

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM BIBLIOTECONOMIA

Gabrielle Dantas de Lima Fraga

BOOKSTAGRAM: o incentivo da leitura através de perfis literários

Porto Alegre

2022

Gabrielle Dantas de Lima Fraga

BOOKSTAGRAM: o incentivo da leitura através de perfis literários

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa da Silva

Coorientadora: Mestranda Amanda Santos Witt

Porto Alegre

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora: Prof.^a Dr.^a Patrícia Helena Lucas Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Prof.^a Dr.^a Ana Maria de Moura

Vice-Diretora: Prof.^a Dr.^a Vera Regina Schmitz

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Prof.^a Dr.^a Rita do Carmo Ferreira Laipelt

Chefe Substituta: Prof.^a Dr.^a Samile Andréa de Souza Vanz

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia Dias

Coordenador Substituto: Prof.^a Dr.^a Helen Rose Flores de Flores

CIP - Catalogação na Publicação

Fraga, Gabrielle Dantas de Lima
BOOKSTAGRAM: o incentivo da leitura através de
perfis literários / Gabrielle Dantas de Lima Fraga. --
2022.

64 f.

Orientador: Fabiano Couto Corrêa da Silva.

Coorientadora: Amanda Santos Witt.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de
Biblioteconomia, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Redes Sociais. 2. Bookstagram. 3. Perfis
literários. 4. Incentivo da leitura. I. da Silva,
Fabiano Couto Corrêa, orient. II. Witt, Amanda
Santos, coorient. III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO

Rua Ramiro Barcelos, nº 2705, Prédio 22201.

CEP: 90035-007 Porto Alegre - RS

Telefone: (51) 3308-5067

E-mail: fabico@ufrgs.br

Gabrielle Dantas de Lima Fraga

BOOKSTAGRAM: o incentivo da leitura através de perfis literários

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa da Silva

Coorientadora: Mestranda Amanda Santos Witt

Aprovada em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2022.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa da Silva - Orientador
PPGCIN - UFRGS

Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa - Examinador
UFRGS

Prof. Dr. Rene Faustino Gabriel Junior - Examinador
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família, principalmente minha mãe, Liliane, e minha irmã, Camilly, as minhas melhores amigas. Obrigada mãe por cada momento de apoio, especialmente nos últimos meses, enquanto estive nervosa pensando que não fosse conseguir terminar.

Camilly, a melhor pessoa da minha vida e que sabe me fazer rir como ninguém. Obrigada por me incentivar a não procrastinar (mesmo eu tendo procrastinado o tempo todo). Cada momento contigo são os melhores do meu dia e agora eu finalmente tenho tempo para assistir *One Spring Night* contigo.

Meu irmão Gabriel, é tão meu fã que acabou pegando uma parte do meu nome para ele. O único que ficou falando o tempo todo que escrever um TCC é a coisa mais fácil do mundo, mal posso esperar para a tua vez chegar!

Agradeço por todo o apoio que recebi da equipe da Editora Letra1, especialmente o Ronaldo, que contribuiu com meu ensino e sempre me incentivou.

Agradeço à Larissa, uma amizade de anos, que acompanhou cada trajetória da minha vida e ficou muito emocionada quando mandei mensagem contando a data da minha formatura.

Lara Eduarda, que aguentou meus áudios e sempre apoiou as minhas decisões, muito obrigada, mana. Agora que eu tenho tempo, mal posso esperar para finalmente poder ler seu mais novo livro.

Meus mais sinceros agradecimentos às minhas colegas que se tornaram grandes amigas, Bianca, Joine e Natália. Vocês fizeram esses anos no curso serem mais leves e muito divertidos, cada surto no grupo e cada rodada de gartic no laboratório (desculpa, professores) foram essenciais para a nossa saúde mental.

Minhas amigas virtuais que conheci por meio do *Bookstagram*, Beatriz, Cristina, Gabriele, Lauren e Maria Luiza. Vocês são perfeitas, amo que não importa o que eu faça vocês sempre vão dizer que está tudo maravilhoso. Então, obrigada por cada incentivo nos últimos meses.

Agradeço ao meu orientador, Fabiano Couto, e a minha coorientadora Amanda Witt, que aguentou minhas mensagens, me acalmou em todas as reuniões e sempre teve nada além de comentários gentis, muito obrigada por toda a ajuda.

Por fim, agradeço a UFRGS e aos professores que contribuíram para a minha formação.

RESUMO

O presente trabalho investiga as estratégias usadas pelos perfis literários existentes na rede social *Instagram*, chamados *Bookstagram*, para incentivar a leitura. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica de natureza básica e caráter exploratório com abordagem qualitativa. Como objetos de estudo, este trabalho apresenta dois perfis literários, assim como suas publicações realizadas no período de 10 de dezembro de 2021 a 10 de março de 2022. Os perfis literários selecionados para a análise são os *bookstagrans* Biblio Letícia e Mira Reading Maps. Utilizou-se a análise de conteúdo comparativa para verificar os dados obtidos e avaliar as publicações que fossem semelhantes e divergentes nos perfis literários com o intuito de identificar as estratégias de incentivo da leitura presentes em cada *Bookstagram*. Os resultados obtidos na análise possibilitaram considerar os perfis literários presentes dentro da comunidade do *Bookstagram* como incentivadores e mediadores da leitura, também foi possível identificar os benefícios que o bibliotecário pode adquirir ao fazer uso das redes sociais voltadas para o mundo literário ao buscar informações para adquirir melhorias para a sua biblioteca.

Palavras-chave: Redes sociais. *Bookstagram*. Perfis literários. Incentivo da leitura.

ABSTRACT

This paper investigates the strategies used by existing literary profiles in the social network Instagram, called Bookstagram, to encourage reading. The methodology used was the bibliographical research of basic nature and exploratory character with qualitative approach. As objects of study, this work presents two literary profiles, as well as their publications made in the period from December 10, 2021 to March 10, 2022. The literary profiles selected for the analysis are the bookstagrans Biblio Leticia and Mira Reading Maps. Comparative content analysis was used to verify the data obtained and evaluate the posts that were similar and divergent in the literary profiles in order to identify the strategies to encourage reading present in each Bookstagram. The results obtained in the analysis made it possible to consider the literary profiles present within the Bookstagram community as promoters and mediators of reading. It was also possible to identify the benefits that librarians can acquire when making use of social networks focused on the literary world to seek information to acquire improvements for their libraries.

Keywords: Social media. Bookstagram. Literary profiles. Reading incentive.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Queria Estar Lendo	23
Figura 2 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Vamo Ler	24
Figura 3 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Aquela que Leu	24
Figura 4 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Aquela que Leu	25
Figura 5 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Aleatoriamente Pensando em Livros	27
Figura 6 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Aleatoriamente Pensando em Livros	28
Figura 7 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Páginas da Cá	29
Figura 8 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Páginas da Cá	29
Figura 9 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Páginas da Cá	30
Figura 10 - <i>Print Screen</i> do perfil da Pam Gonçalves	32
Figura 11 - <i>Print Screen</i> do perfil da Pam Gonçalves	33
Figura 12 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Luz, Câmera e Livros	33
Figura 13 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	36
Figura 14 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	37
Figura 15 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	38
Figura 16 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	38
Figura 17 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	39
Figura 18 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	40
Figura 19 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	40
Figura 20 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	42
Figura 21 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	43
Figura 22 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	44
Figura 23 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	45
Figura 24 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	45
Figura 25 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	46
Figura 26 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	47
Figura 27 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	47
Figura 28 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	48
Figura 29 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	49
Figura 30 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	50
Figura 31 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	51
Figura 32 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	51

Figura 33 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Biblio Letícia	52
Figura 34 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	53
Figura 35 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	54
Figura 36 - <i>Print Screen</i> do <i>bookstagram</i> Mira Reading Maps	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Publicações presentes nas comunidades literárias

22

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

LCs - Leituras Coletivas	30
LC - Leitura Coletiva	54

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Problema	13
1.2	Objetivos	13
1.2.1	Objetivos geral	13
1.2.2	Objetivos específicos	13
1.3	Justificativa	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Leitura: contexto e definições	15
2.2	Mediação e incentivo à leitura	15
2.3	Redes sociais	17
2.3.1	Atuação do bibliotecário nas redes sociais	19
2.4	<i>Instagram</i>	20
2.4.1	<i>Bookstagram</i>	21
2.4.1.2	Categorização de conteúdo no <i>Bookstagram</i>	23
3	METODOLOGIA	34
4	ANÁLISE DE DADOS	36
4.1	Biblio Letícia	36
4.2	Mira Reading Maps	37
4.3	Análise comparativa das publicações realizadas pelas <i>bookstagrammers</i>	39
4.3.1	Caixa de Perguntas	39
4.3.2	Representatividade	41
4.3.3	Resenhas	46
4.3.4	Parcerias e <i>Unboxing</i>	51
4.3.6	Publicações interativas	52
4.3.7	Leituras coletivas	54
5	BENEFÍCIOS PARA O BIBLIOTECÁRIO	56
6	CONCLUSÃO	59
	REFERÊNCIAS	60

1 INTRODUÇÃO

As constantes mudanças que ocorrem no mundo digital servem, principalmente, para trazer melhorias e ajudar na busca por informações. Os atrativos presentes na web 2.0 são muito requisitados, e é cada vez mais frequente o número de pessoas que acabam fazendo deles seus locais de trabalho.

Mediante recursos disponíveis pela internet, como as redes sociais, por exemplo, conseguimos publicar fotos, criar conteúdos diversos e compartilhá-los com nossos amigos e conhecidos, mas também com pessoas do mundo todo.

As redes nos proporcionaram maneiras mais rápidas e práticas de manter contato com pessoas queridas, mas existem aqueles que utilizam esses artifícios disponíveis *online* para compartilhar suas opiniões sobre diversos assuntos, adquirindo com isso seguidores e certa relevância na comunidade onde está inserido, tornando-se assim um influenciador digital.

Segundo os dados da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, nos últimos quatro anos o país perdeu mais de 4,6 milhões de leitores e de 2015 a 2019 a porcentagem de leitores foi de 56% para 52%. A pesquisa apontou que a única faixa etária que apresentou aumento no número de leitores foi entre crianças de cinco e dez anos, passando de 65% a 71% (ABE, 2020, n.p.). Enquanto o número de usuários de redes sociais aumenta cada vez mais, o Brasil possui mais de 150 milhões de usuários de redes sociais (MONITOR MERCANTIL, 2021, n.p.). Para alcançar estas pessoas que passam mais da metade do seu dia conectadas e assim conseguir contornar essa carência de leitura, surgiram criadores de conteúdo que falam especificamente de livros nas redes sociais.

As redes sociais que possibilitam espaços para a propagação de conteúdos literários são os *Blogs*, *YouTube* e *Instagram*. O foco deste trabalho é o *Bookstagram*, perfis literários presentes no *Instagram*, onde os donos destes perfis são chamados *bookstagrammers*, Macedo (2022) diz que esta denominação vem de *book* - livro; *instagrammer* - são conhecidos como os produtores de conteúdo dentro do *Instagram*. Os *bookstagrammers* tem como objetivos compartilhar suas experiências literárias com seus seguidores, incentivar e propagar mais a leitura no país que possui um índice tão baixo de leitores e tentar alcançar aqueles que não estão habituados a ler por meio de publicações chamativas e interativas.

1.1 Problema

Com o avanço da tecnologia e dos suportes presentes na internet, o bibliotecário pode e deve estar atento a outros meios de divulgação de livros, como as redes sociais. Dessa forma, o problema de pesquisa abordado neste trabalho busca analisar perfis literários presentes na rede social *Instagram*, chamados *Bookstagram*. A partir disso será realizada uma investigação das publicações presentes nesses perfis com o intuito de responder à questão norteadora do projeto: *Quais estratégias são usadas pelos perfis literários do Bookstagram para auxiliar no incentivo à leitura?*

1.2 Objetivos

Os objetivos se dividem em geral e específicos, os quais são descritos abaixo.

1.2.1 Objetivo geral

Esta pesquisa tem por objetivo compreender como são construídos os perfis literários presentes no *Instagram*, conhecidos por *Bookstagram*, como estratégia de incentivo à leitura.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos presentes têm como foco analisar as postagens feitas por perfis literários e quais as suas estratégias adotadas para incentivar o gosto pela leitura.

- A. Caracterizar a rede social *Instagram*, mais especificamente o *Bookstagram*;
- B. Analisar perfis literários a partir das postagens da rede social *Instagram*, chamados *Bookstagram*;
- C. Examinar as estratégias de incentivo à leitura;
- D. Pontuar as vantagens que o uso desses perfis pode trazer aos bibliotecários.

1.3 Justificativa

Este trabalho tem o intuito de identificar os benefícios que o *Instagram* pode trazer para o incentivo da leitura. O diferencial desta pesquisa reside no fato de os perfis literários, que são objeto de estudo desta pesquisa, estarem inseridos em uma rede social de grande alcance que é o *Instagram*.

Por se tratar de um nicho muito específico presente na internet, não foi possível encontrar uma grande variedade de produções intelectuais sobre o *Bookstagram*, sendo assim, essa pesquisa pretende contribuir academicamente e esclarecer possíveis dúvidas que possam surgir sobre o *Bookstagram*.

O interesse profissional se mostra no momento em que se percebe a importância do *Bookstagram* para o bibliotecário, é possível beneficiar-se dessa plataforma ao recorrer aos perfis literários como uma forma de instrumento de informação para o desenvolvimento da coleção da biblioteca. O profissional poderá recolher informações ao observar as postagens publicadas nos perfis literários, notando assim quais são os livros que estão atraindo a atenção dos leitores e estão sendo lidos com mais frequência. Portanto, esses perfis podem funcionar como um recurso auxiliar para a seleção do acervo.

Outro aspecto a ser destacado é o interesse pessoal, que se deve pela curiosidade da autora pelo *Bookstagram* e pelo fato de a própria ter criado um perfil literário para compartilhar suas experiências com os livros durante o período de quarentena, em função da COVID-19. Além de acompanhar muitos perfis literários que acabaram influenciando nas suas leituras, fazendo com que lesse livros que estavam sendo comentados regularmente por outros *Bookstagram*s, notando-se assim o quanto essa comunidade pode ser influente nas leituras das pessoas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção será apresentado o embasamento teórico que ajudou no desenvolvimento deste trabalho.

2.1 Leitura: contexto e definições

O índice de leitura no Brasil nunca foi um número significativo, o brasileiro possui uma média de cinco livros lidos por ano e no país existem 100 milhões de leitores que compreendem 52% da população. (ABE, 2020, n.p.)

Segundo Machado (2011) ler não é um ato natural que se aprende sozinho, é um conhecimento que deve ser transmitido e ensinado, sendo assim, o ato de ler deve ser um direito natural a todas as pessoas.

Medeiros Neto (2014) aponta que a leitura não é apenas uma ferramenta para a obtenção de informação, mas também de inserção social por estimular o senso crítico através da atividade reflexiva do leitor. Nascimento e Nunes (2021) também afirmam que “para se obter êxito na prática da leitura é necessário que o indivíduo compreenda o que é lido, interprete e contextualize suas percepções com seu convívio social.” (NASCIMENTO; NUNES, 2021, p. 3).

Por estarmos imersos na era digital, onde milhares de pessoas recorrem aos seus aparelhos digitais para manter-se atualizadas, os métodos de leitura também precisaram ser inovados. O aumento da tecnologia possibilitou o surgimento de leitores digitais como o Kindle, Kobo e Lev. Silva e Martha (2010) afirmam que a leitura precisou “se inserir neste ciberespaço, buscando sua sobrevivência, mas, principalmente, um meio de conquistar mais leitores.” (SILVA; MARTHA, 2010, p. 4).

2.2 Mediação e incentivo à leitura

O primeiro contato que podemos ter com os livros é em casa, com nossos pais ou responsáveis agindo como mediadores de leitura e nos apresentando as suas histórias favoritas. Segundo Nascimento e Nunes (2021, p. 124) “Mediar é o ato de interferir na apreensão e na apropriação de sentidos dos indivíduos, e é através da mediação da leitura que se forma leitores, os tornando independentes e aptos a lerem e entenderem o mundo.”

Com o passar dos anos temos a possibilidade de ingressar na escola e de conhecer a biblioteca escolar. Neste novo meio descobrimos outras opções de leituras que vão além do que nossos primeiros mediadores apresentaram e cabe ao bibliotecário atuar como mediador e ajudar o usuário a descobrir seus gêneros literários favoritos, sendo assim, “a mediação da

leitura acontece quando se apresentam os livros ao indivíduo, formando-o como leitor, expondo as infinitas possibilidades de leituras existentes.” (NASCIMENTO; NUNES, 2021, p. 125)

O bibliotecário deve conhecer os seus usuários e a biblioteca em que trabalha, ao tomar conhecimento do perfil da comunidade que ele atende será possível realizar a mediação da leitura. De acordo com Almeida Júnior e Bortolin (2014) o bibliotecário precisa estabelecer uma relação dialogada com os seus leitores e apresentar o acervo para assim “contribuir efetivamente com a formação e manutenção de leitores brasileiros.” (ALMEIDA JÚNIOR; BORTOLIN, 2014, p. 209).

Junto da mediação ocorre o incentivo à leitura, como foi ressaltado no tópico anterior deste trabalho. Nos últimos anos, o índice de leitura no Brasil diminuiu e um dos motivos para essa carência está relacionada à falta de incentivo de outras pessoas. Se as crianças não têm o primeiro contato com os livros em casa, isso acaba ficando a cargo das escolas. Portanto, apresentá-las à biblioteca e aos livros é de suma importância para que elas possam desenvolver o gosto pela leitura, senso crítico e criatividade, etapas essenciais para a formação humana. Segundo As Diretrizes da IFLA (2016):

“A biblioteca escolar é um espaço de aprendizagem físico e digital na escola onde a leitura, pesquisa, investigação, pensamento, imaginação e criatividade são fundamentais para o percurso dos alunos da informação ao conhecimento e para o seu crescimento pessoal, social e cultural.” (IFLA, 2016, p. 19)

A falta de incentivo afasta o gosto pela leitura, sem o devido estímulo a sua importância ficará esquecida. Com o aumento das redes sociais será preciso uma constante reinvenção dos métodos de incentivo à leitura, assim, as bibliotecas e os profissionais a frente delas devem estar prontos, aptos e abertos a aceitarem essas constantes mudanças, pois seus usuários estarão cada vez mais inseridos no meio digital. Nesta mesma linha, Sá e Araújo (2019) salientam que, com a internet:

O leitor tem a oportunidade de se conectar com outros leitores através da rede. Assim, se no passado só era possível formar uma comunidade de leitores a partir de encontros presenciais, atualmente a internet permite a interação entre leitores por meio de ambientes virtuais que proporcionam um diálogo sobre livros e literatura. (SÁ; ARAÚJO, 2019, p. 8)

Com as novas tecnologias disponíveis e novas ferramentas presentes nas redes sociais, algumas pessoas passaram a atuar como mediadores e incentivadores de leitura pela internet, compartilhando suas experiências com os livros, suas opiniões e recomendações literárias. Nascimento e Nunes (2021, p. 125) afirmam que “a mediação da leitura não acontece apenas

nas escolas, bibliotecas e unidades de informação; é uma prática que pode estar presente nos mais variados espaços, inclusive no ambiente digital.”

Neste trabalho é apresentado o *Bookstagram*, uma comunidade que pode ser considerada mediadora e incentivadora de leitura em uma rede social. As publicações feitas nas contas literárias possuem um grande alcance por variados motivos, tais como: o fato de os donos desses perfis apresentarem um número significativo de seguidores; utilizam uma linguagem mais informal que casa com seu público e recorrem a elementos em suas publicações que instigam a curiosidade e vontade daqueles que acompanham o perfil. Além desses aspectos apontados, os leitores podem interagir uns com os outros por meio dos comentários. Esta interação e troca de opiniões incentivam muitos a buscarem saber mais sobre o livro que está sendo pauta na publicação.

2.3 Redes sociais

O meio digital tornou-se um local de disseminação e compartilhamento de informações. Com o advento da internet foi possível a criação de redes sociais, que proporcionaram uma forma mais rápida e prática de criar laços e relacionamentos entre as pessoas do seu próprio círculo social e de todos os lugares do mundo. Recuero (2009) afirma que a rede social “é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos.” (RECUERO, 2009, p. 25).

Para Corrêa, Gibbon e Silva (2021, p. 2), as redes sociais proporcionam a promoção e divulgação de diversos conteúdos sobre inúmeros temas, fazendo com que os usuários tenham a qualquer momento acesso às informações que sejam do seu interesse pessoal. As diversas redes sociais criadas possuem diferentes propostas e recursos para os seus usuários, muitos utilizam os artifícios disponíveis para dividir experiências e compartilhar momentos do seu dia com os seguidores. Por serem locais atrativos, muitas pessoas podem achar difícil se desligar das redes por um grande período. O Brasil é o terceiro país que mais utiliza redes sociais no mundo com uma média de tempo de uso diário de 3h42m. Em relação ao uso da internet, os brasileiros passam em média 10h8m por dia conectados. (MONITOR MERCANTIL, 2021, n.p.)

Existem diferentes tipos de redes sociais e que oferecem diversas ferramentas para os usuários, as quais oferecem a possibilidade de seguir perfis de familiares, de amigos e de pessoas que não conhecemos pessoalmente para estarmos cientes de detalhes sobre as suas

vidas. Recuero (2009) ressalta que “Mas nem todas as pessoas que seguimos ou são conexões na Internet são realmente as pessoas com quem trocamos mensagens. Daí dizermos que nem todas as redes são iguais: algumas são só compostas de conexões, outras, de conversas, outras ainda, de uma mistura de ambos.” (RECUERO, 2009, p. 25).

Segundo Leão (2021, n.p.) o *Facebook* segue sendo a rede social mais usada pelos brasileiros, possuindo 150 milhões de cadastros ativos, seguido logo após pelo *YouTube*, *WhatsApp* e *Instagram*. Algumas das características presentes nestas redes são:

- *Facebook*: permite que sejam criadas contas pessoais e profissionais; interação entre os usuários através de mensagens instantâneas; compartilhamento de conteúdos como informações sobre o mundo ou somente suas fotos pessoais; Permite que as fotos sejam “curtidas” para demonstrar que o usuário gostou do conteúdo visto.
- *YouTube*: possibilita o compartilhamento de vídeos de qualquer temática e podem ser assistidos por pessoas do mundo todo; os usuários podem divulgar seus próprios vídeos pessoais na rede social; podemos demonstrar que gostamos dos vídeos ao “curtir” ele, também podemos compartilhar ou salvar para assistir mais tarde.
- *WhatsApp*: troca de mensagens instantâneas; compartilhamento de fotos; permite a criação de grupos com interesses em comum.
- *Instagram*: criação de contas pessoais e profissionais; compartilhamentos de fotos; disponibiliza a opção de seguir nossos amigos e pessoas públicas, assim recebemos atualizações de publicações recentes realizadas por eles; também permite que as fotos sejam curtidas, que ocorram trocas de mensagens e criação de grupos de amigos.

Nota-se que estas redes oferecem diferentes ferramentas para os seus usuários. Neste trabalho será abordado o *Instagram*, a rede social que serviu como base de estudo para a realização deste trabalho.

Visando tirar proveito dessas plataformas digitais e do tempo que o brasileiro gasta nas redes sociais, algumas pessoas resolveram fazer delas o seu local de trabalho, passando a ser conhecidas como influenciadores digitais. Um influenciador digital é alguém que cria conteúdos originais sobre assuntos específicos ou distintos, visando conquistar o interesse do público que se mantém fiel e presente, segundo Karhawi (2016, p. 42) um influenciador digital “[...] produz conteúdos temáticos, com frequência e credibilidade.” Consequentemente, por intermédio do conteúdo publicado nas redes sociais, o influenciador possui uma

influência na mentalidade dos seus seguidores, com a intenção de tirar proveito disso e conquistar novos consumidores, grandes marcas acabam patrocinando ou pagando criadores de conteúdo para que ocorra uma divulgação dos seus produtos.

Nesse sentido, percebe-se que o uso de redes sociais nas bibliotecas pode configurar um diferencial em seu desempenho. Portanto, o tópico seguinte aborda a questão do trabalho do bibliotecário nesse cenário.

2.3.1 A atuação do bibliotecário nas redes sociais

Como alguém que atua e lida diretamente com a informação, o bibliotecário é uma importante fonte de conhecimento e uma fonte de referência para aqueles usuários que adentram a biblioteca.

Por estarmos vivendo na era digital, muitos usuários procuram a internet ou redes sociais para sanar suas dúvidas, de acordo com Oliveira (2005, p. 26) "A unidade de análise da Biblioteconomia não é mais somente o livro, mas também a informação; e suas atividades, agora automatizadas, ultrapassam o espaço da biblioteca", sendo assim, é preciso que o bibliotecário se mantenha atualizado sobre os usos das ferramentas disponíveis nas redes sociais visando tirar proveito delas.

Maness (2007) ressalta que:

De todos os aspectos sociais da Web 2.0, pode ser que as redes sociais e seus sucessores espelhem-se mais na biblioteca tradicional. Redes sociais, em vários sentidos, é Biblioteca 2.0. A face da presença da biblioteca na web no futuro pode parecer muito mais com uma interface de rede social. (MANESS, 2007, p. 48)

O bibliotecário precisa estar aberto a aceitar as inovações que a internet pode trazer para a biblioteca. Nesse sentido, criar uma página para a biblioteca em alguma das redes sociais desenvolverá uma aproximação entre os profissionais e usuários, podendo apresentar os conteúdos, novas aquisições do acervo, datas e horários de funcionamento de uma maneira mais rápida e automatizada. Silva (2008) afirma que "transformar o ambiente da biblioteca, assim como tornar seus produtos e serviços conhecidos e atraentes aos usuários, evidenciar seus benefícios e mostrar como usá-los, são alguns dos objetivos das bibliotecas alinhados com os objetivos da promoção." (SILVA, 2008, p. 15)

É de interesse do profissional da área fazer o melhor para a sua biblioteca e seus usuários, descobrir novas maneiras de inovar seus métodos de trabalho para continuar atraindo público deve ser uma das suas funções, delegar uma pessoa para ajudar a lidar com a rede social da biblioteca também é importante para que ela possa estar sempre atualizada e não arriscar cair em desuso. Rodrigues (2013) sustenta que:

Mas, de modo geral, a Biblioteconomia tem avançado em suas pesquisas e procurado se adaptar à nova realidade que o advento tecnológico apresenta: a organização da informação no espaço virtual. Essa exigência tem levado os profissionais da área a pensarem em um modelo que atenda não somente aos documentos físicos, mas também aos documentos digitais. (RODRIGUES, 2013, p. 129)

Acompanhar redes de outras bibliotecas também pode ajudar a entender quais melhorias poderão ser aplicadas na sua própria rede social, estar em constante contato com os administradores das outras páginas para trocar dicas e informações sobre o acervo será de ajuda para manter o seu atualizado. A importância da presença do bibliotecário fará com que ele possa obter *feedback* dos leitores a respeito dos serviços disponibilizados e assim trazer potenciais melhorias para a biblioteca.

Tendo isso em mente, no próximo tópico será abordado o *Instagram*, mais especificamente o *Bookstagram*, uma comunidade exclusiva na plataforma focada em pessoas compartilhando suas experiências literárias, influenciando e incentivando seus seguidores por meio de publicações sobre livros.

2.4 Instagram

O *Instagram* foi criado em 2010 por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, esta rede tem como principal objetivo publicações e compartilhamentos de fotos e vídeos, a plataforma oferece a possibilidade de seguir outros perfis, comentar e curtir suas fotos (AGUIAR, 2018, n.p.). O *Instagram* atrai a atenção das pessoas por ser uma rede social muito visual e fácil de ser compreendida. O tempo que os brasileiros gastam usando o aplicativo é de 14 horas ao mês, ficando assim empatado em terceiro lugar com o *TikTok*. (MONITOR MERCANTIL, 2021, n.p.)

Por ser um aplicativo gratuito que pode ser acessado através de dispositivos móveis ou pelo navegador, ele conta com 99 milhões de cadastros ativos somente no Brasil (BARROS, 2022, n.p.). As funcionalidades que esta rede oferece vão além de somente publicar suas fotos no seu perfil, uma vez que, ao ser criada uma conta no perfil, os usuários têm a opção de seguir outros perfis, como o de familiares, amigos, pessoas famosas ou de páginas de entretenimento e de notícias. Ao ser selecionada a opção de “seguir” o usuário opta por receber atualizações na sua conta sobre as publicações futuras que o perfil seguido irá realizar. A curtida que os usuários podem deixar em outras publicações aparecem como um coração que fica vermelho após a curtida, através delas é possível medir sua popularidade na rede e quantas pessoas gostaram da foto compartilhada (AGUIAR, 2018, n.p.). A rede social

também oferece a opção de fazer comentários, onde os usuários podem expressar suas opiniões sobre a publicação

Outras funcionalidades oferecidas na rede são os *stories* e os *reels*. Os *stories* podem ser públicos ou o dono da conta pode escolher compartilhar somente com algumas pessoas, o *story* “permite o compartilhamento em tempo real de imagens e vídeos que desaparecem após 24 horas.” (AGUIAR, 2018, n.p.)

A aba explorar do aplicativo reúne em um só local uma galeria de fotos de pessoas do mundo todo, tirando inspiração das fotos que o usuário curtiu e das contas que ele segue. Esta galeria tem o objetivo de fazer com que o usuário descubra novas contas que possam ser do seu interesse (AGUIAR, 2018, n.p.).

As *hashtags* dentro da rede funcionam como palavras-chave que têm relação com a publicação, possibilitando o acesso dos usuários às publicações somente sobre o assunto selecionado na hashtag (AGUIAR, 2018, n.p.). A opção de compartilhar uma publicação pode ser feita no seu próprio *stories* pessoal para que seus seguidores ou pode ser enviada em uma mensagem privada para amigos no *chat* que a rede oferece..

Recuero (2009) afirma:

Uma rede social na Internet tem um potencial imenso para colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a Internet para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc. (RECUERO, 2009, p. 25).

Podemos considerar o Instagram como um local que busca aprimorar suas ferramentas e que oferece um espaço amplo para que seus usuários possam compartilhar momentos da sua vida pessoal ou profissional. No próximo tópico será apresentado o *Bookstagram*, uma comunidade que está presente dentro desta rede social e tem o intuito de dividir suas leituras com os seguidores.

2.4.1 *Bookstagram*

Os perfis literários dentro do *Instagram* são chamados de *Bookstagram*, e os donos desses perfis são os *bookstagrammers*, pessoas que decidiram falar sobre livros, compartilhar as suas experiências e assim popularizar o assunto dentro dessa rede social. Morais (2018, p. 18) define o *Instagram* literário como “conteúdos que são relevantes para determinado grupo de pessoas, construídos diante das particularidades e singularidades que o *bookstagrammer* possui através de suas experiências com a leitura.”

Antes do *bookstagram* ser conhecido existiam outras mídias sociais nas quais as pessoas compartilhavam suas experiências literárias. Durante muitos anos, os *Blogs Literários* eram acessados para buscar resenhas e outras publicações relacionadas a livros, mas atualmente passaram a ser menos procurados devido à popularização de canais literários presentes no *YouTube*, comunidade chamada de *Booktube*. O vasto público que esses canais alcançam se deve pelo fato de as resenhas e recomendações de livros serem feitas em formatos de vídeos, levando a uma maior conexão entre o criador de conteúdo e o espectador. Jeffman (2017) apresenta uma definição para o *booktube* que também pode ser aplicada ao *bookstagram*, ela define o *booktube* como um espaço que é “norteado pelas leituras realizadas, autores preferidos, eventos literários frequentados, pelas reflexões que o contato com a literatura oferta, entre outras possibilidades relacionadas ao consumo cultural”. (JEFFMAN, 2017, p. 187).

O quadro 1 apresenta algumas semelhanças e diferenças entre essas comunidades literárias.

Quadro 1 - Publicações presentes nas comunidades literárias

Redes	Resenhas escritas	Resenhas em vídeos	Presença de fotos	Presença de comentários
Sites - <i>Blogs Literários</i>	X		X	X
<i>Youtube - Booktube</i>		X		X
<i>Instagram - Bookstagram</i>	X	X	X	X

Fonte: da autora, 2022.

Percebe-se que essas três comunidades que falam sobre livros possuem muitas semelhanças e poucas diferenças, sendo o aspecto mais significativo o de todas terem o objetivo de compartilhar, incentivar e mediar a leitura ao apresentar as características e suas considerações do livro lido, sendo em formato de vídeos ou textos.

Apesar de os canais literários no *YouTube* ainda serem grandes e muito requisitados, o surgimento do *Instagram* desencadeou uma utilização massiva dessa rede social, principalmente daqueles que gostariam de usar a rede como uma forma de compartilhar suas experiências literárias. O *bookstagram* serve para aquelas pessoas que gostam de interagir diariamente com seus seguidores de maneira mais rápida e mais pessoal pelos *stories*.

Recuero (2011) listou valores pelos quais as redes sociais operam e que se encaixam ao *bookstagram*, é preciso ter: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Portanto, o criador de conteúdo deve estar presente regularmente na sua rede social, mantendo uma relação próxima com os seus seguidores, transmitindo informações com embasamento e conteúdo, e incentivando a interação dos seguidores através dos comentários. No próximo tópico será apresentado exemplos de conteúdos presentes em alguns perfis no *bookstagram*.

2.4.1.2 Categorização de conteúdo no *Bookstagram*

O grande diferencial que o *bookstagram* tem em relação aos outros nichos que falam sobre livros é o fato de ser muito visual, os perfis presentes dentro desta comunidade chamam a atenção dos seguidores através das fotos postadas no *feed* e da identidade que cada perfil adota. Dispor de uma biografia, mais conhecida como ‘bio’, com informações relevantes sobre o seu perfil é importante para que o seguidor tenha conhecimento sobre o que irá encontrar ao acessar o seu *bookstagram* (Figuras 1 e 2).

Figura 1 - *Print Screen* do *bookstagram* Queria Estar Lendo



Fonte: da autora, 2022.

Figura 2 - *Print Screen* do *bookstagram* Vamo Ler



309 Publicações **3.919** Seguidores **1.266** Seguindo

Flávia | bookstagram 🍷

👩 | Jornalista e revisora

📖 | Romance, YA, policial, suspense, drama e poesia

👉 | Cia. das Letras e HarperCollins ❤️

👁️ | Updates com humor nos stories

Ver tradução

linktr.ee/vamo_ler

Fonte: da autora, 2022.

Demonstrar comprometimento com o perfil literário, manter uma coerência nas publicações e as fotos organizadas faz com que o *bookstagrammer* cresça dentro da rede e tenha cada vez mais seguidores.. As figuras 3 e 4 apresentam o *feed* do *bookstagram* Aquela que Leu, que manteve uma harmonia nas suas fotos postadas.

Figura 3 - *Print Screen* do *bookstagram* Aquela que Leu



Fonte: da autora, 2022.

Figura 4 - *Print Screen* do *bookstagram* Aquela que Leu



Fonte: da autora, 2022.

Cada *bookstagrammer* segue um estilo de postagem para o seu perfil, aderindo certos objetos ou cores que estão sempre presentes nas suas fotos que acabam se tornando a sua marca registrada. As figuras 3 e 4 demonstram a harmonia existente no *bookstagram*. Aquela que Leu, é possível notar que o estilo adotado pelo perfil foi usar cores neutras e a mesma pose para algumas fotos, conseguindo assim criar uma harmonia visual. Ao ter seu perfil literário organizado e mantendo uma frequência nas suas publicações, o *bookstagrammer* pode receber propostas de parcerias com editoras e autores nacionais, as editoras também podem mandar livros de presente mesmo não possuindo uma parceria oficial com o *bookstagrammer*.

As parcerias funcionam de duas formas:

1. Parcerias com editoras: Estas parcerias ocorrem quando as editoras começam o processo de seleção na busca por novos parceiros, através de um formulário respondido o perfil literário é selecionado. As editoras consideram a presença do *bookstagrammer* no perfil, número de seguidores, a estrutura das resenhas, fotos publicadas e a interação com os seguidores. Essa parceria não é paga, a editora começará a enviar os seus lançamentos mais aguardados para os seus parceiros e eles têm o livre arbítrio de escolher se desejam ler o livro enviado. Os autores nacionais enviam seu livro de presente, diferente do processo de

seleção das editoras, o autor nacional não faz um processo de seleção, ele apenas envia seu livro e o *bookstagrammer* decide se vai ler ou não.

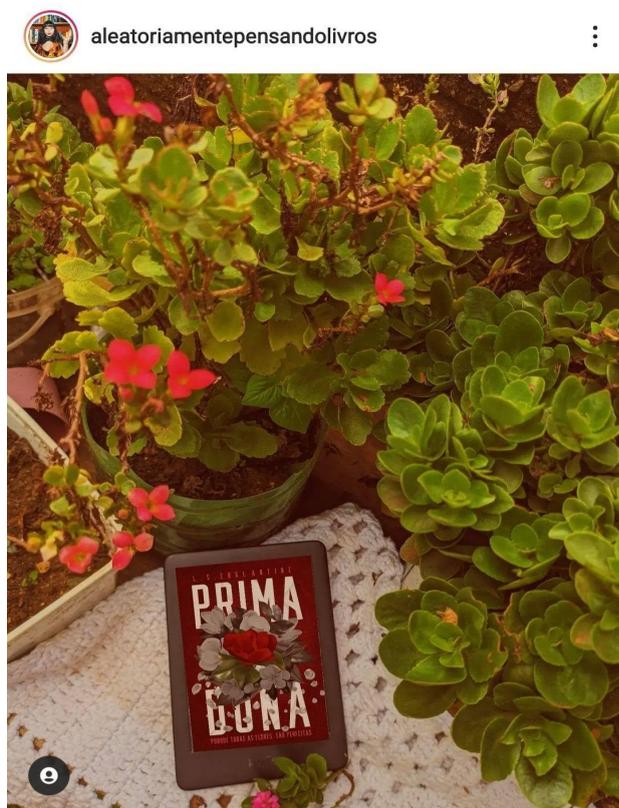
2. Parcerias pagas: Ocorrem quando o dono do perfil fecha um contrato com a editora ou com autores nacionais e é convidado a ler um livro específico em um determinado período. Após a leitura ele deve entregar um conteúdo sobre o livro, seja através dos *stories* ou uma resenha. O *bookstagrammer* pode e deve dar a sua opinião sincera, muitas vezes apontando os pontos positivos e negativos sobre o livro.

As resenhas são os principais artifícios usados pelo *bookstagrammer* para compartilhar sua experiência com o livro lido, segundo Witter *et al.* (1999):

As resenhas procuram levar ao leitor as características básicas da obra, seu conteúdo específico, nível informacional, organização, público alvo e outros aspectos que o resenhista considere de importância para o leitor tomar decisão quanto à leitura e à aquisição do documento resenhado. (WITTER *et al.*, 1999, p. 258).

A estrutura das resenhas fica a critério do *bookstagrammer*, alguns optam por colocar a sinopse do livro, classificação indicativa, número de páginas, editora, citações; outros perfis preferem simplesmente falar a sua opinião, dar uma nota de até cinco estrelas e colocam uma lista de gatilhos. As figuras 5 e 6 apresentam um exemplo de resenha do *bookstagram* Aleatoriamente Pensando em Livros. Um detalhe que sempre está presente nas resenhas de todos os perfis é uma foto do livro que está sendo resenhado e *hashtags* sobre o livro, que fazem com que a publicação tenha um maior alcance dentro da plataforma. Pode-se notar algumas *hashtags* usadas pela *bookstagrammer* ao final da resenha na figura 6.

Figura 5 - *Print Screen* do *bookstagram* Aleatoriamente Pensando em Livros



Fonte: da autora, 2022.

Figura 6 - *Print Screen* do *bookstagram* Aleatoriamente Pensando em Livros

aleatoriamentepensandolivros 📖 Resenha 📖
 Livro: Prima-Dona
 Nota: 4,5 ⭐
 Autora: L.S Englantine @englantinescreve
 ⚠ Gatilhos/Aviso de Conteúdo: Contém descrições gráficas de violência e sangue
 +16

⋯" É cruel pensar nisso, eu sei. Porque um deles é meu melhor amigo, mas não posso evitar. Angelina estará morta um dia. E pelas minhas mãos."

📖 Alana Castro sempre soube que um dia mataria Angelina Trindade, sua meia-irmã.
 Ou melhor, a garota que ela foi obrigada a considerar uma irmã, alguém sangue do seu sangue.
 E não é eufemismo, não é apenas um mero exagero ou capricho de alguém muito jovem. É uma promessa.
 Uma jura séria e selada.

Prima-Dona é uma leitura instigante do início ao fim, assim que você pega a novela para ler não quer parar por minuto algum.
 A Alana é aquele tipo de personagem que você torce mesmo sabendo que é errado, e a todo momento fica a expectativa da morte da Angelina.
 A história é maravilhosa e o plot twist foi delicioso, traz todo aquele mistério e o suspense envolta da trama, sem falar que acompanhamos os personagens crescerem, a Tine fez um trabalho perfeito apaixonada nesse livro.

📖 Se você está afim de uma novela de suspense entre Meias-irmãs esse livro é para você.

📖 Ja leu Prima-Dona? Se ainda não, está disponível no Kindle unlimeted.

#bookstand #bookgram #livros #leitura #instaliterario
 #igliterario #primadonna #primadona #resenha
 #resenhaliteraria #kindleunlimited
 aleatoriamentepensandolivros @leitoracontemporanea ❤️
 🍷🍷🍷🍷🍷

Fonte: da autora, 2022.

Além das resenhas é possível perceber que os perfis literários adotam outras formas de divulgar livros e interagir com os seguidores, algumas das postagens mais recorrentes são:

- Tags Literárias: Consistem em responder perguntas diversas mas que possuem um tema específico, onde todas as respostas devem ser somente com livros. Um exemplo é a *Tag Friends* (figuras 7, 8 e 9), respondida pelo *bookstagram* Páginas da Cá, que

tem como uma das perguntas “Aquele do flashback: Um livro que te traga boas lembranças.” Ao final da TAG o *bookstagrammer* incentiva seus seguidores a contribuírem nos comentários com suas próprias respostas.

Figura 7 - *Print Screen* do *bookstagram* Páginas da Cá



Fonte: da autora, 2022.

Figura 8 - *Print Screen* do *bookstagram* Páginas da Cá

paginasdaca 🎬 Tag de Friends 🎬

Vi no insta da @laralendo e como uma boa fã dessa série, não podia deixar de fazer ❤️

🌟 Aquele onde tudo começou: O livro que te trouxe para o universo literário

📖: Crepúsculo

🌟 Aquele da lista: Um livro que está na sua wishlist há muito tempo e você ainda não leu

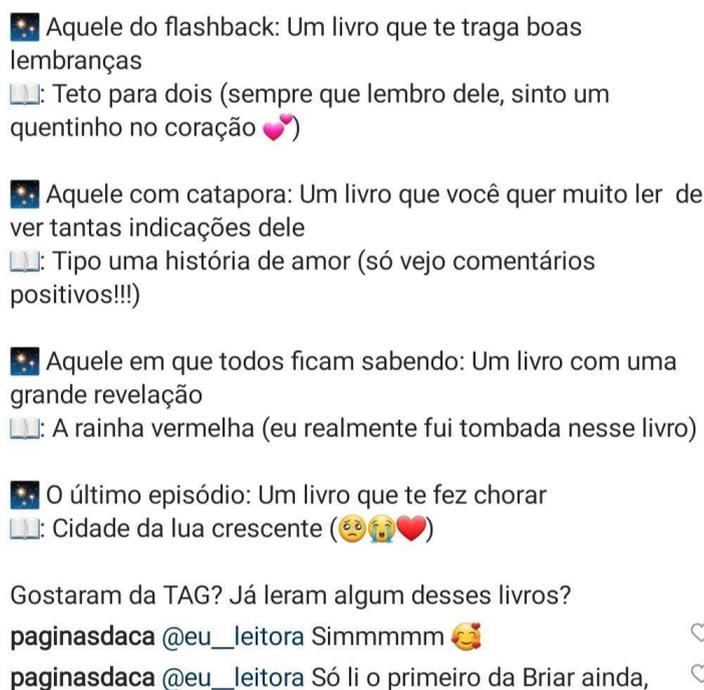
📖: O feitiço dos espinhos (O preço não baixa 😞)

🌟 Aquele com o vídeo de formatura: Um livro ou série que se passa no ensino médio ou faculdade

📖: A série Off Campus, que se passa na Briar 😊

Fonte: da autora, 2022.

Figura 9 - *Print Screen* do *bookstagram* Páginas da Cá



Fonte: da autora, 2022.

- Leituras Coletivas (LCs): Consiste em convidar os seguidores a realizar leituras simultâneas de um livro escolhido através de votação. O *bookstagrammer* prepara um cronograma com a divisão dos capítulos que devem ser lidos a cada semana, após o final da leitura é realizada uma *live* de discussão no *Instagram* literário ou até mesmo no *Google Meet*, os seguidores tem espaço para compartilhar suas opiniões e experiências que tiveram durante a leitura. Araújo e Araújo (2015, p. 248) afirmam que onde há lugar para o exercício da crítica e da busca pela informação também há um possível espaço para a mediação de leituras. Outra forma de acompanhar a leitura dos seguidores é por intermédio de grupos criados pelo próprio *bookstagrammer* no *WhatsApp* ou *Telegram*, onde todos podem comentar em tempo real o que acharam dos capítulos lidos na semana.
- Maratonas Literárias: As maratonas são momentos do ano previamente escolhidos onde o *bookstagrammer* convida seus seguidores a lerem mais do que eles estão acostumados em um determinado período. As maratonas apresentam temas específicos, podendo variar entre ler somente determinado autor durante o mês, ler apenas livros nacionais ou escritos por mulheres. No entanto, as maratonas mais aguardadas pelos leitores são as que estão presentes nos canais literários do *YouTube*,

como no caso de Victor Almeida, proprietário do canal *Geek Freak* organiza maratonas literárias de verão e de inverno, convidando também outros canais literários a fazerem parte das maratonas.

- Sorteios: Por meio de parcerias com editoras são realizados sorteios nos perfis literários. As editoras costumam ceder alguns exemplares de lançamentos futuros mais aguardados para que o *bookstagrammer* ofereça no seu perfil. As regras do sorteio costumam ser as mesmas em todos os perfis e são simples, o leitor que deseja ganhar deve estar seguindo o *bookstagram*, seguindo o perfil da editora e deve marcar até 3 amigos nos comentários.

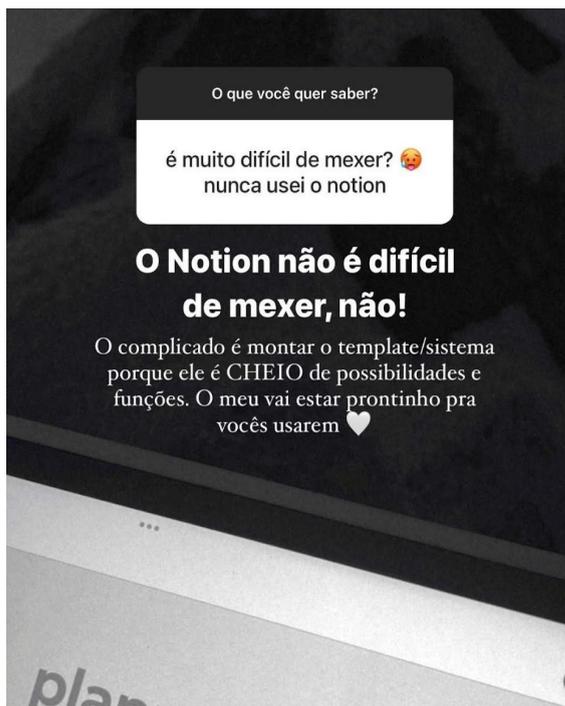
Além destas postagens comentadas, Balverdu (2014, p. 25-26) cita outras mais recorrentes que estão presentes no *booktube*, mas pode-se perceber que elas também aparecem nos perfis do *bookstagram*, algumas delas são:

- Caixa de Perguntas: por meio de uma caixa de perguntas publicada nos *stories*, o *bookstagrammer* irá responder perguntas feitas pelos seguidores. Os assuntos da caixa postada nos *stories* podem ser variados ou ter um assunto pré determinado, como livros, questões pessoais e profissionais. As figuras 10 e 11 demonstram um exemplo de caixa de perguntas sobre um assunto específico presente no perfil da Pam Gonçalves, uma *booktuber* que também compartilha suas leituras no seu *instagram*.



Fonte: da autora, 2022.

Figura 11 - *Print Screen* do perfil da Pam Gonçalves



Fonte: da autora, 2022.

A figura 12 apresenta o *bookstagram* Luz, Câmera e Livros, que abriu uma caixa interativa para que seus seguidores pudessem se divertir ao descrever seus personagens favoritos.

Figura 12 - *Print Screen* do *bookstagram* Luz, Câmera e Livros



Fonte: da autora, 2022.

- *Book Haul* (mais conhecidos como *Unboxing*): o *unboxing* é muito aguardado pelos seguidores, através de fotos ou vídeos nos *stories* o *bookstagrammer* apresenta todos

os livros comprados na semana ou no mês, os livros adquiridos por meio de parcerias ou que foram presentes de editoras.

Pode-se perceber que o *bookstagram* é um espaço dinâmico, diversificado e de entretenimento, onde qualquer pessoa pode criar seu próprio perfil e compartilhar suas experiências literárias pessoais, abrindo espaço para que seus seguidores possam dividir suas opiniões e recomendações.

3 METODOLOGIA

Para Prodanov e Freitas (2013) a metodologia consiste em estudar, entender e avaliar os métodos que estão disponíveis para a execução de uma pesquisa acadêmica, sendo assim, ela é “a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 14).

Com uma abordagem metodológica qualitativa serão analisados perfis literários no idioma português presentes no *Instagram* e suas publicações como uma forma de incentivo de leitura, segundo Gerhardt (2009) a pesquisa qualitativa “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.” (GERHARDT, 2009, p. 31).

Este trabalho conta com uma pesquisa bibliográfica, de natureza básica e de caráter exploratório. Gil (2008) caracteriza a pesquisa exploratória como tendo sua principal finalidade de “[...] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.” (GIL, 2008, p. 8).

Após ter sido definido o tema foi realizada uma busca nas bases de dados sobre a literatura já existente sobre o tema. As bases de dados que apresentaram resultados que ajudaram nesta pesquisa foram a Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI) e a Bases e Teses de Dissertações (BDTD). Ao buscar por “*bookstagram*”, “*bookstagrammer*” e “*Instagram literário*” não foi possível obter um número significativo de resultados logo, a busca precisou ser ampliada para “*blogs literários*” e “*booktubers/ booktube*”. A Bases e Teses de Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (BDTD/Capes) não apresentou nenhum resultado para “*bookstagram*” mas recuperou mais de dez mil resultados para “*Instagram literário*” e “*blogs literários*”. Por ser uma rede social muito utilizada esperava-se encontrar

mais resultados sobre a própria comunidade do *Bookstagram* nas bases voltadas para a ciência da informação.

Optou-se por trabalhar com perfis literários com número de seguidores distintos e publicações feitas no período de 10 de dezembro de 2021 a 10 de março de 2022. Este limite de tempo foi escolhido para poder abranger datas comemorativas, como o Natal e o Dia da Mulher, pois muitos *bookstagramers* fazem recomendações de livros abrangendo estas datas. Outro motivo para a escolha deste período foi o fato de que não são muitos perfis que realizam postagens frequentemente. Algumas pessoas ficam semanas sem atualizar o *feed* e preferem aparecer somente nos *stories*, então estes meses foram selecionados para que a autora tivesse conteúdo para analisar.

Os *bookstagramers* escolhidos para serem analisados foram o Biblio Leticia e Mira Reading Maps. Os perfis escolhidos foram considerados pelo fato de possuírem postagens recorrentes e o *bookstagrammer* se faz presente tanto em suas publicações no *feed* quanto pelos *stories*.

O principal motivo para o *bookstagram* Biblio Leticia ser selecionado para análise é porque sua dona é uma bibliotecária que tem uma frequência de publicações maior do que a Mira Reading Maps e que recomenda muitos livros na temática lgbtqia+. Por outro lado, o *bookstagram* da Mira Reading Maps foi selecionado por ter um número de seguidores menor, publicar muitas resenhas e recomendações de livros com protagonistas pretos ou asiáticos.

A análise de dados apresenta uma análise de conteúdo e comparativa. Segundo Bardin (1977, p. 95), a análise de conteúdo “desenvolve-se em três fases: (a) pré-análise; (b) exploração do material; (c) tratamento dos dados, inferência e interpretação [...]”. Sendo assim, foi realizada uma análise dos dados obtidos no período de meses mencionado anteriormente, o que permitiu analisar e comparar as publicações presentes nos dois perfis literários, considerando sua linguagem, publicações mais recorrentes e as características únicas em cada um deles, como o design adotado. A partir destas análises realizadas foi possível compreender cada um destes perfis e perceber quais foram as postagens utilizadas para incentivar a leitura.

4 ANÁLISE DE DADOS

Neste tópico serão apresentadas as informações obtidas na análise de cada um dos perfis literários. Realizou-se uma análise de conteúdo comparativa das publicações no período de 10 de dezembro a 10 de março e buscou-se verificar as estratégias que cada perfil adotou para incentivar a leitura.

4.1 Biblio Leticia

O *bookstagram* Biblio Leticia foi criado no dia 28 de junho de 2021, o perfil conta com atualizações diárias, variando entre fotos postadas, vídeos ou aparições da *bookstagrammer* nos *stories*. Suas publicações variam entre resenhas e *unboxing* de livros recebidos por editoras, e, seu conteúdo é voltado somente para os livros.

No período de 10 de dezembro de 2021 a 10 de março de 2022 foram realizadas 39 publicações, dentre estas, 6 foram resenhas, 11 unboxings, 9 recomendações de livros sobre algum gênero ou temática específica, 5 publicações sobre leituras realizadas e livros que gostaria de ler. A figura 13 apresenta a biografia, onde a *bookstagrammer* descreve um pouco sobre algumas informações que considera relevantes para aqueles que acessam o seu perfil, como sua formação, idade, local onde mora e sua leitura atual.

Figura 13 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Leticia



Fonte: da autora, 2022.

A figura 14 apresenta o design adotado por Letícia.

Figura 14 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

Percebe-se que o seu *bookstagram* intercala entre as cores rosa, azul e roxo. A *bookstagrammer* escolheu previamente as cores de cada publicação. Nota-se que as postagens sobre resenha sempre tem a cor rosa e assim ela nunca quebra o padrão das suas publicações e quem acessar o seu perfil irá notar que as cores que são iguais sempre ficam na mesma coluna.

4.2 Mira Reading Maps

O *bookstagram* Mira Reading Mpas foi criado no dia 1º de janeiro de 2019, suas atualizações não são diárias pelos *stories*, diferentemente da Biblio Letícia. Seu conteúdo também é voltado somente para os livros e a *bookstagrammer* costuma fazer uso da sua imagem nas suas publicações.

No período de 10 de dezembro de 2021 a 10 de março de 2022 foram realizadas 19 publicações que variaram entre 8 resenhas, 1 unboxing, 1 parceria paga, 3 leituras realizadas. A figura 15 apresenta a biografia da *bookstagrammer*.

Figura 15 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps

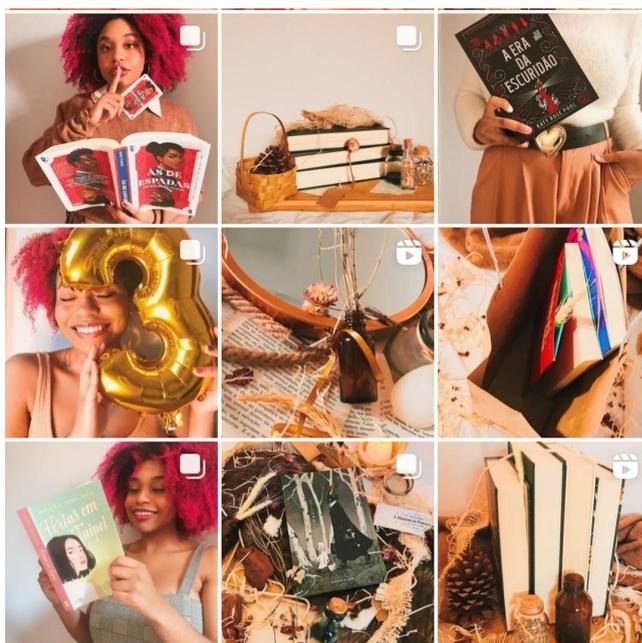


Fonte: da autora, 2022.

A Mira optou por não colocar nenhuma informação pessoal na sua biografia, aqueles que acessam o seu perfil terão conhecimento que ela faz recomendações de livros com representatividade. A *bookstagrammer* também indica livros que ela considera serem incríveis e também temos o seu e-mail profissional.

A figura 16 nos traz o design adotado pelo *bookstagram*.

Figura 16 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

Divergindo da Biblio Letícia, a Mira optou por publicar fotos onde ela mesma aparece ou com cenários montados, desvelando que a *bookstagrammer* opta por usar os mesmos objetos para algumas de suas fotos e as cores adotadas variam em tons quentes, como marrom, bege, dourado e vermelho.

Nos próximos tópicos serão abordadas outras diferenças e semelhanças presentes nos dois perfis literários.

4.3 Análise comparativa das publicações realizadas pelas *bookstagrammers*

Neste tópico serão reunidas as informações levantadas na análise, trazendo um olhar comparativo entre as publicações realizadas em cada *Bookstagram*.

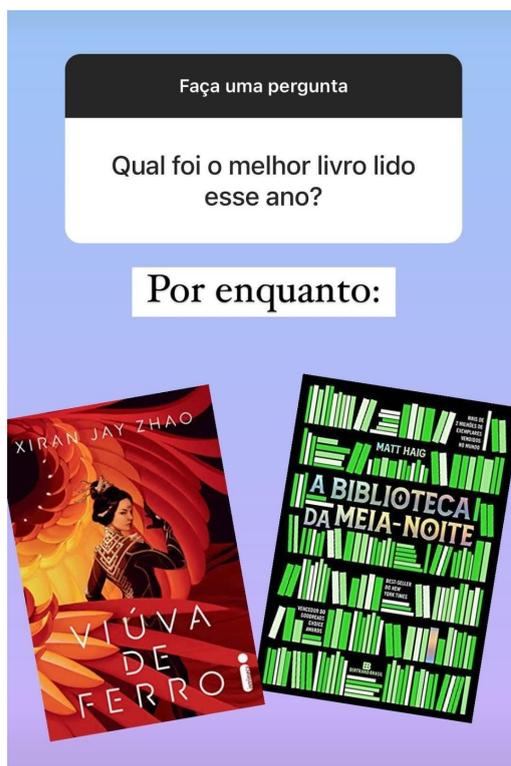
4.3.1 Caixa de Perguntas

Uma diferença notada nos dois perfis foram as aparições por meio dos *stories*. A Biblio Letícia é mais ativa no seu *bookstagram*, uma vez que compartilha as suas leituras do momento e sua agenda diária sobre os conteúdos que ela prepara para o seu perfil literário. As figuras 17, 18 e 19 apresentam uma caixa de perguntas, uma forma que a *bookstagrammer* encontrou de se conectar com os seus seguidores

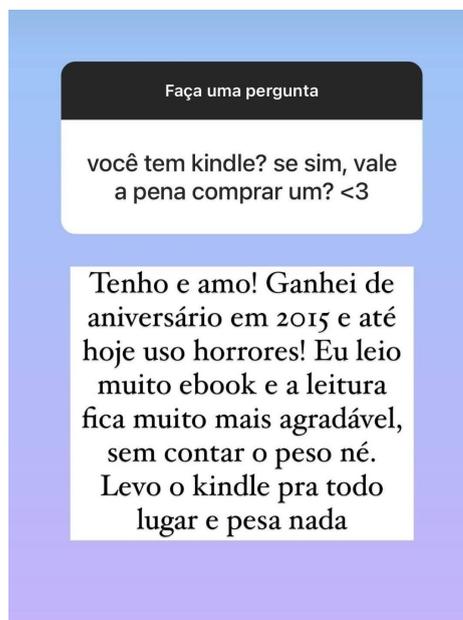
Figura 17 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

Figura 18 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Leticia

Fonte: da autora, 2022.

Figura 19 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Leticia

Fonte: da autora, 2022.

Notou-se que as caixas de perguntas são muito populares no *bookstagram*, pois os seguidores têm curiosidade de descobrir mais sobre os gostos literários do *bookstagrammer*. Além disso, percebe-se que a curiosidade deles vai além dos livros, pois também ocorrem perguntas sobre o leitor digital *Kindle* e se vale a pena investir em um. Como podemos identificar pela figura 19, a Biblio Letícia gosta de interagir e sente falta de abrir as caixas de perguntas. Como foi ressaltado anteriormente, essa interação ajuda a criar um laço entre a *bookstagrammer* e seus seguidores.

4.3.2 Representatividade

A representatividade em obras literárias e em outras áreas do entretenimento tornou-se um assunto muito importante. Mendonça (2018, p. 2) afirma que a literatura LGBT existe há séculos, mas ela era escondida e ignorada, sendo assim, a comunidade LGBTQIA+ sentiu a necessidade de se identificar e de serem representados. Mendonça (2018, p. 3) resalta que

A Literatura Contemporânea é a literatura que vem romper com os padrões existentes no meio literário do escritor homem, branco e hétero, que escreve sobre o que quer, da forma que quer. É uma literatura na qual não apenas a obra em si tem sua função, mas tudo por trás e pela frente; desde aquele que a escreve, até a quem escreve e onde ela chega. E dentro do conceito de contemporaneidade, temos ainda grupos mais específicos, com lutas mais específicas, como a literatura negra, a literatura da mulher, a literatura LGBT. Porém, em geral, todos lutam por algo em comum: o direito de falar e ser ouvido. (MENDONÇA, 2018, p. 3)

Como uma forma de divulgar a literatura existente e deixando claro ser parte da comunidade LGBTQIA+, o *bookstagram* da Biblio Letícia faz questão de trazer recomendações de livros com temáticas LGBTs. As suas publicações são fáceis de serem notadas, pois a *bookstagrammer* traz um elemento que está sempre presente nas suas fotos, a bandeira do movimento LGBTQIA+. A figura 20 apresenta um compilado dessas publicações no qual é possível perceber a presença da bandeira do movimento em destaque.

Figura 20 - Print Screen do bookstagram Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

Além da representatividade LGBTQIA+ também é importante a representatividade de personagens pretos e de países asiáticos. Faz-se necessário termos autores pretos escrevendo sobre personagens pretos e autores asiáticos escrevendo sobre personagens asiáticos. Mendonça (2018) acrescenta que:

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).

As figuras 21 e 22 trazem publicações do perfil da Mira Reading Maps, onde ela recomenda livros de autoras pretas e amarelas.

Figura 21 - Print Screen do bookstagram Mira Reading Maps



Curtido por **entre4livros** e **outras pessoas**

mirareadingmaps Tá afim de conhecer escritoras amarelas? Se liga nessas indicações!

📌 Todo mundo já sabe que eu falo muito de escritoras negras, não dá pra esconder. Mas e se a gente virar o nosso olhar agora para as escritoras de origem asiática, mais precisamente do Leste Asiático.

Pensando em exaltar escritoras que eu adoro nessa semana do dia da mulher (lembrando que não são só nessas datas que a gente precisa falar delas, mas ao longo do ano todo), eu resolvi trazer 3 livros que contam as histórias de 3 países e culturas diferentes.

Fonte: da autora, 2022.

Figura 22 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps

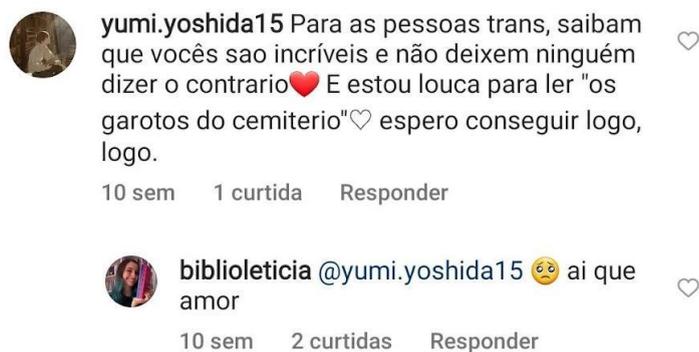


Fonte: da autora, 2022.

A comparação que podemos fazer entre os dois *bookstagrans* refere-se à estratégia adotada por cada um para realizar suas postagens. Assim, enquanto a Biblio Letícia utiliza um programa de design gráfico para montar as suas fotos, o qual permite manter a harmonia do perfil, com cores pré selecionadas bem como adicionar a bandeira do movimento LGBTQIA+; a Mira Reading Maps, por sua vez, prefere fazer uso de sua própria imagem nas publicações ou simplesmente colocar a foto do livro que está sendo pautado. Além disso, as publicações da Biblio Letícia chamam a atenção por apresentarem capas com textos curtos, que possibilitam a visualização imediata do conteúdo das fotos.

As figuras 23 e 24 apresentam alguns comentários deixados nas publicações nos dois perfis literários.

Figura 23 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

Figura 24 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

Portanto, com base no exposto, por meio destes comentários percebe-se a relevância da representatividade na literatura e o quanto é significativo que pessoas com grande alcance nas redes sociais façam divulgação de livros com estas temáticas.

4.3.3 Resenhas

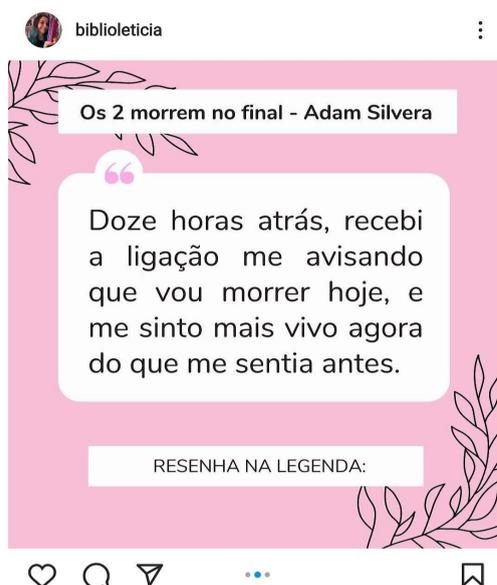
No período de 10 de dezembro a 10 de março foi possível analisar os métodos de cada *bookstagram* para realizar resenhas de livros. As figuras 25, 26 e 27 apresentam um exemplo de resenha no *bookstagram* da Biblio Leticia.

Figura 25 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Leticia



Fonte: da autora, 2022.

Figura 26 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

Figura 27 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia

Curtido por **clarasophiamesquita** e outras pessoas
biblioleticia Nota: 4/5

Tw: morte, violência armada, afogamento, suicídio (15+)

📖 “Os dois morrem no final” é uma história sensível sobre 2 jovens que recebem a ligação da Central da Morte avisando que vão morrer naquele mesmo dia. Os dois não se conhecem, mas estão à procura de um amigo com quem compartilhar os últimos momentos, e um aplicativo acaba os unindo em seu dia final.

🗨️ O livro é narrado em 1ª pessoa. Os capítulos são alternados entre os protagonistas: Rufus e Mateo. Mas também temos capítulos de alguns personagens secundários que cruzam a vida dos protagonistas.

🏳️‍🌈 Os protagonistas são LGBTQIA+, mas a sexualidade deles não é o foco desse livro.

❤️ O fato de todos os personagens (inclusive secundários) estarem conectados de alguma forma num grande efeito borboleta foi o ponto alto pra mim. Toda ação tem uma reação e eles deixam marcas no mundo. O fato de ser um livro sobre “morte”, mas que na verdade te lembra sobre o significado de estar vivo... eu chorei muito com algumas citações! Você se apega demais aos protagonistas.

❌ Eu ODIEI a escolha de final. Achei que ficou “bobo” e eu nem consegui chorar de tão irritada que estava. Esperava algo muito mais profundo e com significado, que honrasse a trajetória deles que foi super linda durante o livro, mas não. Por isso dei 4.

★ Um livro para te lembrar o significado de estar vivo.

#bookstagram #bookgram #lgbt #resenha

Fonte: da autora, 2022.

É comum nas resenhas dos dois perfis literários a presença da foto do livro, além da foto, a Biblio Letícia também optou por colocar uma citação que considerou marcante e as suas considerações sobre a história aparecem na legenda da foto. Podemos inferir que a estrutura da resenha começa com a nota da *bookstagrammer* para o livro, logo após ela coloca os gatilhos presentes na história, os quais podem ser pontos sensíveis para algumas pessoas.

A resenha é dividida com emojis, da seguinte forma: 1) por meio do emoji de livros apresenta uma breve sinopse do livro com as suas palavras; 2) o emoji de lupa é utilizado para falar sobre os capítulos do livro e qual a narrativa; 3) a bandeira do movimento LGBTQIA+ é usada somente quando o livro tem a presença de personagens que fazem parte desta comunidade; 4) o emoji de coração é utilizado para descrever coisas que ela mais gostou na história; 5) o xis vermelho demonstra as coisas que ela não gostou; 6) a estrela serve para resumir em uma frase a opinião da *bookstagrammer* sobre o livro.

As figuras 28, 29, e 30, por seu turno, apresentam a resenha da Mira Reading Maps.

Figura 28 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

Figura 29 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps

 Curtido por **palcodeleituras** e **outras pessoas**

mirareadingmaps   Por muitas gerações, os Sete Profetas guiaram a humanidade. Suas visões do futuro ajudaram a construir reinos, desamar guerras e unir nações — até o dia, cem anos atrás, em que eles desapareceram.

Agora, resta apenas uma última profecia, guardada pela Ordem da Última Luz, que prevê a Era da Escuridão e o nascimento de um novo Profeta destinado a salvar o mundo.

 Quando o mundo parece colidir numa guerra entre as Testemunhas e os Agraciados - pessoas divididas entre 4 Graças (Graça do Sangue, Graça do Coração, Graça da Mente e Graça da Visão) com dons extraordinários, porém vistos como anomalias, cinco almas trilham um caminho com o mesmo destino:

“Um deles pode salvar o mundo. Um deles está destinado a destruí-lo.”

 Anton, um garoto fugitivo e com um dom maior do que ele acredita ter.

 Ephyra, a Mão Branca que aterroriza a cidade com seus assassinatos. Beru, a irmã da Mão Branca que esconde um estranho segredo.

 Jude, o Guardiã da Palavra que dedicou sua vida inteira para Ordem em busca do Último Profeta.

 E Hassan, o príncipe de Nazirah, a cidade que vem sofrendo ataques de um grupo extremista que busca o extermínio através do Acerto de Contas.

 Com um ritmo de tirar o fôlego, “A Era da Escuridão” é uma fantasia pra lá de brilhante. É fantástico a forma como a autora entrelaça todos os cinco personagens, e como a importância de cada ação é refletida na profecia.

Fonte: da autora, 2022.

Figura 30 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps

A complexidade (desejos, obrigações e medos) de cada personagem é o que traz o carisma para o livro. O prazer da surpresa conforme o leitor vai juntando as peças é uma experiência única! Fora as críticas aos grupos extremistas e a violência da intolerância religiosa.

O plot twist no final dá uma brecha para que o segundo livro seja melhor ainda, mal posso esperar para acompanhar esses cinco na continuação de suas aventuras sobre um possível apocalipse. 4 ★★★★★

Fonte: da autora, 2022.

No *bookstagram* Mira Reading Maps, diferentemente do Biblio Letícia que utiliza um programa de design gráfico para padronização das cores das publicações, a *bookstagrammer* costuma aparecer nas fotos, seja segurando os seus livros, seja criando um cenário no qual eles são o foco. A estrutura da resenha começa com a sinopse do livro sendo contada na íntegra, assim como a Biblio Letícia também temos a presença de emojis, mas a diferença é que a Mira não utiliza os mesmos em todas as suas publicações, seus emojis sempre têm algo relacionado com a história do livro. Percebeu-se que as resenhas da Mira Reading Maps variam entre contar alguns pontos específicos do livro ou dar destaque para alguns personagens. Somente quando nos aproximamos do final da resenha é que a *bookstagrammer* resolve dar as suas considerações sobre o livro e a narrativa, mais uma vez divergindo do *bookstagram* da Biblio Letícia, a Mira prefere atribuir a nota do livro ao final da resenha.

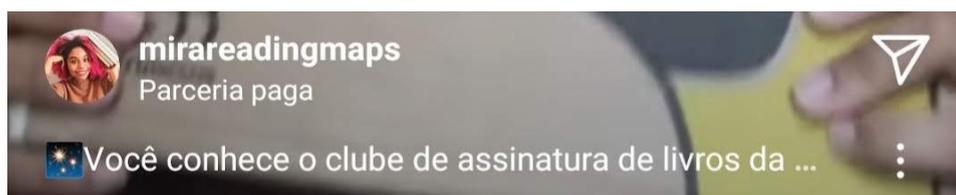
Outro ponto divergente entre os perfis literários analisados refere-se à linguagem adotada. Nesse sentido, enquanto Letícia opta por uma linguagem mais informal ao dar a sua opinião final sobre o livro, Mira adota uma linguagem mais neutra sem passar muitas emoções como a Biblio Letícia, que frequentemente, utiliza expressões tais como, “odiei a escolha de final”, “achei que ficou bobo”. Acredita-se que esta escolha de palavras em um tom mais informal acaba aproximando mais a *bookstagrammer* dos seus seguidores, pois eles podem considerar que tiveram seus sentimentos pessoais expressados na resenha.

4.3.4 Parcerias e *Unboxing*

Os dois *bookstagram*s possuem parcerias com editoras. A Biblio Letícia possui parceria com as editoras Galera Record e Intrínseca, a Mira Reading Maps, por sua vez, possui parceria com a Intrínseca.

Para divulgar os livros que são recebidos antecipadamente são feitos *stories* ou um *reels* onde a *bookstagrammer* exhibe os detalhes e a sinopse do livro. A dona do perfil sempre sinaliza quando a parceria é paga e tem o cuidado de fazer um vídeo mais detalhado contendo todas as informações necessárias pedidas pela editora. Mira Reading Maps apresenta dois vídeos com parceria paga no seu perfil (figura 31).

Figura 31 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

Esta parceria teve o objetivo de apresentar o clube de assinatura de livros da editora Intrínseca, o Intrínsecos. Ao assinar este clube o leitor receberá todos os meses uma caixa com brindes e um livro inédito de capa dura que chegará ao mercado somente 45 dias depois do lançamento no Intrínsecos.

O *bookstagram* da Biblio Letícia costuma publicar *reels* de *unboxing* abrindo os pacotes recebidos das editoras ou suas próprias compras feitas na amazon (figura 32).

Figura 32 - *Print Screen* do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

No período analisado a *bookstagrammer* não publicou nenhuma parceria paga, manteve somente uma recorrência no *unboxing* em que mostrou pacotes recebidos de presente das editoras e de parceria com a editora Intrínseca. Assim como a Mira, a Letícia aparece nos seus vídeos para explicar mais detalhadamente os livros recebidos e tecer comentários sobre a edição.

4.3.6 Publicações interativas

Os dois perfis realizam postagens que vão além das resenhas e *unboxings*, o *bookstagram* Biblio Letícia busca inovar ao recorrer a diferentes publicações (figura 33).

Figura 33 - Print Screen do *bookstagram* Biblio Letícia



Fonte: da autora, 2022.

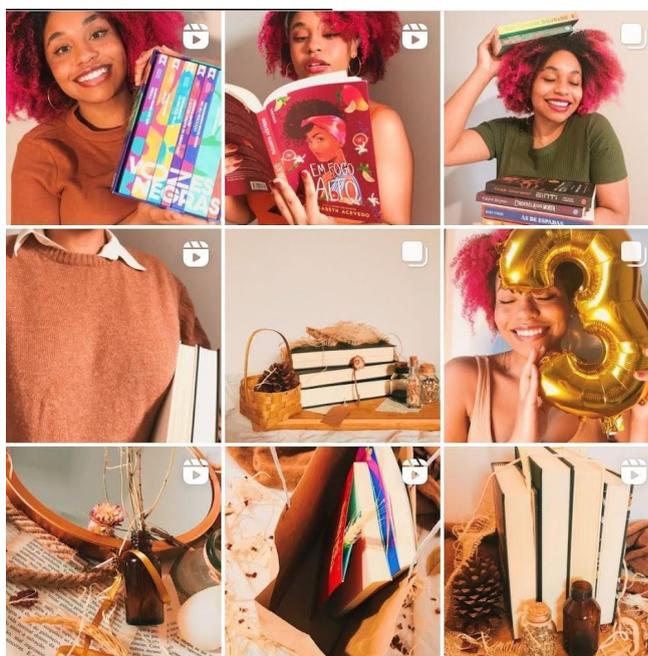
Duas publicações são mais recorrentes no perfil da *bookstagrammer*, sendo elas: 1) livros lidos no mês, onde ela posta as suas leituras realizadas, junto da nota e uma breve sinopse com suas considerações; 2) livros que deseja ler no mês, no qual também temos fotos das capas dos livros, uma breve sinopse e as expectativas da *bookstagrammer* para a leitura.

Temos também algumas publicações em formato de vídeo, chamados de *reels*. O conteúdo de um *reels* fica a critério do dono do perfil, podendo ser vídeos engraçados ou com tópicos mais sérios. A Biblio Letícia optou por fazer vídeos explicando como ela escolhe

livros para comprar, como marca suas citações favoritas com *post-its* e como fornecer sua avaliação para livros que são famosos.

A Mira Reading Maps também opta por publicações interativas (figura 34).

Figura 34 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

A Mira Reading Maps também opta em fazer *reels*, alguns dos vídeos presentes no seu perfil foram para revelar suas leituras do mês e as melhores leituras de 2021, diferentemente do *bookstagram* da Biblio Letícia, que discorre um pouco a respeito das suas considerações sobre os livros lidos junto da nota; a Mira coloca somente as capas e não tece comentários sobre as suas leituras. A *bookstagrammer* também fez um *reels* onde ela oferece cinco motivos para ler determinado livro, no qual ela apresenta alguns pontos interessantes da história que podem chamar a atenção dos leitores.

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

4.3.7 Leituras coletivas

A leitura coletiva, mais conhecida como LC, ocorre quando o *bookstagrammer* decide ler um livro previamente escolhido com os seus seguidores. Ao analisar os dois perfis literários, percebeu-se que somente a Mira Reading Maps realizou uma leitura coletiva com os seus seguidores. Em conjunto com o *bookstagram* Retipatia, o livro escolhido foi “O Mar Sem Estrelas” da editora Morro Branco. As formas de divulgação da leitura coletiva ocorreram por intermédio de uma publicação no *feed* e nos *stories* (figuras 35 e 36).

Figura 35 - *Print Screen* do *bookstagram* Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

Figura 36 - Print Screen do bookstagram Mira Reading Maps



Fonte: da autora, 2022.

A leitura coletiva teve seu início no mês de março, com debates semanais sobre os capítulos lidos acontecendo no grupo que foi criado no *Telegram*. No dia 03 de abril ocorreu a live final onde as *bookstagrammers* conversaram com os seguidores sobre suas considerações finais sobre o livro.

As LCs podem fornecer um incentivo para aquelas pessoas que não leem sozinhas por algum motivo e desejam ter alguém para conversar sobre a história. Ademais, permitem manter uma organização na sua rotina de leitura, pois a cada semana deve ser lido um número de capítulos específico para que, ao final, eles sejam debatidos no grupo.

5 BENEFÍCIOS PARA O BIBLIOTECÁRIO

O *Bookstagram* é uma comunidade diversificada com muitas oportunidades para o compartilhamento de experiências literárias. Nascimento e Nunes (2021) asseveram que o *Instagram* literário tem a característica de ser assertivo, visto que, por meio dele, podemos interagir com leitores de qualquer lugar do mundo, autores e editoras. Portanto, ele configura um espaço que permite “[...] diálogos abertos e trocas literárias de várias formas. Assim como as demais mídias sociais voltadas para leitores, o bookstagram é baseado em comunicação, e esse é um dos principais motivos que levam as pessoas a essa plataforma.” (NASCIMENTO; NUNES, 2021, p. 132).

O bibliotecário pode ter ideias a partir das publicações no *bookstagram* para utilizar na biblioteca em que atua, com fins de atrair ainda mais a atenção dos seus usuários e dos potenciais usuários. O *Instagram* literário reúne em somente um local pessoas que têm interesse pelo universo literário, sendo considerado um espaço de disseminação da leitura. (NASCIMENTO; NUNES, 2021).

Os conteúdos retirados dos dois *bookstagrams* mostram-se muito importantes para o bibliotecário continuar inovando nos serviços oferecidos na biblioteca, bem como atualizar o acervo para incluir livros que tenham representatividade. Domingos (2020) afirma que a maioria dos protagonistas em livros têm hábitos estrangeiros e ideal de beleza europeu, sendo assim, os leitores são afetados, pois não podem se identificar com a história de vida e com a aparência dos personagens apresentados. Logo, o bibliotecário precisa conhecer a comunidade que está atendendo para compreender as necessidades informacionais desta.

Além da representatividade que se faz necessária, outras publicações também podem ser adaptadas à biblioteca: leituras coletivas, caixas de perguntas, *tags* literárias e sorteios. As leituras coletivas possibilitam ao bibliotecário selecionar um livro com vários exemplares no acervo, para incluir o maior número possível de usuários, e, ao final, realizar uma roda de conversa com os participantes para que todos compartilhem as suas considerações sobre a história. Caso tenha uma boa recepção dos usuários, essas leituras coletivas podem se tornar um evento mais frequente na biblioteca.

As caixas de perguntas também podem ser adaptadas colocando-se, em um local estratégico, uma caixa onde os usuários poderão responder, por exemplo, qual foi a sua melhor leitura do mês, qual é o seu livro favorito, qual livro não gostou, dentre outros. As opções de perguntas ficam a critério do bibliotecário, podendo abrir espaço inclusive, para a opinião dos usuários sobre quais livros gostariam de ler, sugerindo assim, futuras aquisições para a biblioteca.

Outros pontos notados em alguns *bookstagram*s, mas que não estavam presentes nos perfis da Biblio Letícia e Mira Reading Maps são as *tags* literárias e os sorteios. As *tags* literárias podem ser adaptadas da mesma forma que as caixas de perguntas, mas dessa vez serão questões temáticas onde o usuário também só deve responder com livros, o bibliotecário pode recolher ideias de temas para as *tags* ao acessar os *bookstagram*s ou ele pode criar suas próprias perguntas visando conhecer o gosto dos usuários.

Os sorteios podem ocorrer esporadicamente. O bibliotecário pode selecionar um livro nacional ou com alguma representatividade, e para fazer com que seus usuários participem deve ser feita uma pré divulgação do livro, onde será contada um pouco da sinopse para assim atrair a atenção dos usuários.

Acredita-se que as contribuições deste trabalho para a área da Biblioteconomia são ressaltar as novidades presentes nas redes sociais e demonstrar a importância de o bibliotecário estar atento às novas ferramentas disponíveis *online*. Recomenda-se ter atenção não apenas aos perfis literários no *Instagram*, mas também a outras plataformas, tais como, o *YouTube* e os *Blogs*, que podem ajudar a contribuir com informações necessárias sobre as novidades do mercado editorial, assim como podem ajudar a definir o perfil dos leitores. Prado e Correa (2016) afirmam que a Web 2.0 e as mídias sociais acarretaram grandes desafios e novidades “exigindo que as organizações adequassem seus produtos e serviços para este contexto. O mesmo se atribui às bibliotecas, já que agora a relação com a informação deixou de ser somente de acesso, mas também de interação.” (PRADO; CORREA, 2016, p. 168).

Inserir a biblioteca em algumas das redes sociais que estão disponíveis irá contribuir para o seu crescimento. Nesta linha, Garcia e Sá (2017) pontuam que as fotos compartilhadas no *Instagram* ajudam o usuário a conhecer um pouco do espaço da biblioteca e isso pode “instigá-lo a conhecer melhor suas atividades, seu espaço; visualizá-la como um local vivo, dinâmico, que pode proporcionar diversas experiências e inspirar a construção de diferentes tipos de conhecimento.” (GARCIA; SÁ, 2017, p. 110). Outro benefício sobre o uso do *Instagram* apontado pelas autoras é que as bibliotecas utilizam esta rede social para realizar divulgações: “divulgação de seu acervo, divulgação de seus serviços, divulgação de suas atividades e eventos, divulgação de seus programas e projetos e divulgação das atividades que a instituição se propõe a cumprir.” (GARCIA; SÁ, 2017, p. 138).

Nascimento e Nunes (2021, p. 132) sustentam que o *Instagram* literário é um ambiente favorável para ser utilizado pelos profissionais da biblioteconomia e para aqueles que trabalham fomentando a leitura, uma vez que, por intermédio dele pode-se trazer a

mediação da leitura para o ambiente digital. As autoras acrescentam ainda que as práticas de leituras e de mediação acompanham as mudanças tecnológicas implicando novas formas de ler e de se apropriar das ferramentas disponíveis. Desse modo, para o bibliotecário, como profissional da informação “[...] esse campo se abre como um espaço repleto de oportunidades para otimizar a mediação da leitura.” (NASCIMENTO; NUNES, 2021, p. 125)

Podemos considerar que o espaço disponível nas redes sociais ajudam no incentivo e na mediação da leitura e que o *Bookstagram* é uma ferramenta atrativa. Por meio da análise realizada nas publicações dos perfis literários, inferiu-se que estes mediadores da leitura buscam inovar e trazer informações literárias diversificadas para manter a atenção dos seus seguidores presentes, bem como atrair novos leitores.

6 CONCLUSÃO

As redes sociais surgiram como uma forma de ajudar a criar laços e compartilhar informações. Configuram locais em que podemos passar nosso tempo acompanhando a vida de outras pessoas mediante fotos e vídeos compartilhados. O crescimento vertiginoso do número de pessoas utilizando redes sociais no Brasil, ocasiona uma baixa no índice de leituras, pois muitas pessoas escolhem passar seu tempo livre conectadas à internet. Para alcançar estas pessoas e assim dividir seu amor pela leitura surgiram comunidades exclusivas nas redes sociais com o objetivo de dividir experiências literárias.

Neste trabalho foi abordada a rede social *Instagram* e a sua comunidade voltada para a leitura, o *Bookstagram*. Este possibilitou uma análise de conteúdo comparativo de contas literárias presentes na rede social para averiguar as estratégias de leituras adotadas. Com os resultados obtidos, compreende-se que os dois perfis apresentam suas próprias características que os identificam e também contam com alguns métodos distintos e semelhantes para compartilhar suas experiências literárias e, assim, incentivar e mediar a leitura.

Por meio dos perfis analisados também conseguimos perceber que o *Bookstagram* possui um grande comprometimento em compartilhar as novidades presentes no mundo literário, o compromisso que cada *bookstagrammer* tem com seus seguidores e parceiros é essencial para que cada perfil receba credibilidade dentro da comunidade. Para adquirir uma dimensão maior desta rede social, recomenda-se que seja feito um trabalho mais aprofundado sobre o tema, como por exemplo, um estudo de recepção para analisar a influência exercida pelos *bookstagram* sobre seus seguidores e de que forma as suas leituras foram afetadas pelo fato de seguirem as recomendações dos *bookstagrammers*.

REFERÊNCIAS

- ABE, Stephanie Kim. Retratos da leitura no Brasil: por que estamos perdendo leitores. **Cenpec**, 22 set. 2020. Disponível em: <https://www.cenpec.org.br/tematicas/retratos-da-leitura-no-brasil-por-que-estamos-perdendo-leitores>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- AGUIAR, Adriana. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social! **Rock Content Blog**, 17 ago. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco; BORTOLIN, Sueli. Mediação da literatura para leitores ouvintes. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 1, p. 207-226, jan./mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/J55rDNhXbVJrPHctGWf4kpP/?lang=pt>. Acesso em: 03 ab. 2022.
- ARAÚJO, Rafaela Lima de; ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de. Ler, compartilhar e interagir: blogs como ferramentas de mediação de leitura. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 20, n. 2, p. 240-260, maio/ago., 2015. Disponível em: <https://revista.acb.org.br/racb/article/view/1042>. Acesso em: 15 out. 2021.
- BALVERDU, Andressa Machado. **Comunidade Booktube como estratégia de incentivo à leitura**. 2014. 53 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Biblioteconomia) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/112194>. Acesso em: 24 out. 2021.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 226p.
- BARROS, Miriam. Novidades do Instagram para empreendedores em 2022. **Confere Blog**, 5 abr. 2022. Disponível em: <https://www.conferecartoes.com.br/blog/novidades-do-instagram-para-empresendedores-em-2022#:~:text=Outro%20fator%20importante%20%C3%A9%20o,global%20de%20engajamento%20da%20rede>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- CORRÊA, Sabrina Simões; GIBBON, Camila de Azevedo; SILVA, Luan Soares. Promoção da competência em informação em mídias sociais. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 17, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/162932>. Acesso em: 20 out. 2021.
- DOMINGOS, Thaís. Autoestima e representatividade na literatura. **Agência Jovem de Notícias**, 27 maio 2020. Disponível em: <https://www.agenciajovem.org/wp/autoestima-e-representatividade-na-literatura/>. Acesso em: 22 abr. 2022.
- GARCIA, Isabela Oliveira dos Santos; SÁ, Maria Irene da Fonseca e. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. **PRISMA.COM**, n. 35, p. 108-151, 2017. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/3515>. Acesso em: 21 abr. 2022.

GERHARDT, Tatiana Engel. A construção da pesquisa. *In*: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 25 out. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p. Disponível em:
<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 20 out. 2021.

International Federation of Library Associations. **Diretrizes da IFLA para a Biblioteca Escolar**. 2. ed. rev. Rede de bibliotecas escolares: Portugal, 2016. Disponível em:
<https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/school-libraries-resource-centers/publications/ifla-school-library-guidelines-pt.pdf> Acesso em: 18 out. 2021.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube. 2017. 393 f. Tese (doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, 2017. Disponível em:
http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6337/Tauana%20Mariana%20Weinberg%20Jeffman_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 6 mar. 2022.

KARHAWI, Issaaaf. Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. *In*: SAAD, Elizabeth; SILVEIRA, Stefanie C. (orgs.) **Tendências em comunicação digital**. São Paulo: ECA/USP, 2016. p. 38-58. <https://doi.org/10.11606/9788572051569>

LEÃO, Fernanda. Redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021. **Agência Finalité Blog**, 22 dez. 2021. Disponível em:
<https://finalite.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil-e-no-mundo-em-2021>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MACEDO, Andrielle Gomes. Bibliotecários em mídias sociais: mediação e curadoria de leitura e a produção de conteúdo online. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, p. 01-28, 2022. Disponível em:
<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1525>. Acesso em: 26 abr. 2022.

MACHADO, Ana Maria. Barrados no baile. *In*: **Silenciosa algazarra**: reflexões sobre livros e práticas de leituras. São Paulo: Companhia das Letras, 2011, p. 28-46.

MANESS, Jack M. Teoria da Biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**: estudos, João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 43-51, jan./abr. 2007. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/92256>. Acesso em: 24 out. 2021

MEDEIROS NETO, Alberto Marques de. **Clube de leitura como estratégia de incentivo à leitura**. 2014. 52 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Biblioteconomia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/112196>. Acesso em: 24 out. 2021.

MENDONÇA, Gabriela Alves Brandão de. **Importância da literatura contemporânea de temática LGBT para a educação**. 2018. 18 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras Português) - Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

MONITOR Mercantil. Brasil é o terceiro país que mais usa redes sociais no mundo. **Monitor Mercantil**, 22 set. 2021. Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-usa-redes-sociais-no-mundo/#:~:text=Mais%20de%204%2C2%20bilh%C3%B5es,%2C6%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20mundial>. Acesso em: 24 out. 2021.

MORAIS, Cleyson Rodrigues de. **Em torno dos bookstagrammers: leitura e compartilhamento de experiência em redes sociais**. 2018. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Letras Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2018. Disponível em: <https://1library.org/document/y493pmrz-em-torno-bookstagrammers-leitura-compartilhamento-experiencias-redes-sociais.html>. Acesso em: 6 mar. 2022.

NASCIMENTO, Anamaria Barreto; NUNES, Martha Suzana Cabral. Mediação de leitura através dos Instagrams literários. **Ciência da Informação em Revista**. Maceió, v. 8, n. 2, p. 121-134, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/165826#:~:text=Concluiu%2Dse%20que%20os%20Instagrams,M%C3%ADdias%20sociais>. Acesso em: 14 mar. 2022.

OLIVEIRA, Marlene de. Origens e Evolução da Ciência da Informação. *In*: OLIVEIRA, Marlene de. (Org.) **Ciência da Informação e Biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005, p. 9-28.

PRADO, Jorge Moisés Kroll do Prado; CORREA, Elisa Cristina Delfini Correa. Bibliotecas universitárias e presença digital: estabelecimento de diretrizes para o uso de mídias sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 21, n. 3, p. 165-181, jul./set. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/mKS4hjmm99Tt5p4vKwbmWhK/?lang=pt>. Acesso em: 22 abr. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2. ed., 2013., 277 p. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 22 out. 2021.

RECUERO, Raquel. Rede social. *In*: SPYER, Juliano. **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. São Paulo: NãoZero, 2009. 91 p. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=SNljcQrv63QC&printsec=frontcover&source=gbs_vpt_read#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 22 out. 2021.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. 2a ed. atualizada e revisada. Porto Alegre: Sulina, 2011. 190 p. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Red_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 22 out. 2021.

RODRIGUES, Mara Eliane Fonseca; SANTOS, Ana Paula Lima dos. Biblioteconomia: gênese, história e fundamentos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 9, n. 2, p. 116-131, jul./dez. 2013.

SÁ, Jéssica Patrícia Silva de; ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Práticas Informacionais de Blogueiros Literários. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 132-160, jan/abr. 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/88287>. Acesso em: 28 out. 2021.

SILVA, Olga Ozaí; MARTHA, Alice Áurea Penteadó. A interação na leitura em blogs e sua mediação na formação de jovens leitores. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE LEITURA E LITERATURA INFANTIL E JUVENIL, 2., 2010, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: PUCRS, 2010. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/anais/IICILLIJ/5/OlgaOSilva.pdf>. Acesso em: 25 out. 2021.

SILVA, Milena Celere de Sousa e. Marketing em bibliotecas universitárias. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 15., 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: CRUESP, 2008. Disponível em: <https://bibliotextos.files.wordpress.com/2012/07/marketing-em-bibliotecas-universitc3a1rias.pdf>. Acesso em: 25 out. 2021.

WITTER, Geraldina Porto *et al.* Resenha: características essenciais em produção nacional e estrangeira. **Transinformação**, v. 11, n. 3, p. 257-260, 1999. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/22409>. Acesso em: 24 mar. 2022.