-the-importance-of-the-black-imagination-in-the-west/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

INFOBASE. **O potencial das redes sociais em tempos de crise**. Rio de Janeiro, [7 abr. 2020]. Disponível em: <https://infobase.com.br/infografico-potencial-das-redes-sociais-em-tempos-de-crise/>. Acesso em: 10 out. 2023.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Instituto Pró-Livro; Itaú Cultural, 2016. 142 slides. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/07/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf. Acesso em: 15 out. 2023.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Instituto Pró-Livro; Itaú Cultural, 2020. 153 slides. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a_edicao_Retratos_da_Leitura-IP_L_dez2020-compactado.pdf. Acesso em: 15 out. 2023.

INTRÍNSECA. **Mudanças no time da Intrín**. [S. l.], 13 fev. 2023. Instagram: @intrinseca. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ConRaGAvfw8/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg%3D%3D>. Acesso em: 19 ago. 2023.

JACOBS, C. What is "booktok": inside the newest book community. **Blog Cait Jacobs**. [S. l.], 24 Mar. 2021. Disponível em: <https://caitsbooks.com/2021/03/24/what-is-booktok/>. Acesso em: 27 ago. 2023

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana L. de Alexandria. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

JORNAL NACIONAL. Total de pessoas que se autodeclaram pretas e pardas cresce no Brasil, diz IBGE. **G1**. [S. l.], 22 jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/07/22/total-de-pessoas-que-se-autodeclaram-pretas-e-pardas-cresce-no-brasil-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 3 set. 2023.

JORNAL O GLOBO. **Entenda a trend | #ExplodaoSeuKindle**. [S. l.], 4 out. 2023. Twitter: @jornaloglobo. Disponível em: <https://twitter.com/JornalOGlobo/status/1709657551350972866>. Acesso em: 5 out. 2023.

JUCÁ, B. Justiça veta censura homofóbica de Crivella na Bienal do Livro de Rio. **El País**. São Paulo, 6 set. 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/06/politica/1567794692_253126.html. Acesso em: 27 set. 2023.

KAPLAN, A. Booktok: como o TikTok ajudou venda de livros a bater recorde nos EUA. **Forbes**. [S. l.], 15 fev. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2022/02/booktok-como-o-tiktok-ajudou-venda-de-livros-a-bater-recorde-nos-eua/>. Acesso em: 30 ago. 2023

LEGRAMANDI, S. O que é booktok, sensação do TikTok que mudou o hábito de leitura dos brasileiros? **Estadão**. [S. l.], 11 maio 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/literatura/o-que-e-bookbok-sensacao-tiktok-mudou-habito-s-leitura-brasileiros/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

LEITE, P. V. F. L. **Do filme à obra**: incentivando a leitura por meio de adaptações fílmicas. 2021. Trabalho de Conclusão do Curso (Licenciatura Letras - Inglês) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/23216?locale=pt_BR. Acesso em: 10 out. 2023.

LOURES, A.; CASTRO, F. TikTok: a mais promissora mídia social provoca mudanças na concorrência. **Exame**. [S. l.], 1 jun. 2022. Disponível em: <https://exame.com/bussola/tiktok-a-mais-promissora-midia-social-provoca-mudancas-na-conc-orrencia/>. Acesso em: 10 out. 2023.

MAAS, S. J. **Cidade da lua crescente**: casa de terra e sangue. Tradução: Adriana Fidalgo. 12. ed. Rio de Janeiro: Galera, 2020. v. 1.

MACHADO, P. A.; SILVEIRA, R. M. H. Novas práticas juvenis de leitura: cultura digital e formas de apropriação. **Interdisciplinar**, São Cristóvão, v. 33, p. 48-67, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/interdisciplinar/article/view/14176/10801>. Acesso em: 27 ago. 2023.

MACHADO, R. Literatura LGBTQIA+: mercado nacional expande espaço para livros e autores. [Entrevista cedida a] Clara Menezes. **O Povo**. [S. l.], 11 dez. 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaarte/2021/12/11/literatura-lgbtqia-mercado-nacional-expande-espaco-para-livros-e-autores.html>. Acesso em: 23 ago. 2023.

MARATONA APP. [Post do X]. [S. l.], 5 out. 2023. Twitter: @maratona_app. Disponível em: https://twitter.com/maratona_app/status/1710004132071833964. Acesso em: 07 out. 2023.

MARTINS, E. ‘A maior parte das livrarias não tem livros que nos representam’, diz criadora de espaço dedicado a autores negros em BH. [Entrevista cedida a] Thais Pimentel. **G1 MG**. Belo Horizonte, 13 maio 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/a-maior-parte-das-livrarias-nao-tem-livros-que-nos-representam-diz-criadora-de-espaco-dedicado-a-autores-negros-em-bh.ghtml>. Acesso em: 30 ago. 2023.

MCLEAN, K. Booktok: como o TikTok ajudou venda de livros a bater recorde nos EUA. [Entrevista cedida a] Anna Kaplan. **Forbes**. [S. l.], 15 fev. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2022/02/booktok-como-o-tiktok-ajudou-venda-de-livros-a-bat-er-recorde-nos-eua/>. Acesso em: 30 ago. 2023

MCQUINSTON, C. **Vermelho, branco e sangue azul**. Tradução: Guilherme Miranda. São Paulo: Seguinte, 2019.

MEIO & MENSAGEM. **História do Twitter**: da origem da rede social até a compra por Elon Musk. [S. l.], 30 nov. 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/historia-do-twitter>. Acesso em: 10 out. 2023.

MENDONÇA, G. A. B. **Importância da literatura contemporânea de temática LGBT para a educação**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras Português) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/22566>. Acesso em: 23 ago. 2023..

METRÓPOLES. **Fenômeno TikTok e o impacto na produção**. [S. l.], 15 ago. 2022. Disponível em: [https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/fenomeno-tiktok-e-o-impacto-na-producao-de-c onteudo](https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/fenomeno-tiktok-e-o-impacto-na-producao-de-c conteudo). Acesso em: 30 ago. 2023

MILLER, M. **A canção de Aquiles**. Nova York: Ecco Press, 2011.

MOLINERO, B. Após censura, obras com tema LGBT puxam vendas na Bienal do Livro. **Folha de S. Paulo**. Rio de Janeiro, 8 set. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/09/apos-censura-obras-com-tema-lgbt-puxam-v endas-na-bienal-do-livro.shtml>. Acesso em: 27 set. 2023.

MUSK, E. **X montly users reach new high in 2023**. [S. l.], 28 July 2023. Twitter: @elonmusk. Disponível em: <https://twitter.com/elonmusk/status/1684978651857596429>. Acesso em: 10 out. 2023.

NIELSEN BOOKDATA. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**: ano-base 2019. [S. l.]: CBL; SNEL; Nielsen BookData, junho 2020. 33 slides. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/Produ%C3%A7%C3%A3o_e_Vendas_2019_imprensa_.pdf. Acesso em: 4 set. 2023.

NIELSEN BOOKDATA. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**: ano-base 2020. [S. l.]: CBL; SNEL; Nielsen BookData, maio 2021. 35 slides. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/05/APRESENTACAO_Pesquisa_Producao_e_Vendas_-_ano-base_2020.pdf. Acesso em: 4 set. 2023.

NIELSEN BOOKDATA. **Produção editorial e vendas do setor editorial brasileiro**: ano-base - 2022. [S. l.]: CBL; SNEL; Nielsen Bookdata, maio 2023. 45 slides. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/05/apresentacao_imprensa_completa_OK.pdf. Acesso em: 4 set. 2023.

OBSERVATÓRIO MORTES E VIOLÊNCIAS LGBTI+ NO BRASIL. **Dossiê denuncia 273 mortes e violências de pessoas LGBT em 2022**. [S. l.], 8 maio 2023. Disponível em: <https://observatoriomorteseviolenciaslgbtbrasil.org/dossie/mortes-lgbt-2022/>. Acesso em: 24 ago. 2023.

OSEMAN, A. **Heartstopper**: dois garotos, um encontro. Tradução: Guilherme Miranda. São Paulo: Seguinte, 2021. v. 1.

PASSY, D. Bienal do Livro de São Paulo mostra força do TikTok entre jovens leitores. [Entrevista cedida a] Ruan de Sousa Gabriel. **O Globo**. São Paulo, 6 jul. 2022. Disponível

em:

<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/noticia/2022/07/bienal-do-livro-de-sao-paulo-mostra-forca-do-tiktok-entre-jovens-leitores.ghtml>. Acesso em: 18 set. 2023.

RECUERO, R. C. Comunidades virtuais em redes sociais na internet: uma proposta de estudo. **E-Compós**, [s. l.], v. 4, p. 2-27, dez. 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/57>. Acesso em: 8 out. 2023.

REID, T. J. **Os sete maridos de Evelyn Hugo**. Tradução: Alexandre Boide. João Pessoa: Editora Paralela, 2019.

REIS, L. Os novos rumos do mercado literário pelo comércio virtual durante a pandemia de Covid-19. [Entrevista cedida a] Amanda de Oliveira Maia e Nikolle Gandra Nascimento. **Lamparina**. Mariana, MG, 24 ago. 2021. Disponível em: <https://sites.ufop.br/lamparina/blog/os-novos-rumos-do-mercado-liter%C3%A1rio-pelo-com%C3%A9rcio-virtual-durante-pandemia-da-covid>. Acesso em: 4 set. 2023

RESULTADOS DIGITAIS. **Hashtag: o que significa e como usá-la na sua estratégia de Marketing Digital**. [S. l.], ago. 2018. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-hashtag>. Acesso em: 9 out. 2023.

REVOLUÇÃO DOS LIVROS. **Livros que torço para que sejam traduzidos**. [S. l.], 13 fev. 2023. Instagram: @revolucaodoslivros. Disponível em: https://www.instagram.com/p/ConfFf_Pz_o/?img_index=1. Acesso em: 15 set. 2023

RHUAS, P. **Enquanto eu não te encontro**. São Paulo: Seguinte, 2021.

RHUAS, P. Pedro Rhuas: autor vira hit com livro sobre identidade e sexualidade. [Entrevista cedida a] Vinícius Veloso. **Metrópoles**. [S. l.], 27 jul. 2022a. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/literatura/pedro-rhuas-autor-vira-hit-com-livro-sobre-identidade-e-sexualidade>. Acesso em: 28 set. 2023.

RHUAS, P. **A importância da representatividade nos livros**. [S. l.], 4 ago. 2022b. TikTok: @skeelo.br. 1 vídeo (46s). Disponível em: https://www.tiktok.com/@skeelo.br/video/7263568128859458822?_r=1&_t=8gN6nKSUVfC. Acesso em: 28 set. 2023.

RIDINGS, C. M.; GEFEN, D. Virtual community attraction: why people hang out online. **Journal of Computer-Mediated Communication**, [s. l.], v. 10, n. 1, June 2006. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x>. Acesso em: 8 out. 2023.

SANTIAGO, A. TikTok vence Facebook e vira o aplicativo com mais downloads em 2020. **CNN Brasil**. [S. l.], 10 dez. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/tiktok-vence-facebook-e-vira-o-aplicativo-com-mais-downloads-em-2020/>. Acesso em: 9 out. 2023.

SANTOS, A. D. G.; PEREIRA, D. N. C. Comunidades virtuais de leitores e promoção do letramento literário em situação emergencial. **Revista Linguagem**, São Carlos, v. 40, n. temático – Covid-19, p. 93-120, 2021.

SCHREINER, P. Conheça os livros queridinhos do TikTok. **ND Mais**. Florianópolis, 24 jul. 2022. Disponível em: <https://ndmais.com.br/literatura/conheca-os-livros-queridinhos-do-tiktok/>. Acesso em: 26 ago. 2023.

SGRIGNELLI, B. Booktok já alcançou 14 bilhões de visualizações no Brasil. **Publish News**. [S. l.], 4 maio 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/05/04/booktok-ja-alcancou-14-bilhoes-de-visualizacoes-no-brasil>. Acesso em: 27 ago. 2023

SILVEIRA, A. **Os dois morrem no final**. Tradução: Vitor Martins. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

SISTERS BOOKS DAILY. **Livros perfeitos para quem quer começar a ler**. Natal, 18 set. 2023. Instagram: @sistersbooksdaily. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxWOp0lPon1/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>. Acesso em: 25 set. 2023.

SOBOTA, G. Bienal do Livro Rio 2023: editoras celebram resultados históricos na edição de 40 anos do festival. **Publish News**. [S. l.], 10 set. 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/09/10/bienal-do-livro-rio-2023-editoras-celebram-resultados-historicos-na-edicao-de-40-anos-do-festival>. Acesso em: 18 set. 2023.

SOUZA, G. Qual a rede social mais usada em 2023? A resposta vai te surpreender. **Techtudo**. [S. l.], 21 jul. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2023/07/qual-a-rede-social-mais-usada-em-2023-a-resposta-a-vai-te-surpreender-edapps.ghhtml>. Acesso em: 10 out. 2023

STEWART, S. How TikTok makes backlist books into bestsellers. **Publishers Weekly**. New York, 3 Sept. 2021. Disponível em: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/87304-how-tiktok-makes-backlist-books-into-bestsellers.html>. Acesso em: 6 set. 2023.

THE ECONOMIC TIMES. **Stuff your kindle day 2023**: get free access to thousands of ebooks! Here's how. [S. l.], 30 jun. 2023. Disponível em: <https://economictimes.indiatimes.com/news/international/us/stuff-your-kindle-day-2023-get-free-access-to-thousands-of-ebooks-heres-how/articleshow/101402398.cms?from=mdr>. Acesso em: 07 out. 2023.

THOMAS, A. **Os garotos do cemitério**. Tradução: Arthur Ramos. 4. ed. Rio de Janeiro: Galera, 2021.

TIKTOK. **Fique ligado nos novos recursos!** [S. l.], c2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/pt-br/tiktok-creation-essentials-pt-br/fique-ligado-nos-novos-recursos/>. Acesso em: 10 out. 2023

TIKTOK. **TikTok celebra o incentivo à leitura na Bienal do Livro Rio 2023**. [S. l.], 1 set. 2023. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-na-bienal-do-livro-rio-2023>. Acesso em: 20 set. 2023.

VALENÇA, P. [**Post do Instagram**]. João Pessoa, 28 jul. 2022. Instagram: @leiturasdatrish. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cgj60Gfrn5v/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>. Acesso em: 15 set. 2023.

VALENTE, T. Resenhas de livros no TikTok mudam relação entre fãs e editoras. [Entrevista cedida a] André Lopes. **Exame**. [S. l.], 18 ago. 2022. Disponível em: <https://exame.com/revista-exame/o-novo-clube-do-livro/>. Acesso em: 28 set. 2023