



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – CCH
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA – PPGb
MESTRADO PROFISSIONAL EM BIBLIOTECONOMIA - MPB

JESSICA CRISTINA JUNIOR DA SILVA

BOOKTOKERS E BIBLIOTECAS: COLABORAÇÃO ESTRATÉGICA PARA
FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE LITERÁRIA DENTRO DAS BIBLIOTECAS
PÚBLICAS

Rio de Janeiro - RJ

2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – CCH
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA – PPGB
MESTRADO PROFISSIONAL EM BIBLIOTECONOMIA - MPB

***BOOKTOKERS E BIBLIOTECAS: COLABORAÇÃO ESTRATÉGICA PARA
FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE LITERÁRIA DENTRO DAS BIBLIOTECAS
PÚBLICAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Biblioteconomia (PPGB) no Curso de Mestrado Profissional em Biblioteconomia (MPB), da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Biblioteconomia.

Área de Concentração: Gestão da Informação e do conhecimento.

Linha de Pesquisa: Gestão, Inovação e Práticas Sustentáveis em Biblioteconomia.

Candidata: Jessica Cristina Junior da Silva

Orientadora: Prof^a Dr^a Jaqueline Santos Barradas

Rio de Janeiro - RJ

2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

S586

Silva, Jessica Cristina Junior da
Booktokers e bibliotecas: colaboração estratégica para
fortalecimento da comunidade literária dentro das
bibliotecas públicas / Jessica Cristina Junior da Silva. --
Rio de Janeiro : UNIRIO, 2025.
158 f.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Jaqueline Santos Barradas.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Estado
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em
Biblioteconomia, 2025.

1. Booktokers. 2. Bibliotecas públicas. 3. Mediação de
leitura. I. Barradas, Prof.^a Dr.^a Jaqueline Santos,
orient. II. Título.

JESSICA CRISTINA JUNIOR DA SILVA

***BOOKTOKERS E BIBLIOTECAS: COLABORAÇÃO ESTRATÉGICA PARA
FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE LITERÁRIA DENTRO DAS BIBLIOTECAS
PÚBLICAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia (PPGB) no Curso de Mestrado Profissional em Biblioteconomia (MPB), da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Biblioteconomia.

Aprovado em: _____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Jaqueline Santos Barradas (Orientadora) - Presidente
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Prof. Dr. Alberto Calil Elias Junior - Titular Interno
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Profa. Dra. Deise Maria Antonio Sabbag - Titular Externo
Universidade de São Paulo - USP

Profa. Dra. Márcia Feijão de Figueiredo - Suplente Interno
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Profa. Dra. Ana Ligia Silva Medeiros - Suplente Externo
Fundação Casa de Rui Barbosa

AGRADECIMENTOS

Fazer esse projeto foi um desafio cansativo, mas ao mesmo tempo extremamente enriquecedor. Essa pesquisa acompanhou momentos muito importantes da minha vida enquanto estava sendo escrita. Alguns foram tristes e outros muito felizes, e agora querendo ou não todos eles estarão marcados aqui e serão lembrados todas as vezes em que eu revisitá-lo. Mas felizmente, tanto para a construção dele quanto na passagem de todos esses momentos eu pude contar com o suporte de muitas pessoas importantes e é a elas que dedico esses agradecimentos.

Primeiramente, agradeço à minha família. À minha vó, por todo apoio e cuidado ao longo de todos esses anos. À minha mãe, por sua torcida e ânimo. E ao meu pai, por sempre acreditar que sou capaz de conseguir qualquer coisa.

Agradeço também a todas as minhas amigas em especial à Ketlyn, Matheus, Luis e Juliana pela paciência em me ouvir falar sobre meu tema de pesquisa, as alegrias de encontrar textos perfeitos para a construção desse projeto, as angústias e todo o suporte fornecido ao longo da escrita. Vocês foram essenciais para que isso aqui tivesse um ponto final.

Ao meu namorado Louis, por todo apoio e amor incondicional.

Às minhas companheiras de mestrado e orientação: Julia e Luciana. Agradeço por cada matéria que pudemos fazer juntas, pelas ajudas nos trabalhos, pelos conselhos e apoio ao longo dessa parte da vida acadêmica. Ficarei na torcida para que cada uma de nós alce voos cada vez maiores.

À minha orientadora, Professora Jaqueline, pela paciência, incentivo e por acreditar em mim e nessa pesquisa. Suas falas foram importantíssimas para que eu começasse a acreditar bem mais em mim e no potencial da minha escrita. Obrigada.

Aos membros da banca: Professor Doutor Alberto Calil, Professora Doutora Deise Sabbag, Professora Doutora Márcia Feijão e Professora Doutora Ana Ligia, agradeço pela disponibilidade em participar da construção desse projeto e por todas as contribuições.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia por todos os ensinamentos e conhecimentos repassados e pelos docentes sensacionais que fazem parte da casa. É um orgulho poder fazer parte disso tudo.

Por fim, mas não menos importante: Agradecer a mim por ter continuado firme mesmo com tudo. Esse projeto é uma realização de um sonho compartilhado.

“Livros não mudam o mundo,
quem muda o mundo são as pessoas.
Os livros só mudam as pessoas.”

Silva, Jessica Cristina Junior da. **Booktokers e Bibliotecários:** colaboração estratégica para fortalecimentos da comunidade literária dentro das bibliotecas públicas. 2025. x f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) - Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

RESUMO

Este projeto tem como objeto de estudo as práticas de colaboração entre bibliotecários e a comunidade *bookstan*, em especial os *booktokers* atuantes no TikTok. O objetivo geral é compreender como esses sujeitos realizam a mediação de leitura e investigar as possibilidades de articulação entre tais práticas e as bibliotecas públicas da cidade do Rio de Janeiro, com vistas a ampliar o acesso à leitura, incentivar o engajamento literário e promover o reconhecimento mútuo entre os grupos. Para alcançar esse propósito, foram definidos três objetivos específicos: (a) analisar a dinâmica da comunidade *booktokers* no TikTok; (b) identificar iniciativas de Gestão do Conhecimento (GC) que possam subsidiar parcerias entre bibliotecas públicas e criadores de conteúdo literário; e (c) propor um infográfico informativo destinado a auxiliar bibliotecários no engajamento desse público em atividades de mediação de leitura, curadoria de acervos e promoção de serviços. Trata-se de uma pesquisa aplicada, de caráter descritivo e exploratório, com abordagem quali-quantitativa. A coleta de dados envolveu pesquisa bibliográfica e documental e observação participante da comunidade *bookstan* no TikTok. O corpus de análise é composto por 589 vídeos produzidos por três influenciadores literários (@otiagovalente, @theagoneiva e @livresenhass), os quais foram examinados por meio do método de análise de conteúdo. Os resultados indicam a importância de investir em ações colaborativas que unam espaços físicos e digitais para promover a leitura e a formação em literacia informacional e digital. Pretende-se, assim, contribuir para estratégias inovadoras de mediação literária e fortalecimento do papel social das bibliotecas.

Palavras-chave: *Bookstans*. Biblioteca pública. Gestão do Conhecimento. Mediação de Leitura.

Silva, Jessica Cristina Junior da. **Booktokers e Bibliotecários: colaboração estratégica para fortalecimentos da comunidade literária dentro das bibliotecas públicas.** 2025. x f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) - Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

ABSTRACT

This project focuses on the collaborative practices between librarians and the bookstan community, particularly booktokers active on TikTok. The main objective is to understand how these individuals engage in reading mediation and to explore the possibilities of connecting such practices with public libraries in the city of Rio de Janeiro, with the aim of expanding access to reading, encouraging literary engagement, and promoting mutual recognition between the groups. To achieve this goal, three specific objectives were established: (a) to analyze the dynamics of the booktoker community on TikTok; (b) to identify Knowledge Management (KM) initiatives that can support partnerships between libraries and literary content creators; and (c) to propose an informative infographic designed to assist librarians in engaging this audience in activities related to reading mediation, collection curation, and service promotion. This is an applied research project, descriptive and exploratory in nature, adopting a mixed qualitative and quantitative approach. Data collection involved bibliographic and documentary research as well as participant observation of the bookstan community on TikTok. The analysis corpus consists of 589 videos produced by three literary influencers (@otiagovalente, @theagoneiva, and @livresenhas), which were examined using content analysis methods. The results indicate the importance of investing in collaborative actions that connect physical and digital spaces to promote reading and the development of informational and digital literacy. The study aims to contribute to innovative strategies for literary mediation and to strengthen the social role of libraries.

Keywords: Bookstans. Public Library. Knowledge Management. Reading Mediation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tweet do influenciador @DigaoRoque se opondo a prática de pirataria de livros .	52
Figura 2 - Tweet de um usuário do X apoiando a prática da pirataria de livros.....	53
Figura 3 - Diálogo entre os seguidores do influenciador @theagoneiva.....	111
Figura 4 - Usuária demonstrando insatisfação ao descobrir ser um vídeo de publicidade.....	111
Figura 5 - Comentário de incentivo a influenciadora @livresenhas	116
Figura 6 - Exemplo de estética utilizada por @livresenhas em seus vídeos	117
Figura 7 - Comentário de uma seguidora de @livresenhas	118
Figura 8 - Exemplo de vídeo estilo "conversas" de @livresenhas	120
Figura 9 - Exemplo de comentários divergentes no perfil de @livresenhas	121
Figura 10 - Comentários sobre pirataria de livros nacionais no perfil de @livresenhas	122
Figura 11 - Infográfico	135

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @otiagovalente.....	98
Gráfico 2 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @otiagovalente.....	99
Gráfico 3 - Publicidades realizadas em 2024 por @otiagovalente.....	100
Gráfico 4 - Origem dos livros recomendados em 2024 por @otiagovalente	101
Gráfico 5 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @theagoneiva.....	106
Gráfico 6 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @theagoneiva	108
Gráfico 7 - Publicidades realizadas em 2024 por @theagoneiva.....	109
Gráfico 8 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @livresenha.....	114
Gráfico 9 - Origem dos livros recomendados em 2024 por @livresenhas.....	115
Gráfico 10 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @livresenhas	116
Gráfico 11 - Publicidades realizadas em 2024 por @livresenhas	119

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 - Termos utilizados e resultados da pesquisa bibliográfica	23
Quadro 2 - Fontes utilizadas no Referencial Teórico	25
Quadro 3 - Bibliotecas Municipais da cidade do Rio de Janeiro	30
Quadro 4 - Como os bookstans são conhecidos em cada rede social	49
Quadro 5 - Produção e atuação de @thiagovalente.....	104
Quadro 6 - Produção e atuação de @theagoneiva.....	112
Quadro 7 - Produção e atuação de @livresenhas	124

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ALA	American Library Association
BRAPCI	Base de Dados em Ciência da Informação
BU UFSC	Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBBD	Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
FEBAB	Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas de Informação e Instituições
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions
OasisBr	Portal Brasileiro de Publicações Científicas em Acesso Aberto
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
RBBD	Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação
RIAA	Recording Industry Association of America
SIA	Semana de Integração Acadêmica
SNBP	Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas
SNBU	Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias
SNCT	Semana Nacional de Ciência e Tecnologia
SNIS	Simpósio International Network Science
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TICs	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UNIRIO	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
VCR	Video cassette

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Objetivos	17
1.2 Justificativa.....	18
2 METODOLOGIA.....	21
2.1 Pesquisa bibliográfica.....	22
2.2 Pesquisa documental.....	30
2.3 Observação participante	31
2.4 Análise dos dados	32
3 CIBERCULTURA E CULTURA DA CONVERGÊNCIA	33
3.1 A “Pré-História” do <i>fandom</i> (século XVII ao século XIX).....	37
3.2. A história moderna do <i>fandom</i> (Século XX e Século XXI)	39
3.3 Mas afinal, o que é <i>fandom</i> ?	42
3.4 <i>Bookstans</i>	47
3.4.1 Perfis de <i>bookstans</i>	49
3.4.2 Hierarquia na Comunidade.....	51
3.4.3 Redes Sociais de <i>Bookstans</i>	54
3.4.4 TikTok.....	56
3.4.5 <i>Bookstans</i> e o trabalho digital	58
3.4.6 Impactos positivos e negativos dos <i>Bookstans</i> na Comunidade Literária.....	62
4 A MEDIAÇÃO COMO PROCESSO FORMATIVO E TRANSFORMADOR.....	67
4.1 Leitura, subjetividade e construção do pertencimento	68
4.2 As novas mediações no ambiente digital: <i>bookstans</i> e cultura participativa.....	70
5 AS BIBLIOTECAS PÚBLICAS E A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	72
5.1 Breve histórico do desenvolvimento das Bibliotecas Públicas brasileiras	72
5.2 O Papel das Bibliotecas Públicas na Sociedade Contemporânea	75
5.3 Mediação de leitura e informação em Bibliotecas públicas	79
5.3 O Papel do Capital Social na conexão entre Bibliotecários e <i>Bookstans</i>	87
6 INTRODUÇÃO A GESTÃO DO CONHECIMENTO.....	91
6.1 Conceituando a Gestão da Informação e do Conhecimento	91
6.2 Aplicação da Gestão do Conhecimento em bibliotecas públicas	95
7 RESULTADOS	97
7.1 Análise do conteúdo do perfil de Tiago Valente (@otiagovalente) no TikTok em 2024	98
7.2 Análise do conteúdo do perfil de Thiago Neiva (@theagoneiva) no TikTok em 2024	105
7.3 Análise do conteúdo do perfil de Liv (@livresenhas) no TikTok em 2024	113
7.4 Parceria entre Bibliotecários e <i>Bookstans</i> : a Gestão do Conhecimento como ponte	

para inclusão de jovens leitores	126
8 PRODUTO INFORMACIONAL.....	134
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	138
REFERÊNCIAS.....	142
APÊNDICE A – INFOGRÁFICO	159

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço das tecnologias da informação e comunicação (TIC), que são definidas como o conjunto de recursos, ferramentas e plataformas digitais que permitem o processamento, armazenamento, transmissão e compartilhamento de informações e a comunicação entre pessoas (Rodrigues, 2016), e a expansão da Internet, houve uma transformação na maneira como as pessoas vivenciam o mundo, tanto real quanto virtual. Isso resultou em novos comportamentos e interações sociais, caracterizando o surgimento da cibercultura quando relacionada ao ciberespaço.

O ambiente virtual possibilitou o surgimento de plataformas que facilitam a conexão entre pessoas independentemente das barreiras físicas. Através dessas interações as pessoas estabelecem laços que podem variar em intensidade conforme a intimidade, proximidade e a intenção de manter a conexão entre eles. Esses laços, segundo Recuero (2011), formam as bases para as redes sociais, que se assemelham a comunidades virtuais unidas por interesses comuns, a despeito de fronteiras geográficas. E é através delas que os *bookstans*, ou super fãs de livro, encontraram um novo espaço de sociabilidade para tornar seus hábitos literários mais socialmente conectados.

Entende-se como *bookstan* uma pessoa que tem os livros e a cultura literária no centro de suas práticas dentro das estruturas de um *fandom*, união de comunidades de pessoas que tem um determinado produto como objeto de interesse e que geralmente são encontradas na internet (Mascarenhas; Tavares, 2010). Através de uma participação ativa *online* essas pessoas conseguem tornar seus hábitos literários mais socialmente conectados.

Esses leitores contemporâneos não estão mais tratando as suas leituras com passividade ou como uma atividade isolada. Para além de consumir, eles também divulgam e criam diversos tipos de conteúdos a serem compartilhados em diferentes plataformas com outras pessoas que possuam os mesmos interesses, formando assim uma comunidade ativa e participativa que impacta positivamente na venda de livros de acordo com notícia da PublishNews (Sgrignelli, 2023). No entanto, apesar desse impacto, esses fãs recebem pouco reconhecimento por seus feitos pelo fato de haver uma crença de que essa comunidade é composta por adolescentes e que suas afeições são efêmeras e fúteis, de maneira que não se estenderão ao longo de seus amadurecimentos.

O jovem é considerado alguém que não tem controle sobre as próprias emoções, por isso seus interesses são vistos como superficiais e volúveis e suas ações exageradas. Devido a tanta instabilidade, não só o discurso do jovem não é levado muito à sério como algumas de suas práticas chegam a ser consideradas nocivas e patológicas (Matos; Monteiro, 2008, p. 4).

Esses estereótipos trazem consigo a ideia de falta de senso crítico, a alienação da cultura de massa e uma propensão a influências genéricas (Matos; Monteiro, 2008) as quais são reprimidas por não-membros da comunidade de fãs, seja através da vergonha, da patologização e infantilização do intelecto dessas pessoas.

Da mesma forma que as práticas leitoras foram modificadas, com a internet também houve uma mudança de comportamento dos usuários das bibliotecas. O acesso a informação não está mais estritamente associado somente aos recursos fornecidos pelas bibliotecas, sendo assim, os bibliotecários precisam se adaptar às novas demandas dos usuários, que não incluem apenas o acesso a documentos, mas também outras atividades que garantam “a aprendizagem ao longo da vida, a tomada de decisão independente e o desenvolvimento cultural de indivíduos e grupos sociais”, de acordo com o Manifesto da Biblioteca Pública da *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA) UNESCO (2022).

O Manifesto da Biblioteca Pública IFLA UNESCO (2022) reforça a importância dessas instituições como um centro local de informação, adaptando-se continuamente a novos meios de comunicação para fornecer acesso universal à informação e permitir que todas as pessoas façam uso significativo dela. Além disso, destaca que parcerias são essenciais para que as bibliotecas alcancem um público mais abrangente e diversificado, o que se alinha perfeitamente com a ideia de colaboração entre *booktokers* e bibliotecários para atender às necessidades da sociedade do conhecimento em constante evolução.

Uma colaboração eficaz entre essa comunidade e os bibliotecários têm o potencial de criar uma parceria poderosa destacando a importância do papel de ambos na promoção da leitura e fortalecimento dos laços entre esses grupos. Os fãs de livros podem contribuir com ideias, recomendações e abordagens inovadoras que podem enriquecer as ofertas das bibliotecas, tornando-as mais atraentes para os jovens leitores. Ao mesmo tempo, os bibliotecários podem fornecer estrutura, acesso a recursos e experiência profissional que podem aprimorar a experiência de leitura dos membros da comunidade *booktok* além de incentivar o acesso a variadas expressões artísticas e culturais.

O TikTok é uma rede social focada no envio e compartilhamento de vídeos curtos que oferece ferramentas para edição rápida, como legendas, cortes, inserção de imagens e filtros. Inicialmente popular por vídeos de dublagem, o TikTok agora inclui uma vasta gama de conteúdos, desde danças e humor até dicas de maquiagem e cozinha, atualmente a duração dos vídeos é de até 60 segundos se forem criados no próprio aplicativo e de até 3 minutos se forem enviados por ele. Conforme a própria empresa afirma, “O TikTok é o principal destino para

vídeos móveis de formato curto. Nossa missão é inspirar criatividade e trazer alegria” (SOBRE, 2020).

O TikTok atrai especialmente a Geração Z (Tilia, 2024), grupo formado por indivíduos nascidos entre 1997 e 2009, que, segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021, p. 30), são os primeiros nativos digitais. Esses jovens utilizam a internet como extensão de suas vidas e valorizam a personalização e a autenticidade no conteúdo que consomem.

O surgimento do *BookTok*, comunidade literária que se desenvolveu no interior da plataforma TikTok, pode ser compreendido como um dos fenômenos culturais mais expressivos da contemporaneidade no campo da leitura. Seu impacto vai além da simples divulgação de livros: trata-se de uma ressignificação do lugar da literatura em meio a uma geração altamente conectada ao universo digital e acostumada a consumir e produzir conteúdos de forma ágil, visual e interativa. Nesse espaço, a mediação literária ganha novos contornos, deslocando-se do ambiente tradicional de bibliotecas, escolas e clubes presenciais de leitura, para um território digital marcado pela rapidez, pelo humor, pela estética e, sobretudo, pelo engajamento coletivo.

A mediação da leitura é uma prática essencial na construção de sujeitos leitores críticos, autônomos e socialmente participativos. Derivada do latim *mediatio*, que significa “intervenção” ou “intermediação”, a mediação é compreendida como um processo de aproximação, orientação e formação, no qual o sujeito acessa conhecimentos, amplia seus horizontes culturais e desenvolve sua autonomia intelectual e sensível (Nunes, 2015, p. 88). No campo da leitura, a mediação ultrapassa o simples ato de indicar obras ou de facilitar o acesso aos livros: ela se configura como a construção de pontes entre leitor, texto e mundo, articulando dimensões cognitivas, afetivas, simbólicas e sociais.

Nesse contexto, levantou-se a pergunta: de que maneira as ações de mediação de leitura promovidas pela comunidade *bookstan* no TikTok podem se articular com as bibliotecas públicas da cidade do Rio de Janeiro, e como a Gestão do Conhecimento pode contribuir para o fortalecimento do acesso à leitura e do engajamento literário?

1.1 Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é analisar as ações de mediação de leitura promovidas pela comunidade *booktok* e investigar as possibilidades de articulação entre essas iniciativas e as bibliotecas públicas cariocas, com vistas ao fortalecimento do acesso à leitura e à promoção do engajamento literário.

Diante disso, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) analisar a dinâmica da comunidade *booktokers* no TikTok;

- b) analisar iniciativas de Gestão do Conhecimento que possam ser aplicadas na parceria entre bibliotecas e *booktokers*; e
- c) propor um infográfico informativo sobre a comunidade *booktok* com o intuito de auxiliar bibliotecários a conhecerem e engajarem esse público em atividades de mediação de leitura, curadoria de acervos e promoção de serviços.

1.2 Justificativa

A execução desta pesquisa justifica-se ao promover novas parcerias a bibliotecários e bibliotecas que podem auxiliar na promoção da leitura para uma sociedade em constante desenvolvimento, fortalecer seus serviços, promover o reconhecimento mútuo entre os envolvidos, enriquecer a experiência de leitura dos jovens leitores, desenvolver competências, contribuir para a formação de cidadãos mais críticos, informados e culturalmente engajados. Para tal, serão utilizadas práticas de Gestão do Conhecimento para auxiliar na estrutura capaz de criar, compartilhar e utilizar o conhecimento para alcançar os objetivos anteriormente discutidos.

A justificativa pessoal para este projeto está diretamente ligada à trajetória da autora com a leitura, uma prática sempre presente e significativa em sua vida. Além de leitora assídua, acompanhava blogs sobre literatura e, posteriormente, tornou-se participante ativa da comunidade *bookstan* em diferentes redes sociais, produzindo conteúdos sobre livros e acompanhando influenciadores desse universo. Com o tempo, devido à rotina intensa, acabou se afastando desse espaço, mas durante a pandemia redescobriu gradualmente o prazer da leitura. Esse retorno foi impulsionado, em grande parte, pelas recomendações de *bookstans*, o que despertou sua curiosidade em compreender melhor esse fenômeno. Tal experiência foi determinante para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), cujo foco foi analisar as estratégias de marketing empregadas pelos *bookstans* e refletir sobre como tais práticas poderiam ser incorporadas pelos bibliotecários em suas bibliotecas.

Atualmente, a investigação se amplia para observar de que forma os *bookstans* do TikTok exercem a mediação de leitura nas redes sociais e como essas práticas podem dialogar com as mediações realizadas em bibliotecas públicas, vislumbrando a possibilidade de parcerias entre esses dois grupos. Essa aproximação pode ser estratégica tanto para atrair jovens leitores às bibliotecas quanto para promover o reconhecimento mútuo entre bibliotecários e *bookstans*.

A relevância desse cenário é reforçada pela pesquisa Retratos da Leitura (2024), que destacou o papel dos influenciadores literários em diferentes frentes. Eles não apenas atuam como mediadores em clubes de leitura, festivais literários e na escrita de livros, mas também

exercem impacto direto sobre os hábitos de leitura. Entre os leitores de literatura, 22% apontaram influenciadores e criadores de conteúdo como responsáveis por despertar o interesse pela leitura, embora ainda atrás de indicações de professores, familiares, amigos e adaptações de livros em filmes e músicas. Além disso, na categoria “fatores que influenciam na escolha de um livro”, os influenciadores também tiveram presença, ainda que modesta, com 2%.

Considerando esses dados e à luz do Manifesto da IFLA, que ressalta a importância das parcerias para que as bibliotecas públicas alcancem um público mais diversificado, torna-se evidente a relevância do tema proposto, bem como o potencial transformador da colaboração entre bibliotecários e *bookstans*.

O TCC resultou na produção do resumo expandido intitulado "O fenômeno *bookstan* e as redes sociais: análise de estratégias utilizadas para atrair seguidores". Esse resumo foi submetido à 29ª edição do Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação (CBBD) e destacou-se, sendo reconhecido como um dos melhores trabalhos do eixo temático e premiado com uma publicação em formato de artigo no número especial da Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação (RBBD).

Além disso, levou à elaboração do trabalho "*Bookstans* e a *Twitch*: o que as bibliotecas podem aprender com os fãs de livros?". Esse trabalho foi apresentado no 4º Simpósio *International Network Science* (SNIS) e posteriormente publicado como capítulo do livro "Redes Sociais face aos desafios num mundo global".

Durante os dias 27 de novembro a 01 de dezembro de 2023 aconteceu em Florianópolis o 22º Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU) com o tema “Bibliotecas e sustentabilidade: inovação, ciência e sociedade” sob organização da Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU UFSC) e da Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições (FEBAB) que ofereceu, além de palestras e discussões, *workshops* e eventos complementares. Durante o seminário a autora desta pesquisa juntamente da mestranda Bruna Rocha de Souza e da Profa. Dra. Jaqueline Santos Barradas apresentaram o trabalho “Gestão do Conhecimento: uma análise sobre as comunidades de práticas em bibliotecas universitárias” na mesa de Eixo 1 de Gestão de Bibliotecas, que também foi apresentada em vídeo disponível no canal do Youtube da FEBAB.

Em novembro de 2024, houve a submissão e aprovação para apresentação do resumo expandido “*Advocacy* para bibliotecas inclusivas: mobilizando comunidades através dos *bookstans*” no 30ª CBBD. Trata-se de uma análise bibliográfica e documental, que explora a colaboração entre bibliotecários e *bookstans* para promover bibliotecas inclusivas.

O objetivo é analisar como essa parceria pode diversificar coleções e engajar a comunidade, abordando o papel dos bibliotecários em *advocacy* e a influência dos *bookstans* nas redes sociais.

A relevância dessas investigações é respaldada por Silva e Sabbag (2019), que destacam, a partir de 2016, o *fandom* como uma ferramenta importante para fomentar parcerias na promoção da alfabetização, engajamento na cultura e criação de mídia, de acordo com o *Center for the Future of Library*, iniciativa da *American Library Association* (ALA).

Essa perspectiva aponta para a necessidade crucial de bibliotecários e pesquisadores acompanharem ativamente esses grupos, e aqui a autora destaca especialmente os *bookstans* por lidarem com um objeto comum a esses profissionais. Isso contribui para a criação de uma rede colaborativa que auxilia na adaptação contínua às novas formas de comunicação, permitindo que bibliotecas públicas alcancem novos públicos e atendam às demandas de uma sociedade do conhecimento em constante evolução.

Ao evidenciar a importância das bibliotecas públicas como pontos de referência e centros culturais com suporte e recursos disponíveis, a pesquisa busca promover uma maior interação das bibliotecas com o universo literário, atendendo de maneira mais efetiva às necessidades da sociedade contemporânea.

2 METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de natureza descritiva e exploratória, fundamentada em uma abordagem quali-quantitativa. Para a coleta de dados, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a observação participante da comunidade *bookstan* no TikTok, com ênfase em três influenciadores literários atuantes na plataforma.

Segundo Gil (2002, p. 42), a pesquisa descritiva tem como propósito principal “descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, ou estabelecer relações entre variáveis”. O autor ainda destaca que esse tipo de investigação busca analisar aspectos de grupos sociais, tais como crenças, opiniões e costumes. Nesse mesmo sentido, Prodanov e Freitas (2013, p. 52) ressaltam que a pesquisa descritiva “procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos”. Dessa forma, entende-se que esse método foi adequado à presente pesquisa, uma vez que um dos objetivos consistiu em contextualizar e compreender a viabilidade de uma colaboração estratégica entre bibliotecários e *bookstans*.

Já a pesquisa exploratória, conforme define Severino (2007), busca levantar informações acerca de um objeto de estudo específico, sobretudo quando o tema investigado ainda é pouco explorado e não há condições de formular hipóteses consolidadas. Assim, esse tipo de investigação é pertinente para estudos em áreas emergentes, permitindo observar o objeto de pesquisa e reunir dados que auxiliem na formulação de hipóteses e na delimitação do campo empírico. No presente caso, o enfoque recaiu sobre as práticas de mediação de leitura desenvolvidas por influenciadores literários no TikTok e sua relação com as práticas realizadas por bibliotecários em bibliotecas públicas. De acordo com Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa exploratória tem como objetivos principais desenvolver hipóteses, ampliar a familiaridade com o tema e esclarecer conceitos. Gil (2002) reforça essa perspectiva ao apontar que a finalidade central é proporcionar maior clareza ao problema investigado, contribuindo para sua definição mais precisa.

Quanto à abordagem metodológica, a pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa. O aspecto quantitativo esteve presente na análise dos dados obtidos por meio da observação participante, tratados estatisticamente (Michel, 2005). Por outro lado, a vertente qualitativa possibilitou a compreensão subjetiva dos fenômenos investigados, considerando o caráter social e cultural do objeto de estudo, em especial as práticas e discursos dos *fandoms* e dos *bookstans*. Bauer e Gaskell (2003, p. 23) destacam que uma das singularidades da pesquisa qualitativa é

“[...] lidar com interpretações das realidades sociais”. Os autores acrescentam ainda que essa modalidade de investigação se caracteriza por seu potencial crítico e emancipatório, permitindo ao pesquisador compreender a realidade “através dos olhos daqueles que estão sendo pesquisados” (Bryman, 1988 *apud* Bauer; Gaskell, 2003, p. 32).

O plano de pesquisa foi estruturado de modo a atender aos objetivos específicos da investigação. Inicialmente, procedeu-se ao levantamento e análise bibliográfica e documental, etapa que forneceu subsídios teóricos para a compreensão do fenômeno estudado. Essa base conceitual permitiu explorar diferentes aspectos relacionados aos *bookstans*, em especial os *booktokers*, bem como o papel das bibliotecas públicas e as possibilidades de aplicação da Gestão da Informação e da Gestão do Conhecimento nesse campo.

Assim, a metodologia adotada articula-se em três etapas: (a) pesquisa bibliográfica e documental para embasamento teórico, (b) observação participante da comunidade *bookstan* no TikTok, com registro em diário de campo, e (c) análise do conteúdo para interpretação e categorização dos dados. A integração dessas etapas possibilitou uma abordagem crítica e abrangente sobre o tema, permitindo não apenas identificar as práticas de mediação de leitura na plataforma digital, mas também refletir sobre como estas podem se conectar às práticas bibliotecárias em prol da formação de leitores e do fortalecimento do papel social das bibliotecas públicas.

2.1 Pesquisa bibliográfica

No que diz respeito às fontes utilizadas, o estudo contou com uma pesquisa bibliográfica e documental. Severino (2007) define a pesquisa bibliográfica como aquela baseada em estudos anteriores, utilizando materiais como livros, artigos e teses para fundamentar teoricamente a investigação. Lakatos e Marconi (2003) reforçam que tal procedimento visa reunir os principais trabalhos já desenvolvidos sobre determinado tema, garantindo acesso a informações essenciais e relevantes. Esse levantamento subsidiou a construção do referencial teórico, que discute os fenômenos dos *fandoms*, a atuação dos *bookstans*, a função das bibliotecas públicas e a aplicação da Gestão da Informação e da Gestão do Conhecimento nesse contexto.

Na sequência, definiu-se o universo empírico da pesquisa, que é composto pelos *bookstans* e os bibliotecários, e iniciou-se a coleta de dados, com foco em analisar práticas de mediação de leitura no TikTok e investigar como estas podem dialogar com as práticas realizadas por bibliotecários em bibliotecas públicas. O objetivo central foi compreender a viabilidade de um trabalho colaborativo entre bibliotecários e a comunidade *bookstan* no TikTok, voltado para atrair jovens leitores às bibliotecas, promover reconhecimento mútuo

entre os grupos e explorar tanto as interações *online* quanto as presenciais como caminhos para o fortalecimento dessa parceria inovadora.

A pesquisa bibliográfica foi conduzida entre dezembro de 2023 e agosto de 2025, utilizando diferentes bases de dados reconhecidas pela relevância acadêmica, a saber: Google Acadêmico, Portal Brasileiro de Publicações Científicas em Acesso Aberto (OasisBr), vinculado ao Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), e o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Para a busca, foram estabelecidos descritores e termos relacionados aos eixos centrais do estudo, tais como: cibercultura, história do *fandom*, *fandom*, *bookstans*, influenciadores digitais, celebridades, redes sociais, TikTok, consumo, mediação de leitura, biblioteca pública, História das bibliotecas públicas brasileiras, papel das bibliotecas públicas, capital social, gestão da informação, gestão do conhecimento e gestão do conhecimento aplicado em bibliotecas.

A combinação entre os termos foi realizada por meio do operador booleano AND, a fim de recuperar documentos que relacionassem de forma cruzada os diferentes conceitos. O processo resultou em um conjunto significativo de trabalhos, dos quais foram selecionados aqueles considerados mais relevantes para fundamentar a análise teórica e dialogar com os dados empíricos levantados no campo.

Quadro 1 - Termos utilizados e resultados da pesquisa bibliográfica

Termo	Documentos recuperados			Documentos selecionados		
	Google Scholar	OasisBr	CAPES	Google Scholar	OasisBr	CAPES
Cibercultura	91300	3312	1512	5	1	0
História do <i>Fandom</i>	12100	49	25	8	1	0
<i>Fandom</i>	156000	5060	303	12	0	0
<i>Bookstan</i>	46	3	1	11	0	0
Influenciadores digitais	27	736	9	2	0	0
Influenciadores digitais AND consumo	25200	51	2912	11	0	0
Redes Sociais	1390000	45.329	61764	2	1	1
TikTok	2230000	3669	323	2	0	0
Biblioteca pública	1340	2592	237595			
História das bibliotecas públicas brasileiras	150000	7	15388	7	0	0
Papel das bibliotecas públicas	966000	80	25566	5		2
Capital social	5260000	242815	43942	7	0	0

Gestão da Informação	2950000	10595	41002	7	0	0
Gestão do Conhecimento	2360000	16448	122202	8	0	0
Gestão do Conhecimento aplicado em bibliotecas	135000	17	5233	13	0	0

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os trabalhos foram selecionados com base em critérios previamente estabelecidos, a saber: acesso ao conteúdo completo, textos em português ou inglês e com conteúdo pertinente à pesquisa. O processo de seleção ocorreu em duas etapas: na primeira houve a leitura prévia dos títulos dos artigos, resumos e palavras-chave, o que resultou na pré-seleção de artigos. Na segunda, foi realizada a leitura dos mesmos e retidos aqueles que atendiam ao objetivo da pesquisa e poderiam ser utilizados para análise dos resultados.

O supramencionado levantamento bibliográfico teve como objetivo aprofundar os conhecimentos sobre os *bookstans*, bibliotecas públicas e a Gestão do Conhecimento para, assim, fundamentar teoricamente o trabalho. Esse processo permitiu explorar as publicações existentes sobre esse grupo.

O quadro abaixo apresenta os autores e as obras selecionadas para compor o referencial teórico classificados de acordo com os assuntos tratados:

Quadro 2 - Fontes utilizadas no Referencial Teórico

Assunto	Autoria	Título da obra	Ano
Cibercultura	LÉVY, Pierre.	Cibercultura	1999
	LÉVY, Pierre.	A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço	2003
	LEMOS, André.	Ciber-cultura-remix	2005
	LEMOS, André.	As estruturas antropológicas do ciberespaço	2008
	LEMOS, André; LÉVY, Pierre.	O Futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia	2010
	RECUERO, Raquel.	Redes sociais na Internet	2011
História do <i>Fandom</i>	ESQUIROL, Etienne.	Mental Maladies: A Treatise on Insanity.	1845
	FAIRFAX House.	Ballonomania	20-?
	JENKINS, Henry.	Fans, Bloggers, Gamers.	2006
	JENKINS, Henry.	Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.	2008
	DUFFETT, Mark.	Understanding fandom: an introduction to the study of media fan culture.	2013
	CAVICCHI, Daniel.	Foundational discourses of fandom	2018
<i>Fandom</i>	PENLEY, Constance.	Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture.	1992
	JENKINS, Henry.	Textual Poachers: television fans and participatory culture	1992
	LEWIS, Lisa.	“Something more than love”: fan stories on film	1992
	HARRINGTON, Cheryl Lee; BIELBY, Denise.	Soap fans: pursuing pleasure and making meaning in everyday life.	1995
	CAVICCHI, Daniel.	Tramps like us: music e meaning among Springsteen fans.	1998
	COULDRY, Nicholas.	The place of media power: Pilgrims and witnesses of the media age.	2000
	BROOKER, Will.	Using the Force: creativity, community and star wars fans.	2002
	GOFFMAN, Erving	A representação do eu na vida cotidiana	2002
	HILLS, Matt.	Fan Cultures.	2002
	SANDVOSS, Cornell	Fans: the mirror of consumption	2005
	UNIVERSIDADE DE OXFORD.	Stan: significado e definição para inglês do Reino Unido	20--
<i>Bookstan</i>	LANI, Adriano Ramon.	A Literatura da cultura de massa	2004
	MIRANDA, Fabiana Mões.	Fandom: um novo sistema literário digital	2009
	GRISWOLD, Wendy; LENAGHAN, Elizabeth; NAFFZIGER, Michelle	Readers as audiences	2011
	PESCHEL, Sabine.	Como os booktubers estão mudando o mercado literário	2015
	BITTENCOURT, Paola Portella de.	Bookstagrammers e sua influência no consumo de livros e objetos literários.	2017

	SANTOS, Edméa.	Pesquisa-formação na cibercultura	2019
	LIMA, Stefany.	Dicionário Bookstan: as gírias e siglas literárias mais usadas por leitores na Internet	2020
Redes Sociais	BOYD, Danah. M.; ELLISON, Nicole B.	Social network sites: definition, history, and scholarship.	2007
	SOUZA, Queila; QUANDT, Carlos.	Metodologia de Análises de Redes Sociais	2008
	GABRIEL, Martha	Marketing na era digital	2010
	LEMOS, André.	Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes	2014
Influenciadores digitais	SWALES, John Malcolm.	Discourse community and the evaluation of written text	1992
	BOURDIEU, Pierre.	O capital social – notas provisórias.	1998
Influenciadores digitais AND consumo	TURNER, Graeme.	The mass production of celebrity: “celetoids”, reality TV and the “demotic turn”	2006
	LIPOVETSKY, Gilles.	A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade do hiperconsumo	2010
	PEARSON, Roberta.	Fandom in the digital era	2010
	FREBERG, Karen; GRAHAM, Kristin; MCGAUGHEY, Karen; FREBERG, Laura A.	Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality	2011
	MACDONALD, Pat	Narcissism in the modern world.	2014
	DUFFY, Brooke Erin.	The romance of work: gender and aspirational labour in the digital culture industries	2016
	LOU, Chen; YUAN, Shupe.	Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media	2019
	WANG, Zihan	The complicated digital fandom: empower exploitation of fans in digital media era	2020
	GOBLOT, Magali.	How Squid Game gained popularity through social media	2022
	FIGUEIREDO, Iris.	Hoje a comunidade literária se reuniu na Livraria Leonardo da Vinci, no centro do Rio, para arrecadar roupas, água, calçados e alimentos para o RS! O @DigaoRoque convocou e todo mundo foi. Olha essa fila! Muitas doações. A arrecadação vai até QUARTA-FEIRA.	2024
TikTok	TikTok	SOBRE o TikTok	2020
	WANG, Yunwen	Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of <i>TikTok (DouYin)</i> .	2020

	TIKTOK	TIKTOK é o app mais baixado do mundo pelo 3º ano consecutivo; veja a lista	2023
Mediação de Leitura	ALMEIDA JÚNIOR, Osvaldo Francisco de; BORTOLIN, Sueli.	Mediação da Informação e da Leitura	2007
	BAJOUR, Cecilia.	Ouvir nas entrelinhas: o valor da escuta nas práticas de leitura.	2012
	CECCANTINI, João Luís.	Leitores iniciantes e comportamento perene de leitura.	2009
	GOMES, Luciano Ferreira; BORTOLIN, Sueli.	Biblioteca escolar e a mediação da leitura.	2012
	PETIT, Michèle	Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva	2009
	PETIT, Michèle	Leituras: do espaço íntimo ao espaço público.	2013
	PIMENTEL, Catiane de Araujo.	Passado presente – lendo Pedro Nava no século XXI.	2010
	SANTAELLA, Lucia.	Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação.	2013
História das bibliotecas públicas brasileiras	MILANESI, Luís.	O que é biblioteca	1983
	OLIVEIRA, Zita Catarina Prates de.	A biblioteca ‘fora do tempo’: políticas governamentais de bibliotecas públicas no Brasil, 1937 – 1989.	1994
	ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de.	Sociedade e Biblioteconomia.	1997
	SUAIDEN, Emir José.	A biblioteca pública no contexto da sociedade da informação	2000
	Instituto Pró-livro	RETRATOS da leitura no Brasil.	2020
Papel das bibliotecas públicas	MIRANDA, Antonio	A missão da biblioteca pública no Brasil	1978
	CASTELLS, Manuel.	A sociedade em rede.	1999
	BETANCUR, Adriana M.	La biblioteca pública en la perspectiva del desarrollo local: una estrategia para la democracia	2002
	WALLER, Vivienne; MCSHANE, Ian.	Analyzing the challenges for large public libraries in the Twenty-first Century: a case study of the State Library of Victoria in Australia	2008
	OLINTO, Gilda	Bibliotecas públicas e o uso das tecnologias de informação e comunicação para o desenvolvimento social	2010
	AGNOLI, Antonella.	Bibliotecas de Profundis? Per il neoliberalismo anche le biblioteche devono morire	2011
	ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia.	Informação, poder e política: a partir do sul, para além do sul	2011
Capital Social	BOURDIEU, Pierre.	The social space and the genesis of groups.	1985
	KLIKSBERG, Bernardo.	Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo.	1999

	PUTNAM, Robert D.	Bowling alone: America's declining social capital	2000
	ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia.	Capital social e empreendedorismo local.	2002
	OLINTO, Gilda; MEDEIROS, Ana Ligia .	Capital social e biblioteca pública	2013
	IFLA UNESCO.	Manifesto da Biblioteca Pública IFLA-UNESCO 2022	2022
Gestão da Informação	CAMPETTI SOBRINHO, Geraldo.	Impactos da terceira revolução na sociedade pósmoderna: segmento serviços.	1998
	DRUCKER, Peter.	Além da revolução da informação.	2000
	CHOO, Chun Wei.	Gestão da informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente.	2003
	VALENTIM, Marta Lígia Pomim.	Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento: especificidades e convergências	2004
	TARAPANOFF, Kira (Coord.)	Inteligência, informação e conhecimento	2006
	CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger.	O conceito de informação.	2007
	VALENTIM, Marta Lígia Pomim.	Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento em ambientes organizacionais: conceitos e compreensões.	2008
Gestão do Conhecimento	NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka.	Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.	1997
	STAIR, Ralph.	Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial	1998
	REXACH TRUJILLO, M. E.	Nuevos retos del profesional de la información a las puertas del tercer mileni	2000
	TARAPANOFF, Kira.	Inteligência organizacional e competitiva	2001
	SERRA, Eugenia; CEÑA, Margarita.	Las competencias profisionales del bibliotecario-documentalista en el siglo XXI	2004
	MACIEL, Alba Costa; MENDONÇA, Marília Alvarenga Rocha.	Bibliotecas como organizações	2006
	BARBOSA, Ricardo Rodrigues.	Gestão da informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas	2008
	ALVARES, Lillian; BAPTISTA, Sofia Galvão; ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique de.	Gestão do conhecimento: categorização conceitual.	2010

Gestão do Conhecimento aplicado em bibliotecas	MATHESSON, Nina.	The idea of the library in the twenty-first century	1995
	RAMOS, Paulo Baltazar.	A gestão na organização de unidades de informação.	1996
	DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK; Laurence.	Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual.	1998
	NEVES, Elisabete da Cruz; LONGO, Rose Mary Juliano.	Atuação do profissional da informação na gestão do conhecimento	2000
	Shanhong, Tang.	Knowledge management in libraries in the 21st century.	2002
	VAN DEVENTER, Martie J.; SNYMAN, Retha.	Measuring for sustainability: A multi-dimensional measurement framework for library and information services.	2004
	BATISTA, Fábio Ferreira; QUANDT, Carlos Olavo; PACHECO, Fernando Flávio; TERRA, José Cláudio Cyrineu.	Gestão do conhecimento na administração pública.	2005
	CASTRO, Gardenia de.	Gestão do conhecimento em bibliotecas universitárias: um instrumento de diagnóstico.	2005
	DAVIS, Hiram L.; SOMERVILLE, Mary M.	Learning our way to change: Improved institutional alignment	2006
	ROOI, Hazel van; SNYMAN, Retha.	A content analysis of literature regarding knowledge management opportunities for librarians	2006
	PIZARRO, Daniella Câmara; DAVOK, Delsi Fries.	O papel do bibliotecário na gestão da informação empresarial: uma pesquisa bibliográfica em periódicos nacionais de biblioteconomia e ciência da informação	2008
	YOUNG, Ron.	Knowledge Management: tools and techniques manual.	2010
	TELLES, Marcilde S.; MOZZATO, Anelise R.	Facilitar ou dificultar? caminhos para a Gestão do Conhecimento.	2020

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

2.2 Pesquisa documental

A relação de contatos para identificar as bibliotecas públicas da cidade do Rio de Janeiro foi elaborada a partir de diferentes fontes: o site do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), o portal da Prefeitura do Rio de Janeiro, pesquisas próprias da autora sobre as bibliotecas municipais em funcionamento e a verificação das redes sociais institucionais dessas bibliotecas, utilizadas como fonte para coleta dos e-mails de contato.

Cabe destacar que tanto a listagem disponibilizada pelo SNBP (RELAÇÃO, 202-) quanto a apresentada pela Prefeitura do Rio de Janeiro encontram-se desatualizadas, incluindo bibliotecas desativadas ou que já não existem. Diante disso, foi necessário entrar em contato por e-mail com a Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro, com o objetivo de verificar a possibilidade de acesso a uma listagem atualizada das bibliotecas em atividade. Contudo, não houve resposta ao pedido, o que levou a autora a realizar a verificação por conta própria.

Esse levantamento envolveu a análise da relação disponível no SNBP e da lista publicada no Carioca Digital (Bibliotecas, 2024), portal oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro, seguida de uma checagem das redes sociais das bibliotecas municipais. Nesse processo, foram consideradas ativas apenas as bibliotecas públicas que estavam listadas no site do SNBP, do Carioca Digital e que apresentavam postagens recentes em perfis institucionais no Instagram e/ou Facebook, sendo descartadas aquelas com publicações superiores a um ano.

A seguir um quadro com as bibliotecas municipais da cidade do Rio de Janeiro em funcionamento atualmente:

Quadro 3 - Bibliotecas Municipais da cidade do Rio de Janeiro

Biblioteca	Localidade
Biblioteca Municipal Annita Porto Martins	Rio Comprido
Biblioteca Municipal Cecília Meireles	Praça Seca
Biblioteca Municipal Écio Salles	Gávea
Biblioteca Municipal João do Rio	Irajá
Biblioteca Municipal Jorge Amado	Maré
Biblioteca Municipal José de Alencar	Santa Teresa
Biblioteca Municipal Manoel Ignácio Silva Alvarenga	Campo Grande
Biblioteca Municipal Maria Firmina dos Reis	Cidade Nova
Biblioteca Municipal Marques Rebelo	Tijuca

Biblioteca Municipal Ziraldo	Cidade das Artes
SESC Biblioteca Municipal Euclides da Cunha ¹	Ilha do Governador
SESC Biblioteca Municipal Machado de Assis	Botafogo

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

2.3 Observação participante

No tocante aos procedimentos de coleta, utilizou-se a observação participante, definida por Minayo (2013, p. 70) como um processo em que “um pesquisador se coloca como observador de uma situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica”, inserindo-se no contexto cultural do grupo estudado para compreender seus códigos e práticas. Gil (2002, p. 127) reforça que tal técnica permite uma visão mais abrangente da comunidade pesquisada, favorecendo a interação entre pesquisador e sujeitos investigados e condicionando os dados à qualidade das relações estabelecidas no campo.

A execução da observação participante seguiu os passos propostos por Marques (2016, p. 278), que enfatiza a necessidade de compreender esse método como um processo prolongado, exigindo planejamento e acompanhamento constante. No caso desta pesquisa, a inserção no campo foi facilitada pelo fato de a autora já integrar a comunidade *bookstan*, o que dispensou a necessidade de intermediários para acesso aos códigos culturais e às redes de relações do grupo. No processo de observação participante, a atuação teve caráter não interventivo, ou seja, limitou-se a observar as interações e práticas dos influenciadores literários e de seus seguidores sem interferir em suas dinâmicas, comportamentos ou conteúdos. Essa postura teve como objetivo preservar a autenticidade das experiências vivenciadas no ambiente digital, garantindo que as análises refletissem as práticas reais da comunidade observada, sem qualquer influência externa por parte da pesquisadora. Durante a observação, considerou-se essencial estar sempre atenta às manifestações e dinâmicas sociais, inclusive aquelas não previstas inicialmente. Esse processo contínuo permitiu o surgimento de novas problematizações e a reformulação de questões, enriquecendo a compreensão do fenômeno estudado.

¹ A SESC Biblioteca Municipal Euclides da Cunha e a SESC Biblioteca Municipal Machado de Assis são parte de uma parceria entre o SESC RJ e a Prefeitura do Rio de Janeiro, dentro do programa Bibliotecas do Amanhã, que tem o objetivo de recuperar e modernizar espaços de leitura (SESC, 2024).

2.4 Análise dos dados

Para sistematizar as informações coletadas, estabeleceu-se uma rotina de observação e a elaboração de um diário de campo em um documento no Google Docs, onde foi registrado de forma sistemática todas as informações coletadas durante o processo de observação. Inicialmente, foram acessados vídeo por vídeo nos perfis dos influenciadores, registrando no documento a data de publicação, a legenda utilizada, um breve resumo sobre o conteúdo do vídeo, além de dados quantitativos como o número de curtidas, salvamentos e comentários. Em seguida, realizou-se o registro de vários aspectos, como: número de seguidores, quantidade total de vídeos analisados, volume de publicidades realizadas (distinguindo-se entre parcerias com marcas e publicidades relacionadas a livros, nacionais e estrangeiros), recomendações de leitura (também classificadas entre obras nacionais e estrangeiras), tipos de vídeos publicados, além de resumos descritivos de cada material. Em seguida, defini categorias de análise para orientar a observação dos conteúdos. A partir disso, foram incluídas reflexões interpretativas acerca do conteúdo e do comportamento dos influenciadores durante o período de análise. Essa sistematização teve como objetivo facilitar a organização e posterior análise dos resultados, isso resultou em um corpus robusto, permitindo a realização de uma análise aprofundada sobre as práticas de mediação de leitura observadas, que será apresentada na seção correspondente.

O recorte empírico abrangeu três influenciadores literários do TikTok, sendo dois homens e uma mulher, selecionados a partir de três critérios: (a) já serem acompanhados pela autora da pesquisa, (b) possuírem mais de 500 mil seguidores e (c) serem maiores de idade. O período de observação compreendeu do dia 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024, garantindo um panorama anual das práticas de mediação de leitura desenvolvidas pelos perfis selecionados.

O processo resultou em duas categorias principais, que expressam as formas pelas quais os influenciadores analisados realizam mediação em seus perfis no TikTok.

A análise revelou tanto aspectos positivos quanto pontos críticos no fenômeno estudado. De um lado, observou-se que o *BookTok* tem potencial para criar nichos literários, ampliar o alcance de determinados gêneros e autores e gerar informações relevantes para a comunidade leitora. De outro, constatou-se a existência de uma repetição excessiva de recomendações das mesmas obras, formando uma espécie de bolha cultural que pode favorecer estratégias editoriais voltadas à massificação de títulos, em detrimento da diversidade. Além disso, verificou-se um incentivo ao consumo exacerbado de livros, sobretudo entre produtores de conteúdo, que muitas vezes sentem a necessidade de acompanhar todos os lançamentos e manter alta frequência de postagens para garantir relevância na plataforma.

3 CIBERCULTURA E CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Segundo Lemos (2008), o termo ciberespaço foi introduzido pelo autor de ficção científica William Gibson em sua obra *Neuromancer*, publicada em 1984. Para Gibson, o ciberespaço é um ambiente intangível formado pela interconexão de redes de computadores, através das quais todas as formas de informação circulam livremente.

Gibson descreve o ciberespaço como uma "alucinação consensual", onde a Matrix, como ele a chama, é a matriz primordial da civilização pós-industrial, habitada por diversas tribos, onde os cibercibers navegam buscando informações. A visão de Gibson sobre a Matrix e o ciberespaço é uma sátira do mundo real e do cotidiano.

Por outro lado, Pierre Lévy (1999) em suas obras procura conceituar o ciberespaço como um novo meio de comunicação que surge da interligação global de computadores - a internet - não apenas como uma infraestrutura material, mas como um vasto oceano de informações digitais onde os seres humanos navegam, interagem e se alimentam desse universo. A cibercultura, para Lévy, nasce dessa relação entre sociedade e novas tecnologias, marcada por interatividade, colaboração e a reconfiguração de práticas sociais, culturais e comunicacionais.

Lévy (1999) destaca a cibercultura como uma cultura que surge da interação entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias eletrônicas que surgiram a partir da convergência das telecomunicações e da informática na década de 1970. Ele identifica três leis da cibercultura: a liberação do polo de emissão, que se manifesta nas novas formas de interação social e na disseminação de informações; o princípio da conexão generalizada, que enfatiza a participação e colaboração das pessoas nos conteúdos *online*; e a reconfiguração da paisagem comunicacional da indústria cultural, que implica na modificação dos fundamentos das instituições sociais e das práticas comunicativas sem necessariamente substituí-las.

Na configuração da cibercultura, não se vislumbra o fim da indústria cultural ou a sua absorção completa pela cultura digital pós-massiva. Pelo contrário, tanto os processos massivos quanto os pós-massivos se alternam, tanto dentro quanto fora da rede. Esta nova paisagem permite não só a reconfiguração dos meios de produção e disseminação da informação, mas também a emergência de novas formas de interação social (Lemos, 2014).

Essas ideias se tornam ainda mais relevantes atualmente, num contexto de hiperconectividade, algoritmização da vida social e crescente influência das plataformas digitais sobre o cotidiano. O ciberespaço não é mais apenas uma abstração ou metáfora, mas um ambiente concreto de experiências sociais, políticas e afetivas, onde sujeitos constroem identidades, exercem cidadania e formam redes (Jenkins, 2008).

Essa integração entre mídias tradicionais e novas mídias é o que Jenkins (2008) denomina como cultura da convergência, um processo cultural que transforma a maneira como as pessoas produzem, consomem e compartilham informações.

Da mesma forma que a cibercultura de Pierre Lévy, a cultura da convergência também interage com a tecnologia, sociedade e cultura local por alterar as formas de relacionamento entre consumidores (que passam a ocupar um papel mais ativo e participativo), produtores, indústrias e a própria tecnologia em si. Os espectadores, que antes possuíam uma posição passiva, hoje em dia dão lugar a sujeitos que comentam, remixam, compartilham e até criam conteúdos próprios. As empresas de mídia, diante desse cenário, precisam repensar suas estratégias, pois o controle da mensagem já não está apenas em suas mãos (Jenkins, 2008).

Essa mudança de postura dá origem a outro conceito de Jenkins (2008): a cultura participativa. Um ambiente no qual os indivíduos não apenas consomem conteúdo, mas também produzem, colaboram e constroem novas formas de expressão coletiva. Plataformas como YouTube, TikTok, Wattpad são exemplos concretos onde essas práticas se consolidam:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais (Jenkins, 2008, p.31).

A convergência também se manifesta por meio da narrativa transmídia, ou seja, histórias que se desenvolvem por diferentes plataformas, cada uma explorando aspectos únicos da narrativa, criando experiências complementares e ampliadas. Uma história pode começar em um filme, continuar em um quadrinho, aprofundar-se em um jogo e ganhar novas versões pelas mãos dos fãs. Essa expansão não ocorre apenas para fins comerciais, mas também promove o engajamento do público e o sentimento de pertencimento àquele universo ficcional:

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura (Jenkins, 2008, p. 46).

O ciberespaço facilita a formação de diversas comunidades que se articulam em torno de interesses comuns, transformando seus territórios em poderosas ferramentas para uma ampla gama de propósitos. De acordo com Lévy (1999), é a cibercultura que mergulha seres e objetos em um oceano de comunicação interativa. Lemos (2005) destaca que o ciberespaço promove tanto desterritorializações quanto reterritorializações em aspectos políticos, econômicos, culturais e subjetivos, através de redes comunitárias formadas na internet. A desterritorialização ocorre quando os limites físicos e institucionais tradicionais são dissolvidos (como o local de trabalho, a escola, ou mesmo as fronteiras nacionais) e novas territorialidades simbólicas emergem. Isso é visível, por exemplo, na migração de diversas atividades para o ambiente online, intensificada durante a pandemia da COVID-19, que transformou o ciberespaço no principal território de interação social.

Ao mesmo tempo, há formas de reterritorialização: espaços digitais tornam-se territórios com regras próprias, comunidades específicas e práticas simbólicas singulares. Fóruns, *fandoms*, jogos online e redes sociais tornam-se espaços de pertencimento, criando laços de identidade que não dependem mais da geografia física. Essa "des-re-territorialização", como define Lemos (2005), mostra que, embora o digital descentralize, ele também recria centralidades, muitas vezes mediadas por algoritmos e lógicas de plataforma, proporcionando uma maior flexibilidade social, com papéis menos fixos e lugares sociais intercambiáveis.

Além disso, o ciberespaço serve como base e expansão para o que Pierre Lévy (2003) denomina inteligência coletiva, conceito também trabalhado por Jenkins (2008), uma inteligência distribuída por toda parte, coordenada em tempo real, resultante da mobilização efetiva das competências individuais para o benefício da coletividade. Essa inteligência manifesta-se nas redes sociais, nos coletivos digitais e nas ações colaborativas mediadas por

tecnologias, desde mobilizações políticas (como *#BlackLivesMatter*² e *#EleNão*³), até a construção coletiva de saberes em wikis e grupos de apoio.

Para Lévy (2003), a inteligência coletiva não é restrita a poucos privilegiados e, portanto, deve ser continuamente valorizada. É fundamental reconhecer o contexto no qual o conhecimento de cada indivíduo pode contribuir para o crescimento do grupo. A proposta da inteligência coletiva é o reconhecimento e desenvolvimento mútuo de todos os envolvidos neste processo que podem ser desenvolvidas através de interações. Essas interações podem desenvolver-se e se transformar em laços sociais que, conforme Recuero (2011) explicita, são responsáveis por compor as tão conhecidas redes sociais. Esses laços podem ser fortes ou fracos a depender do grau de intimidade, proximidade e a intenção em manter uma conexão entre as pessoas. Quanto mais laços, maiores são as suas redes de contatos. Essas redes são cruciais não apenas para a construção de sociabilidades, mas também para a manutenção da saúde mental, para a militância, e para o engajamento em causas identitárias e culturais.

A leitura desses conceitos pode ser associada à noção de comunidades virtuais discutida por Lemos (2010), compreendidas como grupos que interagem por meio de plataformas digitais de comunicação à distância. Tais comunidades se estruturam a partir de afinidades de interesse, de conhecimento ou de projetos coletivos, baseando-se na cooperação e na troca entre os participantes, independentemente da localização geográfica ou de vínculos institucionais (Lévy, 1999, p. 127).

Essas comunidades inseridas em ambientes virtuais não deixam de ser reais por serem exclusivamente online, o que acontece é que elas são espaços que representam a realidade física

² O *Black Lives Matter* (BLM) ou Vidas Negras Importam é um movimento social e político de caráter descentralizado que busca dar visibilidade ao racismo, à discriminação e às desigualdades raciais enfrentadas pela população negra, promovendo a luta antirracista. Suas pautas centrais envolvem a denúncia da violência policial e dos crimes motivados por questões raciais contra pessoas negras. O movimento ganhou força a partir da repercussão dos assassinatos de Trayvon Martin, Michael Brown, Eric Garner, Rekia Boyd e de outras vítimas (Campbell, 2021).

³ As manifestações conhecidas como Movimento Ele Não ou *#EleNão* foram organizadas principalmente por mulheres e se espalharam por diferentes regiões do Brasil e também por outros países. O propósito central desses protestos foi expressar a rejeição à candidatura do então deputado federal Jair Bolsonaro à presidência da República (Rossi, Carneiro, Gragnani, 2018).

e que, por conta da cibercultura, permitem uma participação ativa de seus usuários na construção de sua estrutura, mas com mais liberdade no processo (Lévy, 1999).

O ciberespaço conseguiu dar visibilidade a vários grupos que anteriormente eram invisibilizados, para este projeto o destaque será aos fãs, que por definição são sujeitos que colaboram, participam, consomem e que podem criar conteúdos sobre o objeto de sua adoração. Na seção seguinte será abordado sobre o contexto histórico desse grupo.

3.1 A “Pré-História” do *fandom* (século XVII ao século XIX)

O surgimento das culturas de fãs está profundamente ligado às transformações sociais, culturais e econômicas que ocorreram ao longo dos séculos. Cavicchi (2018) aponta que a expansão do capitalismo industrial, a urbanização e o desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação alteraram profundamente a vida cotidiana e as formas de sociabilidade, criando novos padrões de consumo cultural. As cidades tornaram-se centros de circulação de bens simbólicos, onde o entretenimento passou a desempenhar papel central nas experiências coletivas.

Nesse cenário de mudanças, as manifestações culturais passaram a se consolidar como importantes espaços de construção de identidade. Segundo Sellers (1991 *apud* Cavicchi, 2018, p. 30), a frequência a teatros, concertos e outros eventos artísticos representava não apenas uma forma de lazer, mas também um modo de participação na modernidade e de afirmação diante das transformações sociais em curso. Públicos diversos, incluindo jovens, mulheres e outros grupos historicamente marginalizados, encontraram nesses espaços uma via para expressar desejos de pertencimento, reconhecimento e autonomia.

Cavicchi (2018) aponta que a resposta emocional gerada por essas experiências culturais coletivas foi amplamente percebida como fenômeno social de destaque. Termos como “mania”, “febre” e “contágio” passaram a ser utilizados para descrever o entusiasmo intenso demonstrado por certos públicos em relação a artistas, objetos culturais ou eventos. Tais termos, muitas vezes oriundos da linguagem médica da época, refletiam uma tentativa de entender ou controlar aquilo que parecia ultrapassar os limites da racionalidade e da contenção emocional. O conceito de “monomania”, identificada pelo médico francês Etienne Esquirol (Esquirol, 1845), por exemplo, era mobilizado para descrever uma dedicação exagerada a um único objeto de interesse, sem que houvesse uma ruptura total com a razão, um modelo que se encaixa na maneira como muitos públicos culturais eram descritos.

Com isso, começou a se delinear uma nova sensibilidade social ligada ao envolvimento emocional com figuras públicas. Ainda com base na pesquisa de Cavicchi (2018) construção da celebridade moderna emergia como uma performance que dependia tanto da imagem projetada pelo artista quanto da resposta afetiva do público. Essa relação era marcada por um tipo de conexão subjetiva, mais ligada à admiração, empatia e reconhecimento emocional do que à mera imitação. Os artistas tornavam-se, assim, símbolos de valores e afetos compartilhados, e o público participava ativamente da construção desses significados.

A literatura e outras formas de expressão artística foram fundamentais nesse processo. A leitura passou a ser compreendida como um ato íntimo, capaz de gerar vínculos entre leitores e autores (Lynch, 2014, p. 6-7 *apud* Cavicchi, 2018, p. 35). Mesmo com o crescimento do mercado cultural e a profissionalização do setor, o público manteve formas de interação direta com artistas, como cartas, rituais e símbolos de admiração. Tais práticas antecipam o que mais tarde seria reconhecido como comportamento de fã.

Essas experiências não estavam dissociadas das hierarquias sociais. Conforme Cavicchi (2018) explicita em seu livro, aspectos como gênero, classe e raça influenciaram o modo como os diferentes grupos eram percebidos e julgados em sua participação na cultura. Em muitos casos, mulheres e jovens eram estigmatizados por demonstrarem entusiasmo em público, sendo alvo de discursos que associavam a paixão cultural à irracionalidade ou à histeria. Apesar disso, tais grupos criaram formas próprias de engajamento, contribuindo para a formação de subculturas e de comunidades afetivas em torno de determinados ídolos ou práticas culturais.

Ao mesmo tempo, a expansão das multidões nos centros urbanos gerou preocupações teóricas e políticas. A massa foi muitas vezes representada como um corpo social irracional, passível de manipulação e facilmente influenciado por lideranças carismáticas. Essa visão foi amplamente promovida por teorias como a de Gustave Le Bon (1903, p. 82 *apud* Cavicchi, 2018, p. 40) que influenciou negativamente a compreensão sobre os fãs nas décadas seguintes, marcando-os como sujeitos instáveis e excessivamente emocionais.

De acordo com Duffett (2013), no final do século XIX, com o surgimento da gravação de som, cinema e transmissão de rádio, foram estabelecidas as bases para as indústrias de mídia eletrônica que sustentariam as vastas audiências e fenômenos de fãs que dominaram grande parte do século XX. Este foi um século que deixou um legado duradouro: a consolidação de um novo tipo de relação entre o público e os produtos culturais, pautada pela afetividade, pela identificação simbólica e pela participação ativa. Essa nova forma de envolvimento abriu caminho para o desenvolvimento da cultura de fãs tal como conhecemos hoje, um fenômeno central nas dinâmicas contemporâneas de mídia, consumo e identidade.

3.2. A história moderna do *fandom* (Século XX e Século XXI)

No início do século XX o surgimento do fenômeno dos fãs está profundamente ligado ao desenvolvimento da cultura de massas, da indústria do entretenimento e da emergência das celebridades enquanto fenômeno social.

Como aponta Duffett (2013, p. 31), a prática de estúdios passarem a receber cartas de fãs iniciou um processo de construção simbólica que resultou na criação das primeiras estrelas públicas. A revelação dos nomes de atores e atrizes, antes mantidos em anonimato, transformou figuras anônimas em celebridades reconhecidas, estabelecendo uma conexão emocional e identitária com o público. Esse movimento foi acompanhado pelo surgimento de revistas dedicadas aos fãs, ampliando a circulação de informações sobre artistas e promovendo uma nova forma de consumo cultural baseada no afeto e no desejo de proximidade.

Embora manifestações prévias de adoração pública existissem no século XIX, é com o avanço das tecnologias de comunicação e a intensificação do mercado cultural que o conceito moderno de celebridade passa a ganhar contornos mais definidos. Richard Schickel (1985, p. 23 *apud* Ortiz, 2016, p. 672) afirma que “essa coisa de celebridade” não existia antes do século XX, e que foi apenas nas décadas seguintes que o termo passou a designar figuras públicas, cuja visibilidade ultrapassava o mérito artístico ou intelectual, sendo moldada pela exposição contínua nos meios de comunicação.

Entre as décadas de 1920 e 1950, a cultura de fãs passou a exercer influência significativa sobre a indústria cultural, moldando decisões editoriais e artísticas. A repercussão pública diante da morte de artistas, como destaca Duffett (2013, p. 32), revelou o poder coletivo dos fãs e o modo como suas emoções eram percebidas como manifestações de histeria. Nessa época, a quantidade de cartas enviadas por fãs cresceu exponencialmente, exigindo investimentos substanciais em sua gestão, o que confirma o impacto social e econômico do *fandom*.

Conforme Duffett (2013, p. 33), ao longo do século XX, o fenômeno do *fandom* expandiu-se para diferentes mídias. O rádio, a música popular, os quadrinhos e, posteriormente, a televisão e o cinema, tornaram-se veículos importantes de construção de comunidades de fãs e da chamada *celebrity culture*, que permitiram que certas figuras se tornassem conhecidas por “serem conhecidas”. Essa visibilidade incessante consolidou o que Boorstin (1971, p. 57 *apud* Ortiz, 2016, p. 684) chamou de “celebridade”: alguém famoso pelo simples fato de ser famoso. A tautologia presente em sua definição revela um deslocamento do prestígio pessoal para uma lógica de circulação de imagens e signos.

Segundo Ortiz (2016, p. 669), no campo da sociologia, as celebridades foram inicialmente negligenciadas como objeto de estudo, muitas vezes por conta de um viés elitista que priorizava grandes temas como Estado, classes sociais ou modernidade. No entanto, sua ascensão cultural revela aspectos essenciais da vida moderna: o papel do indivíduo, a configuração da esfera pública e o impacto dos meios de comunicação de massa. A celebridade representa uma individualidade reconhecida publicamente, simbolizando desejos e aspirações compartilhadas por um coletivo. Ela condensa, como apontam os estudos culturais, tanto a promessa da democratização da fama quanto o poder das indústrias culturais em construir figuras com forte apelo simbólico.

Graeme Turner (2004 *apud* Ortiz, 2016, p. 679) e Chris Rojek (2001 *apud* Ortiz, 2016, p. 679) chamam atenção para a fabricação cultural dessas figuras: embora a relação entre celebridades e fãs possa parecer espontânea, ela é cuidadosamente planejada por uma “cadeia de atração” que envolve *marketing*, imprensa e consumo simbólico. A celebridade, nesse contexto, se torna um produto cultural, e sua existência está diretamente vinculada à lógica do capitalismo moderno.

Essa reconfiguração do espaço público permitiu que fãs passassem a desempenhar um papel ativo na construção e na sustentação dessas figuras. A passagem da “multidão” do século XIX, entendida por Le Bon (1905 *apud* Ortiz, 2016, p. 682) como homogênea e irracional, para uma “massa” na qual o indivíduo se percebe integrado e com potencial de reconhecimento, marca também o surgimento de novas formas de engajamento cultural. É nesse ambiente que os *fandoms* se multiplicam: organizados em torno de celebridades, produtos culturais ou narrativas específicas, eles desenvolvem laços afetivos e sistemas próprios de significação.

O entusiasmo despertado por artistas, personagens e narrativas contribuiu para o surgimento de práticas culturais específicas, como a criação de fã clubes, a produção de *fanfiction* e a circulação de objetos e símbolos que reforçavam os vínculos entre os fãs e os objetos de sua admiração.

A identificação dos jovens como um público distinto também contribuiu para a consolidação do *fandom* como uma expressão cultural específica. A intensa mobilização em torno de ídolos musicais e atores reforçou a ideia de que os fãs, especialmente os mais jovens, eram protagonistas de novas formas de engajamento afetivo e performático com a cultura popular. Duffett (2013, p. 34) observa que o surgimento de gêneros musicais e cinematográficos voltados para esse público ampliou ainda mais o alcance do fenômeno.

Com o tempo, os fãs passaram a desenvolver formas de organização autônoma, como convenções, publicações próprias e práticas criativas que desafiaram os modelos tradicionais

de recepção cultural. O *fandom* evoluiu para uma força crítica e produtiva, não apenas consumindo conteúdos, mas também reinterpretando, remixando e expandindo narrativas. A produção de *fanfiction*, por exemplo, deixou de ser limitada ao universo da ficção científica e passou a englobar uma ampla variedade de gêneros e formatos, como analisa Pugh (2005, p. 91 *apud* Duffett, 2013, p. 38).

Na segunda metade do século XX, os fãs começaram a exercer maior controle sobre seu consumo cultural, especialmente com o advento de tecnologias como os videocassetes, que permitiram o arquivamento e a revisão de conteúdos. Essas possibilidades levaram ao desenvolvimento de novas práticas, como o *vidding*, em que fãs criavam vídeos remixados com trechos de suas obras favoritas, compartilhando-os em eventos e redes de sociabilidade. A televisão, por sua vez, tornou-se um espaço fértil para narrativas mais complexas, cujas tramas exigiam maior envolvimento dos espectadores (Duffett, 2013, p. 41).

A sofisticação narrativa das séries e a crescente acessibilidade aos meios de comunicação fomentaram o surgimento de comunidades de fãs mais articuladas e transnacionais. O intercâmbio cultural intensificou-se com a circulação de conteúdos traduzidos e legendados por fãs, criando redes alternativas de distribuição e fruição. Ao mesmo tempo, a mídia tradicional ainda mantinha um controle significativo sobre a exibição e a comercialização desses produtos, como observa Jenkins (2008, p. 146), demonstrando a tensão constante entre centralização e apropriação cultural.

A partir do final do século XX, a noção de narrativa transmídia transformou as formas de contar e acompanhar histórias, incentivando o público a navegar por diferentes plataformas para compreender plenamente os universos ficcionais. Filmes, livros, séries e jogos passaram a integrar experiências narrativas complexas, nas quais os fãs desempenham um papel ativo na interpretação e disseminação dos conteúdos. A produção colaborativa e o compartilhamento de informações tornaram-se estratégias centrais na dinâmica das comunidades de fãs.

Com a popularização da internet, o *fandom* entrou em uma nova fase. Plataformas digitais possibilitaram a formação de redes sociais e fóruns onde fãs podiam interagir diretamente, organizar mobilizações, criar conteúdos e influenciar a indústria cultural. Essa nova configuração modificou as relações entre produtores e públicos, que se tornaram mais dinâmicas e horizontais. A televisão de engajamento, segundo Jenkins (2006, p. 42), exemplifica essa transformação ao mostrar como as narrativas seriadas passaram a ser moldadas também pelas práticas e expectativas dos fãs, que participam ativamente da construção dos sentidos das obras.

Assim, a história do *fandom* revela uma trajetória em que os fãs passaram de

consumidores passivos a sujeitos ativos na produção cultural, exercendo influência significativa sobre os meios de comunicação e consolidando um papel central nas dinâmicas contemporâneas de circulação, recepção e transformação da cultura popular.

3.3 Mas afinal, o que é *fandom*?

Fandom é um fenômeno multifacetado que surge da paixão e devoção de indivíduos por obras culturais específicas, sejam elas filmes, programas de TV, celebridades, bandas ou outros objetos de interesse. O termo deriva da junção das palavras "*fan*" e "*kingdom*", sugerindo a ideia de um "reino de fãs", onde a solidariedade e veneração por uma obra são seus pilares fundamentais.

Os fãs são indivíduos altamente engajados e articulados, capazes de produzir volumes de informações sobre o objeto de sua devoção. Eles interpretam textos midiáticos de maneiras interessantes e participam ativamente de atividades comunitárias. Essa profundidade de envolvimento emocional muitas vezes transcende o status de mero entretenimento, tornando-se parte integral da identidade do fã. Segundo o dicionário de Oxford (Universidade, 20--), uma pessoa que se intitula como fã é tida como “um devoto de uma atividade ou artista em particular” que se relacionam de maneira diferente com relação ao objeto de seu interesse em comparação.

Uma característica marcante do *fandom* é a sua capacidade de criar e consumir conteúdo de forma ativa e participativa. Os fãs não são meros espectadores passivos; eles se envolvem profundamente com a obra que admiram, produzindo análises, teorias, *fanfics* (histórias feitas por fãs), *fanarts* (artes feitas por fãs) e outros tipos de expressão criativa. Esse conteúdo gerado não só enriquece o universo da obra original, mas também oferece novas perspectivas e interpretações, expandindo a experiência desse público.

Além disso, o *fandom* proporciona um espaço de conexão e comunidade para os seus membros. Através da Internet, os *fandoms* digitais se tornaram comunidades altamente engajadas, onde os fãs podem se comunicar, compartilhar seus interesses, promover suas paixões e até mesmo mobilizar-se por causas importantes.

É interessante observar que o *fandom* não se limita apenas à esfera *online*. Muitos organizam eventos, convenções e encontros presenciais, demonstrando que a conexão entre os fãs vai além do mundo virtual. Esses encontros fortalecem os laços entre os seus membros, criando uma sensação de pertencimento e camaradagem.

No entanto, definir o que é exatamente o *fandom* não é uma tarefa fácil. As discussões em torno desse conceito têm se concentrado não apenas no grau de envolvimento dos fãs, mas

também na qualidade desse envolvimento. A noção de "fã" abrange uma ampla gama de pessoas comuns que têm um vínculo emocional positivo com a cultura popular. Esse vínculo pode se manifestar de diversas formas, seja através do amor por uma celebridade, filme, programa de TV, banda, ou qualquer outra forma de expressão cultural.

A visão de Henry Jenkins (1992, p. 284) sobre o *fandom* adicionou uma nova camada à compreensão desse fenômeno cultural. Ele enfatiza que o *fandom* não se trata apenas de celebrar os produtos midiáticos em si, mas das interpretações excepcionais que os fãs criam a partir desses produtos. Isso desloca o foco do objeto de interesse para o processo de envolvimento dos fãs com as mídias que amam, destacando a importância da prática interpretativa na construção da identidade do fã.

Penley (1992, p. 56) expande essa ideia ao argumentar que os fãs possuem uma "sensibilidade diferente" e um relacionamento único com suas obras de mídia favoritas. Para o autor, o envolvimento do fã é imediato, positivo e baseado em uma identificação emocional com o objeto de seu interesse. Essa conexão emocional é fundamental para distinguir o *fandom* de outras formas de persuasão ideológica em massa, como a política ou a religião organizada.

No entanto, a definição de *fandom* como uma forma de identificação emocional não é sem controvérsias. Cornel Sandvoss (2005, p. 6) aponta que essa abordagem pode ser limitada, pois nem todos os fãs se identificam com base em uma intensidade emocional particular. Além disso, a intensidade emocional não é facilmente mensurável e muitos fãs podem evitar o rótulo devido a uma variedade de razões.

Sandvoss (2005) também destaca que os fãs não são apenas consumidores emocionalmente engajados, mas também teóricos e críticos especializados. Eles tendem a ser autodidatas, aprendendo através da prática e da experimentação, ao invés de treinamento formal. No entanto, focar no *fandom* como uma prática deixa de fora uma dimensão crucial: a identidade de fã.

Harrington e Bielby (1995, p. 86-87) argumentam que o *fandom* não é apenas sobre atividade, mas também sobre a adoção de uma identidade específica moldada por experiências subjetivas e afetivas. Ser um fã não se resume apenas a participar de atividades específicas, mas também a abraçar essa identidade e se identificar como parte de uma comunidade maior de fãs.

A capacidade do *fandom* de transformar reações pessoais em interações sociais e cultura espetacular em cultura participativa é uma das características centrais desse fenômeno cultural. Ser um "fã" vai além de simplesmente assistir a um programa de TV; envolve traduzir essa experiência em alguma forma de atividade cultural, compartilhar pensamentos e sentimentos sobre o conteúdo do programa com outros fãs e se juntar a uma comunidade de

indivíduos que compartilham interesses comuns.

Jenkins (2006, p. 41) descreveu o *fandom* como essencialmente social. Seja pessoalmente ou *online*, as redes sociais desempenham um papel fundamental na continuação do *fandom* para milhões de pessoas. Existe uma relação circular envolvida: o *fandom* facilita a formação de redes sociais, enquanto aqueles que procuram conexões com pessoas que compartilham seus interesses utilizam comunidades de fãs para encontrar apoio.

A identidade dentro do *fandom* muitas vezes é moldada por comparações ou contrastes com outras pessoas. Isso nos leva a considerar duas direções: comunidade e performance. Os fãs constroem e afirmam suas identidades em espaços grupais, seja em fóruns *online* ou em eventos presenciais como convenções. No entanto, as identidades de fãs nem sempre surgem imediatamente como resultado de experiências compartilhadas.

A performance da identidade também é fundamental. Embora o *fandom* possa parecer uma identidade inata, muitas vezes é adotado publicamente. Os fãs são frequentemente vistos como *performers*, cujas identidades são reconhecidas por outros dentro da comunidade de fãs.

A definição de performance de Goffman (2002) é útil aqui, considerando a performance como comportamento humano destinado a criar uma reação emocional em outra pessoa. Isso sugere que todos nós estamos constantemente nos apresentando, conscientemente ou não.

No entanto, a relação entre *fandom* e performance não é simples. Embora os fãs possam ser vistos como *performers*, as relações de poder entre fãs e os objetos de seu interesse podem complicar essa dinâmica. Nem todos os fãs se expressam visualmente ou se identificam como *performers*.

Portanto, embora o *fandom* possa ser associado à performance, é importante reconhecer que nem todos os fãs se envolvem da mesma forma. O ditame de Lewis (1992, p. 1) sobre o *fandom* como o "público mais visível e identificável" ignora os fãs mais discretos e também tende a reduzir o *fandom* a um fenômeno visual, o que pode não capturar toda a diversidade e complexidade dessa comunidade.

As definições performativas tendem a enquadrar o *fandom* principalmente como uma atividade realizada na esfera pública da vida. No entanto, existem fãs que nunca revelam abertamente seu interesse, mantendo suas paixões em segredo, seja por vergonha, preocupação com estigma social ou simplesmente por preferência pessoal. Esses fãs "ocultos" podem ser impulsionados por diferentes motivos, como o medo de serem julgados por gostos considerados tabus, não convencionais ou inadequados para o seu grupo social.

Alguns fãs optam por manter suas paixões em segredo devido a preocupações com estereótipos de gênero, orientação sexual ou mesmo devido ao estigma associado a certos tipos

de mídia. Além disso, há aqueles que, embora compartilhem um interesse comum com outros fãs, preferem manter uma distância da comunidade de fãs por razões pessoais, como isolamento social ou desilusão com a comunidade.

Ao considerarmos o *fandom* como uma experiência individual e coletiva, é importante não limitá-lo à esfera pública da performance social. Hills (2002, p. xi-xii) destaca a natureza performativa do *fandom*, enfatizando que a identidade de fã é constantemente negociada e reivindicada de acordo com o contexto social. Isso significa que ser um fã não é apenas uma questão de atividade pública, mas também uma questão de autoidentificação e autenticidade pessoal.

A chegada da internet ampliou o aspecto social do *fandom*, facilitando a conexão entre fãs e a formação de comunidades *online*. No entanto, o *fandom* isolado sempre foi uma possibilidade para alguns indivíduos, que podem preferir manter suas paixões como uma experiência pessoal e interna.

Alguns pesquisadores começaram a adotar uma abordagem mais centrada no indivíduo ao estudar os fãs, reconhecendo que eles podem se envolver com uma variedade de objetos e fenômenos simultaneamente. Essa perspectiva mais holística nos ajuda a entender melhor a diversidade e a complexidade dos interesses dos fãs, indo além das fronteiras artificiais que costumavam ser impostas às comunidades de fãs.

A abordagem de Couldry (2000, p. 73) ressalta a ideia de que cada indivíduo possui um "campo textual" de interesses de fã, uma gama variada de objetos de mídia que despertam seu interesse e sua paixão. À medida que os indivíduos exploram esses prazeres, seus interesses podem se multiplicar ou se desenvolver em série (Hills, 2002, p. xiv), refletindo a natureza fluida e evolutiva do *fandom*. Essa perspectiva individualizada enfatiza que o *fandom* não se limita a um único produto de mídia, mas a uma disposição projetada em uma variedade de interesses específicos de cada pessoa.

No entanto, todas as definições discutidas até agora deixam de fora uma dimensão essencial do *fandom*: sua natureza altamente pessoal, experiencial e interior. Tornar-se um fã envolve uma convicção emocional profunda sobre um objeto específico, uma experiência íntima que não pode ser plenamente compreendida através de teorias acadêmicas convencionais.

Cavicchi (1998, p. 59), ao discutir o *fandom*, destaca essa dimensão pessoal e experiencial. Para ele, o *fandom* não é apenas uma entidade objetiva a ser descrita e analisada, mas uma experiência complexa e compartilhada, em constante evolução. Essa visão contrasta com muitas teorias acadêmicas que tendem a negar a importância do indivíduo autônomo em

favor de análises sociológicas ou econômicas mais amplas. O autor argumenta ainda que o *fandom* não é algo que se tem ou se faz, mas como um processo de ser, uma expressão fundamental da identidade pessoal. Ele sugere que o *fandom* é uma realização da identidade pessoal, uma forma de existência que vai além da explicação racional e se manifesta emocionalmente como parte integrante do ser humano.

Essa definição ressalta que o *fandom* é uma experiência profundamente enraizada na identidade individual de cada fã, uma expressão de suas convicções emocionais mais profundas e uma fonte de significado e conexão no mundo. Assim, o *fandom* não é apenas uma atividade ou interesse passageiro, mas sim uma parte fundamental da condição humana para aqueles que o experimentam.

A análise estendida das definições de *fandom* revela a complexidade e a fluidez do termo, que é usado de maneira variada e não possui uma definição precisa. Cada definição também é um ato de persuasão sobre quem são os fãs e quem não são, refletindo a diversidade de perspectivas sobre o fenômeno do *fandom*.

Alguns pensadores tentaram criar descrições abrangentes do *fandom* que abordam suas múltiplas dimensões. Harrington e Bielby (1995, p. 96) propuseram um modelo de quatro partes, enquanto Jenkins (1992, p. 277-280) delineou pelo menos cinco níveis de atividade associados ao *fandom*. Essas abordagens multidimensionais reconhecem que o *fandom* é mais do que uma simples atividade ou interesse, mas um conjunto complexo de práticas culturais, interpretações compartilhadas e comunidades sociais alternativas.

No entanto, mesmo essas definições abrangentes parecem deixar algo de fora, pois são difíceis de aplicar com clareza e abarcam apenas uma parte do panorama do *fandom*. A definição satisfatória de *fandom* permanece parcial e elusiva, refletindo a natureza em constante evolução do fenômeno.

Palavras como 'fã' e 'culto' fazem parte de uma luta social pelo significado (Hills, 2002, p. xi), e tentar fixar distinções atemporais pode ser um equívoco em discussões acadêmicas. Como sugere Cavicchi (1998, p. 107), a definição de *fandom* não reside em uma frase sucinta, mas na tensão entre todos os relacionamentos e práticas em qualquer momento dado.

Em última análise, qualquer história abrangente do *fandom* deve reconhecer que cada novo desenvolvimento na cultura midiática traz consigo novas figuras públicas e práticas de fãs que se tornam incorporadas e importantes por si só. Os *fandoms* não apenas refletem, mas também criam estruturas sociais, ecologias, rituais e tradições próprias, moldando e sendo moldados pela cultura popular em constante evolução. Tal dinâmica se aprofunda ainda mais com as redes sociais digitais, onde o conceito de celebridade se democratiza e se fragmenta,

dando origem a novas categorias como os influenciadores e, no caso desta pesquisa, uma parcela dos *bookstans*.

3.4 *Bookstans*

Antes de adentrarmos no universo dos *bookstans*, é essencial compreender a origem e o significado por trás desse termo. A palavra "*bookstan*" é uma combinação de "*book*", livro em inglês, e "*stan*", uma junção de "*stalker*" (perseguidor) com "*fan*" (fã), denotando alguém fascinado por algo ou alguém. O sufixo "-*stan*" é definida pelo Dicionário Léxico da Universidade de Oxford (Universidade, 20--) como um "fã excessivamente zeloso e obsessivo por uma celebridade em particular" e ganhou popularidade a partir da música "*Stan*" do rapper Eminem, lançada em 2000, onde é retratado um fã obsessivo que tem problemas em separar o seu amor pelo artista da realidade. Inicialmente associado a uma conotação negativa, o termo "*stan*" foi gradualmente ressignificado pela cultura de fãs na internet.

A evolução do termo "*stan*" reflete a dinâmica da cultura de fãs, que está em constante interação e transformação. Assim, um *bookstan*, ou super fã de livros, segundo Silva e Barradas (2022, p.3) é "a pessoa que acompanha, está sempre bem informada e, quando desejam, tornam-se produtores culturais ao se apropriarem de elementos do seu material de admiração e transformando-os em novos produtos a serem compartilhados amplamente online."

Essa transformação da palavra "fã" para "*stan*" implica uma intensificação do envolvimento e do comprometimento com o objeto de adoração. Portanto, os *bookstans* representam um tipo específico de *fandom*, um agrupamento de pessoas que, segundo Lima (2020), não apenas consomem obras literárias, mas também as estudam, discutem, compartilham opiniões e experiências, formando uma comunidade vibrante e apaixonada que alastram o alcance dessas obras para um público mais amplo. E no contexto da cibercultura, se tornam verdadeiros praticantes culturais, criando e compartilhando conteúdo literário na internet através de suas plataformas digitais.

Embora a expressão "*bookstan*" seja relativamente nova, sua presença está intrinsecamente ligada ao avanço da tecnologia e à popularização da Internet e remonta aos primórdios dos blogues, onde os entusiastas da leitura compartilhavam resenhas, recomendações de livros e notícias do universo literário. Com o advento das redes sociais, como Orkut e Facebook, os leitores migraram para essas plataformas, formando comunidades online e participando de grupos literários. A partir do YouTube, surgiram novos criadores de conteúdo que discutiam livros em vídeos, ampliando o alcance e diversificando as formas de interação literária na internet. Posteriormente o X, Instagram e TikTok tornaram-se os principais espaços

onde os *bookstans* se reúnem.

A internet não apenas permitiu que os fãs se conectassem, mas também facilitou o engajamento com os objetos de sua paixão. Antes do advento da tecnologia da informação, contribuir para o *fandom* exigia acesso à imprensa e tempo livre, tornando a participação limitada. No entanto, a partir da internet, os fãs podem contribuir ativamente para o universo de seu interesse, criando uma interação mais dinâmica e participativa.

Leitores agora estão organizando e compartilhando títulos lidos em mais de duas dezenas de redes sociais (...) Esses grupos representam uma nova maneira para leitores se conectarem entre si enquanto se envolvem com o texto. (...) compartilham recomendações de livros e resenhas uns com os outros, construindo uma rede internacional de amizade no processo (Griswold; Lenaghan; Naffziger, 2011, p. 29, tradução da autora).

De acordo com Santos (2019), as redes digitais permitem que cada indivíduo se torne um potencial emissor e receptor de mensagens, promovendo a interação e o compartilhamento de ideias.

O advento dos *bookstans*, ou influenciadores literários, reflete não apenas uma mudança na forma como os leitores interagem com a literatura, ou como são vistos perante pessoas de fora da comunidade (que eram tradicionalmente enxergados como "malucos" ou "manipuláveis"), mas também uma resposta às circunstâncias globais que moldaram o cenário cultural contemporâneo.

Em 2020, a pandemia mundial de COVID-19 forçou a população a adotar medidas de segurança relativas à quarentena e ao isolamento social. Atividades relacionadas a trabalho, estudo e interação social passaram a ser mais presentes em ambiente virtual na vida de todos e, durante esse processo de migração para as telas dos celulares, computadores e outros dispositivos, pode-se observar um tráfego crescente em meio às mídias sociais.

Além de oferecerem importantes alternativas no combate ao vírus que assolou o planeta, as redes sociais foram palco de interação coletiva e entretenimento, que fizeram surgir inúmeros criadores de conteúdo *online* muitos que já faziam parte da comunidade *bookstan*, cujo foco era compartilhar sua paixão pela leitura e literatura com um público cada vez maior e que, para além de ser uma forma distrair a mente do caos global, era também uma resposta ao aumento do desemprego causado pela pandemia. Com milhões de brasileiros perdendo seus empregos, muitos viram na criação de conteúdo uma oportunidade de gerar renda e sustento próprio. Assim, ser um influenciador deixou de ser apenas um hobby e se tornou um trabalho que exigia estar sempre atualizado sobre os lançamentos, tendências e novos talentos literários.

Hoje, os *bookstans* continuam a desempenhar um papel fundamental na promoção e difusão da literatura, colaborando com editoras, recebendo exemplares de livros para resenhar

e estabelecendo parcerias que beneficiam tanto os influenciadores quanto os autores. A ascensão das plataformas de mídia, principalmente do Youtube, Instagram e do TikTok ampliou a influência dos *bookstans*, permitindo que eles alcancem um público ainda maior e diversificado.

O fenômeno dos *bookstans* reflete não apenas uma mudança na forma como os leitores consomem literatura, mas também uma evolução no sistema literário como um todo moldado pela interação dinâmica entre criadores e consumidores de conteúdo literário na era digital.

3.4.1 Perfis de *bookstans*

Os *bookstans* são leitores que utilizam suas redes sociais para falar sobre livros, criando perfis que funcionam como páginas eletrônicas pessoais. Cada espaço digital tem suas normas específicas, características, comportamentos, formas particulares e nomes para se identificarem de acordo com a plataforma escolhida. Com relação a esse último, será apresentada no quadro abaixo algumas redes sociais utilizadas por *bookstans* (conhecidas como *bookredes*), assim como as formas que são conhecidos em cada um deles:

Quadro 4 - Como os *bookstans* são conhecidos em cada rede social

Nome	Plataforma
<i>Bookstagrammers</i>	Instagram
<i>Booktokers</i>	TikTok
<i>Booktwitchers</i>	Twitch
<i>Booktweeters</i>	X
<i>Booktubers</i>	Youtube

Fonte: Elaborado pela própria autora (2024)

Após escolherem a plataforma as quais farão seus perfis para falar sobre o universo literário, os leitores podem escolher as subcomunidades que se inserirão com base na afeição com alguma obra, um personagem ou o autor, e a partir disso decidirem seus níveis de participação como sendo mais ou menos ativos na construção coletiva, se será um criador de conteúdo, um curador, dentre outras funções.

Nesses perfis, postam conteúdos de autoria própria e podem convidar seus seguidores a interagir e compartilhar as publicações. A produção dessa comunidade é colaborativa, incluindo produtos como *fanfics*, *fanarts* e edições, além de traduções de livros não lançados no Brasil. *Fanfics* ou *Fan Fiction* ou ficção criada por fãs expandem universos literários através de textos literários, *fanarts* são artes criadas por fãs que criam visões alternativas ou não dos personagens através de diversas expressões artísticas, e edições combinam recursos audiovisuais com

trechos literários, cenas de adaptações e *fanarts* para construir uma mídia a ser divulgada dentro da própria comunidade e atrair mais fãs. Essas manifestações são virtualmente exclusivas, mas também podem se traduzir em eventos reais, como encontros de *cosplayers* e festivais, que são gravados e compartilhados online.

Os *bookstans*, como produtos da cibercultura, geralmente não buscam legitimação acadêmica para sustentar o que apresentam em seus perfis, embora alguns se dediquem a estudar e utilizar referências. Isso os diferencia de outras categorias, como os blogueiros, que frequentemente se mostram simpáticos a determinados pontos de vista e são lidos principalmente por aqueles que já concordam com suas opiniões (Jenkins, 2008). Quando se diz que *bookstans* não buscam validação, isso não significa uma oposição direta à crítica tradicional, mas indica que seus conteúdos são baseados em relações subjetivas e emocionais com o material representado pelos discursos pessoais que refletem vivências, personalidades e outros aspectos da vida dos criadores (Lipovetsky, 2010, *apud* Carpinteró, 2019). Para os seguidores, esses relatos são valiosos, pois criam conexões emocionais com o criador e muitas vezes se veem representados, o que auxilia na eficácia da divulgação dentro da comunidade, aumentando seguidores e visualizações (Bittencourt, 2017).

O fenômeno do "consumo emocional" descrito por Lipovetsky (2010) reflete uma tendência atual onde o valor está nas sensações e subjetividades individuais, em vez de estético ou econômico. Esses conteúdos, originados da experiência pessoal, podem impulsionar vendas, especialmente nos gêneros populares entre adolescentes e jovens adultos, como fantasia e *light novels* (Peschel, 2015). De acordo com Miranda (2009), embora haja *bookstans* de todas as idades, o leitor no *fandom* é geralmente jovem, não especializado em literatura, mas capaz de selecionar obras segundo critérios próprios, partilhados por suas comunidades que é dominada por gêneros como Jovem Adulto (*Young Adult*) e fantasia.

Esses gêneros, muitas vezes desvalorizados por gerações anteriores e instituições literárias, são considerados "literatura de massa" e não competem com a crítica especializada ou a literatura culta. Pelo contrário, elas servem como alternativas mais acessíveis para públicos que acompanham mudanças nas formas de transmissão e consumo de conteúdo e que acham a literatura culta complexa, mas sentem prazer na leitura (Lani, 2004). Além disso, a interação entre culturas erudita e popular é cada vez mais dinâmica, diluindo as antigas fronteiras entre "alta" e "baixa" cultura. A cultura de fãs não se limita aos *best sellers* contemporâneos, abrange também as produções literárias clássicas. Essa interação entre diferentes capitais culturais reflete uma reconfiguração do leitor como coautor, crítico e criador, desafiando as fronteiras tradicionais do campo literário.

No entanto, ainda prevalece uma hierarquia de valores culturais, e a condição de fã muitas vezes não é prestigiada nos ambientes acadêmicos. A atitude de entrega emocional do fã é frequentemente vista como ingênua ou vulgar. Nos meios acadêmicos, fãs são frequentemente "os outros", enquanto intelectuais se consideram entusiastas ou colecionadores (Jensen, 1992).

Apesar disso, como aborda Miranda (2009), essas comunidades virtuais operam sem a tutela da academia, e seus membros raramente são leitores passivos. O *fandom* se configura como um espaço democrático e aberto, onde a admiração pelo texto é o principal critério de inclusão. Essa admiração não é científica e muitas vezes criticada pelos meios acadêmicos, mas permite uma convergência de atividades culturais e reconfigurações de gêneros literários e midiáticos.

Dessa forma essas figuras tornaram-se novos ídolos contemporâneos gerando conteúdo e interagindo através das redes com seus seguidores. O impacto desse grupo está sendo tão grande que podemos vê-los se transformarem em referências do valor estético.

3.4.2 Hierarquia na Comunidade

De acordo com Recuero (2011), uma rede social é composta por dois elementos principais: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). À medida que os usuários interagem, formam-se laços sociais essenciais para a construção dessas redes.

Antes da internet, já existiam influenciadores, conhecidos como líderes de opinião, que influenciavam os hábitos de consumo de determinados grupos através do acúmulo de capital social, que segundo Bourdieu (1998, p. 21), é o "agregado de recursos reais ou potenciais associados à posse de uma rede duradoura de relações de conhecimento e reconhecimento mútuos, ou seja, de pertencimento a um grupo". Nessa teoria, ele explicita a importância das redes de relações no acúmulo de recursos e influência. Nas redes sociais e comunidades *online*, esse capital é visível na forma de seguidores e engajamento, essenciais para a manutenção e expansão da influência dos indivíduos, que é proporcional ao tamanho de suas conexões, que resultam de estratégias individuais ou coletivas, conscientes ou inconscientes para estabelecer ou manter relações sociais úteis. Esse processo de captação de capital social é contínuo, exigindo cultivo constante para preservar e aumentar as conexões.

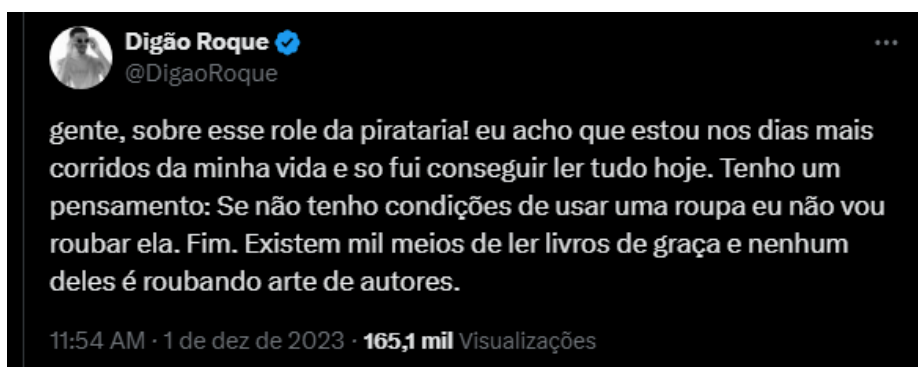
A adaptação das comunidades de fãs ao ambiente digital exemplifica a forma como as redes sociais e a Internet ampliaram as possibilidades de interação e influência. A transição de influenciadores tradicionais para digitais é marcada pela capacidade de alcançar um público

vasto e diversificado, rompendo barreiras geográficas e culturais. Essa expansão transformou influenciadores digitais em mediadores entre marcas e público, tornando-se uma profissão presente em todas as mídias e redes sociais. Segundo Bittencourt (2017, p. 16), "o futuro da propaganda é se tornar cada vez mais segmentada, para atingir cada público com uma mensagem adequada à faixa etária, interesses e ocupações". O acúmulo desse capital social é essencial para a relevância e sobrevivência desses influenciadores no cenário digital contemporâneo.

Nos *bookstans* essa dinâmica se manifesta de forma distinta. Conforme a teoria de Swales (1992), a comunidade não possui hierarquia explícita, num sentido que não existe uma pessoa específica para tomar a frente das decisões da comunidade e que seria o correspondente da mesma. O que há são outras estruturas hierárquicas representadas por membros mais antigos, reconhecidos ou prestigiados que desempenham o papel de orientador e integra novos membros. Esse processo de integração é fundamental para a continuidade e expansão da comunidade, permitindo que ela se adapte e cresça.

Isso não quer dizer que não existam competições internas por status e posição ou desentendimentos. De acordo com Jenkins (2006), a inteligência coletiva de um *fandom* não significa uma mente colmeia unificada, na qual as vozes individuais são suprimidas para atender uma ideia comum. Dentro desses espaços ainda podem conter debates ideológicos e de cânones, discordâncias sobre casais e das próprias normas construídas e presentes dentro da comunidade, como nas duas imagens a seguir onde há dois pontos divergentes acerca da pirataria de livros:

Figura 1 - Tweet do influenciador @DigaoRoque se opondo a prática de pirataria de livros



Fonte: Print de tela X – usuário @DigaoRoque (2024)

Figura 2 - Tweet de um usuário do X apoiando a prática da pirataria de livros



Fonte: Print de tela X – usuário @LT_bravo_07 (2024)

O prevalecimento de certas questões variará com relação ao tamanho relativo de fãs que defendem algo, se eles têm um capital social consistente. Brooker (2002, p. 113) aponta que "falar da reação dos fãs ou do ponto de vista dos fãs... é impor um consenso imaginado a uma comunidade que prospera no debate". Embora nem sempre sejam estáveis e harmoniosas as relações dentro da comunidade, a principal função dessas redes é apoiar seus membros e manifestar a unidade da base de fãs de forma a fortalecer a coesão do grupo, criando um senso de pertencimento e identidade coletiva.

O acúmulo de capital social do *bookstan* ocorre através do reconhecimento e valorização de contribuições individuais, como a produção constante de conteúdo, o engajamento com outros membros e a promoção da leitura. A importância das interações sociais e dos laços formados entre os membros é central para a sustentabilidade da comunidade, refletindo a teoria de Bourdieu sobre a importância das redes de relações no acúmulo de recursos e influência. Isso é refletido através do número de curtidas, visualizações e engajamentos, evitando a estagnação dos perfis.

Na seção a seguir serão apresentadas análises de como esse público tem utilizado suas páginas pessoais e seus comportamentos em diferentes redes sociais.

3.4.3 Redes Sociais de *Bookstans*

Os sites de redes sociais que se conhece hoje, acessados com facilidade por meio de telas de computadores e smartphones, não são uma invenção absolutamente recente. Segundo Recuero (2011), eles resultam da apropriação de ferramentas de comunicação mediadas por computador por parte de atores sociais. No entanto, antes mesmo da existência dessas plataformas digitais, a noção de rede social como forma de organização e de troca simbólica já se fazia presente nas interações humanas mais primárias. Desde a pré-história, os indivíduos se organizavam em grupos com base em afinidades, necessidades coletivas e interesses comuns, o que demonstra que as redes sociais, enquanto estruturas de relação e comunicação, são inerentes à condição humana.

O termo “rede social” foi cunhado por John Barnes, em 1954, ao estudar a estrutura relacional de uma pequena comunidade de pescadores na Noruega. Barnes percebeu que os indivíduos estavam ligados por uma série de conexões que extrapolavam os limites institucionais da sociedade (família, trabalho, igreja), formando uma teia de relações sociais que ele denominou de “rede social” (Barnes, 1954). Segundo o antropólogo, esses laços compõem uma complexa trama de interações, que pode ser analisada em sua forma, intensidade e função. As pesquisas subsequentes indicaram que é possível distinguir redes primárias, baseadas em vínculos cotidianos, como família, vizinhança e amizade, e redes secundárias, formadas por grupos, movimentos e organizações que compartilham objetivos, saberes e experiências coletivas (Tomaél; Marteleto, 2006, p. 76).

Do ponto de vista sociológico, o estudo das redes sociais contribuiu para o entendimento de como o capital social influencia decisões, comportamentos e oportunidades dos sujeitos (Bourdieu, 1998). As redes sociais atuam como canais de circulação de informação, de mobilização coletiva e de consolidação de identidades culturais. Elas envolvem tanto laços fortes, baseados em vínculos familiares ou afetivos, quanto laços fracos, fundados em relações ocasionais ou profissionais. A teoria de Granovetter (1973) sobre “a força dos laços fracos” foi especialmente importante para demonstrar como relações periféricas, embora menos intensas, podem ampliar significativamente o acesso à informação e a oportunidades sociais.

No campo da Ciência da Informação, Marteleto (1994, p. 133) salienta que a informação, no contexto das práticas sociais, é elemento fundamental da dinâmica cultural. Ela se apresenta como prática discursiva capaz de estruturar visões de mundo e orientar condutas e

valores. Assim, as redes sociais não são apenas estruturas de conexão, mas também de circulação e apropriação de informação, o que se torna ainda mais evidente com a popularização da internet. Nesse ambiente, as conexões são favorecidas por tecnologias digitais, capazes de ampliar exponencialmente o número e a intensidade das interações.

A partir da década de 1990, com a popularização da internet, as redes sociais passaram a ganhar uma nova dimensão, agora mediada por tecnologias digitais. A possibilidade de comunicação assíncrona, de alcance global e de baixo custo alterou radicalmente a forma como as pessoas se relacionam e se organizam. Essas novas redes, sustentadas por infraestrutura computacional, deram origem às chamadas redes sociais digitais ou redes sociotécnicas.

Com a ascensão da Web 2.0, as redes sociais passaram a se constituir como sistemas sociotécnicos compostos por atores (usuários) e conexões (laços), conforme define Recuero (2011). Esses laços podem ser motivados por amizade, interesses profissionais, afinidades culturais ou compartilhamento de informações, conforme destacam Tomaél e Marteleto (2006, p. 75). Boyd e Ellison (2007) observam que tais sistemas permitem a construção de identidades virtuais por meio de perfis personalizados, nos quais os sujeitos interagem, compartilham conteúdo e exibem suas redes de contato de forma pública e visível. Além disso, formam uma estrutura dinâmica, que influencia o fluxo de informação, o comportamento coletivo e a construção de reputações. A interação nessas redes não se limita à comunicação, mas também envolve práticas de visibilidade, engajamento e reconhecimento simbólico.

Para Tim O'Reilly (2005), creditado como o criador do termo Web 2.0, esse é o novo estágio da internet, caracterizado pela valorização da inteligência coletiva, pela arquitetura participativa e pelo aprimoramento constante dos serviços a partir do uso que os próprios usuários fazem das plataformas.

Essa mudança implicou o surgimento e popularização de uma série de ferramentas digitais centradas na interatividade e na coautoria, como blogs, *wikis*, fóruns de discussão; plataformas de compartilhamento de vídeos, como YouTube; sistemas de armazenamento e edição colaborativa de documentos, como Google Docs e Wikipédia; e as redes sociais digitais como Facebook, X, Instagram e TikTok (que será o foco desta pesquisa). Esses ambientes passaram a constituir verdadeiros ecossistemas de sociabilidade, nos quais os indivíduos constroem identidades, desenvolvem repertórios culturais e participam ativamente da circulação de informação.

A seguir, será apresentada a plataforma TikTok, seu uso por *bookstans*, destacando as práticas de engajamento e visibilidade que operam nesse ecossistema digital. A consolidação das redes sociais digitais como espaços de produção cultural e interação simbólica encontra na

plataforma TikTok um dos exemplos mais expressivos da atualidade. Com sua interface dinâmica e foco em vídeos curtos, o TikTok não apenas ampliou as possibilidades de expressão individual e coletiva, como também se tornou um terreno fértil para o surgimento de comunidades altamente engajadas, como é o caso dos *bookstans*. Esses usuários, ao combinarem estratégias de curadoria literária, performance estética e domínio das ferramentas oferecidas pela plataforma, como *hashtags*, áudios em alta, duetos e algoritmos de recomendação, conseguem atrair seguidores, mobilizar públicos e transformar gostos de leitura em tendências virais.

3.4.4 TikTok

A ascensão do TikTok, contudo, está profundamente conectada ao contexto pandêmico de COVID-19. Como afirmam Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), a pandemia acelerou a digitalização dos negócios e da vida cotidiana. Durante os períodos de isolamento, as pessoas passaram a buscar novas formas de entretenimento e conexão social, o que proporcionou espaço para a popularização da plataforma. O'Brien (2021, p. 123) destaca que “[...] um aspecto crucial do apelo da plataforma é a maneira única como ela é propícia para reunir os usuários em uma conexão alegre ou comemorativa”, sendo um espaço onde os indivíduos se sentem livres para se expressar de forma autêntica.

Esse crescimento levou o TikTok a atingir a marca de 1,59 bilhão de usuários ativos, tornando-se o aplicativo mais baixado do mundo em 2024, segundo o site Statista (Leading, 2025). Em uma carta aberta aos criadores de conteúdo do TikTok, o líder de operações Adam Presser escreveu:

Hoje, com o poder do TikTok, vozes autênticas têm a oportunidade de compartilhar suas histórias e criatividade com públicos novos e maiores e, como resultado, estão impulsionando tudo, desde a cultura até a comunidade. [...] Juntos, estamos transformando a contagem de histórias ao criar espaço para que vozes autênticas e desconhecidas rompam as barreiras que antes limitavam o poder criativo. O TikTok oferece a você a oportunidade de não apenas mudar sua vida, mas também de impactar o mundo ao seu redor. Tudo o que você precisa é de um smartphone, uma ideia interessante e a vontade de compartilhar sua história. O compromisso do TikTok é o de dar a você acesso às melhores ferramentas tecnológicas e criativas para que você possa desempenhar todo o seu potencial como artista, educador, empresário, ativista ou de qualquer outra forma que você escolher para deixar sua marca e viver seus sonhos (Presser, 2024, s.p.).

Booktokers criam conteúdos variados, desde recomendações e resenhas até encenações e contação de histórias para atrair a atenção dos usuários. De acordo com Gomes (2023) uma tendência popular no *booktok* foi a "fofoca literária", onde criadores contavam histórias de maneira instigante para incentivar a leitura do livro. Essa *hashtag* acumulou 189 milhões de

visualizações em outubro de 2022.

Assim como os *booktubers*, *booktwitchers* e *bookstagrammers*, os *booktokers* produzem vídeos para um público leitor, com interações principalmente por comentários e curtidas. O TikTok oferece uma linguagem mais próxima dos leitores, com conteúdos de humor literário e a possibilidade de "duetar" vídeos, que é uma função que permite que sejam criados vídeos lado a lado de outro já publicado anteriormente de outro criador.

Algumas estratégias utilizadas também para atrair seguidores nessa plataforma são:

a) Para você: É um *feed* personalizado que mostra vídeos baseados nos interesses do usuário, determinado pelo que ele curte e visualiza até o fim. É essencial que os *booktokers* usem legendas e *hashtags* claras para que seus conteúdos apareçam nessa aba.

b) *Trends*: As tendências populares do aplicativo, que podem incluir danças, desafios, entre outras coisas. Participar dessas trends aumenta a visibilidade dos conteúdos dos *booktokers*.

c) Descobrir: Área onde os usuários podem ver as trends populares do aplicativo.

d) *Hashtags*: Funcionam como no Instagram, categorizando vídeos para que pessoas com interesses semelhantes possam encontrá-los.

e) *Be relatable*: Vídeos que geram identificação entre o criador de conteúdo e o espectador, recriando situações do cotidiano. *Booktokers* podem, por exemplo, encenar cenas de livros ou trazer personagens literários para o mundo real.

f) *Edits*: Combinam recursos audiovisuais com trechos literários, cenas de adaptações e *fanarts* para construir uma mídia a ser divulgada dentro da própria comunidade.

g) Duetos: Função que permite a publicação de um vídeo lado a lado com um vídeo de outro criador no TikTok em tela dividida e que são reproduzidos ao mesmo tempo.

O *BookTok* não foi planejado ou institucionalizado pela plataforma, mas nasceu organicamente no ambiente algorítmico do TikTok, estruturando-se em torno de *hashtags* que funcionam como pontos de encontro entre leitores e criadores de conteúdo. Essa formação espontânea revela como o digital permite o surgimento de subculturas participativas, nas quais leitores encontram um espaço para expressar afetos, compartilhar recomendações, debater obras e se reconhecer em uma comunidade que legitima seus gostos literários. Mais do que uma rede de indicações, o *BookTok* consolidou-se como um ecossistema de pertencimento, no qual os vínculos emocionais são tão centrais quanto os próprios livros.

Segundo Stewart (2021, p. 6, tradução da autora), “[...] uma grande comunidade de usuários do TikTok encontrou um espaço do aplicativo, chamado ‘BookTok’ e codificado por meio de hashtags, para compartilhar livros e autores favoritos”. Esse testemunho ilustra como

a plataforma, apesar de não ter sido originalmente criada com finalidade literária, apresenta uma estrutura algorítmica suficientemente flexível para ser apropriada pelos usuários. É a agência desses leitores-usuários que possibilita a emergência de novas formas de circulação do livro, nas quais o engajamento coletivo redefine tanto os modos de mediação quanto o próprio conceito de influência literária.

Hoje em dia as editoras também reconhecem o potencial impacto do TikTok nas vendas de livros, tanto que alguns que viralizam na plataforma atualmente vem com marcações na capa, tem espaços destacados em livrarias e *tags* no próprio *e-commerce* da Amazon informando o que está famoso no TikTok.

A partir desse movimento, é possível perceber que o BookTok tem exercido um duplo papel: por um lado, transforma práticas de leitura, despertando o interesse de públicos jovens para obras que, muitas vezes, ganham visibilidade apenas após viralizar na plataforma; por outro, movimenta o mercado editorial, influenciando diretamente o consumo de livros e reposicionando autores e títulos nas listas de mais vendidos. Dessa forma, o fenômeno não se restringe ao espaço virtual, mas reverbera em instâncias sociais, culturais e econômicas, contribuindo para uma nova compreensão sobre como a literatura circula e é mediada em tempos digitais.

3.4.5 *Bookstans* e o trabalho digital

Autores como Castells (2003) observam que a sociedade contemporânea é cada vez mais estruturada em redes, o que ele denomina de “sociedade em rede”, onde a lógica da conectividade substitui as hierarquias tradicionais. Nesse novo modelo, o poder está distribuído nos nós da rede, e a comunicação flui de forma descentralizada, horizontal e de maneira fortemente participativa, configurando uma nova ecologia da informação. Souza e Quandt (2008) caracterizam essas redes como estruturas complexas compostas por atores conectados de maneira não hierárquica, orientadas pela colaboração e pelo compartilhamento de objetivos comuns. Nesse contexto, a centralidade de um ator na rede, ou seja, sua capacidade de se comunicar diretamente com múltiplos outros ou de servir como elo entre diferentes pontos, torna-se um fator estratégico na difusão de informação e influência (Gómes *et al.*, 2003; Hanneman, 2001 *apud* Tomaél; Marteleto, 2006, p. 77-78).

Segundo Gabriel (2010), os internautas de hoje ocupam não apenas a posição de receptores de conteúdos, mas também a de produtores. Essa mudança amplia as possibilidades de atuação dentro dos ambientes digitais, potencializando a formação de comunidades por interesse e identidade. Os algoritmos das plataformas digitais, ao sugerirem conteúdos com base

nas preferências dos usuários, fortalecem os vínculos entre indivíduos com afinidades semelhantes e facilitam a emergência de grupos coesos, muitas vezes informais, em torno de narrativas, produtos culturais, *fandoms* e causas sociais. De acordo com Bittencourt (2017), essas práticas de consumo e de interação configuram traços fundamentais das ciberculturas.

São essas mesmas práticas que a partir da primeira década dos anos 2000 propiciou o surgimento de figuras como blogueiros, tuiteiros, *youtubers* e *instagramers* antecipando uma transformação mais ampla nas formas de trabalho e sociabilidade na era digital. Com o avanço da plataformização e o fortalecimento das mídias sociais, a segunda década do século XXI consolidou uma nova categoria profissional: os influenciadores digitais. Ao contrário das celebridades tradicionais, que alcançam a fama por meio de suas atividades públicas, os influenciadores digitais surgem como pessoas comuns que se tornam populares *online* graças ao conteúdo que criam e compartilham em suas plataformas digitais (Lou; Yuan, 2019, p.58). Esses novos influenciadores são, portanto, criadores de conteúdo que exercem sua influência por meio de opiniões autênticas, de suas personalidades únicas e, eventualmente, de seu poder social tornando-se uma nova geração de ídolos, construindo visibilidade e, com ela, capital econômico e simbólico (Karhawi, 2020).

Segundo Karhawi (2017), os influenciadores digitais emergem como novos formadores de opinião em uma lógica supostamente horizontal, típica das redes digitais. Contudo, esse processo envolve transformações concretas: de um lado, a profissionalização dessa função; de outro, a crescente interferência desses sujeitos nas decisões de consumo e nos modos de vida de seus públicos. A criação de conteúdo, antes vista como uma atividade amadora ou de lazer, é atualmente reconhecida como forma legítima de trabalho, ainda que marcada pela instabilidade e pela falta de regulamentação (Siciliano, 2022).

A plataformização do trabalho, processo pelo qual diversas ocupações passam a ser mediadas por plataformas digitais, impacta diretamente os influenciadores. Siciliano (2022) classifica a produção de conteúdo como um “trabalho cultural”, defendendo que criadores e influenciadores devem ser reconhecidos como trabalhadores de plataforma. Isso implica tanto em sua formalização como categoria ocupacional quanto na busca por garantias e direitos trabalhistas. Para o autor, esses sujeitos são “contratados independentes”, submetidos à lógica das grandes corporações digitais como Uber, YouTube ou Twitch, onde a monetização está diretamente atrelada a acessos, visualizações e engajamento do público.

A jornada de trabalho dos influenciadores é marcada por sua porosidade e intensificação. Lazzarato e Negri (2017) apontam para a dissolução das fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre, resultando em um modelo de trabalhador 24 horas por 7 dias na

semana, sempre conectado e disponível. Essa lógica se aplica aos influenciadores, cujos conteúdos frequentemente misturam vida pessoal e profissional. Como destaca Crary (2016), vivemos em uma sociedade de produção contínua, onde o sujeito nunca se “desliga”. No caso dos influenciadores, isso se traduz em uma rotina pautada pela produção constante de postagens, vídeos e interações com seguidores, como forma de manter relevância nos algoritmos. A naturalidade e a autenticidade desses conteúdos são cruciais para o sucesso, uma vez que os seguidores valorizam a espontaneidade e a identificação com o influenciador (Karhawi, 2021).

A lógica empresarial neoliberal, segundo Dardot e Laval (2016, p. 335 *apud* Dias; Vieira; Rocha, 2023, p. 64), opera a partir da constituição de um “sujeito empresarial”, responsável por gerir a si mesmo como capital humano. Nesse cenário, influenciadores digitais transformam seus corpos, estilos de vida e relações pessoais em mercadorias. Karhawi (2016, p. 42 *apud* Dias; Vieira; Rocha, 2023, p. 60) chama a atenção para a criação de um “eu mercadoria” ou “eu commodity”, em que a própria identidade se torna produto de consumo. Essa dinâmica é evidente quando observamos que o sucesso dos influenciadores depende não apenas da qualidade dos conteúdos, mas da gestão eficiente de sua imagem pessoal e da sua presença constante nas redes.

Esse modelo também se aplica com os *Booktokers*. O TikTok se tornou um espaço de forte impacto na indústria editorial, capaz de alavancar ou ressuscitar títulos anos após sua publicação. O caso do livro *Mentirosos*, de E. Lockhart, publicado em 2014 e que voltou às listas de mais vendidos em 2020 após viralizar na rede, ilustra o poder desse novo ecossistema. A hashtag *#wewereliars*, associada à obra, ultrapassou 128 milhões de visualizações, levando inclusive ao lançamento de uma prequela da autora (Anklam, 2022).

O fenômeno não se limita aos Estados Unidos. No Brasil, a hashtag *#BooktokBrasil* já chega a 21 bilhões de visualizações, de acordo com a própria plataforma (TikTok, 2024). A Amazon passou a rotular livros como “Sucesso do TikTok” (Frazão, 2022), aproveitando-se da popularidade dos *booktokers* para impulsionar vendas, inclusive oferecendo comissões a esses criadores por meio de programas de afiliados.

No contexto digital atual, MacDonald (2014) sugere que as pessoas estão numa busca constante por visibilidade nas redes sociais. Pela primeira vez na história, é possível alcançar status e retorno financeiro graças às plataformas digitais, afirma Turner (2006). No entanto, apenas um grupo seleto será capaz de gerar valor significativo para as marcas, e por esse motivo, aqueles que conseguem agregar a imagem da empresa, quando esta empresta sua credibilidade ao fazer uma parceria, é que são considerados os verdadeiros influenciadores para as mesmas.

No TikTok, os *bookstans* ali presentes utilizam essas plataformas para formar comunidades onde discutem obras, recomendam leituras e criam conteúdo relacionado ao universo literário. Além de disseminar informações, eles têm o poder de moldar as atitudes e comportamentos de seus públicos, sendo frequentemente vistos como fontes confiáveis. Portanto, criam suas próprias identidades no ambiente digital, demonstrando valor agregado para as marcas. A fórmula do sucesso dos *bookstans* são os discursos pessoais, que através de vivências, personalidades, dentre outros aspectos acaba por criar conexões com outras pessoas que se sintam ligadas a narrativa, aumentando seus seguidores e visualizações (Bittencourt, 2017). Isso é algo que Carpinteró (2019) trata como um trabalho “amador profissional”, um equilíbrio entre autenticidade e espontaneidade do influenciador que expõe a sua vida íntima e as relações comerciais que são construídas com a venda de um espaço publicitário em suas redes, permitindo que haja uma performance do amadorismo e abre espaço para as marcas parceiras fazerem o mesmo ao tomarem emprestado esse espaço e a credibilidade dele.

Eles se diferenciam de outros usuários por utilizarem seus espaços dentro das redes para rentabilizar suas bases de seguidores por meio de recomendações e promoções de marcas, produtos e serviços, geralmente obtendo algum tipo de retorno, seja em produtos gratuitos (Duffy, 2016) como a seleção de parcerias realizadas por editoras, que enviam livros aos influenciadores literários para que criem conteúdos em suas redes sobre o material, ou em pagamentos monetários (Freberg; Graham; McGuaghey, 2011).

A pesquisadora Elis Amancio (Anklam, 2022) observa que o mercado editorial precisa se adaptar a essas transformações, entendendo as novas dinâmicas de visibilidade e consumo impostas pelas redes sociais. Para os influenciadores literários, o desafio está em conciliar autenticidade e engajamento, ao mesmo tempo que se mantêm relevantes diante da lógica algorítmica e comercial da plataforma. O *Booktok*, com seu modelo rápido e interativo, promove a leitura entre jovens, mas também impõe riscos à bibliodiversidade, uma vez que apenas os livros que viralizam ganham espaço. Assim, é relevante analisar de que maneira esses influenciadores impactam suas audiências.

Portanto, é possível afirmar que os influenciadores literários, especialmente os atuantes no TikTok, integram a complexa rede de transformações do mundo do trabalho contemporâneo. Eles são exemplos do trabalhador plataformizado, cujas funções exigem criatividade, visibilidade e constante reinvenção. Representam, ao mesmo tempo, as promessas e os dilemas do trabalho na era digital, um campo onde o lazer se funde ao profissional, a identidade se torna marca e a leitura, mercadoria.

3.4.6 Impactos positivos e negativos dos *Bookstans* na Comunidade Literária

A emergência dos *bookstans* como agentes ativos no cenário literário digital evidencia uma profunda reconfiguração dos modos de produção, circulação e consumo da literatura na contemporaneidade. Esse fenômeno, amplamente disseminado nas redes sociais como o TikTok (sob a *hashtag* #BookTok), manifesta-se como uma extensão da cultura participativa (Jenkins, 2008) e da sociedade do consumo (Canclini, 1997; Barbosa, 2004), tensionando fronteiras entre entretenimento, crítica literária e ativismo cultural.

Nas redes sociais, os *bookstans* atuam como mediadores culturais, capazes de influenciar o comportamento do consumidor e o mercado editorial. Por meio da produção de conteúdo como resenhas, vídeos, *fanfics*, listas de recomendações e maratonas literárias, esses criadores de conteúdo estabelecem um novo tipo de relação com os livros e com a leitura. Essa atuação é marcada pelo envolvimento afetivo e pela subjetividade na avaliação das obras, muitas vezes em detrimento de critérios tradicionais de análise literária, como observam Goblot (2022) e Scolari, Fraticelli e Tomasena (2021 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024). Assim, torna-se possível compreender que, nas redes sociais, o “boca a boca digital” e o conteúdo gerado por fãs desempenham papel fundamental na legitimação e disseminação de obras, principalmente aquelas de gêneros considerados periféricos pela crítica tradicional, como o romance jovem-adulto, a ficção científica e o horror.

Nesse contexto, o consumo cultural é intensamente mediado por valores simbólicos. Canclini (1997) define o consumo cultural como um processo de apropriação e uso de produtos em que o valor simbólico prevalece sobre o valor de uso ou de troca. Dessa forma, os *bookstans* tornam-se agentes de construção de identidades, diferenciação social e pertencimento. Como argumenta Solomon (2011), o desejo de pertencimento a determinados grupos sociais influencia diretamente o comportamento de consumo, fazendo com que indivíduos busquem referências e validações dentro de comunidades digitais. Nessa lógica, os *bookstans* operam como “curadores” contemporâneos da literatura (Cortella; Dimenstein, 2015), atuando na mediação entre os leitores e os conteúdos disponíveis nas plataformas.

O impacto positivo dos *bookstans* manifesta-se, sobretudo, no incentivo à leitura, especialmente entre públicos jovens. Ao compartilharem suas experiências de leitura de forma acessível e entusiasta, os influenciadores literários despertam o interesse de novos leitores, transformando o ato de ler em uma experiência coletiva, socialmente validada e emocionalmente engajadora (Stewart, 2021 *apud* Cazarré, 2023). Essa prática tem gerado efeitos concretos no mercado editorial. Como citado por Baracat, diretora de marketing do

TikTok, o *BookTok* “tem um impacto na vida real, nas vendas de livros e no interesse por livros”, exemplificando com o caso da obra “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis, que alcançou o topo das vendas da Amazon nos Estados Unidos após viralizar na plataforma (Pinotti, 2025).

Além disso, os *bookstans* vêm desempenhando um papel relevante no ativismo social e na promoção de causas comunitárias. A cultura participativa, conforme observada por Jenkins (2008), é reforçada por ações que transcendem o espaço virtual. Eventos como o “Exploda seu Kindle”, idealizado pela influenciadora @divulganacional em parceria com o KDP da Amazon, e campanhas de arrecadação promovidas por influenciadores como Digão Roque para as vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul (Figueiredo, 2024) ilustram como os *bookstans* articulam redes de solidariedade e mobilização a partir do engajamento em torno da literatura. Tais ações indicam que o *fandom* literário não apenas consome, mas também produz impactos significativos no tecido social.

Contudo, os efeitos dessa atuação não são isentos de contradições. A mesma estrutura que viabiliza a participação democrática também está submetida a dinâmicas de mercado e exploração algorítmica. Pearson (2010) e Wang (2020) alertam para o risco de exploração do trabalho gratuito dos fãs, uma vez que suas interações e produções geram dados que podem ser comercializados por grandes empresas de tecnologia. A “ilusão de reciprocidade” (Wang, 2020) representa uma armadilha na qual o sentimento de participação não se converte necessariamente em poder real de decisão ou transformação na cadeia produtiva.

Do ponto de vista do trabalho, os *bookstans* enfrentam o desgaste da atuação contínua e não reconhecida. O trabalho de curadoria e mediação literária muitas vezes é desvalorizado, não sendo percebido como atividade profissional. A pressão para estar constantemente atualizado com as tendências, somada à exposição pública e à monetização incerta, configura um ambiente de vulnerabilidade e precarização. Esse cenário contribui para a idealização do trabalho de influenciador, atraindo novos adeptos que se deparam com a realidade instável e exigente dessa função.

Ademais, é preciso considerar os impactos estruturais no mercado editorial. A concentração da atenção em determinados títulos, impulsionados por algoritmos e estratégias de marketing, pode gerar um apagamento de obras que não alcançam visibilidade nas plataformas. Isso afeta especialmente a literatura nacional, que enfrenta dificuldades para competir com produtos internacionais promovidos por grandes corporações. Como argumenta Elis, pesquisadora do setor editorial, a entrada das *big techs* no mercado fragiliza a cadeia produtiva, ameaçando o papel das livrarias e dos profissionais. Para Anklan (2022) “É

importante ter consciência do ecossistema editorial, entender que existem vários profissionais envolvidos, como autor, editor, revisor, diagramador, dentre tantos outros”.

Além disso, o debate sobre a legitimidade dos influenciadores literários nas esferas acadêmicas e culturais permanece em aberto. De um lado, há o polo “purista”, que descredita os *booktubers* e *booktokers* por não possuírem formação acadêmica e por privilegiarem o gosto pessoal em detrimento da análise técnica. De outro, o polo “comercial” os valoriza como agentes eficazes de promoção, principalmente entre o público jovem (Scolari; Fraticelli; Tomasena, 2021 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024). Autores como Schøllhammer e Defilippo (2019 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024) reconhecem nesses criadores de conteúdo uma nova forma de crítica literária, adaptada às linguagens da contemporaneidade. Já Keen (2009 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024) adota uma postura crítica mais radical, ao afirmar que a onipresença do conteúdo gerado por usuários ameaça a autoridade das instituições profissionais.

Diante desse embate entre as esferas acadêmica e comercial, a atuação dos *bookstans* pode ser mais bem compreendida a partir da noção de curadoria cultural. Cortella e Dimenstein (2015) destacam que vivemos na era da curadoria, na qual cada indivíduo, especialmente os que atuam em espaços educativos e comunicacionais, assume a responsabilidade de selecionar, organizar e compartilhar conteúdos relevantes para suas comunidades. Nesse contexto, os *bookstans*, ao elaborarem listas de leitura, sugerirem obras temáticas e indicarem livros em vídeos como “melhores livros do ano” ou “leituras obrigatórias”, tornam-se curadores da experiência literária digital.

Essa prática de curadoria se concretiza por meio de diversos formatos. Entre eles, destacam-se os vídeos com a tag TBR (To Be Read), nos quais o influenciador compartilha as próximas leituras planejadas e as motivações por trás dessas escolhas; os projetos de leitura coletiva; e as maratonas literárias, que mobilizam seguidores a lerem determinado gênero ou autor em um período pré-estabelecido. Essas práticas promovem um tipo de mediação que articula leitura, interação e pertencimento comunitário.

Além disso, o relacionamento entre *bookstans* e seus seguidores é marcado por uma lógica dialógica. Os comentários nos vídeos, as sugestões recebidas e as votações abertas para escolha de leituras futuras demonstram que o público exerce influência direta sobre o conteúdo produzido. Essa interatividade transforma o ato de ler em uma atividade coletiva, marcada pela troca simbólica e pelo reconhecimento mútuo. Depexe e Freitas (2023, p. 281 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024) afirmam que “as leituras compartilhadas no TikTok constituem tanto dinâmicas de conversação quanto intercâmbios sociais”, o que permite entender o fenômeno

dos *BookTokers* como um ato de socialização e desterritorialização da leitura. Os autores acrescentam que isso resulta na “publicização de obras, com impacto positivo na indústria editorial” (2023, p. 281 *apud* Karhawi; Iossi; Fernandes, 2024).

Contudo, essa atuação também carrega dilemas éticos e culturais. A partir do momento em que o livro passa a ser promovido como mercadoria, surgem tensões entre o valor simbólico e o valor de troca. A crítica à mercantilização da leitura é recorrente, especialmente quando se considera que muitos influenciadores promovem obras por meio de parcerias publicitárias ou programas de afiliados, nem sempre sinalizados de forma clara. Embora seja prática comum que os booktubers indiquem quando há patrocínio, pesquisas apontam que em muitos vídeos essa informação não é explicitada, o que levanta questionamentos sobre a transparência na mediação entre livro, influenciador e audiência (Dias; Vieira; Rocha, p. 62).

Entretanto, é importante observar que nem todos os conteúdos produzidos pelos *bookstans* têm caráter comercial. Muitos influenciadores atuam por paixão à leitura e motivação pessoal, sem retorno financeiro direto. Os canais “Livros e Fuxicos”, “Literature-se”, “Vá ler um livro” e “Kabook TV”, por exemplo, surgiram da vontade de compartilhar experiências de leitura e promover o gosto pela literatura (Barbosa, p. 30, 2019). A existência desses canais indica que a atuação dos *bookstans* não pode ser reduzida a uma lógica de mercado. Ela deve ser compreendida também como expressão de uma cultura de pertencimento, engajamento afetivo e construção identitária, conforme argumentam Barbosa e Campbell (2006).

Nesse sentido, os *bookstans* contribuem para a reconfiguração da leitura como prática social, mediada por vínculos comunitários e por dinâmicas culturais emergentes. Eles democratizam o acesso a conteúdos literários e estimulam práticas de leitura em contextos antes desinteressados ou excluídos. Como observa Stewart (2021 *apud* Cazarré, 2023), essa comunidade virtual tem potencial para “atrair não-leitores e transformá-los em leitores, restaurando o amor pela leitura [...] atraindo jovens de diversas origens”.

Além disso, há riscos associados à construção de uma estética do consumo da leitura, na qual o ato de ler se associa à performatividade, à imagem e ao status. Nesse cenário, a leitura deixa de ser apenas uma experiência subjetiva e se transforma em uma prática de exibição, mediada por filtros visuais, cenários estilizados e uma retórica de autopromoção. A leitura, enquanto prática simbólica e formativa, pode ser esvaziada de seu conteúdo crítico quando subordinada exclusivamente à lógica da mercadoria e do engajamento visual.

Mesmo em campos distintos, como observa Karhawi (2020), tanto os críticos tradicionais quanto os criadores de conteúdo enfrentam desafios comuns: a necessidade de reconhecimento, a pressão por visibilidade e a disputa por legitimidade nos espaços digitais.

Recuero (2011) reforça que a visibilidade nas redes sociais não garante necessariamente legitimidade, pois esta depende do contexto, da audiência e dos regimes de valor operantes em cada comunidade.

Por fim, a partir das teorias de consumo e comportamento do consumidor (Solomon, 2011; Pinheiro et al., 2017 *apud* Cazarre, 2023), é possível compreender os *bookstans* como mediadores de pertencimento simbólico. Eles promovem formas de consumo cultural que transcendem o ato da compra, ativando processos de identificação, distinção social e engajamento coletivo. O livro, nesse contexto, deixa de ser apenas um objeto de leitura e se torna um elemento central na construção de subjetividades, afetos e comunidades.

O consumo cultural, como já destacaram Canclini (1997) e Barbosa (2004), é um ato social, estético e simbólico. Na era das mídias sociais, esse consumo é intensificado e ressignificado, permitindo que leitores tornem-se produtores, críticos e ativistas. Os *bookstans*, como expressão dessa nova cultura da leitura conectada, atuam simultaneamente como leitores, curadores, influenciadores e cidadãos culturais. Ao mesmo tempo em que impulsionam a leitura e democratizam o acesso à literatura, também operam dentro de uma lógica de mercado que pode gerar exclusões e homogeneizações.

A próxima seção será abordado sobre o papel da mediação na formação das pessoas.

4 A MEDIAÇÃO COMO PROCESSO FORMATIVO E TRANSFORMADOR

A prática da mediação envolve a criação de espaços de diálogo e escuta, nos quais o leitor não é visto como uma “página em branco”, mas como um sujeito com histórias, desejos e experiências, que se transforma a partir do contato com o outro e com os textos. Como afirma Petit (2009), a leitura literária não se reduz a um consumo individualizado ou escolarizado de obras, mas é um ato relacional, que se dá na intersubjetividade, no encontro entre subjetividades, onde o leitor se constitui e é atravessado pelas histórias dos outros. Assim, mediar leitura é também mediar afetos, trajetórias e formas de pertencimento.

Nesse sentido, a mediação de leitura, exige responsabilidade e intencionalidade: trata-se de uma intervenção consciente nas escolhas de leitura de um grupo ou de um indivíduo, com vistas à formação de um repertório leitor significativo, diversificado e emancipador (Almeida Júnior; Bortolin, 2007, p. 8). O mediador atua como elo entre leitor e obra, facilitando o acesso, promovendo o prazer estético e incentivando a construção de sentidos múltiplos. Tal prática não é neutra ou espontânea, ela requer sensibilidade, compromisso ético e domínio dos processos de leitura.

É fundamental compreender que a mediação de leitura não se restringe aos espaços escolares ou às bibliotecas. Embora essas instituições tenham papel relevante na formação de leitores, a mediação pode ocorrer em diversos contextos, formais e informais, presenciais e digitais, familiares ou comunitários. Para Nunes e Santos (2020, p. 11), a mediação é um processo que se dá sempre que há uma relação intencional de aproximação entre leitores e textos, o que pode ocorrer através de conversas, rodas de leitura, contações de histórias, clubes de leitura e, mais recentemente, por meio de plataformas digitais.

Nesse novo cenário, é necessário que o mediador possua competências específicas. Como observam Gomes e Bortolin (2012, p. 60), ser mediador de leitura não se resume ao gosto pela leitura, mas implica a habilidade de compreender o perfil dos leitores, escutá-los atentamente, formular boas perguntas, estabelecer vínculos e despertar o desejo de ler. Bajour (2012) aprofunda essa ideia ao destacar três elementos centrais da mediação: a escuta sensível, o conhecimento profundo do texto e a postura de aprendiz. O mediador, portanto, deve ser capaz de reconhecer os gestos, as vozes e os silêncios de seus leitores; deve conhecer o conteúdo que media; e deve estar disposto a aprender com o processo, reconhecendo que a mediação é, antes de tudo, um encontro transformador.

Para além do domínio técnico, a mediação de leitura requer envolvimento afetivo e responsabilidade social. Segundo Petit (2013), mediar leitura é criar condições para que os leitores descubram sua voz, experimentem sua humanidade e ampliem suas formas de ler o

mundo. A leitura, nesse contexto, é compreendida como um direito humano e como um instrumento de cidadania, que permite o exercício da empatia, da imaginação e da crítica social. O mediador é, portanto, um sujeito político, cultural e afetivo, cuja ação pode contribuir para a transformação de vidas e comunidades.

A prática da mediação, nesse sentido, deve ser pautada pelo respeito à diversidade de leitores, de linguagens e de repertórios. Segundo Almeida Júnior e Bortolin (2007), é dever do mediador reconhecer a legitimidade dos diferentes tipos de leitura, do texto erudito ao popular, do clássico ao contemporâneo, do impresso ao digital. É necessário romper com preconceitos literários que estabelecem hierarquias entre obras e leitores, e adotar uma postura inclusiva, que valorize as experiências de leitura como expressão de subjetividades e formas de estar no mundo.

Portanto, o processo de mediação da leitura é formativo e transformador não apenas para o leitor, mas também para o próprio mediador, que aprende ao mediar e se forma na escuta, na troca e na partilha. Ele ocupa uma posição estratégica na formação de sujeitos sensíveis, críticos e criativos, sendo peça fundamental em uma sociedade que almeja equidade, diversidade e justiça social. No contexto da pesquisa em questão, que investiga a atuação de *bookstans* como mediadores contemporâneos, compreender os fundamentos e os desafios da mediação de leitura é condição indispensável para reconhecer a potência dessas novas práticas leitoras que emergem da cultura digital e das redes sociais.

4.1 Leitura, subjetividade e construção do pertencimento

A leitura literária configura-se como um espaço privilegiado de construção da subjetividade e do sentimento de pertencimento. Assim, ela ultrapassa os limites da decodificação técnica das palavras e adentra o campo das experiências sensíveis, afetivas e culturais que moldam o sujeito. Como aponta Petit (2009), os seres humanos se constituem na intersubjetividade, ou seja, nas relações que estabelecem com as histórias dos outros. A leitura literária, ao proporcionar esse encontro simbólico com o outro, seja ele real ou ficcional, desempenha papel decisivo na formação da identidade individual e coletiva. É nesse processo que o leitor se reconhece, se estranha, se transforma e encontra sentidos para si e para o mundo.

Um leitor não se forma apenas por meio de técnicas, todavia por meio de experiências significativas que envolvem emoção, imaginação e diálogo com diferentes repertórios culturais. A leitura literária se apresenta como um dispositivo simbólico que permite ao sujeito deslocar-se de sua realidade imediata para vivenciar outras perspectivas e modos de ser, como aponta Ceccantini (2009). Esse deslocamento é essencial para a construção do pertencimento, pois ao

entrar em contato com diferentes narrativas e personagens, o leitor é convidado a refletir sobre si mesmo, suas origens, valores e desejos.

A entrada do sujeito no universo da leitura pode ocorrer de forma hesitante, marcada por inseguranças ou frustrações. Petit (2009) destaca que o primeiro contato com a literatura pode tanto encantar quanto repelir, a depender das condições em que se dá essa aproximação. Não há garantias de envolvimento imediato ou de identificação automática. Por isso, o papel do mediador de leitura é fundamental. Ele atua como ponte entre o texto e o leitor, legitimando os primeiros desejos de leitura, acolhendo as inseguranças e respeitando os tempos, gostos e modos singulares de cada leitor,

Quando um jovem vem de um meio onde predomina o medo do livro. Um mediador pode autorizar legitimar um desejo inseguro de ler ou aprender, ou até mesmo revelar esse desejo. E outros mediadores poderão em seguida acompanhar o leitor em diferentes momentos de seu percurso (Petit, 2009, p 148).

A mediação, quando pautada por uma escuta atenta e por uma postura dialógica, é capaz de favorecer a construção de leitores críticos, autônomos e com experiências únicas. É preciso considerar que a leitura é também uma prática social e política, que pode tanto libertar quanto oprimir, dependendo da forma como é conduzida e significada nos espaços educativos e culturais.

Ainda nessa perspectiva, Ceccantini (2009) chama atenção para os riscos de uma abordagem pedagógica que instrumentaliza a leitura, reduzindo-a a um meio para alcançar objetivos escolares e negligenciando sua dimensão estética e subjetiva. A leitura literária, quando imposta de maneira autoritária, pode afastar o leitor em vez de aproximá-lo. Por isso, é necessário romper com práticas prescritivas e normativas que hierarquizam os gostos ou desvalorizam certas escolhas, como os *best-sellers* ou obras consideradas "de menor valor literário". Para Petit (2009), mesmo essas leituras "triviais" podem ser importantes pontos de partida, atuando como "desenferrujadores de olhos" e abrindo caminho para experiências mais complexas e exigentes.

Nesse sentido, é preciso reconhecer que o pertencimento à cultura escrita e literária não se dá de forma homogênea, linear ou obrigatória. Ele é construído a partir de múltiplos caminhos, muitos deles atravessados por experiências de exclusão, fracasso escolar e deslegitimação dos saberes populares e juvenis. Por isso, o acolhimento às diferentes trajetórias leitoras, inclusive aquelas que passam por *fanfics*, mangás, romances juvenis ou conteúdos digitais, é uma estratégia essencial para a promoção da inclusão e da autonomia cultural.

A leitura literária, então, se afirma como uma prática de liberdade, na medida em que

respeita os ritmos do leitor e amplia seus horizontes simbólicos. Ao promover o encontro com o outro e consigo mesmo, ela colabora para a formação de sujeitos críticos, empáticos e pertencentes a uma comunidade de leitores em constante transformação.

4.2 As novas mediações no ambiente digital: *bookstans* e cultura participativa

A contemporaneidade é marcada por uma profunda transformação nos modos de ler, escrever, produzir e compartilhar conhecimento. A digitalização das práticas culturais, impulsionada pelo avanço das TICs, reconfigura não apenas os suportes e os espaços de leitura, mas também os sujeitos que nela se engajam.

Segundo Santaella (2013), as culturas digitais operam com uma lógica rizomática e interativa, na qual os sentidos são construídos por meio da participação e da conectividade. A leitura literária, inserida nesse ambiente, torna-se uma experiência estética compartilhada, permeada por imagens, sons, comentários e performances.

A mediação da leitura, tradicionalmente atribuída a professores, bibliotecários ou críticos literários, é descentralizada e expandida, alcançando novas figuras, como os *bookstans*, que ao compartilharem suas experiências de leitura e dialogar com outros leitores, esses sujeitos exercem uma forma de mediação cultural descentralizada, espontânea e afetiva.

Essa prática se articula com o conceito de cultura participativa, formulado por Henry Jenkins (2008), segundo o qual as novas mídias promovem ambientes de baixo custo de entrada e alto grau de engajamento, nos quais os indivíduos não apenas consomem produtos culturais, mas também os transformam, remixam e reencenam coletivamente. Nesse tipo de cultura, a expressão individual, o senso de pertencimento e a colaboração são elementos centrais, e os fãs tornam-se coprodutores de sentido.

A atuação dos *bookstans* representa, portanto, uma mediação que rompe com a verticalidade da mediação institucionalizada e propõe uma abordagem horizontal, inclusiva e comunitária. Essas comunidades literárias virtuais operam com base na afetividade, no reconhecimento mútuo e na circulação simbólica. Como aponta Recuero (2011), a sociabilidade digital é construída a partir de interações que geram laços, reputação e capital social, elementos fundamentais para o fortalecimento das redes de leitura online.

Além disso, práticas como *fanfictions*, clubes de leitura virtuais, *challenges* literários e *booktags* demonstram que os leitores desejam não apenas ler, mas interagir com os livros de maneira criativa e coletiva

[...] o leitor de hoje é muito participativo. Para ele, a leitura só será prazerosa se permitir o uso dessas possibilidades interativas, dando-lhe a liberdade de interferir no texto, estabelecendo uma ordem textual própria, suas conexões

entre os personagens, reescrevendo as histórias, modificando a estrutura, os rumos das narrativas e o modo de convivência entre os personagens, trocando suas posições nas tramas sempre que possível, transformando protagonistas em coadjuvantes, heróis em bandidos, vilões em mocinhos, amigos em rivais e vice-versa, apresentando múltiplas alternativas para cada situação, (construindo enredos com múltiplas versões), dialogando diretamente com as narrativas, graças à interatividade. (Pimentel, 2010, p.13-14)

Ceccantini (2009) observa que essa postura ativa, embora muitas vezes marginalizada pelo discurso escolar, revela uma forma legítima de apropriação literária, na qual o prazer estético e o desejo de pertencimento se entrelaçam.

As mediações realizadas pelos *bookstans* também promovem a bibliodiversidade, ao divulgar obras de autores independentes, narrativas marginalizadas e representações diversas de raça, gênero e sexualidade. Ao fugir dos cânones tradicionais e das prescrições escolares, essas redes contribuem para ampliar o repertório cultural de seus membros e fortalecer uma ecologia de leitura mais inclusiva e democrática.

Assim, pode-se afirmar que os *bookstans* constituem um novo tipo de mediador cultural na era digital. Ao transformar a leitura em uma prática interativa, audiovisual e comunitária, eles não apenas promovem o acesso à literatura, mas também contribuem para a construção de subjetividades, a circulação de afetos e o fortalecimento de identidades coletivas. Sua atuação ressignifica o lugar do leitor na contemporaneidade e aponta caminhos inovadores para a mediação literária em ambientes informacionais complexos. Nesse contexto, é necessário analisar o papel das bibliotecas públicas na sociedade contemporânea.

5 AS BIBLIOTECAS PÚBLICAS E A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

A biblioteca, historicamente, sempre foi um espaço de enorme importância informacional, refletindo as transformações culturais, políticas e sociais ao longo dos séculos. Seu papel no cenário contemporâneo, no entanto, demanda uma reflexão profunda sobre como ela tem se adaptado às novas realidades impostas pela era digital e pela explosão de informações. As bibliotecas públicas, em particular, desempenham um papel único e essencial na sociedade atual, oferecendo um espaço onde conhecimento, cultura e cidadania se encontram. Contudo, diante das rápidas mudanças tecnológicas e sociais, torna-se necessário refletir sobre o papel desempenhado pela Biblioteca Pública na sociedade contemporânea. Em tempos de transformação digital e informação instantânea, ela deve ser vista como um espaço estratégico, que precisa acompanhar a vertiginosa evolução tecnológica e sua influência direta sobre a sociedade.

Dessa forma, as seções seguintes buscarão explorar a história e o desenvolvimento das bibliotecas públicas brasileiras. Esse percurso revela como, desde sua origem, essas instituições foram moldadas por estruturas de poder e hierarquias sociais que impactaram seu papel e alcance até os dias de hoje. Ao traçar essa evolução, será possível entender como o papel das bibliotecas públicas na sociedade contemporânea pode ser repensado e ampliado através de novas parcerias e modelos de atuação, como a colaboração com os *bookstans*, grupo que têm desempenhado um papel crescente na mobilização de leitores e na disseminação de conteúdos literários, e que podem atuar como importantes aliados das bibliotecas, contribuindo para a democratização do acesso à literatura, especialmente entre o público jovem e nas redes sociais.

5.1 Breve histórico do desenvolvimento das Bibliotecas Públicas brasileiras

A história das bibliotecas públicas no Brasil é marcada por tensões entre exclusão e democratização, elitismo e popularização, preservação da memória e mediação cultural. Desde o período colonial até a contemporaneidade, essas instituições enfrentaram desafios estruturais, políticos e sociais que moldaram sua função e seu papel dentro da sociedade brasileira. Ao longo dos séculos, as bibliotecas oscilaram entre serem símbolos de poder cultural de uma elite restrita e espaços de acesso à informação e à leitura para a coletividade.

No período colonial, as bibliotecas eram limitadas a dois modelos principais: as religiosas, mantidas por ordens clericais, e as particulares, restritas às elites letradas. Em ambos os casos, o acesso era extremamente reduzido, uma vez que grande parte da população permanecia analfabeta e distante dos bens culturais. Ademais, a censura imposta pela Coroa

Portuguesa, sobretudo em relação a obras de caráter revolucionário ou que questionassem a ordem vigente, restringia a circulação de ideias e limitava o papel social das bibliotecas (Suaiden, 2000). Nesse contexto, elas serviam mais como espaços de guarda e vigilância da informação do que como ambientes de difusão cultural.

O marco inaugural das bibliotecas públicas brasileiras ocorreu em 1811, com a criação da Biblioteca do Colégio dos Jesuítas, na Bahia. Apesar de seu caráter pioneiro, essa instituição enfrentava limitações significativas: instalações precárias, acervos desatualizados e dependência de doações, o que comprometia sua função cultural e social. Como observa Suaiden (2000, p. 52), muitas dessas bibliotecas eram percebidas mais como locais de castigo ou privilégio de eruditos do que como instrumentos de utilidade coletiva. A situação começou a se modificar após a Independência, em 1822, quando a Biblioteca Real, transformada em Biblioteca Imperial e Pública (Barradas, 2025, p. 120), adquiriu maior relevância, ainda que mantivesse um perfil elitista e voltado às necessidades de grupos restritos.

O século XIX trouxe mudanças estruturais e sociais que impactaram diretamente o desenvolvimento das bibliotecas. O crescimento urbano, a expansão dos meios de comunicação, como a imprensa e o telégrafo, e a modernização da economia favoreceram a circulação de novas ideias e ampliaram a demanda por livros e espaços de leitura. Nesse período, a Biblioteca Nacional consolidou-se como símbolo da institucionalização bibliotecária no Brasil, sob a liderança de nomes como Benjamim Franklin Ramiz Galvão e Manuel Cícero Peregrino da Silva. Todavia, como assinala Oliveira (1994, p. 25-26), o acesso às bibliotecas permanecia restrito, refletindo a lógica excludente da sociedade imperial. Mesmo com a criação de bibliotecas escolares e o surgimento de cerca de 27 bibliotecas estaduais e municipais ao final do século XIX, tais instituições estavam longe de atender a toda a população.

O início do século XX foi decisivo para a cultura brasileira e, por consequência, para as bibliotecas públicas. A Semana de Arte Moderna de 1922 simbolizou um novo paradigma estético e cultural, reforçando o interesse pela valorização da identidade nacional (Milanesi, 1986, p. 77). Nesse contexto, a inauguração da Biblioteca Municipal de São Paulo, em 1926, posteriormente batizada de Biblioteca Mário de Andrade, tornou-se um marco. Reconhecida internacionalmente, a instituição passou a ser referência no campo da leitura pública e da promoção cultural, elevando o padrão das bibliotecas brasileiras e latino-americanas (Suaiden, 2000).

Durante as décadas de 1930 e 1940, o fortalecimento das bibliotecas esteve atrelado à ação de intelectuais como Mário de Andrade, que idealizou as bibliotecas como depositárias da memória cultural e como espaços de democratização do saber. Ao mesmo tempo, o Estado

assumia papel cada vez mais central na regulação da cultura, sobretudo após a criação do Instituto Nacional do Livro (INL), em 1937. Embora o INL tenha fomentado a organização e manutenção de bibliotecas, sua atuação refletiu a visão centralizadora do Estado Novo, utilizando a cultura como ferramenta de controle social e político (Oliveira, 1994, p. 42). A função social das bibliotecas, compreendida como espaço de formação cidadã e mediação cultural, ainda estava longe de se consolidar.

O período da ditadura militar (1964-1985) trouxe novas contradições. Se, por um lado, buscava-se uma política nacional de cultura e de integração bibliotecária, por outro, as bibliotecas foram submetidas a práticas de autocensura, de acordo com a postura repressiva do governo. Além disso, muitas bibliotecas públicas passaram a exercer uma função predominantemente escolar, suprimindo a ausência de bibliotecas em instituições de ensino. Como apontou Milanesi (1983, p. 54-55), esse processo resultou na “escolarização” das bibliotecas públicas, restringindo sua atuação comunitária e reduzindo sua relevância como espaço de convivência cultural.

Com o fim do regime militar e a redemocratização, as bibliotecas entraram em um processo de redefinição. Programas como o PROLER (Programa Nacional de Incentivo à Leitura), criado em 1992, e o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas buscaram articular políticas mais consistentes de promoção da leitura e integração das bibliotecas em âmbito nacional (Paiva, 2008, p. 74). Ainda assim, os desafios eram numerosos, sobretudo no que se refere à falta de financiamento, de políticas de longo prazo e da escassa valorização das bibliotecas pela sociedade.

Nas décadas de 2000 e 2010, novas iniciativas reforçaram o papel das bibliotecas no cenário cultural, como a promulgação da Política Nacional do Livro (Lei n. 10.753/2003), o Plano Nacional de Cultura (2010) e a tentativa de universalização das bibliotecas em todos os municípios por meio do Projeto de Lei n. 3727/2012. Essas medidas visavam ampliar a rede bibliotecária, modernizar os espaços e assegurar seu papel como instrumento de democratização do acesso à informação (Rosa, 2018). No entanto, como apontam pesquisas recentes, a frequência às bibliotecas públicas continua baixa: segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2024), 75% dos entrevistados afirmaram não frequentar regularmente tais espaços.

Esse panorama revela uma contradição histórica: embora sejam reconhecidas como fundamentais para a democratização cultural e a promoção da leitura, as bibliotecas públicas brasileiras ainda lutam contra a falta de políticas públicas estruturadas, a carência de recursos humanos e materiais e a dificuldade de se conectarem efetivamente às comunidades. Conforme

destaca Almeida Júnior (1997, p. 66), as bibliotecas públicas, historicamente, atuaram como aparelhos ideológicos do Estado, e somente quando passarem a responder às demandas sociais de maneira inclusiva é que poderão desempenhar plenamente sua função cidadã.

Considerando os aspectos históricos aqui delineados, torna-se evidente que o desafio atual das bibliotecas públicas não está apenas em ampliar o número de unidades ou modernizar sua infraestrutura, mas, sobretudo, em redefinir sua função no contexto contemporâneo. Em um cenário marcado pela pluralidade cultural, pelo avanço das tecnologias digitais e pelas novas formas de sociabilidade, a biblioteca deve se afirmar como espaço de acesso equitativo à informação e, ao mesmo tempo, como ambiente de mediação de leitura.

Essa dupla função de fornecer acesso e mediação, confere às bibliotecas públicas um papel estratégico na formação de leitores críticos e na promoção da cidadania cultural. O acesso diz respeito à garantia de que todo indivíduo, independentemente de sua condição socioeconômica, geográfica ou cultural, possa usufruir dos bens informacionais e culturais. A mediação, por sua vez, remete à atuação ativa de bibliotecários e mediadores, que transformam o simples contato com o livro em uma experiência de leitura significativa, capaz de ampliar horizontes, fomentar o pensamento crítico e fortalecer os vínculos comunitários.

Assim, após revisitar uma breve trajetória histórica das bibliotecas públicas no Brasil, é necessário compreender como essas instituições podem se consolidar no presente como espaços de inclusão, diálogo e construção coletiva de saberes.

A seguir, será aprofundada a reflexão sobre o papel das bibliotecas como instâncias de acesso democrático à informação e como mediadoras da leitura em suas múltiplas dimensões.

5.2 O Papel das Bibliotecas Públicas na Sociedade Contemporânea

Na perspectiva apresentada por Miranda (1978, p. 1-2), a missão das bibliotecas públicas no Brasil está intrinsecamente relacionada ao contexto histórico e social em que estão inseridas, funcionando como instituições dinâmicas que interagem com o ambiente e as pessoas que as moldam. Segundo o autor, a biblioteca pública deve refletir as características culturais de sua comunidade, em vez de tentar impor um modelo de cultura externa. Essa falta de sintonia com o público local pode explicar, em parte, o peso ainda reduzido das bibliotecas na vida cultural de muitos municípios brasileiros.

Além disso, Miranda (1978, p. 2-5) define as principais missões de uma biblioteca pública, que incluem promover o idioma nacional, fornecer publicações oficiais, apoiar campanhas de alfabetização e oferecer livros para estudantes e neo-alfabetizados, além de servir como depósito da memória histórica e intelectual do país. Em tempos de transformação digital,

essas funções devem ser complementadas pela oferta de coleções digitais e serviços eletrônicos, permitindo que as bibliotecas ampliem seu alcance e se tornem mais acessíveis a um público diversificado.

Entretanto, as bibliotecas públicas brasileiras enfrentam desafios significativos. Acervos desatualizados e mal conservados não atraem os usuários, que buscam respostas mais rápidas e precisas por meio de tecnologias digitais. Como aponta Milanesi (1983), muitas bibliotecas públicas ainda funcionam como "museus de livros", com coleções que pouco refletem as necessidades informacionais contemporâneas. Para que essas instituições se tornem verdadeiramente relevantes na era digital, é necessário um investimento contínuo em infraestrutura tecnológica e acervo atualizado, bem como na oferta de produtos e serviços online que atendam tanto os usuários locais quanto os remotos.

Outro desafio importante é a acessibilidade. As bibliotecas públicas devem ser espaços fisicamente acessíveis e bem localizados, com horários de funcionamento compatíveis com as necessidades dos usuários. No Brasil, a maioria dessas instituições ainda segue um horário de repartição pública, limitando o acesso de trabalhadores e estudantes que poderiam utilizar seus serviços à noite ou nos fins de semana (Medeiros, 2010, p. 39).

A biblioteca pública também deve desempenhar um papel ativo na vida da comunidade. O exemplo do Sistema Municipal de Bibliotecas de São Paulo, com suas bibliotecas de bairro, ônibus-biblioteca e pontos de leitura, ilustra como a integração de atividades culturais e a oferta de serviços variados podem transformar a biblioteca em um ponto de encontro comunitário (Prefeitura do Município de São Paulo, [2025?]).

Para que as bibliotecas cumpram sua missão na era digital, a participação da comunidade é fundamental. Ao envolver os usuários no planejamento e na execução dos serviços, e ao oferecer plataformas digitais que facilitem o acesso à informação, as bibliotecas podem se reinventar como espaços de convivência e aprendizado.

As TICs têm desempenhado um papel central na transformação social, especialmente em termos de inclusão. Elas refletem a sociedade que as desenvolve e aplica, sendo fundamentais para o avanço e o acesso à informação. Como apontam Albagli e Maciel (2011), as TIC são ferramentas poderosas para promover a inclusão social, particularmente entre os mais desfavorecidos. Entretanto, o uso das TIC varia significativamente entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, assim como em relação a gênero e raça, destacando as desigualdades no acesso. Castells (1999) adverte que, embora a internet possa ser uma "tecnologia da liberdade", ela também pode ser usada pelos poderosos para oprimir aqueles que são desinformados, ampliando a exclusão social.

No contexto das bibliotecas públicas, a era digital trouxe uma mudança de paradigmas. A biblioteca, antes central para o acesso organizado à informação, viu sua relevância desafiada pelo advento de ferramentas de busca como o Google. Especialmente para as gerações que cresceram com essas tecnologias, a pesquisa online se tornou o principal recurso, exigindo que as bibliotecas se reinventem e proponham um novo pacto institucional. Nesse sentido, as TIC oferecem uma oportunidade única para as bibliotecas públicas consolidarem sua importância nas comunidades. Elas podem se tornar pontos de acesso à informação digital, capacitar os usuários para o uso eficaz dessas tecnologias e aumentar sua visibilidade e interação por meio das redes sociais (Rasteli; Cavalcante, 2013, p. 175). De acordo com a IFLA, o acesso gratuito à internet nas bibliotecas é essencial para a liberdade, igualdade e promoção da paz, conforme o Manifesto de 2022.

A adoção de novas formas de comunicação digital tende a fortalecer a posição das bibliotecas, permitindo que se integrem ainda mais à comunidade. Nesse cenário, as bibliotecas não se limitam a oferecer serviços, mas tornam-se parte ativa da vida comunitária, promovendo a cultura local e facilitando a troca de informações e a produção de conteúdo *online* e *offline* com a participação da comunidade, conforme discutido por Olinto (2010). A inclusão das redes sociais nas práticas bibliotecárias, como o uso de blogs para engajar a comunidade em eventos e na criação de guias interativas de pesquisa, amplia o alcance e a relevância das bibliotecas.

Entretanto, é importante lembrar que o uso das TIC nas bibliotecas requer um posicionamento político para garantir recursos que permitam sua adequação à realidade digital, conforme apontam Waller e McShane (2008). A adaptação às TIC é essencial, mas não substitui o papel educativo das bibliotecas. O excesso de informações sem a devida orientação pode prejudicar a pesquisa e gerar confusão, conforme Agnoli (2011). Portanto, é fundamental que as bibliotecas continuem a fornecer apoio na mediação da informação, capacitando os usuários para o uso consciente e eficaz das TIC.

As bibliotecas públicas, assim, desempenham um papel crucial na formação da cidadania em diversos países. Segundo Zita Correia (2016), a biblioteca pública se configura como um espaço profundamente democrático, aberto a todos, independentemente de idade ou classe social, sendo um importante meio de socialização e desenvolvimento cultural. Mais do que um local de acesso à informação, as bibliotecas são espaços de promoção de competências que permitem a plena participação dos cidadãos na sociedade.

Além disso, a relação entre as bibliotecas públicas e as comunidades que servem tem sido cada vez mais enfatizada, com a biblioteca pública sendo entendida como um espaço de cidadania e um veículo de aproximação com a comunidade. Ela desempenha um papel ativo no

desenvolvimento e dinamização comunitária, promovendo redes sociais e oferecendo programas e serviços adaptados às necessidades locais. Para Betancur (2002), a biblioteca deve ser uma interlocutora da comunidade, analisando seu contexto e necessidades, e assim contribuindo para o fortalecimento da identidade local e da democracia ativa.

Outro aspecto fundamental da biblioteca é a sua função política e social. De acordo com Silva e Silva (2010) como instituição social, ela deve atender a uma comunidade de usuários, com necessidades informacionais conhecidas ou presumidas. Para isso, a biblioteca precisa estar em sintonia com os interesses e demandas da sociedade em que está inserida. Isso significa que o papel da biblioteca pública vai além de ser um mero depósito de livros; ela deve se engajar ativamente com sua comunidade, desenvolvendo políticas de acervo que respondam às necessidades informacionais de seus usuários e criando um ambiente onde o conhecimento possa ser compartilhado de forma equitativa e acessível.

Não basta apenas implantar uma biblioteca em uma localidade; é necessário que ela esteja profundamente conectada às necessidades e particularidades daquela comunidade. A biblioteca deve estudar seu público, identificar suas carências informacionais e trabalhar para suprir essas lacunas. Essa conexão com a comunidade não só justifica a existência da biblioteca, mas também orienta suas ações no sentido de promover um impacto positivo, transformador e inclusivo (Silva; Silva, 2010).

Nesse processo, a mediação de leitura adquire um papel central. Conforme Bortolin (2010, p. 115), a simples disponibilização de livros e recursos informacionais não garante, por si só, a formação de leitores ou a apropriação crítica do conhecimento. É a mediação que possibilita transformar o acesso em experiência significativa, despertando o interesse pela leitura, ampliando repertórios culturais e fortalecendo a criticidade dos indivíduos. Rasteli (2013) em sua dissertação aponta que essa mediação pode se materializar por meio de práticas diversas, como rodas de leitura, clubes do livro, contação de histórias, oficinas literárias, rodas de conversa e ações itinerantes que levem a leitura para além das paredes da biblioteca.

Mais do que um conjunto de técnicas, a mediação deve ser entendida como prática cultural e social, realizada de forma intencional e planejada. Vahl (2015) discorre que ao aproximar os sujeitos dos livros, das narrativas e das múltiplas linguagens, a biblioteca pública promove a democratização do acesso ao conhecimento e atua como agente ativo na formação cidadã. Além disso, ao incluir diferentes manifestações culturais e valorizar a produção local, a mediação fortalece vínculos comunitários, reconhecendo a diversidade de vozes e experiências que compõem o tecido social.

Portanto, compreender a biblioteca pública apenas como repositório de obras é limitar

sua função social. Sua relevância reside justamente na capacidade de agir como mediadora da leitura e da informação, oferecendo oportunidades de aprendizagem contínua, lazer cultural e construção coletiva de saberes. É nesse movimento de mediação que a biblioteca se legitima como espaço vivo de convivência, diálogo e inclusão, contribuindo para o desenvolvimento humano e comunitário (Vahl, 2015, p, 64).

Diante disso, a próxima seção será dedicada a explorar de forma mais aprofundada o tema da mediação da leitura em bibliotecas públicas brasileiras, analisando suas dimensões, desafios e potencialidades no contexto contemporâneo.

5.3 Mediação de leitura e informação em Bibliotecas públicas

A biblioteca pública constitui-se como espaço central na promoção da leitura, devendo assumir seu papel de agência mediadora, uma vez que, conforme destaca Bortolin (2010, p. 115), “o bibliotecário não pode se esquivar da mediação da leitura, visto que o ato de ler precede o ato de se informar, descobrir e investigar”. Nesse sentido, mediar a leitura é tarefa tão essencial quanto disponibilizar os documentos, sejam eles impressos ou eletrônicos. Com o avanço da era digital, a convivência entre o universo físico e o virtual tornou-se indissociável, exigindo que o bibliotecário incorpore novas competências em seu cotidiano, a fim de compreender as dinâmicas de conhecimento e reafirmar sua missão de formar cidadãos leitores críticos e socialmente incluídos.

O bibliotecário, enquanto mediador da leitura, precisa buscar atualização constante e aprimoramento de suas qualificações, acompanhando a demanda crescente de diferentes segmentos sociais, como escolas e bibliotecas públicas. Para Dudziak (2003, p. 31), trata-se de um profissional “flexível, multicapacitado, capaz de aprender ao longo da vida”. Em um cenário marcado pela sobrecarga informacional, sua atuação assume relevância no processo de aprendizagem dos indivíduos, auxiliando-os a alcançar níveis mais complexos de leitura, escrita e produção de sentidos. Assim, o bibliotecário deve compreender sua função não apenas como gestor da informação, mas como agente cultural comprometido com práticas de mediação que estimulem criticidade, criatividade e compartilhamento de experiências.

Nesse processo, algumas competências e atitudes tornam-se indispensáveis. Primeiramente, é fundamental que o bibliotecário seja um leitor ativo, pois apenas aquele que cultiva o hábito da leitura pode inspirar e formar novos leitores. Como salienta Barros (2006, p. 123), o gosto pelo livro “não vem com a profissionalização, nem se encerra nela: se estende nela; se irradia nela; se completa nela”. Assim, o bibliotecário que não lê restringe suas possibilidades de crescimento profissional e cultural. Ao contrário, quando se posiciona como

leitor efetivo e afetivo, torna-se capaz de estabelecer vínculos entre bens culturais e comunidade, promovendo a leitura como ato de troca e partilha.

Outra dimensão importante é o domínio das teorias da leitura, que oferecem suporte teórico às práticas mediadoras. O bibliotecário deve, portanto, assumir postura investigativa, buscando descobertas que enriqueçam sua formação e sua atuação. Nesse sentido, Marques Neto (2009, p. 67-68), a partir da Declaração do Seminário Nacional de Formação de Mediadores de Leitura, enfatiza que é necessário reservar tempo não apenas para estudar estratégias metodológicas, mas também para que os mediadores possam “ler de verdade” e associar suas leituras a outros processos culturais. Assim, a mediação exige do profissional um repertório prévio de leituras que inspirem descobertas, estimulem a criatividade e, sobretudo, fortaleçam o pensamento crítico.

A mediação oral da literatura também figura como estratégia essencial nesse contexto. Bortolin (2010, p. 205) define-a como “toda intervenção espontânea ou planejada de um mediador de leitura visando a aproximar o leitor-ouvinte de textos literários seja por meio da voz viva ou da voz mediatizada”. As narrativas orais, realizadas de forma envolvente, produzem impacto significativo nos ouvintes, favorecendo a aproximação entre gerações e o compartilhamento de experiências (Bortolin 2010, p. 204). Assim, a oralidade permite o fortalecimento de laços comunitários e o incentivo à expressão criativa, funcionando como elemento de integração social e cultural.

Outro aspecto central diz respeito ao acesso à informação em múltiplos suportes. No mundo contemporâneo, a leitura não se limita ao livro, devendo dialogar com diferentes mídias e tecnologias. Para Nóbrega (2002, p. 129), “[...] a materialidade dos suportes de leitura/informação/conhecimento está imbricada com os modos de ler, com os gestos de leitura”. Assim, cabe ao mediador estimular o diálogo entre linguagens e formatos, ampliando as possibilidades de apropriação da informação pelos leitores.

Além disso, a mediação de leitura envolve também a *advocacy* em bibliotecas públicas, entendida como a inserção das bibliotecas nas agendas governamentais e institucionais. Segundo Lux (2007, p. 19), quanto maior o nível profissional do bibliotecário, mais efetivo será seu papel representativo, uma vez que cabe a esse agente sensibilizar gestores e políticos para que reconheçam a importância social e cultural das bibliotecas e destinem recursos adequados para seu fortalecimento.

Por fim, é indispensável que o mediador da leitura esteja atento às políticas públicas do livro e da leitura (Cavalcante, 2010), bem como às multiplicidades culturais que caracterizam a sociedade. A atuação bibliotecária, nesse sentido, deve valorizar a diversidade de visões de

mundo, combatendo práticas excludentes e elitistas, e criando condições para que cada leitor encontre na leitura um espaço de pertencimento e emancipação.

A mediação de leitura não se limita à relação técnica com o acervo, mas envolve também dimensões afetivas e sociais que ampliam o alcance da biblioteca como espaço de formação cidadã. Nesse sentido, é essencial que o bibliotecário seja capaz de estabelecer relações afetivas com os leitores, uma vez que, conforme defendem Silva e Lendengue (2010, p. 95), “a emoção e a afetividade são aspectos fundamentais do processo de significação da leitura e de formação do leitor”. Criar vínculos afetivos com os usuários não apenas aproxima a leitura do prazer e do lazer, mas também contribui para que ela se torne experiência transformadora.

A atuação mediadora exige igualmente competência colaborativa, pautada no trabalho em equipe e na cooperação entre diferentes profissionais. Becker e Grosch (2008, p. 43) ressaltam que “é necessária a realização de ações conjuntas entre os bibliotecários, criando e reivindicando propostas para a formação de leitores [...]”. Desse modo, a mediação da leitura ganha força quando inserida em um contexto coletivo, em que diferentes agentes dialogam, compartilham responsabilidades e promovem processos sociais de solidariedade cultural.

Rasteli e Cavalcante (2013) destacam que outro ponto relevante consiste na construção de parcerias, as quais podem envolver grupos de teatro, associações de moradores, escolas, igrejas e demais organizações comunitárias. Essas colaborações ampliam a convergência de papéis entre diversos atores sociais e possibilitam a implementação de projetos culturais capazes de estimular a reflexão crítica e o enriquecimento coletivo. Nesse contexto, o teatro, por exemplo, assume valor como ferramenta de ação cultural ao provocar o indivíduo a refletir sobre sua própria realidade.

No cenário contemporâneo, a mediação de leitura também requer competências aplicadas às TIC. O bibliotecário precisa dominar não apenas a operação de equipamentos e *softwares*, mas também habilidades associadas à literacia informacional em diferentes dimensões: *media literacy* (análise e produção de informações em diversos meios), *digital literacy* (compreensão do funcionamento dos sistemas digitais), *network literacy* (habilidade de atuar em ambientes em rede), *visual literacy* (interpretação de imagens como veículos de informação) e *computer literacy* (uso do computador e softwares em tarefas específicas). Liston e Santos (2008, p. 291) observam que tais competências representam uma evolução do conceito de *information literacy*, permitindo que o bibliotecário avalie criticamente as informações disponíveis e auxilie os leitores em sua apropriação significativa.

Nesse mesmo campo tecnológico, é indispensável que o mediador da leitura conheça e utilize os recursos da Web 2.0, considerando que essa versão da internet se caracteriza pela

participação ativa e pela comunicação colaborativa. As redes sociais, blogs e demais plataformas virtuais oferecem ferramentas de grande potencial para a disseminação da informação e para a inclusão digital, podendo ser incorporadas às práticas de mediação das bibliotecas públicas (IFLA UNESCO, 2022).

Outro aspecto essencial presente no artigo de Rasteli e Cavalcante (2013) é a educação continuada do bibliotecário. A formação desse profissional não pode ser estanque, mas deve ser entendida como processo permanente, orientado por valores éticos, reflexão crítica e criatividade. Nesse percurso, o aprendizado ao longo da vida possibilita a construção de uma base teórica sólida para a implementação de práticas pedagógicas de mediação da leitura.

Ao considerar a mediação da informação no ambiente da biblioteca, é necessário compreendê-la em suas dimensões material e imaterial. A primeira refere-se ao registro, à formação, organização e divulgação de coleções; já a segunda diz respeito à apropriação simbólica da informação, em diálogo com a diversidade cultural. Como explicam Peraya (1999, *apud* Gomes, 2014, p. 157) e Pierruccini (2007 *apud* Gomes, 2014, p. 157), a mediação da informação pressupõe dispositivos de natureza técnica, semiológica e pragmática que favorecem a produção de sentidos. A biblioteca, nesse sentido, configura-se como dispositivo vivo de mediação, resultado de sua função social e da atuação reflexiva de seus profissionais.

A trajetória histórica das bibliotecas, apresentada anteriormente, pode ser analisada a partir de três paradigmas principais: o da conservação cultural, voltado à preservação da memória; o da difusão cultural, que amplia o acesso e a recuperação da informação; e o da apropriação cultural, no qual a mediação direta é enfatizada, favorecendo a construção de conhecimento por meio da dialogia, do compartilhamento e do debate (Perrotti; Pieruccini, 2017). Nesse último paradigma, a biblioteca é chamada a atuar de forma efetivamente mediadora, estimulando a identidade social e cultural dos sujeitos.

Pimenta e Almeida Júnior (2008, p. 3) contribui para essa discussão ao definir a mediação da informação como “toda ação de interferência, realizada pelo profissional da informação, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural, individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional”. Essa concepção abarca tanto as mediações implícitas, associadas à organização e representação da informação, quanto às mediações explícitas, vinculadas a serviços de referência e outras atividades de contato direto com os usuários.

Dessa forma, a mediação passa a ser entendida como elemento fundante do fazer bibliotecário, vinculando-se a uma responsabilidade social mais ampla. Para que a biblioteca pública cumpra sua missão, é necessário articular os três paradigmas mencionados,

conservação, difusão e apropriação cultural, de modo a potencializar suas ações em favor da memória coletiva, do acesso à informação e da construção da identidade social.

A compreensão da biblioteca como dispositivo de mediação cultural reforça sua missão de assegurar a transmissão da herança cultural, a promoção da diversidade e a democratização do acesso à informação. Segundo o Manifesto IFLA UNESCO sobre Bibliotecas Públicas (2022), tais instituições devem favorecer a expressão e a criatividade da comunidade, estimulando processos dialógicos que potencializem a formação de protagonistas sociais e culturais. Assim, a biblioteca não deve ser vista apenas como repositório, mas como ambiente vivo, articulador de memórias, identidades e práticas sociais.

Nessa perspectiva, Carvalho, Nascimento e Bezerra (2018, p. 478) destacam que a mediação, no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação, “não se reduz a um ato de intermediação, mas envolve todas as ações que podem ser realizadas dentro e fora de um ambiente de informação com base em elementos como a cultura, educação e informação, desencadeando transformações na vida da comunidade, assim também como a vida do mediador”. Ou seja, a mediação implica em ação social que conecta a biblioteca ao tecido cultural de sua comunidade, fortalecendo sentimentos de pertencimento e promovendo o engajamento dos sujeitos.

Esse sentimento de pertencimento pode ser construído tanto em bibliotecas quanto em salas de leitura e outros ambientes de mediação. Para Santos (2012, p. 47), “o usuário, ao interagir com o ambiente físico da biblioteca, poderá desenvolver um sentimento de pertencimento, considerando que esse ambiente lhe confere um sentido de ação e de desenvolvimento cognitivo, social e cultural”. Dessa forma, os espaços informacionais tornam-se lugares de ressignificação, capazes de modificar a percepção que o leitor tem de si mesmo, de sua comunidade e de sua realidade social.

A dimensão dialógica da mediação também é sublinhada por Almeida Júnior (2015), ao afirmar que as ações de interferência realizadas pelo bibliotecário podem apresentar aos usuários “novos caminhos” que tanto proporcionam satisfação imediata quanto despertam reflexões mais profundas, fomentando novos anseios. Para que isso ocorra, o mediador deve estar consciente de que sua prática informacional está vinculada à construção de sentidos e ao fortalecimento do vínculo entre a leitura e a vida cotidiana (Gomes, 2010).

Nessa interação, como já apontava Vygotsky (2000), os elementos do ambiente social, objetos, linguagens, instrumentos e tecnologias, mediam a relação do indivíduo com o mundo, interferindo diretamente em sua formação cognitiva e social. Em consonância, Kuhlthau (1993, p. 128) reforça que a leitura permite às pessoas “mover-se do concreto ao abstrato, reconhecer

a necessidade de saber mais, estudar mais profundamente e obter maior compreensão”. Trata-se, portanto, de prática social capaz de ampliar horizontes, estimular a criticidade e integrar o sujeito em seu grupo social.

A leitura, como lembra Freire (1982, p. 9), não pode ser dissociada da realidade concreta: “a leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele”. Ou seja, a experiência leitora ganha significado quando relacionada à vida social, funcionando como mecanismo de interpretação, ressignificação e transformação do mundo.

Nessa mesma linha, Cavalcante (2018) entende a leitura como ato de simbolização e representação da realidade. O bibliotecário, enquanto mediador, tem o papel de aproximar o leitor do texto, criando condições para que esse encontro gere novos sentidos e amplie o repertório cultural. Aragão (2018, p. 152) acrescenta que “o mediador é alguém que sabe provocar os leitores, sabe relacionar os textos literários com a vida”, estimulando uma leitura significativa, ancorada na experiência concreta dos sujeitos.

Petit (2009) aprofunda essa perspectiva ao conceber a leitura como gesto poético que mobiliza memória, emoção e imaginação, propiciando ao leitor não apenas o consumo de um texto, mas sua apropriação criadora. Em suas palavras, “mais do que a decodificação dos textos... o essencial da leitura era... esse trabalho de pensar, de devaneio. Esses momentos em que se levantam os olhos do livro e onde se esboça uma poética discreta, onde surgem associações inesperadas”. Nesse processo, a leitura torna-se espaço de liberdade simbólica, no qual o sujeito experimenta sua autonomia e reconstrói sua identidade (Petit, 2009, p. 56).

Essa concepção dialoga com Barthes (1970 *apud* Cruz; Cruz; Oliveira, 2025, p. 309), que define o texto como um “tecido de citações” e entende o leitor como “escritor do texto”, responsável por reescrevê-lo a partir de sua experiência. Para Barthes e Petit, portanto, a leitura é processo de subjetivação e de construção identitária, que ganha relevância especial em contextos de crise, nos quais os livros podem servir de “suporte” e “abrigo” (Petit, 2009). Da mesma forma, Cândido (1959) enfatiza a capacidade da literatura de expressar a alma individual e social, instaurando um diálogo transformador entre leitor, autor e comunidade.

Assim, a leitura é simultaneamente experiência íntima e prática coletiva, unindo solidão e encontro, silêncio e diálogo. Petit (2009) observa que a leitura pode, ao mesmo tempo, funcionar como escapada solitária e como espaço de vínculos. Esse caráter paradoxal confere-lhe poder resiliente, permitindo que o sujeito enfrente adversidades por meio da palavra, pois “nomear é existir simbolicamente” (Petit, 2009, p. 72).

Nesse contexto, a biblioteca deve ser compreendida como espaço simbólico e afetivo,

mais próximo de um “jardim” do que de um depósito de livros. Para Petit (2016), a biblioteca é lugar de cultivo de sentidos, onde leitores e textos se encontram em uma dinâmica de constante renovação. Trata-se de ambiente de acolhimento, aberto à diversidade, no qual a estética, o silêncio, a luz e a organização física contribuem para a experiência afetiva da leitura. Como reforça Pereira (2006, p. 55 *apud* Cruz; Cruz; Oliveira, 2025, p. 312), bibliotecas bem cuidadas e agradáveis estimulam o prazer de permanecer e fortalecem o vínculo afetivo do leitor com o espaço.

Essa concepção é corroborada por Nogueira, Vahl e Willis (2020), que compreendem a biblioteca como ambiente de inclusão, diversidade e escuta sensível, e por Vahl (2015), que a reconhece como território coletivo de diálogo e transformação social. Nesse cenário, a biblioteca torna-se não apenas espaço de acesso à informação, mas também de construção de vínculos comunitários, identidade cultural e protagonismo social.

Ao tratar da mediação cultural, é fundamental compreender a própria noção de cultura. Para Silva e Santos Neto (2017, p. 31), a cultura, em seu sentido amplo, constitui-se como “um conjunto de elementos que são incorporados pelo homem que vive em sociedade e, também aqueles, que são construídos a partir de sua inteligência, envolvendo seus gostos e comportamentos, posições e discursos, características e divergências, contextos e meio social”. Esse entendimento rompe com a visão de cultura como entidade estática e homogênea, aproximando-a da concepção de Walter (1999, p. 77), que a define como espaço transcultural de influências mútuas entre diversas tradições e contextos. Dessa forma, a cultura passa a ser reconhecida como processo dinâmico, plural e colaborativo, exigindo do mediador sensibilidade para lidar com múltiplas identidades e narrativas.

A noção de identidade também é central nesse processo. Oliveira (1976, p. 33) destaca que o sujeito não pensa isoladamente, mas “através de categorias engendradas pela vida social”. A identidade, portanto, se constitui em duas dimensões: a individual e a coletiva. Ambas interagem com os artefatos culturais, que, conforme lembra Marteleto (2007, p. 14), são ao mesmo tempo materiais e simbólicos, configurando-se como “artefatos de produção de sentidos, fenômenos da ordem do conhecimento e da cultura”. Nesse sentido, a mediação cultural busca fortalecer vínculos identitários, ao mesmo tempo em que promove a circulação e apropriação dos bens culturais da coletividade.

Silva e Santos Neto (2017, p. 31) ressaltam que a mediação cultural visa apresentar e tornar conhecidas as diferentes manifestações culturais presentes na esfera social, valorizando as especificidades do ambiente e do repertório simbólico de cada comunidade. O bibliotecário, como agente cultural, deve ser capaz de articular esses elementos, identificando tradições,

costumes e histórias, e apresentando-os em atividades de mediação que promovam aproximação entre os sujeitos e seus contextos culturais. Lima e Perrotti (2017, p. 2) reforçam essa visão ao compreenderem a mediação cultural como um termo amplo, que inclui a mediação da informação, visto que a informação é, por si só, um objeto cultural.

O bibliotecário, nesse contexto, assume o papel de mediador cultural e protagonista social, exigindo competências interdisciplinares e consciência de sua função como negociador de sentidos. Para Lima e Perrotti (2017, p. 19), o mediador cultural “atua negociando sentidos, realizando tarefas e propondo ações que viabilizam a apropriação e o protagonismo cultural dele e de indivíduos, grupos e coletividades”. Trata-se, portanto, de um agente ativo, que planeja e implementa projetos culturais em diálogo com outros protagonistas, promovendo a comunicabilidade entre acervos tangíveis e intangíveis, repertórios humanos e manifestações culturais.

A figura do mediador cultural está profundamente relacionada ao conceito de protagonismo social. Perrotti (2017, p. 15) o define como “uma dimensão existencial inextricável. Significa resistência, combate, enfrentamento de antagonismos produzidos pelo mundo físico e/ou social e que afetam a todos”. Nesse sentido, ser protagonista implica não apenas lutar contra barreiras, intolerâncias e desigualdades, mas também afirmar princípios que sustentam o convívio coletivo, superando práticas vazias e desprovidas de significado (Perrotti, 2017, p. 16). Assim, o bibliotecário, como agente mediador, precisa muitas vezes se posicionar de forma crítica e até contestatória frente às condições políticas, sociais e econômicas, para assegurar que a biblioteca permaneça espaço de emancipação e transformação social.

Perrotti e Pieruccini (2014, p. 4) ressaltam ainda que a mediação cultural é prática comum a diferentes equipamentos culturais, como museus, teatros e bibliotecas, e que seu sentido se realiza apenas quando há dialogia com os sujeitos. Para os autores, “os objetos culturais são signos e, mais que isso, discursos potencialmente capazes de produzir deslocamentos intelectuais, emocionais e afetivos” (Perrotti; Pieruccini, 2014, p. 8). Nesse contexto, cabe ao bibliotecário potencializar tais deslocamentos por meio de atividades de mediação que permitam aos leitores construir significados e ressignificar suas experiências de vida.

A mediação, portanto, deve ser planejada de forma consciente e estruturada, considerando não apenas o acesso à informação, mas também sua apropriação crítica e simbólica. Nesse processo, a biblioteca se converte em espaço de formação cultural e cidadã, promovendo encontros que fortalecem a memória coletiva, a identidade social e o protagonismo dos sujeitos.

Assim, como dialogam Perroti e Pieruccini (2014), a biblioteca pública, ao assumir sua condição de dispositivo de mediação cultural, contribui para a formação de leitores críticos, emancipados e afetivamente conectados com seu contexto. O bibliotecário, nesse cenário, é agente de transformação, cuja atuação transcende a técnica para se firmar como prática ética, social e política. A mediação da leitura, portanto, é mais que uma função profissional: é um compromisso com a construção de uma sociedade mais justa, plural e consciente de sua própria história.

Neste cenário, um novo ator tem ganhado destaque no contexto da promoção da leitura e do acesso à cultura: os *bookstans*, grupos de fãs de literatura que se organizam em plataformas digitais. Os *bookstans* têm desempenhado um papel crescente na mobilização de leitores e na disseminação de conteúdos literários, atuando como importantes aliados das bibliotecas. Eles não apenas fortalecem a comunidade leitora, como também trazem novas dinâmicas de engajamento e inclusão. Ao promoverem campanhas de leitura, muitas vezes em parceria com bibliotecas, esses grupos contribuem para a democratização do acesso à literatura, especialmente entre o público jovem e nas redes sociais.

Esses movimentos criam uma interseção entre o papel tradicional da biblioteca e as novas formas de engajamento social mediadas pela internet. Enquanto as bibliotecas oferecem recursos e infraestrutura, os *bookstans* trazem energia e mobilização comunitária, expandindo o alcance das bibliotecas e conectando-as a novas audiências. Ao colaborarem, esses dois atores fortalecem o capital social inclusivo, promovendo o acesso à informação e à cultura de forma equitativa e colaborativa.

Em suma, a biblioteca, enquanto instituição social e cultural, precisa se adaptar às demandas de uma sociedade em constante transformação. A incorporação de novas tecnologias, a resposta às necessidades da comunidade e a colaboração com movimentos como os *bookstans* são exemplos de como as bibliotecas podem continuar a ser relevantes no século XXI. Esses espaços, ao atuarem em conjunto com grupos organizados de leitores, têm o potencial de ampliar o acesso à informação, fortalecer laços comunitários e contribuir para a formação de uma sociedade mais justa e informada.

Na subseção seguinte, será explicado como o capital social de bibliotecários e *bookstans* pode auxiliar nessa missão.

5.3 O Papel do Capital Social na conexão entre Bibliotecários e *Bookstans*

O conceito de capital social, discutido por teóricos como Pierre Bourdieu, refere-se às vantagens obtidas por meio das relações sociais. Para Bourdieu (1985), o capital social está

vinculado à rede de contatos que um indivíduo mantém, proporcionando acesso a informações e recursos que podem favorecer o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Da mesma forma, Lin (2005, p. 4) define o capital social como "recursos embutidos nas redes sociais em que o indivíduo está inserido", destacando que tais recursos podem ser acessados ou mobilizados por meio desses contatos.

Entretanto, Robert Putnam (2000) observa que as novas tecnologias de informação e a televisão contribuíram para o enfraquecimento das relações sociais, levando ao isolamento. Putnam propõe que o capital social pode se manifestar de duas formas: estreitando laços (*bonding*) ou estendendo pontes (*bridging*). O estreitamento de laços ocorre entre grupos que compartilham interesses ou identidades comuns, como associações políticas, religiosas ou esportivas. Já a extensão de pontes promove interações entre grupos distintos, baseadas em valores como cidadania e respeito à diversidade, favorecendo a inclusão de pessoas de diferentes origens e interesses.

Kliksberg (1999) associa o capital social à cultura e ao desenvolvimento econômico, destacando que a cultura pode exercer um papel fundamental no progresso social. Segundo o autor, quando integrada a políticas sociais, a cultura tem o potencial de combater a pobreza, construir identidades coletivas, especialmente entre populações marginalizadas, e atuar como ferramenta educativa, preenchendo lacunas deixadas pelos sistemas formais de ensino. Esse processo contribui para a inclusão social, em particular de jovens excluídos do mercado de trabalho. Posteriormente, Albagli e Maciel (2002) reforçam essa perspectiva ao considerar o fortalecimento do capital social como elemento crucial para a construção da confiança e do civismo nas comunidades, apontando-o como instrumento poderoso no combate à exclusão social e na promoção da cidadania e da democracia.

No contexto das bibliotecas, essas instituições têm um papel fundamental na promoção do capital social ao facilitar o acesso à cultura e à informação. O Manifesto da IFLA UNESCO para bibliotecas públicas (2022) destaca diversas missões das bibliotecas, incluindo a educação permanente e o estímulo à criatividade e inovação científica. As bibliotecas oferecem não apenas acesso a acervos e cursos, mas também promovem o diálogo intercultural e a diversidade cultural, contribuindo para o fortalecimento das comunidades locais. Além disso, as bibliotecas desempenham um papel importante na inclusão social de grupos como imigrantes, oferecendo cursos de alfabetização e informações para facilitar sua integração.

A tecnologia também desempenha um papel crucial nas bibliotecas modernas. O Manifesto da IFLA (2022) destaca a importância das bibliotecas como pontos de acesso às TIC e à capacitação de seus usuários no uso dessas ferramentas. Ao disponibilizar blogs e outras

plataformas de interação, as bibliotecas fomentam a troca de informações e a criação de redes sociais, promovendo o capital social inclusivo.

Estudos recentes, como os de Olinto e Medeiros (2013), apontam que as bibliotecas enfrentam desafios decorrentes das TIC e das mudanças nas comunidades locais, influenciadas pelas redes sociais online. No entanto, esses estudos também sugerem que as bibliotecas têm um papel crucial na promoção da diversidade, tolerância e inclusão social. Ao "estender pontes" entre diferentes grupos, as bibliotecas públicas se consolidam como espaços seguros de encontro comunitário, contribuindo para o capital social inclusivo e fortalecendo sua relevância política e econômica.

Além do papel central que as bibliotecas desempenham na criação e fortalecimento do capital social, outro fenômeno relevante no contexto atual é a ascensão dos *bookstans*. Assim como as bibliotecas, esses grupos contribuem para a construção de redes sociais de apoio e troca de informações, promovendo tanto o estreitamento de laços (*bonding*) quanto a extensão de pontes (*bridging*), conceitos-chave do capital social discutidos por Putnam (1995).

Os *bookstans* são, muitas vezes, formados por indivíduos com interesses comuns, como a paixão por determinados gêneros literários, autores ou movimentos culturais (Silva; Barradas, 2022). Essa afinidade facilita o estreitamento de laços dentro do grupo, criando uma comunidade forte e coesa, onde a troca de conhecimento e apoio mútuo é constante. Assim, os *bookstans* exemplificam o tipo de capital social que Putnam (1995) chama de *bonding*, no qual indivíduos que compartilham interesses específicos se conectam e fortalecem suas redes internas.

No entanto, os *bookstans* também desempenham um papel importante no tipo de capital social que Putnam (1995) denomina *bridging*, ou seja, a criação de pontes entre grupos diferentes. Através de suas atividades, os *bookstans* promovem diálogos entre leitores de diferentes origens, classes sociais e experiências culturais, estimulando a inclusão e o respeito à diversidade. Grupos de fãs frequentemente se organizam para promover campanhas de leitura que visam a democratização do acesso à literatura, muitas vezes colaborando com bibliotecas e outras instituições culturais para tornar livros e eventos literários acessíveis a um público mais amplo.

Essa conexão entre bibliotecários e *bookstans* pode ser vista como uma aliança estratégica no fortalecimento do capital social inclusivo, onde ambos os grupos se beneficiam mutuamente. Enquanto as bibliotecas oferecem os recursos e o espaço físico ou virtual para o desenvolvimento de atividades de leitura e educação, os *bookstans* trazem o dinamismo e o engajamento comunitário que muitas vezes mobilizam novas audiências, especialmente entre

jovens e usuários das redes sociais. Juntos, esses dois grupos são capazes de promover a cidadania ativa, o respeito à diversidade e a inclusão social através da literatura.

Além disso, a colaboração entre bibliotecários e *bookstans* pode resultar em iniciativas que atendem a necessidades específicas de comunidades marginalizadas. Os *bookstans*, ao estarem profundamente inseridos no universo digital, são capazes de identificar lacunas na representação literária e cultural e, muitas vezes, atuam como agentes de advocacia por uma maior diversidade nos acervos das bibliotecas. Isso fortalece o capital social inclusivo, ao permitir que diferentes vozes e experiências sejam reconhecidas e valorizadas.

Nesse sentido, os *bookstans* não apenas contribuem para a disseminação da cultura literária, mas também para a transformação das bibliotecas em espaços mais inclusivos e diversificados. Ao promover a leitura como uma prática acessível e democrática, esses grupos fortalecem o papel das bibliotecas como instituições que "estendem pontes", facilitando o acesso ao conhecimento e promovendo a integração social de comunidades que, de outra forma, poderiam ser excluídas do debate cultural e educacional.

A colaboração entre bibliotecas e *bookstans* exemplifica a aplicação prática do conceito de capital social, onde as interações e redes formadas através dessas instituições e movimentos resultam em benefícios sociais concretos, como o aumento da representatividade, o estímulo à criatividade e a formação de cidadãos mais engajados e informados. Essa união, portanto, não apenas fortalece o papel da biblioteca como um centro cultural e educacional, mas também amplifica a voz de grupos de leitores organizados que têm o poder de influenciar tanto políticas públicas quanto a dinâmica social de suas comunidades.

Dessa forma, os *bookstans* e os bibliotecários, juntos, representam uma força de mobilização e inclusão, essencial para a criação de um capital social mais robusto, baseado no respeito à diversidade e na promoção do acesso igualitário ao conhecimento. Além disso, o Manifesto da IFLA UNESCO (2022) aponta sobre a essencialidade do estabelecimento de parcerias para que sejam alcançados novos públicos para as bibliotecas.

6 INTRODUÇÃO A GESTÃO DO CONHECIMENTO

Nesta seção, serão abordados os principais aspectos da gestão da informação e do conhecimento em bibliotecas públicas, explorando suas aplicações práticas e o papel estratégico que desempenham no funcionamento dessas instituições. Ao longo das seções, será discutido como a Gestão do Conhecimento pode servir de ponte para a parceria entre bibliotecários e *bookstans*, promovendo um ambiente mais colaborativo e dinâmico. Além disso, analisaremos a importância dessas parcerias para a inclusão de jovens leitores, com foco nas bibliotecas públicas como agentes de transformação social.

De acordo com Maciel e Mendonça (2006), embora as bibliotecas estejam subordinadas a uma estrutura organizacional maior, elas podem ser vistas como unidades autônomas que precisam de uma gestão estratégica, voltada para a disseminação da informação e o atendimento às variadas demandas da sociedade. Para atingir esses objetivos, é necessário adotar uma gestão integrada, que vá além dos processos técnicos, abrangendo também a administração eficiente dos recursos humanos, materiais, tecnológicos e culturais que sustentam a instituição.

As bibliotecas, como organizações, atuam em um ambiente cada vez mais dinâmico e desafiador, especialmente na era da Sociedade da Informação. Nesse cenário, a gestão deve expandir seu foco para além das atividades internas, respondendo às crescentes demandas dos usuários por informações ágeis e seguras, além de considerar o impacto das novas tecnologias e mídias digitais. O papel do gestor, nesse contexto, é essencial para garantir a eficiência operacional e a melhoria contínua dos serviços prestados.

É aqui que a Gestão do Conhecimento se torna uma ferramenta indispensável, oferecendo uma abordagem moderna de administração, onde a informação e o conhecimento são os principais pilares para a competitividade e o sucesso das bibliotecas. Através dessa abordagem, bibliotecários, em parceria com os *bookstans*, podem explorar o conhecimento tácito e explícito para criar colaborações que não apenas enriquecem a experiência dos usuários, mas também promovem a inclusão social e incentivam a participação ativa de jovens leitores.

6.1 Conceituando a Gestão da Informação e do Conhecimento

Para iniciar essa seção, torna-se importante destacar algumas das definições de “informação”, já que é a partir dela que esses processos se constroem. Um ponto a se tratar sobre o conceito é a dificuldade de estabelecer uma definição precisa e universal para o termo. A compreensão de “informação” deve levar em conta uma série de fatores, como o contexto em que é utilizada e as circunstâncias que a envolvem.

Drucker (2000) faz uma distinção clara entre "dado", "informação" e "conhecimento", sugerindo que a informação é composta por dados que recebem propósito e relevância. No entanto, ele observa que para transformar dados em informação, é essencial o uso do conhecimento. Capurro e Hjørland (2007) acrescentam que a informação pode ser vista como um processo mental, ou como uma ação que transmite conhecimento. No âmbito organizacional, a informação é composta por dados selecionados, analisados e agregados com valor, sendo indispensável para a execução de atividades e processos.

A importância da informação no ambiente organizacional é amplamente destacada por vários autores. Campetti Sobrinho (1998) afirma que a informação, quando bem administrada, tem o potencial de fomentar inovações, aprimorar a qualidade de produtos e serviços e aumentar a competitividade no mercado. Isso reforça a necessidade de uma gestão eficiente da informação em empresas de todos os setores, sejam públicas ou privadas. Valentim (2008) complementa, ressaltando que as instituições só conseguem aproveitar plenamente seus recursos informacionais quando eles são devidamente organizados e disseminados, conforme as necessidades dos usuários e os objetivos estratégicos da organização. Dessa forma, ainda segundo Valentim (2004), a Gestão da Informação seriam as estratégias para que este fim seja alcançado de forma a proporcionar o suporte necessário para a realização das atividades de uma instituição.

Tarapanoff (2006) complementa que um tratamento eficaz da informação é fundamental para fortalecer a inteligência organizacional e competitiva. Segundo ele, a Gestão da Informação visa maximizar os recursos informacionais e a capacidade da organização de se adaptar às mudanças do ambiente. Para cumprir esses objetivos, os gestores de informação precisam desenvolver uma série de competências, como a habilidade de compreender o perfil dos usuários, analisar diferentes fontes de informação, identificar as necessidades informacionais, e principalmente, converter o conhecimento organizacional em informação utilizável.

Choo (2003) destaca que a Gestão da Informação é crucial para o aproveitamento eficaz dos recursos e habilidades da organização, permitindo que seus membros se adaptem a novas condições internas e externas, especialmente em mercados em constante evolução.

Apesar das controvérsias em torno da Gestão do Conhecimento, que muitos consideram um conceito intangível, a integração entre conhecimento e informação mostra-se útil para enfrentar desafios organizacionais e de mercado. Stair (1998) argumenta que o conhecimento é uma ferramenta essencial na construção da informação, e vice-versa. Alvares, Baptista e Junior (2010) ressaltam o papel das TIC no compartilhamento de conhecimento, o que confere

competitividade e inovação às organizações.

Essa modalidade de gestão surge como resultado da globalização da economia e do desenvolvimento da chamada "Sociedade da Informação", na qual a informação se torna um recurso essencial para promover o progresso. Esse novo estágio evolutivo, posterior à Sociedade Industrial, é marcado por transformações sociais, econômicas, tecnológicas e culturais. Nessa sociedade, a informação é a principal matéria-prima, o conhecimento agrega valor a produtos e serviços, e a tecnologia desempenha um papel central nas mudanças, especialmente no que diz respeito à gestão de acervos informacionais. A rapidez, a qualidade e a efetividade tornam-se fatores decisivos para a competitividade das organizações (Tarapanoff, 2001).

Com o aumento da geração e acúmulo de informações no atual cenário, surge a necessidade de novas formas de gerenciamento que possam atender às demandas trazidas pelas inovações tecnológicas e pelas exigências dos consumidores. É nesse contexto que emerge a Gestão do Conhecimento, que visa administrar todo o conhecimento gerado dentro das corporações, ou seja, gerenciar os valiosos recursos acumulados ao longo da existência da instituição.

Valentim (2008) apresenta uma definição abrangente de Gestão do Conhecimento, destacando sua aplicabilidade em ambientes organizacionais. Ela a descreve como um conjunto de atividades que busca promover uma cultura informacional e uma comunicação eficaz dentro das organizações. O objetivo é criar um ambiente propício para a geração, aquisição, compartilhamento e uso do conhecimento, além de mapear e formalizar os fluxos informacionais existentes. Isso permite transformar o conhecimento tácito, gerado pelos indivíduos, em informação explícita, contribuindo para a criação de novas ideias, a resolução de problemas e o processo de tomada de decisão dentro das organizações.

Esse conceito foi desenvolvido por Nonaka e Takeuchi (1997) que foca na criação do conhecimento organizacional por meio da interação entre dois tipos principais de conhecimento: o tácito e o explícito. O conhecimento tácito é subjetivo e difícil de ser formalizado, pois está profundamente enraizado na experiência pessoal, crenças, valores e emoções. Ele se divide em duas dimensões: a técnica, que abrange habilidades práticas e informais, e a cognitiva, que envolve percepções e modelos mentais inconscientes e arraigados. Esses modelos formam tanto a visão pessoal da realidade quanto a visão do futuro. Já o conhecimento explícito é facilmente codificado, podendo ser documentado, processado por tecnologias, e disseminado de maneira simples. A conversão do conhecimento tácito em explícito é o ponto central da criação de conhecimento nas organizações, uma vez que permite

a comunicação e o compartilhamento desse saber para o benefício coletivo.

A Gestão do Conhecimento tem ganhado relevância nos últimos anos, pois é vista como uma extensão da gestão da informação e aplicada em diversas áreas do conhecimento humano (Choo, 2003).

Nesse contexto, a informação e o conhecimento ganham tanto valor que justificam investimentos em metodologias voltadas para resolver as questões enfrentadas na sociedade da informação (Valentim, 2008). Barbosa (2008) complementa essa visão ao afirmar que a Gestão do Conhecimento pode ser aplicada em qualquer instituição, desde que os gestores entendam que gerenciar o conhecimento não significa controlar diretamente o conhecimento individual, mas sim criar contextos nos quais ele possa ser registrado, organizado, compartilhado e utilizado. Isso resulta em melhores decisões e na adaptação contínua da organização a um ambiente dinâmico e desafiador.

No contexto das bibliotecas, o bibliotecário, como profissional da informação, tem sido diretamente impactado pelas mudanças nas tecnologias de informação. Rexach Trujillo (2000) já apontava a necessidade de o profissional desenvolver novas habilidades, como o uso eficiente de tecnologias de informação, o desenho de produtos informacionais de alto valor agregado e a aplicação de sistemas de qualidade. Serra e Ceña (2004) destacam ainda que a competência tecnológica se tornou essencial para a identificação e utilização de ferramentas que aprimorem o acesso e a disseminação da informação.

Esse novo cenário tecnológico transforma o papel do bibliotecário, que agora atua além dos limites físicos da biblioteca, navegando em ambientes digitais, sistemas de informação, e colaborando com diversos perfis de usuários. As responsabilidades incluem a preservação da informação digital, a curadoria de dados e o desenvolvimento de metodologias para unir conhecimento tácito e explícito dentro da instituição, promovendo a expansão do capital intelectual e organizacional (Pizarro e Davok, 2008).

Para enfrentar esses desafios, o bibliotecário precisa desenvolver novas competências que o tornem capaz de atuar tanto no ambiente físico quanto no digital. A atualização constante em direitos autorais, redes sociais, acervos eletrônicos e outras áreas emergentes é fundamental para que ele possa auxiliar de forma eficaz na Gestão da Informação e do Conhecimento.

Essa transformação do papel do bibliotecário nos leva à próxima discussão sobre a aplicação prática da Gestão do Conhecimento em bibliotecas públicas. Aqui, serão abordadas as estratégias e ferramentas que podem ser adotadas para integrar o conhecimento tácito e explícito, garantindo que o bibliotecário atue como um facilitador central nesse processo.

6.2 Aplicação da Gestão do Conhecimento em bibliotecas públicas

A gestão de unidades e serviços de informação, conforme discutido por Valentim (2008), enfrenta grandes desafios no século XXI, uma vez que as mudanças sociais, culturais, científicas e tecnológicas têm afetado diretamente as estratégias de ação. A mediação da informação, os objetivos dos serviços e produtos oferecidos ao público passaram a exigir uma abordagem mais dinâmica e adaptável. Um ponto importante destacado pela autora é o impacto das TICs e o movimento de acesso livre à informação, como o *Open Access* e o *Copyleft*, que demandam dos gestores uma nova forma de atuar para acompanhar a transformação acelerada desses cenários.

Mathesson (1995) observa que as bibliotecas, assim como outras organizações, estão em transição devido à competitividade crescente do mercado. O conhecimento, que gera aprendizado e inovação, se torna uma ferramenta fundamental para que as bibliotecas não apenas acompanhem essas mudanças, mas também criem vantagens competitivas. Assim, muitas delas têm repensado seus serviços e produtos, buscando atender melhor suas comunidades por meio de sugestões e interações com colaboradores e usuários.

O papel do bibliotecário, portanto, vai além das funções técnicas. Como citado anteriormente, ele deve adquirir competências em gestão e no entendimento dos fatores humanos e sistêmicos. Pizzarro e Davok (2008) reforçam que o bibliotecário precisa transformar dados em informações valiosas, que gerem conhecimento para que sua instituição mantenha uma vantagem competitiva.

Rooi e Snyman (2006), identificam cinco papéis fundamentais para bibliotecários no contexto da Gestão do Conhecimento: promover um ambiente favorável à troca de conhecimentos; gerenciar a memória organizacional; facilitar a transferência de conhecimentos e habilidades em processos de negócios centrais; desenvolver competências em informação corporativa; e, por fim, aplicar a Gestão do Conhecimento em ambientes digitais ou eletrônicos. Nesse sentido, os bibliotecários têm sido observados como atores chave na implementação da Gestão do Conhecimento em serviços de informação.

Essas transformações exigem que o gestor de unidades de informação desenvolva uma "visão de futuro", como sugere Valentim (2008). No entanto, essa visão não pode ser desenvolvida de forma isolada. É necessário trabalhar de maneira colaborativa, em rede, compartilhando experiências diversas que ampliem a compreensão do contexto global e seu impacto local.

De acordo com Neves e Longo (2000), os profissionais que gerenciam a informação

devem se tornar verdadeiros gestores do conhecimento, adquirindo competências para lidar com grandes quantidades de dados e transformá-los em informações úteis. Além disso, precisam auxiliar os usuários a encontrar especialistas que possam contribuir com suas pesquisas, o que torna as unidades de informação espaços privilegiados para a disseminação de conhecimento.

Ramos (1996) destaca que a gestão eficiente em unidades de informação envolve liderança, motivação e planejamento estratégico, aproveitando o capital intelectual da instituição para gerar vantagens competitivas. Assim, os bibliotecários precisam transformar ativos intangíveis em novos conhecimentos.

Diante desse cenário, é inegável que o gestor de unidades de informação precisa lidar com uma série de competências, desde a capacidade de adaptar-se às mudanças até a criação e compartilhamento de novos conhecimentos (Castro, 2005). Nonaka e Takeuchi (1997) complementam ao dizer que a criação do conhecimento é influenciada pela interação entre o conhecimento tácito e explícito, gerando uma espiral de conversão de conhecimento que envolve socialização, externalização, combinação e internalização.

Além disso, Shanhong (2002) aponta que a Gestão do Conhecimento fortalece as redes de conhecimento, promovendo a troca de informações tanto dentro quanto entre bibliotecas e seus usuários.

A co-criação de valor entre bibliotecas e seus usuários é um conceito cada vez mais presente. Van Deventer e Snyman (2004) observam que, tradicionalmente, bibliotecas e clientes não se viam como co-responsáveis pelos serviços oferecidos, mas defendem que esse modelo deve ser revisado para colocar os usuários em pé de igualdade com os bibliotecários. Davis e Somerville (2006) corroboram essa visão, argumentando que os profissionais de informação precisam criar contextos que favoreçam a co-criação de valor, integrando esses processos ao planejamento estratégico das bibliotecas.

Nesse contexto, a Gestão do Conhecimento desempenha um papel essencial, facilitando a criação de valor em serviços bibliotecários, especialmente quando os usuários estão envolvidos no processo. Isso, por sua vez, contribui para a inovação nos serviços e para a sustentabilidade das bibliotecas.

Esses processos de conversão do conhecimento são fundamentais para que as bibliotecas se tornem ambientes de aprendizagem e inovação. A partir dessa base, podemos avançar para a próxima seção, que abordará a parceria entre bibliotecários e *bookstans*, destacando como a Gestão do Conhecimento pode ser uma ponte essencial para a inclusão de jovens leitores.

7 RESULTADOS

A seção de análise dos resultados tem início com a apresentação do recorte empírico da pesquisa, que buscou compreender a atuação de influenciadores literários na rede social TikTok. Para tanto, foram selecionados três criadores de conteúdo voltados à literatura, sendo dois do gênero masculino e um do gênero feminino, cuja escolha se pautou em critérios específicos: (a) já integrarem a rede de acompanhamentos da pesquisadora, (b) possuírem uma base de seguidores superior a 500 mil usuários e (c) terem idade igual ou superior a 18 anos. Esse delineamento permitiu estabelecer parâmetros claros para a investigação, garantindo a relevância e a consistência dos dados analisados.

No recorte empírico delimitado entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2024, realizou-se uma análise do conteúdo dos perfis dos criadores Tiago Valente (@otiagovalente), Thiago Neiva (@theagoneiva) e Liv (@livresenhas) na plataforma TikTok. O objetivo central dessa análise foi compreender o escopo, as características e as estratégias de produção de conteúdo adotadas por esses influenciadores ao longo do período em questão.

Para isso, foram elaborados gráficos que sistematizam os principais elementos observados nos vídeos publicados, entre eles: o total de vídeos lançados por mês, a quantidade de postagens publicitárias segmentadas entre marcas e livros, os tipos de vídeos produzidos e suas respectivas frequências, o número de curtidas da publicação mais popular de cada mês e o volume de títulos nacionais e internacionais recomendados. Ao total foram analisados 589 vídeos.

A seleção dessas categorias analíticas baseou-se na intenção de contemplar diferentes dimensões do conteúdo veiculado, permitindo uma abordagem tanto quantitativa quanto qualitativa. A categoria "descrição do vídeo" foi incorporada para captar a essência dos temas tratados e sintetizar os principais focos narrativos de cada publicação. Já os dados quantitativos relativos à frequência de postagens, à distribuição de publicidades e ao número de curtidas possibilitam avaliar o engajamento e o alcance das publicações, bem como identificar padrões de recepção por parte da audiência.

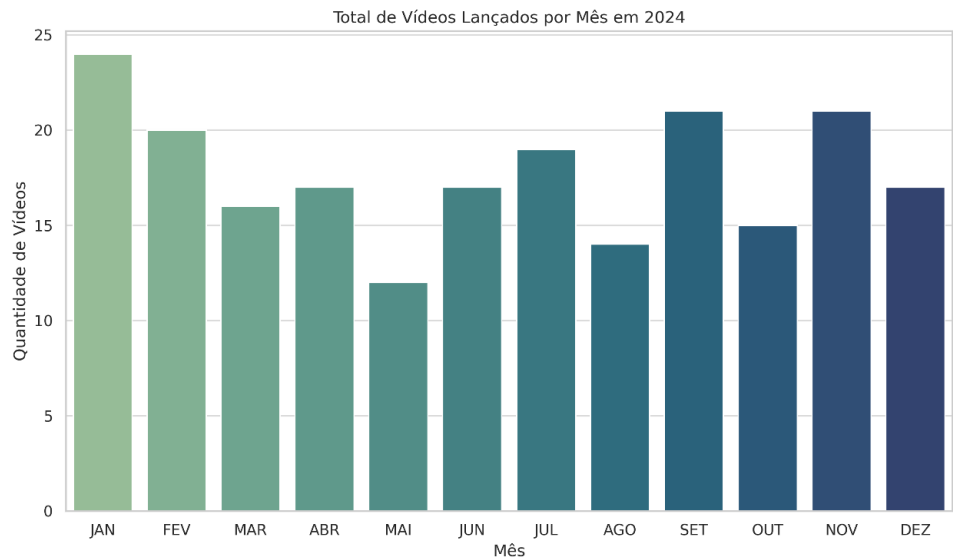
Além disso, a distinção entre obras nacionais e internacionais recomendadas oferece subsídios para refletir sobre o perfil das indicações literárias realizadas e sobre o tipo de literatura priorizado pelos influenciadores em suas recomendações. A combinação dessas variáveis possibilita uma análise aprofundada do comportamento comunicacional dos perfis analisados, revelando não apenas suas estratégias de criação e curadoria de conteúdo, mas também aspectos significativos de sua interação com o público na plataforma TikTok.

7.1 Análise do conteúdo do perfil de Tiago Valente (@otiagovalente) no TikTok em 2024

A atuação de Tiago Valente (@otiagovalente) no TikTok durante o ano de 2024 exemplifica como influenciadores literários têm se consolidado como agentes importantes na mediação da leitura em ambientes digitais. Sua produção ao longo do período revela uma combinação entre constância de publicações, diversidade de formatos e um olhar estratégico voltado para a construção de engajamento com o público jovem leitor.

Entre janeiro e dezembro de 2024, o criador publicou 213 vídeos, mantendo uma média mensal que demonstra regularidade e comprometimento com a plataforma. A frequência das postagens é um elemento central no TikTok, visto que o algoritmo da rede tende a favorecer criadores que publicam de forma recorrente. Os dados no gráfico x apontam que os meses com maior número de publicações foram janeiro (24 vídeos), setembro (21) e novembro (21). Por outro lado, o mês de menor atividade foi maio, com apenas 12 vídeos.

Gráfico 1 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @otiagovalente



Fonte: Tik Tok @otiagovalente (2024)

A redução significativa em maio pode ser atribuída a um fator específico: a viagem internacional do influenciador à cidade de Orlando, durante o mês de março. Tal deslocamento pode ter comprometido a regularidade do planejamento do conteúdo e, consequentemente, reduzir a quantidade de postagens nos meses subsequentes.

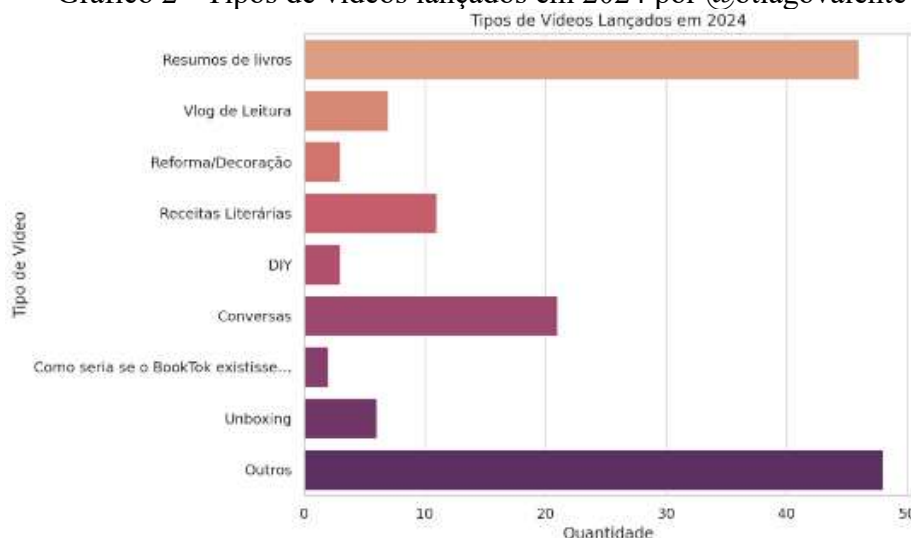
No que diz respeito à tipologia dos vídeos, nota-se uma ampla diversidade de formatos, o que demonstra a capacidade do influenciador em adaptar seu conteúdo às dinâmicas do TikTok, bem como à multiplicidade de interesses de sua audiência. Dentre os formatos identificados, os “Resumos de livros” foram os mais frequentes (46 vídeos), confirmando o

papel central que a recomendação e a resenha informal ocupam dentro da cultura do BookTok. Esses vídeos funcionam como minirresenhas, geralmente diretas e afetivas, nas quais o criador compartilha impressões pessoais sobre as leituras realizadas, facilitando o acesso e o interesse de novos leitores por determinadas obras.

Outros formatos relevantes foram os 21 vídeos de “Conversas”, nos quais Tiago dialoga com o público sobre temas variados, muitas vezes relacionados a experiências pessoais, bastidores de sua rotina de leitura ou comentários sobre acontecimentos literários. A presença de 11 vídeos de “Receitas literárias”, que combinam a leitura com a culinária, aponta para um esforço de tornar o conteúdo mais lúdico e multisensorial, estratégia eficaz para ampliar o envolvimento emocional da audiência. Formatos como “Vlog de leitura” contendo 7 vídeos, “*Unboxing*” com 6, “*DIY*” com 3, “Reforma/Decoração” também com 3 e “Como seria se o BookTok existisse...” com 2 demonstram a experimentação estética do influenciador e sua abertura a formatos criativos e narrativas híbridas.

O gráfico a seguir resume as principais tipologias de vídeos postados

Gráfico 2 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @otiagovalente

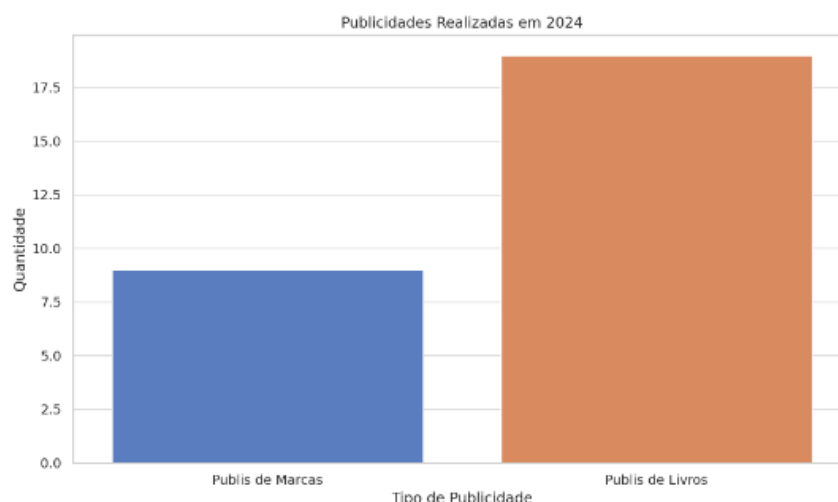


Fonte: Tik Tok @otiagovalente (2024)

A produção de conteúdo de Tiago Valente também revela um equilíbrio entre publicações espontâneas e conteúdos patrocinados. Ao longo de 2024, foram identificadas 19 publicidades de livros e 9 publicidades de marcas. A predominância de parcerias com o setor editorial sinaliza uma atuação consolidada junto ao mercado do livro, confirmando sua influência na mediação entre editoras e leitores. Ao mesmo tempo, o número reduzido de publicidades com marcas não literárias indica uma postura de curadoria que visa manter a

coerência temática do perfil e preservar a confiança de seu público. Essa escolha pode ser compreendida como parte de uma estratégia de autenticidade, um dos pilares que sustentam a autoridade simbólica de influenciadores literários no ambiente digital.

Gráfico 3 - Publicidades realizadas em 2024 por @otiagovalente



Fonte: Tik Tok @otiagovalente (2024)

Entre as marcas que estabeleceram ações publicitárias com o criador estão plataformas digitais e instituições educacionais, como o Skoob, a Wyden, o Descomplica e o Instituto Vera Cruz, que reconhecem em sua figura um elo com o público estudantil e universitário. Editoras como DarkSide Books, Flyve e Plataforma 21 também marcaram presença, explorando sua influência junto a leitores jovens e interessados na literatura pop contemporânea.

Marcas de grande porte e de alcance nacional e internacional, como a Amazon, a Netflix e o Itaú, também estabeleceram parcerias com Tiago Valente, assim como eventos culturais e literários de prestígio, como a Flip (Festa Literária Internacional de Paraty). Produtos de papelaria e materiais gráficos, como os da marca Papel Pólen, completam o portfólio de marcas que recorreram à sua visibilidade.

Essa diversidade de parcerias evidencia a dinamicidade das campanhas publicitárias no ambiente digital e a transversalidade temática que os influenciadores literários podem alcançar. As marcas, ao associarem seus produtos à imagem do influenciador, não apenas ampliam seu alcance, mas também emprestam a ele sua própria credibilidade. Isso ocorre porque o vínculo de confiança estabelecido entre Tiago Valente e seus seguidores, pautado em anos de produção constante e coerente, torna-se um ativo simbólico valioso. Assim, ao divulgar determinado produto, o influenciador não apenas o apresenta, mas legitima sua qualidade e relevância aos olhos de seu público. Trata-se de uma estratégia comunicacional que transfere parte da

credibilidade acumulada por ele às marcas que o contratam (Carpinteró, 2019).

No que diz respeito às recomendações literárias, Tiago indicou 58 livros durante o ano, sendo 43 obras internacionais e apenas 15 nacionais.

Gráfico 4 - Origem dos livros recomendados em 2024 por @otiagovalente



Fonte: Tik Tok @otiagovalente (2024)

O desequilíbrio quantitativo entre os dois conjuntos aponta para uma tendência de valorização de títulos estrangeiros, o que está em sintonia com as dinâmicas do BookTok global, mas suscita críticas no contexto brasileiro. Tal preferência pode ser compreendida como reflexo da hegemonia cultural de obras produzidas nos Estados Unidos e na Europa, amplamente promovidas por grandes editoras com estratégias de marketing globalizadas.

Essa prática, no entanto, contribui para a invisibilização de autores brasileiros contemporâneos, que enfrentam dificuldades estruturais para alcançar projeção no mercado editorial. Conforme apontado em documentos anteriormente analisados, o campo literário nacional ainda carece de políticas efetivas de valorização da produção local (Paiva, 2008, p. 74), e o papel dos mediadores digitais torna-se central nesse cenário. Ao priorizar títulos estrangeiros, mesmo que por afinidade estética ou apelo de audiência, criadores de conteúdo reforçam lógicas de dependência cultural e econômica, enfraquecendo o alcance de vozes locais.

Além disso, essa assimetria reflete uma lógica de mercado em que obras internacionais, muitas vezes já adaptadas para o audiovisual, recebem mais investimentos e visibilidade, enquanto livros nacionais, mesmo de qualidade literária reconhecida, permanecem restritos a nichos. A crítica que se impõe, portanto, é a necessidade de um equilíbrio mais consciente nas escolhas de divulgação, especialmente por parte de influenciadores que desempenham papel de

curadoria afetiva para milhões de leitores. A mediação no ambiente digital deve assumir também um papel formativo e ético, voltado à bibliodiversidade e à inclusão de narrativas plurais, conforme apontado anteriormente por Ceccantini (2009).

Ao final da análise, torna-se possível identificar outros elementos relevantes que caracterizam a presença digital de Tiago Valente no TikTok. Um dos aspectos mais marcantes é a simplicidade visual de seus vídeos, geralmente gravados em seu quarto, com a câmera em pé, utilizando iluminação intimista em tons amarelados. Esse tipo de ambientação contribui para a construção de uma imagem de proximidade e autenticidade, o que favorece a identificação do público com o criador. O cenário mais recorrente é composto pela estante de livros ao fundo, que, embora não apareça por completo devido ao enquadramento vertical característico da plataforma, reforça sua identidade visual como influenciador literário (Carpinteró, 2019). As *thumbnails* utilizadas também cumprem papel importante na antecipação do conteúdo e no engajamento com o público.

Não existe, contudo, uma fórmula estática para o sucesso de um vídeo na plataforma. Conteúdos que viralizaram uma vez, como o formato "E se o TikTok existisse nos anos...", não necessariamente repetem o mesmo desempenho em postagens posteriores. Isso indica que a viralização depende de múltiplos fatores, incluindo o uso de músicas e *trends* populares, mas que nem mesmo essas garantem a ampla circulação de um conteúdo. A lógica do TikTok valoriza o ineditismo, a adaptabilidade e a criatividade espontânea, exigindo dos criadores uma constante experimentação de formatos e linguagens.

Outro ponto que se destaca é o incentivo direto de Tiago para que seus seguidores participem por meio de comentários. Essa postura dialoga com o desejo de sua audiência por autenticidade e horizontalidade na comunicação. O influenciador também mantém uma conduta ética ao sinalizar claramente quando um vídeo é patrocinado, o que colabora para preservar a confiança de seus seguidores. Esse cuidado é essencial num cenário em que o público valoriza profundamente a transparência, e qualquer tentativa de ocultar uma publicidade pode ser interpretada como quebra de confiança, sentimento muitas vezes descrito pelos próprios usuários como "traição". Assim, Tiago Valente reforça sua imagem de influenciador acessível, que se apresenta como "gente como a gente", característica valorizada especialmente no contexto de influência digital literária.

Em termos de conteúdo, há uma grande diversidade temática. Vídeos voltados à cantora Taylor Swift aparecem com frequência, assim como desabafos pessoais, listas literárias, indicações de leitura aconchegante e resenhas humorísticas com *storytelling* criativo. É comum que ele relacione obras a sentimentos ou situações cotidianas, criando uma ponte afetiva entre

o livro e o público. Suas listas são dinâmicas e utilizam músicas virais para compor o clima da apresentação, o que torna o conteúdo mais atrativo visualmente. As resenhas mantêm a estrutura tradicional, mas são adaptadas ao formato curto do TikTok, sendo complementadas por comentários pessoais, encenações e até cupons de desconto para compra dos livros.

Outros conteúdos relevantes observados durante a análise incluem publicações sobre recebidos para seu bichinho de estimação, parcerias com bibliotecas do SESC, vídeos de divulgação dos clubes de leitura de livros aconchegantes produzido pelo influenciador e pela influenciadora @mirareadingmaps, além de campanhas institucionais como a da Livraria do TikTok. Em uma dessas ações, Tiago fez uma brincadeira irônica com o clichê de que "brasileiros não gostam de ler", contrastando essa afirmação com as filas formadas para receber livros gratuitos durante o evento, vídeo que alcançou grande repercussão.

Há ainda conteúdos que evidenciam seu compromisso com o setor literário, como o vídeo em que enaltece o trabalho dos livreiros e a importância das livrarias físicas. Esse tipo de publicação contribui para reforçar sua imagem como defensor da leitura e da cadeia produtiva do livro no Brasil (Valente, 2024a).

Finalmente, é importante destacar que Tiago Valente é também autor publicado, e a repercussão de seu próprio livro no mercado editorial foi diretamente influenciada por sua atuação como influenciador. A primeira tiragem esgotada na Amazon e a presença entre os três livros mais vendidos da Revista Veja (Valente, 2024b) indicam a força de sua base de seguidores e a capacidade de mobilização que ele possui. Isso corrobora a ideia de que a performance nas redes sociais é capaz de impactar diretamente os circuitos comerciais da literatura, criando novas formas de legitimação que extrapolam os meios tradicionais.

Assim, a análise do perfil de Tiago Valente não apenas evidencia suas estratégias como criador de conteúdo literário, mas também aponta para a complexidade das práticas de mediação digital na contemporaneidade. Entre *storytelling*, engajamento afetivo, adaptação estética e responsabilidade ética, o influenciador se posiciona como um dos principais nomes do BookTok brasileiro, mobilizando narrativas, estéticas e audiências em prol da leitura.

Quadro 5 - Produção e atuação de @thiagovalente

Categoria	Descrição / Dados	Observações Analíticas
Total de vídeos lançados no ano	213 vídeos	Média mensal constante, evidenciando regularidade e comprometimento com a plataforma.
Distribuição mensal de vídeos	Janeiro – 24 (maior produção) Fevereiro – 18 Março – 19 Abril – 17 Maio – 12 (menor produção) Junho – 16 Julho – 18 Agosto – 19 Setembro – 21 Outubro – 18 Novembro – 21 Dezembro – 20	Picos de produção em janeiro, setembro e novembro; queda em maio.
Total de postagens publicitárias	28 publicações patrocinadas	Representam cerca de 13% do total anual de vídeos.
Segmentação das publicidades	Livros/Editoras: 18 publicações Marcas e Instituições: 8 publicações	Predominância de parcerias editoriais; reforça a coerência temática e a credibilidade literária do influenciador.
Principais marcas parceiras	Amazon, Netflix, Itaú, Skoob, Wyden, Descomplica, Instituto Vera Cruz, Papel Pólen	Ampla diversidade de setores (educação, cultura, entretenimento), o que demonstra transversalidade temática.
Principais editoras parceiras	DarkSide Books, Flyve, Plataforma 21	Evidenciam vínculo com o mercado editorial jovem e pop contemporâneo.
Tipos de vídeos produzidos	- Resumos/Resenhas de livros → 46 vídeos - Conversas/Desabafos → 21 vídeos - Receitas literárias → 11 vídeos - Vlogs de leitura → 7 vídeos - Unboxing → 6 vídeos - DIY → 3 vídeos - Reforma/Decoração → 3 vídeos - “E se o BookTok existisse...” → 2 vídeos	Predomínio de formatos voltados à mediação de leitura e resenha afetiva. O criador diversifica a estética e aproxima o público por meio de narrativas criativas.
Total de livros recomendados	58 obras literárias	Número significativo de indicações, consolidando o papel de curador literário do influenciador.
Segmentação das recomendações	Internacionais: 43 títulos (74%) Nacionais: 15 títulos (26%)	Tendência globalizada, alinhada ao <i>BookTok</i> internacional, mas que

Categoria	Descrição / Dados	Observações Analíticas
		evidencia um desequilíbrio e menor visibilidade de autores brasileiros.
Temáticas recorrentes dos vídeos	Leituras aconchegantes, listas literárias, bastidores pessoais, Taylor Swift, humor e <i>storytelling</i> criativo	Estratégia de conexão emocional com o público e de construção de identidade afetiva.
Características estéticas dos vídeos	Câmera vertical, iluminação amarelada, estante ao fundo, gravação no quarto	Ambiência intimista que reforça autenticidade e identificação com o público.
Conduta ética e engajamento	Transparência nas publicidades, incentivo à participação nos comentários	Mantém vínculo de confiança com os seguidores, fortalecendo sua autoridade simbólica.

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

7.2 Análise do conteúdo do perfil de Thiago Neiva (@theagoneiva) no TikTok em 2024

Através da análise dos 141 vídeos publicados por Thiago Neiva (@theagoneiva) na plataforma TikTok durante o ano de 2024, foi possível identificar a distribuição mensal das postagens. Janeiro, fevereiro e março iniciam o ano com uma média estável de 14 a 15 vídeos mensais, demonstrando um comprometimento com a manutenção de sua presença digital. Influenciadores digitais precisam manter uma presença constante nas redes sociais para não caírem no esquecimento diante de um público que consome conteúdo de forma acelerada e contínua. A lógica das plataformas digitais exige atualizações frequentes, pois a ausência prolongada pode resultar na perda de relevância algorítmica e no afastamento dos seguidores. E no caso dos primeiros meses do ano é importante verificar e coletar dados iniciais de sua audiência. Como destaca Cardoso (2023), “a internet equivale a uma vitrine aberta 24 horas por dia, disponível para visita de todo o mundo”, o que reforça a pressão por visibilidade permanente e a necessidade de permanecer sempre online para sustentar o engajamento e a lembrança do público.

No entanto, entre abril e agosto, observa-se uma leve queda, com médias mensais variando entre 8 e 11 vídeos, atingindo o menor volume em julho (8 vídeos). Essa diminuição pode refletir fatores externos, como períodos de recesso, demandas pessoais ou mudanças estratégicas de conteúdo. Além disso, com base na quantidade de curtidas presente em boa parte dos vídeos de Thiago, que se mantiveram constantes ao longo dos primeiros meses do ano, pode-se inferir que o influenciador identificou não haver necessidade de uma presença tão intensiva na plataforma. Isso sugere uma compreensão estratégica do funcionamento da audiência, na qual o engajamento orgânico e a fidelização do público permitem uma atuação

menos frequente, sem que isso comprometa sua relevância ou visibilidade.

Gráfico 5 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @theagoneiva



Fonte: Tik Tok @theagoneiva (2024)

Entre os tipos de vídeos analisados, destaca-se o número expressivo de conteúdos classificados como “*trending*”, com 37 publicações que seguem modelos virais da plataforma, como dublagens, músicas populares, coreografias e desafios visuais. Essa adesão às tendências reforça a busca do influenciador por inserção no fluxo de conteúdos de alta circulação, permitindo-lhe alcançar um público mais amplo, inclusive além do nicho literário. Esses vídeos, embora nem sempre estejam relacionados diretamente à leitura, ajudam a sustentar sua relevância algorítmica e a manter a constância de engajamento com sua base de seguidores.

Complementando os vídeos de tendência, o conteúdo de recomendações literárias ocupa um lugar de destaque, com 36 postagens dedicadas à indicação de livros. Essas recomendações incluem tanto críticas positivas quanto avaliações negativas, o que confere autenticidade ao discurso do influenciador e reafirma sua autonomia frente ao mercado editorial. As recomendações são frequentemente acompanhadas de comentários sobre aspectos da narrativa, construção de personagens, impacto emocional da leitura e conexões com vivências pessoais, o que contribui para o vínculo afetivo entre o criador e seus seguidores.

Os vídeos de humor curto, que somam 33 publicações, também desempenham papel fundamental na consolidação de sua estética e linguagem. Utilizando-se de cortes rápidos, expressões faciais exageradas e piadas baseadas no cotidiano de leitores, Thiago Neiva constrói uma relação de cumplicidade com seu público, recorrendo a um tipo de comicidade que circula amplamente entre jovens adultos e adolescentes nas redes sociais. Essa leveza e espontaneidade são marcas do estilo do influenciador, funcionando como uma estratégia de aproximação e

empatia.

Essa teatralização do conteúdo literário, alinhada ao uso de trilhas sonoras e efeitos visuais típicos da linguagem *tiktoker*, contribui para aproximar a leitura de um público jovem, acostumado a consumir conteúdos rápidos, sensoriais e altamente personalizados. Nesse sentido, Thiago torna o livro uma experiência visual e emocional, criando um ambiente acolhedor que transforma a leitura em uma prática desejável e acessível (Stewart, 2021 *apud* Cazarré, 2023).

Outro recurso recorrente em seu perfil é a criação de listas temáticas. Essas listas atuam como estratégias de curadoria personalizada que facilitam a identificação do leitor com o conteúdo, permitindo que suas experiências subjetivas encontrem eco nas obras indicadas. Esse tipo de abordagem evidencia uma mediação empática, onde o leitor é visto em sua integralidade com emoções, dúvidas e desejos e não apenas como alguém a ser alfabetizado ou convertido à leitura (Ceccantini, 2009).

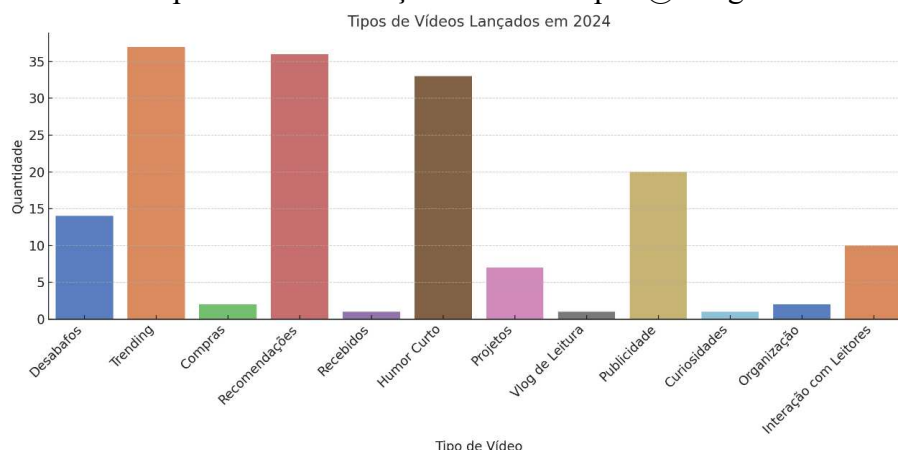
Os vídeos classificados como desabafos (14 registros) também merecem atenção, pois revelam o lado subjetivo e emocional do influenciador. Mais do que simples manifestações pessoais, esses vídeos configuram-se como momentos de conversa entre Thiago e seus seguidores, em que ele compartilha opiniões, valores e preocupações sociais. O influenciador frequentemente se posiciona de forma clara sobre temas como o abandono de livros que não o agradaram, a inacessibilidade de livros com preços acima de 100 reais, e a importância do acesso à cultura. Em uma de suas manifestações, abordou de forma crítica o projeto de Lei Cortez, que propõe a fixação de preços tabelados para livros, impedindo descontos superiores a 10% em lançamentos durante o primeiro ano. Thiago levanta discussões sobre os impactos dessa proposta na democratização da leitura, promovendo o debate entre seus seguidores. Além disso, ele aborda temas de cunho social mais amplo, como o banimento de livros nos Estados Unidos sob projetos conservadores associados a Donald Trump, o impacto da jornada de trabalho 6x1 e a importância da educação como instrumento de transformação social, contrapondo a falácia de que o sucesso independe de escolaridade. Esse tipo de conteúdo fortalece sua imagem como influenciador engajado, que utiliza sua visibilidade para fomentar reflexões críticas entre os seguidores. Além de posicioná-lo como um influenciador que compreende a leitura como direito e como prática cidadã, expandindo os horizontes da mediação para além da fruição estética e tocando em aspectos estruturais da cadeia do livro (Petit, 2013).

Além disso, a categoria de projetos contabilizou 7 vídeos, nos quais Thiago compartilha sobre dinâmicas permanentes que são realizadas com seus seguidores. Há também registros de

interação com leitores (10 vídeos), nos quais ele responde perguntas, comenta sugestões e dialoga diretamente com seus seguidores, criando um ambiente de troca e valorização da comunidade leitora. Embora em menor quantidade, também foram observados vídeos de organização da estante (2 vídeos), curiosidades sobre o próprio influenciador (1 vídeo), vlog de leitura (1 vídeo), e conteúdos de recebidos (1 vídeo), os quais diversificam o repertório do canal, sem perder o foco na temática do livro e do cotidiano leitor.

Chama atenção ainda a presença de 20 vídeos com conteúdos publicitários, tanto com editoras quanto com marcas de outros segmentos. Essa presença publicitária, embora visível, é equilibrada dentro da proposta do canal, e sua sinalização explícita contribui para manter a relação de confiança com o público.

Gráfico 6 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @theagoneiva



Fonte: Tik Tok @theagoneiva (2024)

A presença de conteúdos patrocinados no perfil de Thiago Neiva (@theagoneiva) no TikTok ao longo de 2024 reflete uma estratégia comunicacional que equilibra a produção espontânea com colaborações comerciais cuidadosamente selecionadas. Ao todo, foram identificadas 23 publicações publicitárias durante o ano, das quais 6 são associadas a marcas não editoriais e 17 vinculadas ao setor literário, especialmente à promoção de livros internacionais.

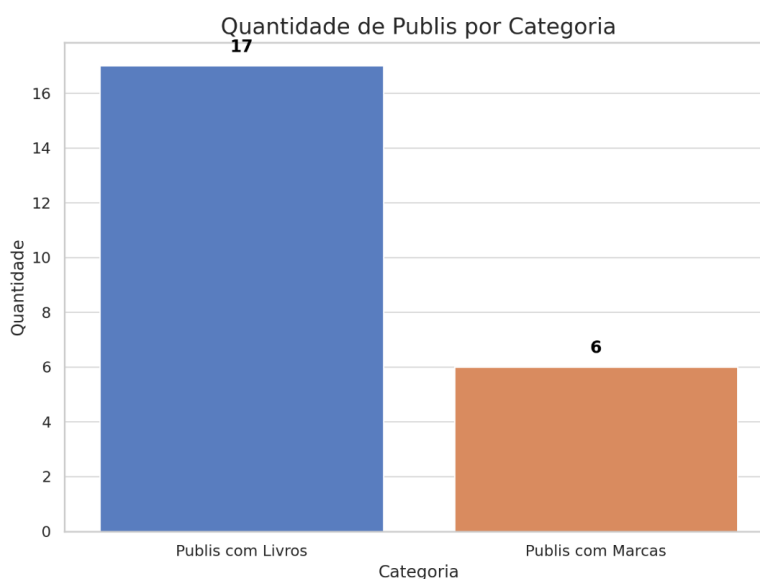
Entre as marcas parceiras, destacam-se nomes de peso como Amazon e Audible, plataformas já consolidadas no universo da cultura digital e do consumo de conteúdo sob demanda. Também se somam à lista a Livraria da Vila, o Hotel Ininside São Paulo e a Faculdade São Judas Tadeu, instituições que buscaram no influenciador um canal direto para se comunicar com um público jovem, leitor e conectado. Nota-se que algumas se repetem nos dois perfis analisados, mostrando que as marcas estão prestando atenção na comunidade *booktok*. A

escolha dessas marcas indica não apenas uma valorização dos *booktokers* como figuras de influência, capazes de atingir nichos culturais mais amplos, para além da literatura.

O aspecto mais notável dessas parcerias, contudo, não se limita à visibilidade das marcas, mas sim à forma como elas se inserem na narrativa pessoal e na estética do perfil. Thiago Neiva, assim como Tiago Valente, adota uma abordagem que preza pela autenticidade e pela clareza nas relações com seu público ao sinalizar as postagens de cunho com *tags* como “publi”, o que contribui para manter uma relação de confiança com os seguidores. No caso de Thiago Neiva, essa confiança é construída com base em anos de presença digital constante, *feedbacks* consistentes sobre obras literárias e uma postura crítica frente a práticas mercadológicas que limitam o acesso ao livro, como a elitização dos preços ou a escassez de incentivos à leitura nacional.

No que se refere aos livros promovidos, chama atenção o fato de todos os 17 títulos destacados nas publis serem obras internacionais. Reforçando o que já foi apontado na análise anterior sobre a predominância de livros estrangeiros no repertório de divulgação dos influenciadores literários. Mais uma vez levantando questões sobre a visibilidade da literatura brasileira e a atuação das editoras nacionais na economia da influência. Em um cenário em que o TikTok se tornou uma das principais vitrines para o consumo cultural juvenil, a ausência de incentivos a obras locais pode representar uma perda de oportunidades para autores e editoras do país.

Gráfico 7 - Publicidades realizadas em 2024 por @theagoneiva



Fonte: Tik Tok @theagoneiva (2024)

Por fim, a atuação do influenciador literário se ancora fortemente na estética e dinâmica

da própria plataforma TikTok. A utilização de músicas e áudios viralizados, o domínio da linguagem visual e o ritmo acelerado das narrativas indicam uma compreensão refinada do ambiente digital e de como utilizá-lo para promover livros. A mediação, nesse caso, não está apenas no conteúdo, mas também na forma: ao adaptar a literatura aos códigos da plataforma, Thiago facilita a entrada do livro na cultura digital jovem.

A partir da análise minuciosa do perfil de Thiago Neiva no TikTok ao longo do ano de 2024, é possível constatar a complexidade e a riqueza das estratégias que estruturam sua atuação como influenciador literário. Para além da variedade temática e do equilíbrio entre conteúdos espontâneos e publicitários, destacam-se elementos que revelam tanto o domínio técnico da linguagem audiovisual quanto a sensibilidade em construir uma relação de proximidade com sua audiência.

Um dos traços mais evidentes do perfil de Thiago é o uso intencional da estética informal, com vídeos gravados majoritariamente pela câmera frontal do celular, posicionada em pé, num enquadramento médio que captura o influenciador da altura do peito para cima. A iluminação utilizada tende a ser branca e homogênea, conferindo clareza visual aos vídeos e favorecendo a criação de um ambiente confortável, doméstico e acolhedor (Carpinteró, 2019). O cenário mais recorrente é o quarto do influenciador, embora se observe também a presença em outros espaços da casa e em ambientes externos, como a Bienal do Livro de São Paulo e ações promocionais como a Livraria do TikTok.

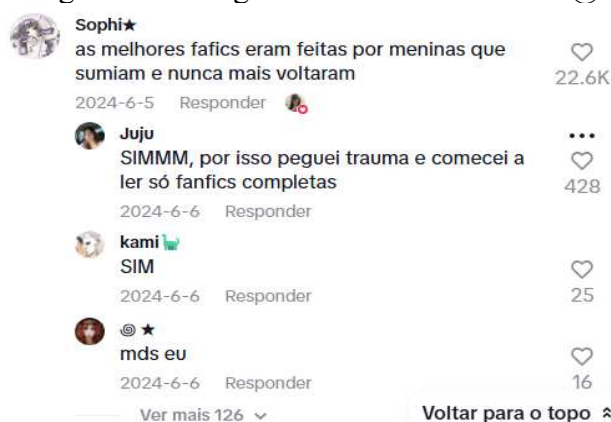
O conteúdo produzido mescla formatos informativos, humorísticos e reflexivos. Outro tipo de humor recorrente em seu perfil é o de caráter irônico, como nas postagens sobre a leitura de romances *hot*, em que o exagero e o desconforto são abordados de forma caricata e provocativa.

Além do humor, Thiago também se destaca pelo conteúdo opinativo. Em diversos vídeos, ele compartilha abertamente suas preferências pelo gênero suspense/mistério, dificuldades com determinados gêneros, como a fantasia, e registra suas experiências pessoais com leituras abandonadas ou desafiadoras. Esse tipo de honestidade colabora para a construção de uma persona digital autêntica e acessível (Karhawi, 2021), que não se coloca como autoridade superior, mas como alguém em constante processo de descoberta com a leitura, característica valorizada no *ethos* dos influenciadores literários contemporâneos.

Um dos aspectos mais interessantes observados é o espaço de diálogo promovido entre os seguidores, que frequentemente interagem entre si nos comentários, criando uma microcomunidade engajada. Em alguns casos, os seguidores enviam presentes e encomendas ao influenciador, demonstrando a construção de uma relação simbólica baseada em afeto e

reconhecimento mútuo.

Figura 3 - Diálogo entre os seguidores do influenciador @theagoneiva



Fonte: Tik Tok @theagoneiva (2024)

Apesar da identificação com o público, a recepção dos vídeos publicitários ainda enfrenta resistência por parte de alguns seguidores. Mesmo com a sinalização adequada de que se trata de uma “publi”, é comum que usuários não atentem para essa informação e expressem frustração ao se depararem com conteúdo comercial. Essa tensão entre autenticidade e mercantilização é um dos dilemas centrais do trabalho de influenciadores digitais na atualidade, especialmente em nichos como o literário, onde o conteúdo é associado a valores simbólicos elevados.

Figura 4 - Usuária demonstrando insatisfação ao descobrir ser um vídeo de publicidade



Fonte: Tik Tok @theagoneiva (2024)

Por fim, destaca-se a presença de vídeos que exploram referências à cultura pop e fandoms diversos, como nas recomendações de livros conhecidos como *crack fiction*. Essa categoria, marcada por narrativas intencionalmente absurdas, irreverentes e alheias à lógica convencional, representa uma forma de resistência criativa e humorística às normas rígidas do cânone literário. Ao trazer esse tipo de conteúdo para seu perfil, além dos hot, Thiago reafirma seu alinhamento com uma cultura jovem, digital e participativa que desafia os critérios de legitimidade cultural, reconhecendo que diferentes públicos podem se engajar com diferentes tipos de leitura, e que todas elas possuem valor em seus contextos.

Quadro 6 - Produção e atuação de @theagoneiva

Categoria	Descrição / Dados	Observações Analíticas
Total de vídeos analisados	141 vídeos	Produção consistente ao longo do ano, com variação leve entre os meses.
Distribuição mensal de vídeos	Janeiro – 14 Fevereiro – 15 Março – 14 Abril – 11 Maio – 11 Junho – 11 Julho – 8 Agosto – 10 Setembro – 12 Outubro – 14 Novembro – 12 Dezembro – 9	Picos de publicação em fevereiro, outubro e janeiro; leve queda em julho e dezembro.
Total de postagens publicitárias	23 postagens patrocinadas	Representam cerca de 16% do total de vídeos.
Segmentação das publicidades	Livros/editoras: 17 Marcas e Instituições: 6	As publicidades literárias (73%) predominam, reforçando a coerência do conteúdo e a credibilidade junto ao público leitor.
Principais marcas parceiras	Prime Video, Faculdade São Judas Tadeu, Audible, Amazon, Livraria da Vila, Hotel Ininside SP.	As publicidades literárias (73%) predominam, reforçando a coerência do conteúdo e a credibilidade junto ao público leitor.
Principais editoras parceiras	Arqueiro, Intrínseca, Rocco, HarperCollins, Aleph, etc.	Evidenciam vínculo com o mercado editorial jovem e pop contemporâneo.
Tipos de vídeos produzidos e frequências	- Trending (vídeos de tendências): 37 - Recomendação de livros: 36 - Vídeos curtos de humor: 33 - Desabafos: 14 - Interação com leitores: 10 - Projetos (divulgação de campanhas, cupons, ações literárias): 7 - Organização de acervo: 2 - Compras pessoais: 2 - Recebidos: 1 - Curiosidades: 1 - Vlog de leitura: 1	Predomínio de vídeos de entretenimento (trending e humor) combinados com conteúdo literário. O humor é usado como mediação leve e engajante.

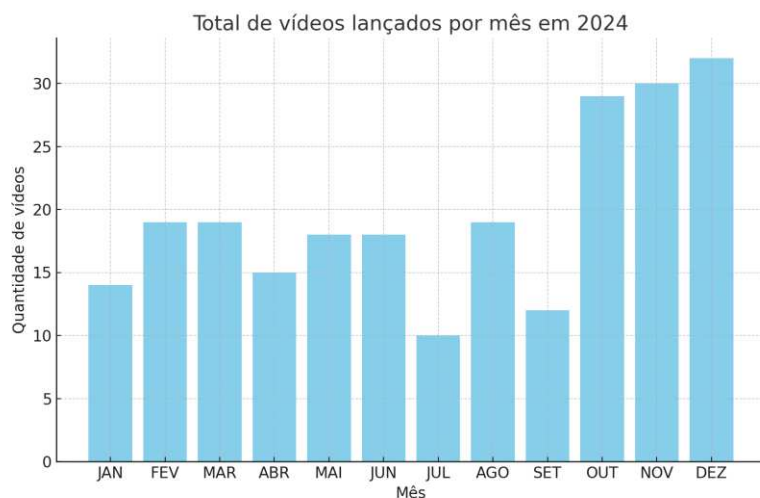
Categoria	Descrição / Dados	Observações Analíticas
Total de livros recomendados	82 títulos diferentes	Demonstra ampla diversidade de referências literárias em suas recomendações.
Segmentação das recomendações	Internacionais: 77 (94%) Nacionais: 5 (6%)	Predomínio expressivo de títulos estrangeiros; pouca representatividade de autores brasileiros.
Temáticas recorrentes	Mistério, fantasia, humor, bastidores da leitura, críticas sobre preços e acesso ao livro, debates sociais (Lei Cortez, banimento de livros, educação e desigualdade).	O conteúdo mescla entretenimento com reflexão social e crítica cultural.
Características estéticas dos vídeos	Uso de câmera frontal vertical, iluminação branca, cenário doméstico (quarto ou sala), músicas e áudios virais.	Estilo visual simples e intimista que reforça autenticidade e proximidade com o público.
Engajamento e interação	Alta taxa de comentários e respostas dos seguidores; vídeos com tom humorístico geram maior alcance.	A horizontalidade e o tom pessoal fortalecem a comunidade leitora e a identificação com o criador.

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

7.3 Análise do conteúdo do perfil de Liv (@livresenhas) no TikTok em 2024

A análise do perfil da influenciadora @livresenhas no TikTok revela um trabalho consistente e multifacetado dentro do ecossistema do *BookTok*, mesclando recomendações literárias, conteúdos de entretenimento e reflexões pessoais. Ao longo do período analisado, foram contabilizados 235 vídeos, evidenciando uma produção intensa e regular, que se intensificou nos meses de outubro, novembro e dezembro, quando a criadora alcançou picos de 29, 30 e 32 publicações, respectivamente. Essa constância revela não apenas disciplina editorial, mas também uma clara estratégia de fortalecimento de presença digital em períodos de maior movimentação da plataforma. Nos meses iniciais do ano, como janeiro e março, houve também uma boa produtividade (14 e 19 vídeos), enquanto julho, com apenas 10, foi o período menos ativo, demonstrando oscilações sazonais comuns a influenciadores que conciliam diferentes frentes de atuação.

Gráfico 8 - Total de vídeos lançados por mês em 2024 por @livresenha

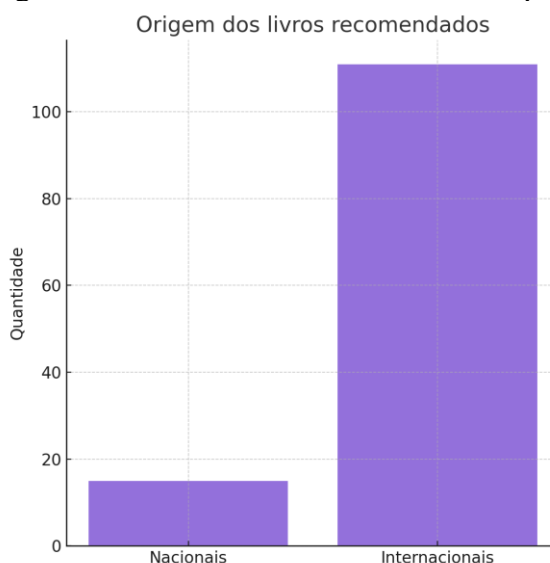


Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

O alcance da influenciadora é significativo, com mais de 700 mil seguidores, o que lhe confere grande capacidade de engajamento e visibilidade. Essa expressividade está diretamente relacionada ao tipo de conteúdo que ela oferece, que abrange desde vídeos de conversas espontâneas até recomendações de livros e produtos. Foram identificadas 19 publicações patrocinadas relacionadas a livros, quatro delas de autores brasileiros, e 13 publicidades associadas a marcas diversas, como O Boticário, Petite Jolie, Sym, Vivo, Veet, Instituto Vera Cruz, Prime Video e TAG Experiências Literárias. A diversidade de parcerias comerciais evidencia que a criadora ultrapassou o nicho literário, atraindo também empresas de outros segmentos que reconhecem nela uma comunicadora eficaz e uma figura influente junto a um público jovem e engajado.

No campo literário, @livresenhas se destaca pela amplitude das obras mencionadas, citando 126 livros diferentes, sendo 111 internacionais e 15 nacionais. Essa predominância de títulos estrangeiros, no entanto, não elimina a atenção dedicada à literatura brasileira contemporânea, que aparece de forma recorrente em suas recomendações e resenhas, especialmente em vídeos de destaque. A influenciadora apresenta um perfil híbrido: ao mesmo tempo em que dialoga com o mercado global de best-sellers e obras populares do BookTok internacional, também valoriza autores e editoras nacionais, o que reforça sua credibilidade no cenário brasileiro.

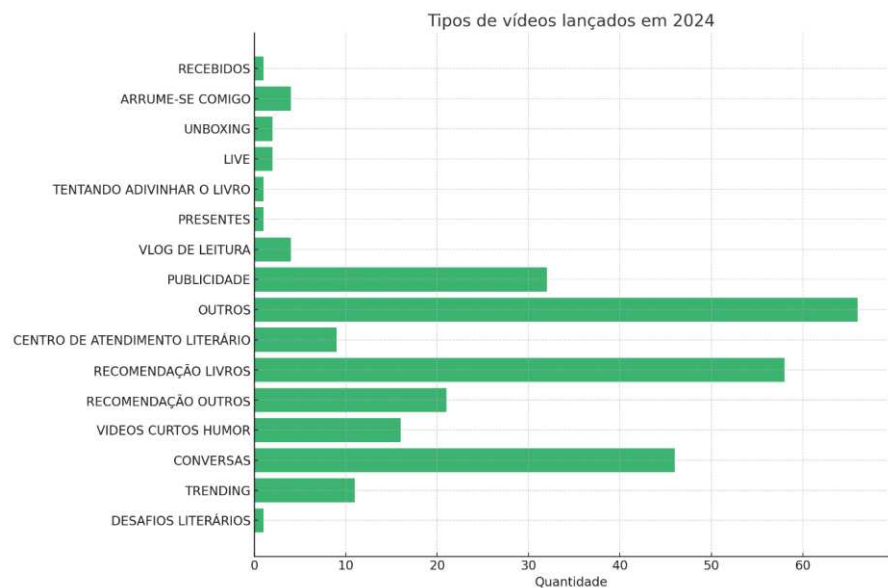
Gráfico 9 - Origem dos livros recomendados em 2024 por @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

A variedade de formatos utilizados pela criadora é um aspecto central de sua atuação. Ela explora múltiplas categorias de vídeo, como recomendações de livros (58 vídeos), conversas (46 vídeos), recomendações de outros produtos culturais (21 vídeos), vídeos de humor (16 vídeos), além de iniciativas criativas como o Centro de Atendimento Literário (9 vídeos), vlogs de leitura, *unboxings* e até mesmo desafios e quizzes literários. Essa multiplicidade revela não apenas versatilidade, mas também a busca por diferentes formas de engajamento. Os vídeos de conversas, por exemplo, aproximam a influenciadora de seus seguidores, transformando o espaço virtual em um lugar de debate, acolhimento e troca de experiências. Nessas ocasiões, ela aborda temas que vão além da literatura, como o amor, a monetização do sofrimento em narrativas, ou mesmo reflexões sobre hábitos de leitura, sempre incentivando a participação dos seguidores por meio de comentários e interações.

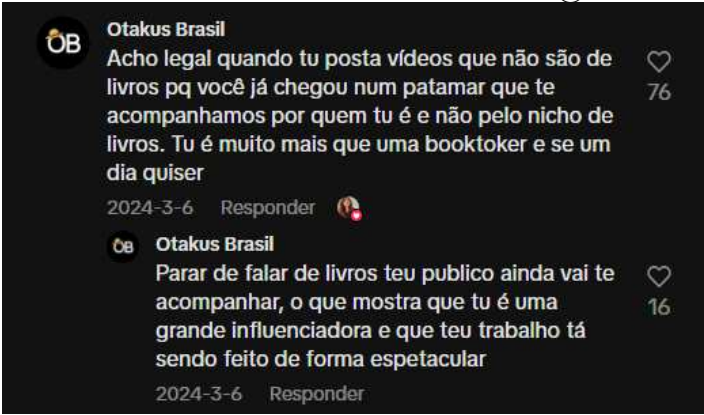
Gráfico 10 - Tipos de vídeos lançados em 2024 por @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

Outro ponto relevante é o equilíbrio que @livresenhas constrói entre sua atuação como *BookToker* e sua identidade como criadora de conteúdo pessoal. Ao mesmo tempo em que se dedica intensamente à literatura, ela também produz vídeos sobre cabelo, maquiagem, viagens e situações cotidianas, revelando diferentes facetas de sua vida. Essa mistura de conteúdos não prejudica sua credibilidade no campo literário; pelo contrário, aproxima os seguidores, que passam a enxergar a influenciadora como uma figura autêntica e multifacetada. A comunidade, inclusive, apoia e incentiva a publicação desses vídeos extra-literários, reforçando a dimensão afetiva do vínculo estabelecido.

Figura 5 - Comentário de incentivo a influenciadora @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

No que diz respeito à estética de seus vídeos, a criadora opta por um estilo simples, mas

eficaz: câmera em pé, geralmente do busto para cima, com iluminação que valoriza seu rosto e deixa o fundo mais escuro, destacando sua figura (Carpinteró, 2019).

Figura 6 - Exemplo de estética utilizada por @livresenhas em seus vídeos



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

Muitas vezes grava segurando o celular em vez de usar tripé, o que transmite maior espontaneidade. Além disso, faz uso de legendas curtas, com fontes descontraídas, que tornam o conteúdo mais dinâmico e acessível. Essa estética, longe de ser apenas um detalhe técnico, contribui para reforçar a sensação de proximidade e naturalidade que caracteriza sua comunicação.

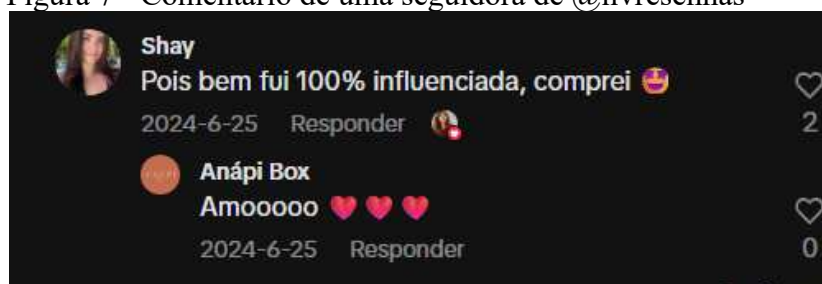
A performance da influenciadora é outro elemento fundamental de sua atuação. O modo como se expressa, sua linguagem corporal, o tom de voz adaptado ao tipo de conteúdo e até a variação entre humor, entusiasmo e serenidade constroem uma identidade performática que prende a atenção dos seguidores (Carpinteró, 2019). Em vídeos de humor ou recomendações, a voz é mais alta, energética e entusiasmada; já nos vídeos de conversa, seu tom é mais baixo, calmo e reflexivo, criando um clima de intimidade. Essa variação de entonação mostra consciência da dimensão performática do *BookTok*, em que a comunicação não se dá apenas pela informação transmitida, mas pelo modo como ela é encenada.

No campo das recomendações, @livresenhas vai além de simples resumos. Ao indicar livros, ela estabelece conexões pessoais e emocionais com as obras, relatando como determinadas narrativas impactaram sua vida ou se relacionaram com suas próprias experiências. Esse estilo de recomendação, subjetivo e afetivo, reforça a credibilidade da criadora, pois transforma a leitura em um espaço de troca de vivências e não apenas de avaliação técnica (Bittencourt, 2017). Assim, ela se distingue de influenciadores que priorizam resenhas mais objetivas, criando um espaço no qual a literatura se torna também lugar de identificação e acolhimento.

Além do TikTok, a influenciadora expande sua atuação para outras plataformas, como o podcast *Poesia Ansiosa*, *lives* na Twitch e vídeos no YouTube. Esse movimento evidencia que o TikTok, embora central, não é sua única vitrine. A diversificação de espaços amplia seu alcance e fortalece sua marca pessoal, consolidando-a como uma figura relevante no cenário literário digital e cultural mais amplo.

Por fim, é importante destacar a força persuasiva de @livresenhas. Os seguidores não apenas interagem e comentam, mas efetivamente compram livros e produtos recomendados por ela, demonstrando sua influência sobre hábitos de consumo. Isso se explica pela combinação entre autenticidade, performance envolvente, constância de produção e abertura ao diálogo, características que fazem de sua atuação um exemplo do potencial do BookTok como espaço de mediação literária e de construção de comunidades de leitura.

Figura 7 - Comentário de uma seguidora de @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

Outro aspecto fundamental na atuação de @livresenhas é o modo como ela articula sua presença entre conteúdos espontâneos e publicidades comerciais. Foram identificados 32 vídeos de publicidade no período analisado, sendo 19 voltados diretamente para livros (dos quais quatro eram nacionais) e 13 associados a marcas de segmentos diversos, como cosméticos, moda, plataformas de *streaming* e até instituições educacionais. Essa diversidade de parcerias demonstra não apenas o alcance comercial da influenciadora, mas também a capacidade de dialogar com diferentes públicos sem comprometer a identidade literária de seu perfil. Ainda

que recomende produtos fora do universo dos livros, como cremes depilatórios, maquiagem e roupas, essas inserções são feitas de forma naturalizada, aproveitando a estética do cotidiano e mantendo a proximidade com sua audiência. Essa estratégia confere organicidade ao conteúdo patrocinado, evitando a rejeição comum quando a publicidade é percebida como intrusiva ou desconectada.

Gráfico 11 - Publicidades realizadas em 2024 por @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

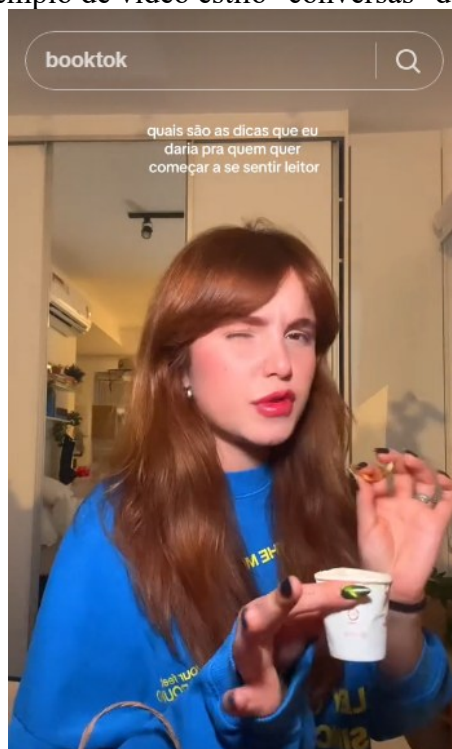
No entanto, é relevante destacar que, mesmo inserida em campanhas de grandes marcas, a literatura continua a ocupar o centro de sua produção. O fato de as publis de livros internacionais predominarem reflete o poder do mercado global sobre o *BookTok*, mas a presença consistente de obras brasileiras, como “Tudo é Rio”, “Uma pitada de sorte”, “Primeiro eu tive que morrer” e “A gente mira no amor e acerta na solidão”, reforça seu papel de mediadora cultural, capaz de valorizar autores nacionais dentro de um ambiente dominado por *best-sellers* estrangeiros. Essa postura lhe confere credibilidade diante de leitores que buscam diversidade de referências e aproximação com a produção literária contemporânea brasileira. Além disso, o equilíbrio entre títulos internacionais já consagrados no *BookTok* (“Os Sete Maridos de Evelyn Hugo” e “A Vida Invisível de Addie LaRue”) e obras brasileiras menos difundidas contribui para ampliar o repertório de seus seguidores, desempenhando uma função que se aproxima da mediação literária tradicional, porém em ambiente digital.

Um dos diferenciais do perfil de @livresenhas é o uso do humor como ferramenta de engajamento. Foram identificados 16 vídeos curtos de humor, nos quais a influenciadora explora situações do cotidiano de leitores, ironiza hábitos comuns ou brinca com estereótipos

relacionados à leitura. Essa dimensão lúdica cumpre duplo papel: por um lado, garante leveza ao perfil, tornando-o acessível também a usuários que não buscam resenhas aprofundadas; por outro, amplia o alcance dos vídeos ao inserir a criadora em tendências de humor que circulam amplamente na plataforma. Assim, o humor funciona como porta de entrada para novos seguidores, que posteriormente podem se interessar por suas recomendações literárias. Essa estratégia confirma que o sucesso no *BookTok* depende não apenas do conteúdo, mas também da capacidade de criar narrativas performáticas que se conectem emocionalmente com o público.

Outro ponto que merece destaque são os vídeos classificados como conversas (46 publicações), nos quais a influenciadora assume um tom mais reflexivo e dialogal. Nesses conteúdos, ela suscita debates sobre questões centrais ao universo da leitura e da cultura digital, como a monetização do sofrimento em obras literárias, as críticas recorrentes à autora Colleen Hoover, o valor da *fanfiction* e dos mangás como formas legítimas de literatura, além de dicas práticas para adquirir o hábito da leitura.

Figura 8 - Exemplo de vídeo estilo "conversas" de @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

Esse tipo de conteúdo diferencia @livresenhas de perfis que se concentram apenas em recomendações de livros, uma vez que promove um espaço de debate crítico que fortalece o senso de comunidade. É significativo notar que os seguidores não apenas consomem

passivamente esses vídeos, mas participam ativamente nos comentários, muitas vezes discordando e apresentando outras perspectivas. Essa dinâmica mostra que a comunidade literária digital é marcada pela pluralidade de vozes e pelo diálogo constante, no qual a influenciadora atua como mediadora, mas não como única autoridade.

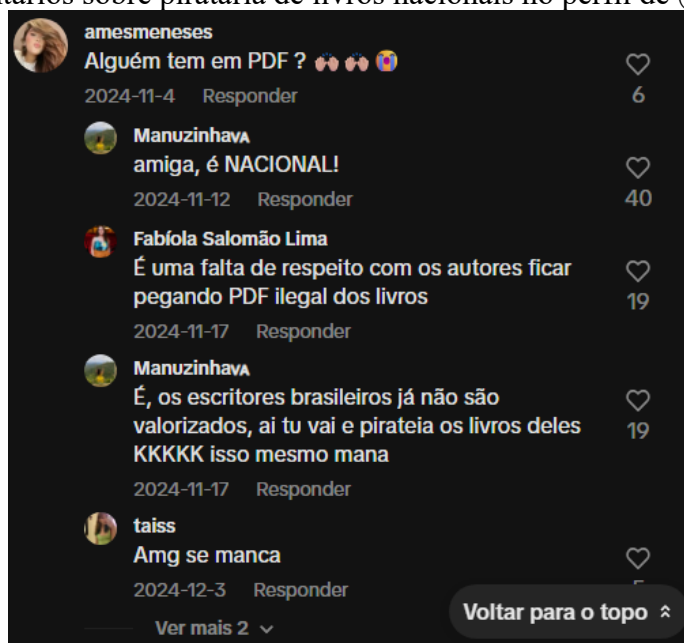
Figura 9 - Exemplo de comentários divergentes no perfil de @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

A questão da pirataria de livros é um exemplo de tema polêmico que surge nos comentários e gera diferentes posicionamentos entre seguidores. Embora haja divergências, observa-se que, quando se trata de literatura nacional, a rejeição à pirataria é mais forte, indicando uma valorização maior do trabalho de autores brasileiros e um reconhecimento da importância de apoiar a produção literária local. Ao trazer à tona essas discussões, @livresenhas reafirma a função crítica do BookTok, não apenas como espaço de promoção da leitura, mas também de reflexão sobre as condições materiais de produção, circulação e consumo de livros.

Figura 10 - Comentários sobre pirataria de livros nacionais no perfil de @livresenhas



Fonte: Tik Tok @livresenhas (2024)

A capacidade de influenciar efetivamente hábitos de consumo é uma das características mais notáveis da atuação de @livresenhas. Seus seguidores relatam, nos comentários, a compra de livros, produtos e até mesmo cursos a partir de suas recomendações, confirmando o papel do BookTok como espaço de mediação não apenas cultural, mas também mercadológica. A credibilidade conquistada decorre de um conjunto de fatores: a constância nas publicações, a autenticidade em compartilhar experiências pessoais, a performance envolvente e a abertura ao diálogo (Carpinteró, 2019). Diferentemente de outros influenciadores mais rígidos em seu conteúdo, @livresenhas constrói uma relação afetiva com os seguidores, que se sentem parte de uma comunidade de leitores e consumidores.

Essa dimensão afetiva é reforçada pelo estilo estético e performático de seus vídeos. Ao variar o tom de voz, mais calmo e reflexivo nos vídeos de conversa, mais entusiasmado nos de humor e recomendações, a influenciadora cria diferentes atmosferas que ampliam sua capacidade de comunicação. A decisão de gravar parte dos vídeos segurando o celular, em vez de usar tripé, transmite espontaneidade e intimidade, como se estivesse conversando diretamente com cada seguidor (Bittencourt, 2017). Esse recurso aproxima o público, estabelecendo um laço que vai além da informação transmitida.

Por fim, é relevante observar que o TikTok, embora seja sua principal vitrine, não é o único espaço de atuação da criadora. Essa presença multiplataforma reforça sua imagem como comunicadora digital completa, que se adapta a diferentes linguagens e formatos. O podcast, em especial, oferece um espaço para aprofundamento de temas, enquanto o TikTok garante

alcance e viralização. Juntas, essas plataformas constroem uma marca pessoal sólida, capaz de transitar entre entretenimento, crítica literária e campanhas publicitárias.

A análise do perfil de @livresenhas permite compreender como a atuação de uma influenciadora no *BookTok* transcende a simples divulgação de livros e se transforma em um processo de mediação de leitura em ambiente digital. Com mais de 235 vídeos publicados no período analisado, a criadora constrói uma presença marcante que mescla recomendações, conversas, publicidade e conteúdos de humor. Sua prática vai além da função de indicar títulos: ela se coloca como uma figura de referência, capaz de orientar escolhas, instigar debates, legitimar diferentes formas de literatura e, sobretudo, criar um espaço de pertencimento para seus seguidores.

O papel de mediadora se manifesta de diferentes maneiras. Em primeiro lugar, pela seleção e curadoria das obras apresentadas. Ao citar mais de 100 livros em seus vídeos, entre nacionais e internacionais, a influenciadora contribui para ampliar o repertório literário de sua audiência. Essa curadoria não se limita a *best-sellers*, mas também inclui títulos menos conhecidos e obras brasileiras contemporâneas, que ganham visibilidade por meio de suas falas. Nesse sentido, ela exerce uma função similar à dos mediadores de leitura tradicionais, como bibliotecários e professores, mas adaptada ao ambiente dinâmico e rápido do TikTok.

Em segundo lugar, sua mediação se dá pela personalização da experiência de leitura. Diferente de uma resenha crítica impessoal, @livresenhas associa as obras às suas próprias vivências e emoções, compartilhando de que forma determinados livros dialogaram com sua vida. Esse estilo de comunicação, subjetivo e afetivo, cria uma identificação imediata com o público, que passa a enxergar a leitura como algo que ultrapassa o ato técnico e se conecta diretamente às experiências humanas. Assim, a influenciadora transforma a leitura em um espaço de diálogo emocional, despertando interesse em quem acompanha seus vídeos.

Outro aspecto relevante é a forma como promove espaços de debate. Em seus vídeos de conversas, a criadora levanta questões polêmicas ou reflexivas, como a crítica à pirataria, as discussões em torno de Colleen Hoover, o valor das *fanfics* e dos mangás como literatura ou a pressão por metas de leitura, abrindo espaço para que os seguidores se posicionem nos comentários. Esse processo estimula a construção de uma comunidade ativa e crítica, na qual não há a necessidade de consenso, mas sim de participação. Desse modo, a mediação de leitura não é unilateral, mas dialógica: @livresenhas atua como disparadora de reflexões que são complementadas pelas vozes de seus seguidores.

Além disso, sua mediação é marcada pelo uso de diferentes linguagens e estratégias performáticas. Ao variar o tom de voz, o ritmo da fala e o estilo dos vídeos (alternando entre

humor, entusiasmo e calma), a influenciadora adequa sua performance ao tipo de mensagem que deseja transmitir. Esse cuidado estético amplia o alcance do conteúdo e mantém a atenção do público, transformando recomendações literárias em narrativas atrativas. Mesmo quando aborda livros complexos, sua comunicação é acessível e envolvente, o que contribui para quebrar barreiras de entrada à leitura e despertar interesse em obras que poderiam parecer distantes de leitores iniciantes.

É igualmente importante notar que sua mediação não se restringe ao TikTok. O podcast *Poesia Ansiosa*, as *lives* na Twitch e os vídeos no YouTube funcionam como extensões de seu trabalho, oferecendo maior aprofundamento ou formatos de interação diferentes. Essa presença multiplataforma reforça a ideia de que sua mediação literária não se limita ao ambiente de microvídeos, mas constitui um projeto mais amplo de promoção cultural e de construção de comunidade leitora.

Em síntese, a atuação de @livresenhas no *BookTok* evidencia como influenciadores literários assumem, hoje, o papel de mediadores de leitura em ambientes digitais. Por meio da curadoria de obras, da personalização das experiências, da abertura ao diálogo e do uso criativo das ferramentas da plataforma, ela não apenas promove livros, mas também fomenta discussões, legitima práticas de leitura diversas e estimula o consumo consciente de literatura. Sua prática mostra que a mediação contemporânea de leitura não é mais restrita a espaços físicos como escolas ou bibliotecas, mas pode ser exercida de forma eficaz nas redes sociais, atingindo milhares de pessoas e contribuindo para a formação de leitores críticos, engajados e afetivamente conectados ao universo literário.

Quadro 7 - Produção e atuação de @livresenhas

Categoria	Dados / Quantitativos	Observações Analíticas
Total de vídeos lançados no ano	235 vídeos	Produção constante ao longo do ano, com equilíbrio entre meses e foco em conteúdo literário.
Distribuição mensal de vídeos	Janeiro – 14 Fevereiro – 19 Março – 19 Abril – 15 Maio – 18 Junho – 18 Julho – 10 Agosto – 19 Setembro – 12 Outubro – 29 Novembro – 30 Dezembro – 32	Leve aumento nas produções entre agosto e setembro, período de campanhas literárias e lançamentos editoriais.

Categoria	Dados / Quantitativos	Observações Analíticas
Total de postagens publicitárias	32 postagens patrocinadas	Representam aproximadamente 14% do total de vídeos.
Segmentação das publicidades	Parcerias com marcas: 13 Parcerias com livros/editoras: 19	Predominância de parcerias com editoras (65%), indicando coerência temática e reconhecimento do perfil no campo literário.
Principais marcas parceiras	O boticário, TAG Livros, Petite Jolie, Braé, Imagem filmes, Prime vídeo, Sym, Vivo, Veet e Instituto Vera Cruz	
Tipos de vídeos produzidos	- Resenhas e recomendações de leitura → 58 vídeos - Desafios → 1 vídeo - Vídeos de humor literário → 16 vídeos - Unboxings → 2 vídeos - Conversas → 46 vídeos - Tendências e dublagens → 11 vídeos - Recomendação outros produtos → 21 vídeos - Centro de Atendimento literário → 9 vídeos - Vlogs e eventos literários → 4 vídeos - Presentes → 1 vídeo - Tentando Adivinhar o livro → 1 vídeo - Live – 2 - Arrume-se comigo → 4 vídeos - Recebidos → 1 vídeo	As resenhas e desafios literários representam o núcleo do conteúdo. O uso do humor e de trends amplia o alcance sem perder a identidade literária.
Total de livros recomendados	116 obras	Grande diversidade de gêneros e editoras, com forte presença de obras contemporâneas.
Segmentação das recomendações	Internacionais: 101 (87%) Nacionais: 15 (13%)	Maior equilíbrio em comparação a outros perfis do BookTok. Há esforço de valorização de autores brasileiros.
Temáticas recorrentes dos vídeos	Diversidade, literatura escrita por mulheres, representatividade LGBTQIA+, saúde mental e rotina de leitura.	As discussões ultrapassam o campo literário e tocam em pautas sociais e culturais.
Características estéticas dos vídeos	Câmera em pé, geralmente do busto para cima, com iluminação que valoriza seu rosto e deixa o	Estilo intimista e acessível, reforçando autenticidade e conexão com o público.

Categoria	Dados / Quantitativos	Observações Analíticas
	fundo mais escuro, destacando sua figura	
Engajamento e interação	Incentivo à leitura coletiva e ao debate nos comentários; linguagem afetiva e colaborativa.	Estratégia de fortalecimento comunitário e engajamento orgânico.

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

7.4 Parceria entre Bibliotecários e *Bookstans*: a Gestão do Conhecimento como ponte para inclusão de jovens leitores

A leitura, compreendida como prática social e cultural, tem ocupado espaço central nas discussões sobre formação cidadã e acesso à informação na sociedade contemporânea. As bibliotecas públicas, desde sua origem, assumem a responsabilidade de promover o livro como bem cultural, de democratizar o acesso às narrativas e de garantir que leitores em formação possam desenvolver competências críticas, criativas e cidadãs. Entretanto, esse papel tem sido desafiado pelas novas condições impostas pelo avanço das tecnologias digitais e pela emergência de novos mediadores culturais, como os influenciadores literários e as comunidades *bookstan*, especialmente aqueles presentes no TikTok. Nesse cenário, torna-se imprescindível refletir sobre como a mediação de leitura realizada por bibliotecários pode dialogar com as práticas dos *bookstans*, criando espaços de cooperação que ampliem os horizontes da leitura e fortaleçam sua relevância social.

A mediação de leitura realizada por bibliotecários em bibliotecas públicas, conforme discutido por autores como Bortolin (2010), Almeida Júnior (2015) e Petit (2009), vai muito além da simples disponibilização técnica do acervo. Trata-se de um conjunto de práticas que visam transformar a leitura em experiência significativa, capaz de despertar interesse, ampliar repertórios culturais e formar leitores críticos. Tais práticas se materializam em atividades como rodas de leitura, clubes do livro, oficinas literárias, contação de histórias e ações culturais itinerantes (Rasteli, 2013). Essas iniciativas demonstram que a mediação bibliotecária apresenta um caráter duplo: técnico e afetivo. Por um lado, o bibliotecário organiza, preserva e disponibiliza coleções; por outro, cria condições simbólicas e sociais para que os leitores atribuam sentido às obras (Petit, 2009). Essa atuação exige do profissional uma postura interdisciplinar, que combine conhecimento teórico sobre leitura, metodologias pedagógicas, consciência social e, sobretudo, engajamento afetivo.

Contudo, as bibliotecas públicas brasileiras enfrentam limitações históricas que impactam sua capacidade de mediação. Acervos desatualizados, infraestrutura precária,

horários de funcionamento incompatíveis com as necessidades da comunidade, ausência de políticas públicas consistentes e dificuldades no acesso às tecnologias digitais contribuem para que muitos espaços ainda funcionem como “museus de livros”, pouco conectados à realidade de seus usuários (Milanesi, 1983). Esse quadro exige não apenas investimentos em atualização tecnológica e bibliográfica, mas também estratégias de aproximação com novos públicos, em especial os jovens, cuja experiência leitora tem se deslocado para ambientes digitais e redes sociais.

Nesse contexto, a emergência do BookTok, comunidade literária surgida no TikTok, representa um fenômeno cultural que não pode ser ignorado. Jovens criadores de conteúdo, conhecidos como *bookstans*, utilizam recursos audiovisuais curtos e dinâmicos para compartilhar resenhas rápidas, indicações afetivas, listas temáticas e discussões críticas sobre literatura. Esses conteúdos, acompanhados de humor, estética visual envolvente e linguagem acessível, conseguem mobilizar milhares de seguidores e gerar tendências de leitura que repercutem diretamente no mercado editorial. A análise empírica dos perfis de Tiago Valente, Thiago Neiva e Liv no TikTok, realizada ao longo de 2024, confirma que esses influenciadores desempenham funções centrais de mediação literária. Ao apresentarem livros de forma criativa, estabelecerem vínculos afetivos com seus seguidores e promoverem debates sobre o universo da leitura, eles atuam como mediadores digitais, aproximando públicos diversos da literatura e transformando práticas de consumo cultural.

Embora suas metodologias se diferenciem das práticas bibliotecárias tradicionais, os *bookstans* cumprem funções análogas às dos bibliotecários, ao criarem pontes entre leitores e textos, ao despertarem interesse pela literatura e ao fomentarem comunidades em torno do livro. A diferença está, sobretudo, na forma e no espaço onde essa mediação ocorre: enquanto a biblioteca pública atua a partir de uma instituição física, organizada e legitimada socialmente, os *bookstans* exploram a fluidez das redes sociais, pautadas pela lógica algorítmica e pela cultura da participação. Longe de configurar uma concorrência, essa nova mediação representa uma oportunidade de diálogo. Bibliotecários e *bookstans* partilham o mesmo objetivo: promover a leitura e ampliar o acesso à cultura. A questão que se impõe, portanto, não é se devem ou não atuar em conjunto, mas como estruturar parcerias capazes de unir suas potencialidades em benefício das comunidades leitoras.

Uma proposta de aproximação entre bibliotecários e *bookstans* pode ser pensada a partir de sua complementaridade. Enquanto bibliotecários oferecem infraestrutura, acervos, legitimidade institucional e metodologias pedagógicas, os *bookstans* mobilizam grandes audiências, especialmente jovens, dominam as linguagens digitais e constroem vínculos

afetivos com comunidades online. Juntos, esses agentes podem transformar o modo como a leitura circula socialmente, expandindo tanto o alcance físico das bibliotecas quanto a presença digital dos conteúdos que elas oferecem. Essa cooperação pode assumir múltiplas formas: clubes de leitura híbridos, realizados simultaneamente nas bibliotecas e transmitidos em plataformas digitais; campanhas colaborativas de incentivo à leitura, em que os *bookstans* mobilizam seus seguidores enquanto bibliotecas disponibilizam recursos e espaços; curadorias conjuntas de leitura, integrando títulos internacionais consagrados no *BookTok* e obras nacionais pouco visibilizadas; eventos culturais com participação conjunta de bibliotecários e influenciadores, promovendo a interação entre públicos digitais e presenciais; e formações em literacia digital e informacional, nas quais o conhecimento técnico dos bibliotecários se soma ao domínio comunicacional dos criadores de conteúdo.

Nesse modelo, a biblioteca pública não perde sua identidade institucional, mas se fortalece ao dialogar com linguagens contemporâneas. Do mesmo modo, os *bookstans* não deixam de atuar em seu espaço digital, mas encontram reconhecimento institucional e a possibilidade de ampliar seu impacto para além das redes.

A Gestão do Conhecimento é um campo que se preocupa com a criação, compartilhamento e utilização eficaz do conhecimento dentro de uma organização de uma forma estruturada (Davenport; Prusak, 1998). Ela permite que processos e rotinas possam ser otimizados e por conta disso é vista como uma parte importante para o bom desempenho organizacional. Portanto a sua implementação deve ser estimulada, principalmente num contexto de bibliotecas públicas, que possuem um público mais diverso, ao qual podem fazer uso de práticas que os envolvam e dessa forma contribuir com o conhecimento da instituição e vice-versa (Telles; Mozato, 2020).

Essa proposta de cooperação apresenta vantagens para todos os envolvidos. As bibliotecas públicas se beneficiam ao atrair novos públicos, revitalizar sua imagem e reforçar seu papel como espaço cultural relevante em tempos digitais. Os *bookstans* ganham legitimidade institucional, acesso a recursos informacionais e a oportunidade de expandir sua atuação para contextos comunitários concretos. Já a sociedade, em última instância, é favorecida pela ampliação do acesso à leitura, pelo fortalecimento da bibliodiversidade e pela criação de redes colaborativas que promovem cidadania cultural. Em síntese, pensar a mediação de leitura a partir da parceria entre bibliotecários e *bookstans* significa reconhecer que a promoção da leitura, em um mundo marcado pela interconexão digital, exige colaboração, criatividade e abertura ao diálogo entre diferentes atores sociais.

A aplicação da Gestão do Conhecimento nesse contexto revela-se um recurso

fundamental para tornar a parceria entre bibliotecários e *bookstans* não apenas possível, mas estratégica. A Gestão do Conhecimento, conforme destacam Nonaka e Takeuchi (1997), pressupõe a transformação contínua entre conhecimento tácito e conhecimento explícito, criando um ciclo dinâmico de aprendizagem coletiva. Essa lógica se encaixa perfeitamente na relação entre bibliotecários e *bookstans*. Os influenciadores literários possuem um conhecimento tácito, não institucionalizado, mas rico em práticas, criatividade e sensibilidade cultural, que os torna capazes de compreender o comportamento de leitores jovens, suas preferências, linguagens e modos de engajamento. Já os bibliotecários, por sua vez, dominam um conhecimento explícito, estruturado em referenciais acadêmicos e profissionais, sustentado por políticas de informação, metodologias de mediação e princípios éticos que norteiam sua atuação em prol da cidadania.

Choo (2003) propôs três arenas fundamentais na Gestão do Conhecimento que ao integrá-las podem ser particularmente úteis para uma parceria estratégica entre *bookstans* e bibliotecários. São elas: A criação de sentido, a construção do conhecimento e a tomada de decisões.

Com relação à criação de sentido, que se relaciona com a forma que as organizações interpretam e dão significado às informações disponíveis, essa arena manifesta-se na forma como ambos os grupos podem colaborar para se entenderem mutuamente (o que são, o que fazem, o que se precisa saber) e a partir disso gerar ambientes interpretativos que podem guiar suas ações, propósitos e motivar a construção do conhecimento e novas competências para estratégias e cursos de ação.

A construção do conhecimento refere-se ao compartilhamento e desenvolvimento contínuo de conhecimento dentro das organizações, citado por Nonaka e Takeuchi (1997) ao tratar das conversões de conhecimentos de tácito para explícito. *Bookstans* possuem conhecimentos tácitos sobre práticas que envolvem as suas atividades, como tendências literárias, *marketing* digital e criação de produtos. Este conhecimento pode ser transformado em conhecimento explícito por bibliotecários, que podem documentar e sistematizar essas informações, tornando-as acessíveis e utilizáveis para melhorar a gestão das coleções e serviços das bibliotecas. Por outro lado, bibliotecários possuem um vasto conhecimento explícito que pode ser repassado aos *bookstans*. Ao compartilhar suas práticas e metodologias, bibliotecários ajudam os fãs a aprimorarem suas recomendações literárias, campanhas de leitura e engajamento, enriquecendo as práticas de ambos os grupos, mas também fortalecendo a capacidade de as bibliotecas adaptarem-se e responderem às necessidades dos leitores contemporâneos.

Na tomada de decisões são envolvidas a aplicação de conhecimento e informações para escolher alternativas eficazes. Através do *feedback* dos *bookstans*, os bibliotecários poderão formular suas próximas ações, e os profissionais com os seus conhecimentos podem orientar os fãs com relação ao conteúdo.

A colaboração entre *bookstans* e bibliotecas públicas pode trazer vantagens significativas para ambos os grupos. *Bookstans* podem ajudar bibliotecas a se conectarem com um público mais jovem e digitalmente ativo, promovendo eventos literários e campanhas de incentivo à leitura através de suas plataformas *online*. Além disso, os *bookstans* podem beneficiar-se do reconhecimento formal e dos recursos das bibliotecas, como acesso a uma vasta gama de livros e materiais informacionais que podem enriquecer seu conteúdo e engajar ainda mais seus seguidores.

Bibliotecários também podem aprender com os *bookstans* sobre novas tecnologias e tendências digitais, aplicando esse conhecimento para melhorar os serviços bibliotecários, como desenvolver aplicativos de bibliotecas, melhorar sistemas de empréstimo digital e criar plataformas interativas para os usuários.

Nesse cenário, a Gestão do Conhecimento ajuda a estruturar e otimizar essa parceria. Primeiro, facilita o compartilhamento de conhecimento entre *bookstans* e bibliotecas, garantindo que pontos de vista sejam capturados e utilizados. Segundo, promove a criação de significado, permitindo que as bibliotecas ajustem seus serviços e coleções com base nas novas perspectivas trazidas pelos *bookstans*. Terceiro, apoia a tomada de decisões informadas, utilizando dados e *feedback* para melhorar continuamente os serviços bibliotecários e as iniciativas de engajamento comunitário.

Em suma, a integração das arenas de Choo (2003) pode transformar a colaboração entre *bookstans* e bibliotecas públicas em uma parceria estratégica poderosa. Isso não apenas enriquece a experiência dos leitores, mas também moderniza e dinamiza a Gestão do Conhecimento nas bibliotecas, promovendo um ambiente literário vivo, inclusivo e relevante para as novas gerações.

Acerca de práticas da Gestão do Conhecimento que podem ser potencialmente usadas tem-se a criação de comunidades de prática que é uma das formas mais eficazes de promover a troca de experiências e conhecimentos (Batista; Quandt; Pacheco; Terra, 2005). Ao estabelecer grupos formais e informais, *bookstans* e bibliotecários podem reunir-se regularmente para compartilhar tendências literárias, desenvolver projetos conjuntos e fortalecer a comunidade literária. Um exemplo disso seria um fórum *online* onde ambos os grupos possam discutir recomendações de livros, planejar eventos e trocar ideias sobre como promover a leitura.

Outra iniciativa importante, que é apontada pela Asian Productivity Organization (APO) em seu manual (Young, 2010), é a criação de um banco de dados conjunto de conhecimento. Este repositório digital permitiria que ambos os grupos contribuíssem com recursos como guias de leitura, resenhas, materiais didáticos e relatórios de eventos. Um exemplo prático seria uma plataforma colaborativa onde fãs literários carregam resenhas de livros e bibliotecários adicionam informações sobre a disponibilidade dos títulos nas bibliotecas, enriquecendo a experiência dos leitores.

O desenvolvimento de programas de treinamento e capacitação conjunta também pode ser altamente benéfico. *Workshops* e sessões de capacitação sobre *marketing* digital, técnicas de promoção de livros, organização de eventos e curadoria de coleções podem ser organizados para ambos os grupos. Por exemplo, *workshops* online sobre engajamento em redes sociais poderiam ser ministrados por *bookstans*, enquanto bibliotecários poderiam ensinar sobre noções de catalogação, curadoria de coleções, fontes de informação, preservação e conservação, gestão de projetos etc.

A colaboração na curadoria de coleções temáticas e exposições literárias é outra área onde a Gestão do Conhecimento pode fazer uma grande diferença. Aproveitando o conhecimento dos *bookstans* sobre tendências literárias e a experiência dos bibliotecários em organização, projetos como uma exposição temática sobre literatura jovem-adulta poderiam ser desenvolvidos, combinando seleções populares feitas por fãs com o conhecimento dos bibliotecários na organização e apresentação.

Além disso, a organização de eventos literários e campanhas de promoção da leitura em conjunto podem aumentar significativamente o alcance e a eficácia dessas iniciativas, embora não sejam práticas da Gestão do Conhecimento podem colaborar com perspectivas e dados para apoiar os objetivos desses grupos. Um exemplo seria uma maratona de leitura ou um clube do livro virtual, onde *bookstans* promovem o evento nas redes sociais e bibliotecários oferecem suporte logístico, incluindo a disponibilização de exemplares dos livros e a organização de discussões guiadas.

A análise de dados e o *feedback* contínuo são essenciais para entender melhor os interesses e comportamentos dos leitores. Projetos conjuntos de pesquisa, como um estudo sobre os hábitos de leitura de adolescentes, onde bibliotecários conduzem pesquisas analisam os dados, enquanto os *bookstans* movimentam o público para responde-la podem fornecer percepções valiosas para futuras iniciativas colaborativas.

A criação de plataformas de discussão e *networking*, como grupos no LinkedIn, Slack ou Discord, facilita a interação regular e o compartilhamento de ideias entre *bookstans* e

bibliotecários. Programas de mentoria cruzada também são extremamente benéficos, pode haver uma troca de ensinamentos entre os dois.

Outra área de colaboração é a produção de podcasts literários, onde ambos os grupos podem discutir livros, entrevistar autores e compartilhar recomendações. Boletins informativos digitais que destacam novos lançamentos, eventos literários e autores independentes também podem ser produzidos em conjunto, combinando resenhas de *bookstans* com informações de bibliotecários sobre a disponibilidade dos livros e novidades da biblioteca.

Sessões de leitura interativas ao vivo, *workshops* de escrita criativa e eventos literários multimídia são outras iniciativas que podem ser organizadas em conjunto, aproveitando as habilidades de *bookstans* em criação de conteúdo e o conhecimento dos bibliotecários em curadoria e organização. Por exemplo, uma série de leituras ao vivo de livros de autores independentes, com participação dos autores para responder perguntas e discussões facilitadas por bibliotecários e *bookstans*, pode ser uma excelente maneira de engajar a comunidade literária.

A colaboração na criação de aplicativos e ferramentas digitais, como um aplicativo de recomendação de livros que integre informações de leitura fornecidas por *bookstans* e dados sobre a disponibilidade de títulos nas bibliotecas, pode facilitar o acesso à informação e incentivar a leitura. Iniciativas de arquivamento e documentação de movimentos literários e tendências também são importantes para garantir que a história literária digital seja preservada.

Para fortalecer ainda mais a promoção de autores nacionais e independentes, é possível criar uma plataforma digital dedicada, similar ao aplicativo BibliOn, mas com foco na valorização desses autores. Essa plataforma, poderia incluir funcionalidades como uma biblioteca digital, perfis detalhados de autores, recomendações personalizadas, resenhas e avaliações, eventos literários virtuais, clubes de leitura, programas de apoio a autores e interação com a comunidade. Esse aplicativo teria como objetivo oferecer uma alternativa robusta à Amazon, proporcionando maior visibilidade e valorização para autores nacionais e independentes. A plataforma permitiria que *bookstans* e bibliotecários colaborassem na promoção justa e equitativa das obras desses autores, controlando o preço e a promoção dos livros, organizando eventos literários, e oferecendo serviços de apoio como edição, *design* de capa e *marketing* digital.

Do ponto de vista social, essa parceria pode ser entendida como um movimento de fortalecimento da função pública da biblioteca. Ao incorporar práticas de mediação oriundas do universo digital, a biblioteca se aproxima de públicos que muitas vezes não a frequentam fisicamente, sobretudo os jovens, que encontram nas redes sociais seus principais espaços de

sociabilidade e expressão cultural. Isso significa ampliar o alcance das bibliotecas públicas, tornando-as mais visíveis, atrativas e relevantes em uma era marcada pela competição entre diferentes formas de lazer e consumo cultural. Da mesma forma, os *bookstans* se beneficiam ao associar sua imagem a instituições reconhecidas por sua missão social, o que lhes garante não apenas legitimidade, mas também maior responsabilidade em relação ao conteúdo que produzem.

Politicamente, a integração entre bibliotecários e *bookstans* pode servir de base para a defesa de políticas públicas que valorizem a leitura e o papel das bibliotecas na sociedade. Em um cenário no qual a leitura disputa espaço com o consumo rápido de conteúdos digitais, a união entre mediadores tradicionais e digitais fortalece a narrativa de que a literatura continua sendo essencial para a formação crítica e cidadã. Além disso, ao ampliar o engajamento social em torno das bibliotecas, essa parceria pode contribuir para pressionar gestores públicos pela modernização das instituições, pela ampliação de recursos e pela adoção de programas de incentivo à leitura que contemplem tanto o espaço físico quanto o digital.

Trata-se, portanto, de uma proposta que não se restringe ao nível operacional, mas que alcança dimensões culturais e políticas. A biblioteca pública, ao se abrir ao diálogo com os *bookstans*, reafirma seu compromisso histórico com a democratização da informação, ao mesmo tempo em que se reinventa diante das exigências da contemporaneidade. Os influenciadores, por sua vez, ao se aproximarem das bibliotecas, expandem seu papel para além da esfera mercadológica e se consolidam como agentes culturais que participam ativamente da formação de comunidades leitoras. Nesse processo, a Gestão do Conhecimento funciona como mediadora conceitual e prática, capaz de articular saberes, gerar inovação e garantir que a cooperação se torne sustentável ao longo do tempo.

Assim, a parceria entre bibliotecários e *bookstans* mediada pela Gestão do Conhecimento não deve ser entendida apenas como uma estratégia para atrair jovens leitores, mas como uma ação de transformação social. Ao unir tradição e inovação, institucionalidade e fluidez, técnica e afetividade, bibliotecários e influenciadores podem construir redes colaborativas de mediação que ampliam o acesso à leitura, fortalecem a bibliodiversidade e promovem o reconhecimento mútuo entre diferentes formas de atuar no campo literário. Esse modelo integrado representa não apenas uma resposta aos desafios atuais, mas também uma oportunidade de projetar bibliotecas públicas mais inclusivas, participativas e conectadas com as práticas culturais de seu tempo.

8 PRODUTO INFORMACIONAL

O presente trabalho culminou na elaboração de um infográfico como produto informacional, desenvolvido a partir das análises realizadas ao longo da pesquisa. Tal recurso foi produzido por meio do aplicativo *Canva*, tendo como base o conjunto de referências teóricas e empíricas levantadas, e busca sintetizar de maneira acessível e visual os principais resultados obtidos, com foco no fenômeno dos bookstans e nas possibilidades de articulação destes com as bibliotecas públicas.

Figura 111 - Infográfico



Fonte: própria autora (2025)

O infográfico inicia-se com a definição de *bookstans*, compreendidos como fãs intensamente engajados em torno da literatura, que se dedicam à produção e à circulação de conteúdos literários em redes sociais digitais, tais como TikTok, Instagram e Twitter. A atuação desses sujeitos transcende o consumo passivo da leitura, configurando-os como agentes de mediação cultural que contribuem para a difusão de obras, autores e práticas de leitura em contextos marcados pela cultura participativa e pela dinâmica interativa da esfera digital.

A seguir, o material apresenta os impactos dos *bookstans* na comunidade literária, evidenciando a relevância desses mediadores contemporâneos para a formação de comunidades de leitura online, para o fortalecimento da representatividade de narrativas diversas e para a ampliação da visibilidade de novos autores e editoras. Observa-se, ainda, que a atuação dos *bookstans* possibilita a circulação de conteúdos literários de forma mais ágil e democrática, favorecendo a constituição de repertórios coletivos e a valorização de experiências de leitura plurais, em consonância com demandas sociais por diversidade e inclusão.

Diante desse cenário, o infográfico enfatiza estratégias de engajamento dos *bookstans* em bibliotecas públicas, compreendendo-os como parceiros estratégicos na mediação da leitura e na ampliação do alcance das ações bibliotecárias. Entre as possibilidades, destacam-se: a realização de clubes de leitura híbridos (presenciais e virtuais), a promoção de oficinas voltadas para a criação de conteúdos digitais sobre livros, o incentivo à divulgação colaborativa de acervos e serviços bibliotecários em redes sociais e o apoio institucional a projetos que aproximem as linguagens digitais do universo informacional das bibliotecas.

O produto informacional também reúne dicas e boas práticas de parcerias, orientando a construção de relações horizontais e colaborativas entre bibliotecários e criadores de conteúdo literário. Tais práticas incluem: a valorização da comunicação clara e inclusiva; a garantia de alinhamento das ações com políticas de diversidade; a abertura das bibliotecas a produções literárias independentes e de autores locais; bem como a realização de campanhas conjuntas que associem a linguagem digital às práticas tradicionais de incentivo à leitura.

No que se refere aos benefícios advindos dessas parcerias, o infográfico evidencia o fortalecimento da imagem institucional das bibliotecas como espaços dinâmicos e contemporâneos, a ampliação da visibilidade de seus serviços e acervos, a aproximação com públicos jovens e a consolidação de vínculos comunitários mais sólidos. A integração entre bibliotecários e *bookstans* pode, portanto, configurar-se como uma estratégia de inovação e renovação, contribuindo para reposicionar a biblioteca pública como um espaço ativo e relevante na era digital.

Como produto final da pesquisa, elaborou-se um infográfico que sintetiza os principais

resultados do estudo, visando à sua divulgação junto às bibliotecas públicas da cidade do Rio de Janeiro. Este material será encaminhado por via eletrônica, utilizando os endereços institucionais das unidades bibliotecárias.

Adicionalmente, será produzido um podcast em parceria com o PET-Biblioteconomia, com o propósito de ampliar o alcance da divulgação científica e de promover a aproximação entre bibliotecários, bookstans e a comunidade leitora da cidade. Tal iniciativa configura-se como uma estratégia complementar, que alia recursos digitais e práticas comunicacionais inovadoras ao compromisso da pesquisa com a democratização da informação e com o fortalecimento do papel social das bibliotecas públicas.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa permitiu compreender, de forma aprofundada, o papel desempenhado pelos *bookstans* como novos mediadores culturais em um contexto marcado pela digitalização das práticas de leitura e pelo crescimento das redes sociais enquanto espaços de circulação de conteúdos literários. Como leitores engajados, produtores de conteúdo e influenciadores digitais, os *bookstans* atuam na interface entre a cultura participativa e a mediação de leitura, transformando a experiência literária em algo interativo, audiovisual e comunitário. Sua atuação não apenas amplia o alcance da literatura entre públicos jovens, mas também ressignifica a maneira como os indivíduos se relacionam com os livros, com os autores e com as próprias práticas culturais, estimulando o pertencimento a comunidades que se formam em torno da leitura.

O presente estudo teve como objetivo geral compreender como a comunidade *bookstan* realiza a mediação de leitura e explorar as possíveis conexões entre essas práticas e as bibliotecas públicas do município do Rio de Janeiro, visando ampliar o acesso à leitura, incentivar o engajamento literário e estabelecer o reconhecimento mútuo entre os grupos. Esse objetivo foi plenamente alcançado, uma vez que a pesquisa demonstrou a relevância dos *bookstans* como mediadores culturais da era digital e sua potencialidade enquanto aliados estratégicos das bibliotecas públicas no fortalecimento de ações voltadas à democratização da leitura.

No que se refere aos objetivos específicos, também foi possível atingi-los de forma satisfatória:

- a) analisar a dinâmica da comunidade *booktokers* no TikTok, o que evidenciou a força dessa rede social como espaço de mediação cultural marcado pela estética audiovisual, pelo storytelling e pelo engajamento afetivo;
- b) analisar iniciativas de Gestão do Conhecimento que podem subsidiar parcerias entre bibliotecários e *booktokers*, identificando como a integração entre conhecimentos tácitos e explícitos favorece a criação de práticas inovadoras de mediação;
- c) propor um infográfico informativo sobre a comunidade *bookstan*, a fim de auxiliar bibliotecários a conhecerem e engajarem esse público em suas atividades, material que foi efetivamente desenvolvido e que representa uma síntese prática dos resultados obtidos.

A análise possibilitou compreender que a atuação dos *bookstans* amplia a leitura para além do espaço físico das bibliotecas, promovendo-a em um ambiente digital participativo e comunitário. Ao mesmo tempo, mostrou-se que os bibliotecários, detentores de expertise técnica e institucional, encontram nesses sujeitos parceiros que podem dinamizar suas práticas

e atrair novos públicos. Assim, a mediação de leitura contemporânea se consolida como uma prática híbrida, situada entre o presencial e o digital, entre a tradição bibliotecária e as inovações das redes sociais.

Entretanto, essa dinâmica não se restringe apenas ao incentivo à leitura. Ao mesmo tempo em que democratizam o acesso à literatura, os *bookstans* também operam em um campo permeado por lógicas de mercado, o que pode gerar homogeneizações e exclusões. Esse paradoxo reforça a necessidade de olhar para essas práticas de forma crítica, reconhecendo seus potenciais, mas também seus limites. A análise do perfil dos criadores de conteúdo @otiagovalente, @theagoneiva e @livresenhas evidenciou a complexidade dessa mediação digital, que se constrói entre o *storytelling*, o engajamento afetivo, a estética audiovisual e a responsabilidade ética frente às audiências que mobilizam.

Ao relacionar esses achados com o papel das bibliotecas públicas, torna-se evidente que essas instituições, historicamente responsáveis por promover o acesso à informação e à leitura, encontram nos *bookstans* aliados estratégicos para a atualização de suas práticas e para a ampliação de seus públicos. Enquanto as bibliotecas oferecem acervos diversificados, legitimidade institucional, infraestrutura e compromisso social, os *bookstans* trazem o dinamismo das redes digitais, o domínio das linguagens midiáticas e a capacidade de engajar jovens leitores. Essa complementaridade sugere um modelo de mediação híbrido, em que o físico e o digital se entrelaçam para expandir os horizontes da leitura e da inclusão informacional.

Nesse processo, destacou-se a relevância da Gestão do Conhecimento (GC) como um eixo integrador. Sob a perspectiva de Nonaka e Takeuchi (1997), a interação entre conhecimento tácito e explícito se mostrou fundamental para pensar a colaboração entre bibliotecários e *bookstans*. Os primeiros detêm conhecimentos técnicos e pedagógicos, tradicionalmente associados ao trabalho bibliotecário, enquanto os segundos mobilizam saberes tácitos, construídos no cotidiano de suas interações digitais, pautados pela criatividade, sensibilidade estética e proximidade com suas comunidades virtuais. A articulação entre esses diferentes tipos de conhecimento pode resultar em práticas inovadoras de mediação, fortalecendo tanto o papel social das bibliotecas quanto a legitimidade dos influenciadores literários como agentes culturais.

Os resultados obtidos apontam ainda para a necessidade de investimento em iniciativas conjuntas, como clubes de leitura híbridos, campanhas colaborativas de incentivo à leitura, eventos literários integrados entre o espaço físico e digital, bem como projetos de formação em literacia informacional e digital. Tais práticas não apenas diversificam os formatos de mediação,

como também favorecem a criação de comunidades inclusivas e participativas, que reconhecem a leitura como prática social relevante e conectada às transformações da contemporaneidade.

É importante, porém, também reconhecer as limitações desta pesquisa. O estudo delimitou-se à análise de três influenciadores literários brasileiros no TikTok e a um conjunto específico de 589 vídeos, o que não permite generalizações absolutas sobre a totalidade do fenômeno *bookstan*. Ademais, a pesquisa concentrou-se no município do Rio de Janeiro, o que restringe a abrangência dos resultados a outros contextos socioculturais. Outra limitação foi a própria natureza dinâmica das plataformas digitais, em constante transformação, o que implica que resultados obtidos hoje podem rapidamente se modificar diante de novas tendências e algoritmos.

Apesar dessas limitações, o processo de pesquisa foi profundamente enriquecedor. Entre os aprendizados adquiridos, houve a compreensão mais ampla sobre o funcionamento do algoritmo do TikTok e suas estratégias de visibilidade, o conhecimento acerca das práticas e responsabilidades dos influenciadores literários, bem como uma aproximação com a história dos *fandoms*, suas dinâmicas comunitárias e sua relevância na cultura contemporânea. Além disso, foi possível aprofundar-se em teorias de mediação da leitura, em práticas de Gestão do Conhecimento e no papel social das bibliotecas públicas, ampliando a visão sobre como esses diferentes campos podem dialogar de forma produtiva.

O desenvolvimento da pesquisa também trouxe desafios significativos, entre os quais se destacam a necessidade de realizar extensas leituras teóricas para embasar a investigação e o acompanhamento contínuo dos vídeos produzidos pelos influenciadores selecionados. Esse acompanhamento, embora essencial para a análise quali-quantitativa, revelou-se uma tarefa longa e por vezes cansativa, demandando organização, persistência e atenção aos detalhes da produção de conteúdo digital. Ainda assim, o desafio se converteu em oportunidade de aprofundamento analítico e maior proximidade com o objeto estudado.

Como desdobramento, surgem diversas sugestões para futuras pesquisas. Entre elas, destacam-se a necessidade de ampliar a análise para outros influenciadores e redes sociais, a investigação sobre como diferentes perfis de público (crianças, adultos, idosos) interagem com *bookstans* e bibliotecas, bem como a exploração de práticas colaborativas entre instituições culturais, escolas e comunidades virtuais. Outro campo promissor consiste em analisar comparativamente como bibliotecas de diferentes cidades ou países têm incorporado influenciadores literários em suas práticas de mediação.

Assim, conclui-se que a parceria entre bibliotecários e *bookstans* constitui uma via concreta de revitalização das bibliotecas públicas e de reposicionamento da leitura no século

XXI. Essa colaboração fortalece os laços comunitários, amplia o alcance da informação, estimula a bibliodiversidade e contribui para a formação de leitores críticos e engajados. Mais do que uma estratégia de aproximação com as novas gerações, trata-se de um movimento de integração cultural que reforça o papel social das bibliotecas na promoção da cidadania, do respeito à diversidade e da inclusão social.

As reflexões desenvolvidas permitem afirmar que, diante de uma sociedade em constante transformação, as bibliotecas públicas precisam assumir um papel dinâmico, adaptando-se às demandas contemporâneas e incorporando práticas inovadoras de mediação. A aliança com os bookstans, nesse sentido, deve ser entendida não como uma substituição, mas como um complemento que expande a potência das bibliotecas, tornando-as espaços mais vivos, plurais e conectados às realidades de seus usuários. O futuro da leitura, portanto, pode ser fortalecido pela soma desses esforços, em um movimento colaborativo capaz de garantir que o livro continue a ocupar um lugar central na formação cultural, crítica e cidadã da sociedade.

REFERÊNCIAS

- AGNOLI, Antonella. Bibliotecas de Profundis? Per il neoliberismo anche le biblioteche devono morire. **Controlacrisi**, 26 abr. 2011. Disponível em: <http://www.controlacrisi.org/notizia/Conoscenza/2011/4/26/12106-PER-ILNEOLIBERISMO-ANCHE-LE-BIBLIOTECHE-DEVONO-MORIRE/>. Acesso em: 24 set. 2024.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia. **Capital social e empreendedorismo local**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2002.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia. Informação, poder e política: a partir do sul, para além do sul. In: ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia. **Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011. p. 9-39.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. **Sociedade e Biblioteconomia**. São Paulo: Pólis, APB, 1997.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco. Mediação da informação: um conceito atualizado. In: BORTOLIN, Sueli; SANTOS NETO, João Arlindo; SILVA, R.J.(orgs.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. p. 9-32.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de; BORTOLIN, Sueli. Mediação da Informação e da Leitura, 2007. In: SEMINÁRIO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - UEL, 2., 2007, Londrina. **Anais[...]** Londrina: UEL, 2007. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/13269/>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- ALVARES, Lillian; BAPTISTA, Sofia Galvão; ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique de. Gestão do conhecimento: categorização conceitual. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 235–252, 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/15124>. Acesso em: 21 out. 2024.
- ANKLAM, Samuel Ruiz. Booktok impulsiona mercado literário e demonstra o impacto das redes sociais no consumo. In: **Jornal da Universidade**, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/efeito-booktok-no-consumo-dos-leitores/>. Acesso em: 25 jul. 2025.
- ARAGÃO, Cleudene de Oliveira. Espaços e ambiências para a mediação da leitura. In: NETTO, Raymundo; CAVALCANTE, Lídia Eugenia.(orgs.). **Curso formação de mediadores da leitura**. Fortaleza, CE: Fundação Demócrito Rocha, 2018. 146-159.
- BAJOUR, Cecilia. **Ouvir nas entrelinhas: o valor da escuta nas práticas de leitura**. São Paulo: Pulo do Gato, 2012.
- BARBOSA, Diana Vieira de Oliveira. **Booktubers brasileiros e seus lugares de fala**. 2019. 64 f. Monografia (Pós-Graduação em Linguagens e Educação a Distância) - Universidade Federal de Santa Catarina, Blumenau, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/200855/Monografia_p%C3%B3s_defesa%20revisada%20a.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 jul. 2025.
- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Gestão da informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas. **Informação & Informação**, v. 13, n. esp., p. 1-25, 2008. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1843/1556>. Acesso em: 21 out. 2024.

BARNES, John A. Class and committees in a Norwegian Island parish. **Human Relations**, [S. l.], 7, p. 39–58. 1954. Disponível em: <https://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

BARRADAS, Jaqueline Santos. A Edificação da Biblioteca Nacional do Brasil (do Carmo à Avenida Central): ocupação física, gestores e processos. In: WEITZEL, Simone R.; ODDONE, Nanci; ALMEIDA, Mariza; NASCIMENTO, Bruna (Orgs.). **Memórias da Biblioteconomia no Brasil**. Rio de Janeiro: Malê Edições, 2025. p. 105-147. Disponível em: <https://memoriasdabiblioteconomia.net.br/wp-content/uploads/2025/09/Memorias-da-Biblioteconomia-no-Brasil-FAPERJ-versao-5.pdf>. Acesso em: 29 set. 2025.

BARROS, Maria Helena T. C. de. O bibliotecário e o ato de ler. In: BARROS, Maria Helena T. C. de; BORTOLIN, Sueli; SILVA, Rovilson José da. **Leitura: mediação e mediador**. São Paulo: Editora FA, 2006.

BATISTA, Fábio Ferreira; QUANDT, Carlos Olavo; PACHECO, Fernando Flávio; TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento na administração pública. **Texto para discussão**, n. 1095, jun. 2005. Disponível em: https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/TDs/td_1095.pdf. Acesso em: 21 out. 2024.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BECKER, Caroline da Rosa Ferreira; GROSCHE, Maria Selma. A formação do leitor através das bibliotecas: o letramento e a ciência da informação como pressupostos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 4, n. 1, p.35-45, jan./jun. 2008. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/59>. Acesso em: 22 ago. 2025.

BETANCUR, Adriana M. La biblioteca pública en la perspectiva del desarrollo local: una estrategia para la democracia. In: IFLA. Council and General Conference, 68, 2002. **Proceedings...** Glasgow, 2002.

BIBLIOTECAS da Cultura. Carioca digital, 2024. Disponível em: <https://carioca.rio/servicos/bibliotecas-da-cultura/>. Acesso em: 24 out. 2024.

BITTENCOURT, Paola Portella de. **Bookstagrammers e sua influência no consumo de livros e objetos literários**. 2017. 66 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16843/Bittencourt_Paola_Portella_de_2017_TC_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 22 maio 2024.

BORTOLIN, Sueli. **Mediação oral da literatura**: a voz dos bibliotecários lendo ou narrando. 2010. 232 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Marília, 2010. Disponível em: https://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=201343. Acesso em: 05 jun. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **O capital social** – notas provisórias. In: CATANI, Afrânio; NOGUEIRA, Maria Alice. (Orgs.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOURDIEU, Pierre. The social space and the genesis of groups. **Theory and Society**, v. 14, n. 6, p. 723-775, 1985.

BOYD, Danah. M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication, -Mediated Communication**, Indiana, v. 13, n. 1, Oct. 2007. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062> . Acesso em: 23 maio 2024.

BROOKER, Will. **Using the Force**: creativity, community and star wars fans. New York: Continuum, 2002.

CAMPBELL, Adina. What is Black Lives Matter and what are the aims?. In: **BBC News**, 12 jun. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/explainers-53337780>. Acesso em: 17 set. 2025.

CAMPETTI SOBRINHO, Geraldo. Impactos da terceira revolução na sociedade pósmoderna: segmento serviços. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 1 – 8, jul./dez. 1998. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbbsb/article/view/46070>. Acesso em: 21 out. 2024.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CANDIDO, Antonio. **Formação da Literatura Brasileira**. Rio de Janeiro: MEC, 1959.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, Apr. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/j7936SHkZJkpHGH5ZNYQXnC>. Acesso em: 21 out. 2024.

CARDOSO, Rafaela Moraes. **A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos millennials e da geração Z através das mídias sociais Instagram e Tiktok**. 2023. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/262625>. Acesso em: 01 set. 2025.

CARPINTÉRO, Ana Carolina Barbosa. **Caminhos da literatura na internet**: o booktube e a partilha de experiências de leitura. 2019. 132 f. Dissertação (Mestrado em Literatura, Cultura e Contemporaneidade) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Letras, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/45740/45740.PDF>. Acesso em: 16 jan. 2022.

CARVALHO, Ana Cristina Guimarães; NASCIMENTO, Maria Gezilda e Silva; BEZERRA, Midinai Gomes. A mediação da informação na narrativa oral e na história de vida: proposições dialogais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, [S.l.], v. 16, n. 2, p. 461-482, maio/ago. 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8651516>. Acesso em: 22 ago. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Gardenia de. **Gestão do conhecimento em bibliotecas universitárias**: um instrumento de diagnóstico. Florianópolis, 2005. 161f. Dissertação [Mestrado em Ciência da Informação] – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFSC_880ec6a059130be74e4680fc34dee1cf. Acesso em: 21 out. 2024.

CAVALCANTE, Lídia Eugenia. Cultura informacional e gestão de bibliotecas públicas municipais: competências e usos da informação. In: **XI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://congresso.ibict.br/index.php/xi/enancibXI/paper/viewFile/128/252>. Acesso em: 22 ago. 2025.

CAVALCANTE, Lídia Eugenia. Mediação da leitura e formação do leitor. In: NETTO, Raymundo; CAVALCANTE, Lídia Eugenia.(orgs.). **Curso formação de mediadores da leitura**. Fortaleza, CE: Fundação Demócrito Rocha, 2018.

CAVICCHI, Daniel. Foundational discourses of fandom. In: BOOTH, Paul (ed.). **A companion to media fandom and fandom studies**. Hoboken: Wiley Blackwell, 2018. p. 27-46.

CAVICCHI, Daniel. **Tramps like us**: music e meaning among Springsteen fans. New York: Oxford University Press, 1998.

CAZARRÉ, Rafaela Ribeiro. **Comunidades virtuais no TikTok**: as implicações do Booktok no consumo de livros da geração Z da Grande Porto Alegre. 2023. 93 f. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/258859/001170830.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 jul. 2025.

CECCANTINI, João Luís. Leitores iniciantes e comportamento perene de leitura. In: SANTOS, Fabiano dos et al. (Org.). **Mediação de leitura**: discussões e alternativas para a formação de leitores. São Paulo: Global, 2009. p. 207-232.

CHOO, Chun Wei. **Gestão da informação para a organização inteligente**: a arte de explorar o meio ambiente. Lisboa: Caminho, 2003.

CORREIA, Zita P. **A biblioteca pública como espaço de cidadania**. In: Calixto, José

António (Ed.). Bibliotecas para a vida: literacia, conhecimento, cidadania. Évora: Publicações do CIDEHUS, 2016. Disponível em: <https://books.openedition.org/cidehus/1750>. Acesso em: 25 jun. 2025.

CORTELLA, Mario Sergio; DIMENSTEIN, Gilberto. **A era da curadoria: o que importa é saber o que importa!**. Campinas, SP: Papirus 7 Mares, 2015.

COULDRY, Nicholas. **The place of media power**: Pilgrims and witnesses of the media age. Londres, Routledge, 2000.

CRARY, Jonathan. **24/7**: Capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Ubu, 2016.

CRUZ, Luciana Ribeiro da; CRUZ, Lucélia Ribeiro da; OLIVEIRA, Thatiany Milhomem Timóteo de. A biblioteca como jardim vivo: leitura, mediação e resistência poética em Michèle Petit. **JNT Facit Business and Technology Journal**, Araguaína, v. 1, n. 64, p. 302-325, jul. 2025. Disponível em: <https://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/view/3646>. Acesso em: 22 ago. 2025.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK; Laurence. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

DAVIS, Hiram L.; SOMERVILLE, Mary M. Learning our way to change: Improved institutional alignment. **New Library World**, v. 107, n. 3-4, p. 127-140, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/03074800610654907>. Acesso em: 21 out. 2024.

DIAS, Kamyla Stanieski; VIEIRA, Maura Jeisper Fernandes; ROCHA, Cristianne Maria Famer. Influenciadores digitais: entre o trabalho da plataforma e o empresariamento de si. **Brazilian Creative Industries Journal**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 49-69, 2023. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/article/view/3203>. Acesso em: 28 jun. 2025.

DRUCKER, Peter. Além da revolução da informação. **HSM Management**, v. 18, p. 48-55, jan./fev. 2000. Disponível em: https://ulhoa.net/Leituras/Alem_da_revolucao_da_informacao.pdf. Acesso em: 21 out. 2024.

DUDZIAK, Elisabeth A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 23-35, jan./abr. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/xDBTqDKvmcsvMnmwLWprjmG/?lang=pt>. Acesso em: 05 jun. 2025.

DUFFETT, Mark. **Understanding fandom**: an introduction to the study of media fan culture. New York: Bloomsbury, 2013.

DUFFY, Brooke Erin. The romance of work: gender and aspirational labour in the digital culture industries. **International Journal of Cultural Studies**, [S.l.], v. 19, n. 4, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367877915572186>. Acesso em: 23 set. 2024.

ESQUIROL, Etienne. **Mental Maladies**: A Treatise on Insanity, trans. E. K. Hunt. Philadelphia, PA: Lea & Blanchard, 1845.

FIGUEIREDO, Iris. Hoje a comunidade literária se reuniu na Livraria Leonardo da Vinci, no centro do Rio, para arrecadar roupas, água, calçados e alimentos para o RS! O @DigaoRoque convocou e todo mundo foi. Olha essa fila! Muitas doações. A arrecadação vai até QUARTA-FEIRA. 11 maio 2024. Disponível em:

<https://x.com/irisfigueiredo/status/1789362008795607477>. Acesso em: 01 ago. 2024.

FRAZÃO, Luana. O TikTok se tornou um dos maiores incentivadores à leitura entre os jovens; entenda. *In: CNN Brasil*, 2022. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-tiktok-se-tornou-um-dos-maiores-incentivadores-a-leitura-entre-os-jovens-entenda/>. Acesso em 25 jul. 2025.

FREBERG, Karen; GRAHAM, Kristin; MCGAUGHEY, Karen; FREBERG, Laura A. Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. **Public Relations Review**, [S.l.], v. 37, n. 1, p. 90-92, 2011. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S03638111110001207>. Acesso em: 24 set. 2024.

FREIRE, Paulo. **Ação Cultural para a Liberdade e outros escritos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**. São Paulo: Novatec, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOBLOT, Magali. How Squid Game gained popularity through social media. *In: Concordia Business Review*, Concordia University: Concordia, 2022. Disponível em:

<https://www.concordiabusinessreview.com/post/how-squid-game-gained-popularity-through-social-media>. Acesso em: 24 set. 2024.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOMES, Henriette Ferreira. A biblioteca pública e os domínios da memória, da mediação e da identidade social. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 19, número especial, p. 151-163, out./dez., 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pci/a/t4k6pt7pb4gTPXt5yWDSzqD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 ago. 2025.

GOMES, Henriette Ferreira. Tendências de pesquisa sobre mediação, circulação e apropriação da informação no Brasil: estudo em periódicos e anais dos ENANCIB (2008-2009). **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 85-99, jan./dez. 2010. Disponível

em:<http://periodicos.ufpb.br/index.php/pbcib/article/view/11997>. Acesso em: 22 ago. 2025.

GOMES, Luciano Ferreira; BORTOLIN, Sueli. Biblioteca escolar e a mediação da leitura. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, [S. l.], v. 32, n. 2, p. 157–170, 2012. DOI: 10.5433/1679-0383.2011v32n2p157. Disponível em:

<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/11962>. Acesso em: 12 jul. 2025.

GOMES, Marcele Sales Alves. **Leitores online: um estudo da comunidade virtual booktwitter**. 2023. 139 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-

Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://www.bdttd.uerj.br:8443/bitstream/1/19798/2/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20-%20Marcele%20Sales%20Alves%20Gomes%20-%202023%20-%20Completa.pdf>. Acesso em: 27 maio 2024.

GRANOVETTER, Mark S. The strenght of weak ties. **American Journal of Sociology**, [S.l.], v. 78, issue 6, p. 1360-1380, may. 1973. Disponível em: <https://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/granovetter73weakties.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2025.

GRISWOLD, Wendy; LENAGHAN, Elizabeth; NAFFZIGER, Michelle. Readers as audiences. In: NIGHTINGALE, Virginia. **The handbook of media audiences**. Malden: Wiley-Blackwell, 2011. p. 19-40.

HARRINGTON, Cheryl Lee; BIELBY, Denise. **Soap fans: pursuing pleasure and making meaning in everyday life**. Philadelphia, PA: Temple University Press, 1995.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. Londres: Routledge, 2002.

IFLA UNESCO. **Manifesto da Biblioteca Pública IFLA-UNESCO 2022**, Repositório – FEBAB. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/6247>. Acesso em: 27 dez. 2023.

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers, Gamers**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2008.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans and participatory culture**. Reino Unido: Routledge, 1992.

JENSEN, Jolie. Fandom as Pathology: the consequences of characterization. In: LEWIS, Lisa (Org). **Adoring audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora: Etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2020

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v. 17, edição comemorativa, p. 46-61, 2017.

KARHAWI, Issaaf. Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: Visibilidade, autenticidade e motivações. In: **E-Compós**, p. 1–21, 2021.

KARHAWI, Issaaf; IOSSI, Sarah Sofia Szabó; FERNANDES, Carla Montuori. BookTok: o papel dos criadores de conteúdo do TikTok no estímulo à leitura no Brasil. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 27, n. 2, p. 163–190, 2024. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28273. Acesso em: 25 jul. 2025.

KLIKSBERG, Bernardo. Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. **Revista de la CEPAL**, p. 85-102, dic. 1999.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. São Paulo: Sextante, 2021.

KUHLTHAU, Carol. **Seeking meaning**: a process approach to library and information services. Norwood: Ablex, 1993.

LANI, Adriano Ramon. A Literatura da cultura de massa. *In: Monografias Brasil*, 2004. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/educacao/a-literatura-culturamassa.htm>. Acesso em: 22 maio 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2017.

LEADING mobile apps worldwide from January 1 to November 12, 2024, by downloads (in millions). *In: Statista*, 2025. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1285960/top-downloaded-mobile-apps-worldwide/?srsltid=AfmBOoqlqNZp2U8PYUhi4ScAJH3YCpAZkqH-xA5RUwf5IeRf43-KgJI9>. Acesso em: 05 jul. 2025.

LEMOS, André. Ciber-cultura-remix. *In: SEMINÁRIO SENTIDOS E PROCESSOS*, São Paulo, 2005. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Itaú Cultura, 2005. p. 1-9. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2024.

LEMOS, André. As estruturas antropológicas do ciberespaço. *In: Cibercultura*: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LEMOS, André. Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes. *In: IHU-online*. Unisinos: São Leopoldo, 2014. Disponível em: <https://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/5572-andre-lemos>. Acesso em: 23 maio 2024.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2003.

LEWIS, Lisa. **“Something more than love”**: fan stories on film. *In: LEWIS, Lisa*. The adoring audience: fan culture and popular media. London: Routledge, p. 135-159, 1992.

LIMA, Celly de Britto; PERROTTI, Edmir. O Bibliotecário como mediador cultural. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 18., **Anais eletrônicos...** 2017. Marília. Anais [...]. Marília: UNESP, 2017. p. 1-20. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/105214>. Acesso em: 22 ago. 2025.

LIMA, Stefany. **Dicionário Bookstan**: as gírias e siglas literárias mais usadas por leitores na Internet. Biblioteca do Maranhão, [s. l.], 30 set. 2020. Disponível em: <https://bibliotecasma.org/as-girias-e-siglas-literarias-mais-usadas-por-leitores-na-internet/>.

Acesso em: 24 abr. 2024.

LIN, Nan. **Social Capital: A Theory of Social Structure and Action**. Century Press, Shanghai, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

LISTON, Rose Cristiani; SANTOS, Plácida da Costa. Representando a Information Literacy “Competências Informacionais” na Biblioteconomia. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 287–300, 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/5043>. Acesso em: 22 ago. 2025.

LOU, Chen; YUAN, Shupe. Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. **Journal of interactive advertising**, [S.l.], v. 19, n. 1, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/15252019.2018.1533501?scroll=top>. Acesso em: 23 set. 2024.

LUX, Claudia. Bibliotecas na agenda: uma questão importante para a sociedade contemporânea. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 14–33, 2008. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/78>. Acesso em: 05 jun. 2025.

MACDONALD, Pat. Narcissism in the modern world. **Psychodynamic practice**, [S.l.], v. 20, n. 2, 2014. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14753634.2014.894225>. Acesso em: 23 set. 2024.

MACIEL, Alba Costa; MENDONÇA, Marília Alvarenga Rocha. **Bibliotecas como organizações**. 1.ed. rev. Rio de Janeiro: Interciência; Niterói: Intertexto, 2006.

MARQUES, Janote Pires. A “OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE” NA PESQUISA DE CAMPO EM EDUCAÇÃO. **Educação em Foco**, [S. l.], v. 19, n. 28, p. 263–284, 2016. DOI: 10.24934/eef.v19i28.1221. Disponível em: <https://revista.uemg.br/educacaoemfoco/article/view/1221>. Acesso em: 23 set. 2025.

MARQUES NETO, José Castilho. Políticas públicas de leitura e formação de mediadores. In: SANTOS, Fabiano dos; MARQUES NETO, José Castilho; ROSING, Tania M. K. **Mediação de leitura: discussões e alternativas para a formação de leitores**. São Paulo: Global, 2009.

MARTELETO, Regina Maria. Cultura da modernidade: discursos e práticas informacionais. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v.23, n.2, p.115-137, jul./dez. 1994. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/reb/article/view/38275/29815>. Acesso em: 14 jul. 2025

MARTELETO, Regina Maria. O lugar da cultura no campo de estudos da informação: cenários prospectivos. In: LARA, Marilda Lopes Ginez de; FUJINO, Asa; NORONHA, Daisy Pires. (orgs.) **Informação e contemporaneidade: perspectivas**. Recife: NÉCTAR, 2007. p. 13-26. Disponível em: <https://colabori.eca.usp.br/documentos/Infoeducacao.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2025.

MASCARENHAS, Alan; TAVARES, Olga. A inteligência coletiva do fandom na rede. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, XII, 2010, Campina Grande, **Artigo...** Campina Grande: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/r23-1409-1.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2023.

MATHESSON, Nina. The idea of the library in the twenty-first century. **Bulletin Medical Library Association**, v.83, n.1, p.1-7, jan.1995. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3571664/>. Acesso em: 21 out. 2024.

MATOS, Patrícia; MONTEIRO, Tiago. “Histeria Coletiva”: a representação das fãs adolescentes na mídia. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, XXXI, 2008, Natal, **Artigo...** Natal: Intercom, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0077-1.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2023.

MEDEIROS, Ana Ligia Silva. Biblioteca e cidadania. **Sinais sociais**, Rio de Janeiro, v.4, n.13, p. 10-45, maio/ ago. 2010. Disponível em: <http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/682>. Acesso em: 15 jul. 2025.
MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. São Paulo: Atlas, 2005.

MILANESI, Luís. **O que é biblioteca**. São Paulo: Brasiliense, 1986. (Coleção Primeiros Passos. n. 94).

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**: Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2013.

MIRANDA, Antonio. A missão da biblioteca pública no Brasil. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v.6, n.1, p. 69-75, jan./jun. 1978. Disponível em: http://www.antoniomiranda.com.br/ciencia_informacao/art_missaobiblip.pdf. Acesso em: 24 set. 2024.

MIRANDA, Fabiana Móes. Fandom: um novo sistema literário digital. **Hipertextus: revista digital**, Recife, PE, v. 3, n. 3, 2009. Disponível em: <http://arquivohipertextus.epizy.com/volume3/Fabiana-Moes-MIRANDA.pdf>. Acesso em: 22 maio 2024.

NEVES, Elisabete da Cruz; LONGO, Rose Mary Juliano. Atuação do profissional da informação na gestão do conhecimento. **Revista Biblioteconomia**, v. 23, ano: 2, p.161-172. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbbsb/article/view/46591>. Acesso em: 21 out. 2024.

NÓBREGA, Nanci Gonçalves. De livros e bibliotecas como memória do mundo: dinamização de acervos. *In*: YUNES, Eliana (Org.). **Pensar a leitura**:complexidade. Rio de Janeiro: Ed PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

NOGUEIRA, Gabriela Medeiros; VAHL, Mônica Maciel; WILLIS, Arlette Ingran. A biblioteca como um espaço de acolhimento, inclusão e promoção da diversidade. **Cadernos**

de Educação, n. 62, 2020. Disponível em:

<https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/caduc/article/view/19148>. Acesso em 22 de ago. de 2025.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NUNES, Martha Suzana Cabral. **Mediação da informação em bibliotecas universitárias brasileiras e francesas**. 2015. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/18977/1/TESE%20-%20Martha%20Suzana%20Cabral%20Nunes.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2025.

NUNES, Martha Suzana Cabral; SANTOS, Flaviana de Oliveira. Mediação da leitura na biblioteca escolar: práticas e fazeres na formação de leitores. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 25, n. 2, p. 3–28, jun. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/d8qjXtVvK3FzRTXJfRg7Pd/>. Acesso em: 12 jul. 2025.

O'BRIEN, M. Jeffrey. Welcome to the TikTok economy. In: **FORTUNE**. [S. l.], 07 out. 2021. Disponível em: <https://fortune.com/longform/tiktok-economy-monetization-business-social-media-platforms-creators/>. Acesso em: 05 jul. 2025.

OLINTO, Gilda. Bibliotecas públicas e o uso das tecnologias de informação e comunicação para o desenvolvimento social. **INCIC: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 1, p. 77-93, 2010. Disponível em: <http://revistas.ffclrp.usp.br/incid>. Acesso em: 24 set. 2024.

OLINTO, Gilda; MEDEIROS, Ana Ligia . Capital social e biblioteca pública. In: ALBAGLI, Sarita (Org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. Brasília: IBICT, 2013. p. 236-256. Disponível em: <https://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/1020/11/Fronteiras%20da%20Ci%C3%Aancia%20da%20Informa%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1976.

OLIVEIRA, Zita Catarina Prates de. **A biblioteca ‘fora do tempo’**: políticas governamentais de bibliotecas públicas no Brasil, 1937 – 1989. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1437/000083832.pdf?sequence=1>. Acesso em: 24 set. 2024.

O'REILLY, Tim. What is web 2.0 design patterns and business models for the next generation of software. In: **O'Reilly**, 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 05. jul. 2025.

ORTIZ, Renato. As celebridades como emblema sociológico. **Sociologia & Antropologia**, v.

6, n. 3, p. 669-697, set. 2016. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/sant/a/szbgzCWpCz3M5LQT6rZ9PNk/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2025.

PAIVA, Marília de Abreu Martins de. **Bibliotecas públicas**: políticas do estado brasileiro de 1990 a 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2008. Disponível em:
<https://repositorio.ufmg.br/items/6af2784b-39e6-4fcc-b162-a50e79bca1f2>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PEARSON, Roberta. Fandom in the digital era. **Popular communication**: the international journal of media and culture. [S.l.], v. 8, n. 1, 2010. Disponível em:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405700903502346>. Acesso em: 24 set. 2024.

PENLEY, Constance. Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture. In: GROSSBERG, Lawrence; NELSON, Cary; TREICHLER, Paul. **Cultural studies**. New York: Routledge, 1992.

PERROTTI, Edmir; PIERUCCINI, Ivete. A mediação cultural como categoria autônoma. **Informação & Informação**, Londrina, n. 2, v. 19, p. 1-22, 2014. Disponível em:
<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/33474>. Acesso em: 22 ago. 2025.

PERROTTI, Edmir. Sobre informação e protagonismo cultural. In GOMES, Henriette Ferreira; NOVO, Hildenise Ferreira.(orgs.). **Informação e Protagonismo Social**. Salvador: EDUFBA, 2017. v. 1. cap. 2. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/33742>. Acesso em: 22 ago. 2025.

PESCHEL, Sabine. Como os booktubers estão mudando o mercado literário. In: **Uol Notícias**, 2015. Disponível em:
<https://noticias.uol.com.br/ultimasnoticias/deutschewelle/2015/08/10/como-os-booktubers-estao-mudando-o-mercadoliterario.htm>. Acesso em: 22 maio 2024.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva**. São Paulo: Editora 34, 2009.

PETIT, Michèle. **Leituras: do espaço íntimo ao espaço público**. São Paulo: Editora 34, 2013.

PETIT, Michèle. **Somos todos animais poéticos**. São Paulo: Editora 34, 2016.

PIMENTEL, Catiane de Araujo. **Passado presente** – lendo Pedro Nava no século XXI. Dissertação de mestrado no programa de Pós-Graduação em Letras do Departamento de Letras do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio, 2010. Disponível em:
<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=16431@1>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PINOTTI, Fernanda. Booktok: comunidade do TikTok influencia o mercado de livros no Brasil. In: **CNN Brasil**, 2025. Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/booktok-comunidade-do-tiktok-influencia-o-mercado-de-livros-no-brasil/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

PIZARRO, Daniella Câmara; DAVOK, Delsi Fries. O papel do bibliotecário na gestão da informação empresarial: uma pesquisa bibliográfica em periódicos nacionais de biblioteconomia e ciência da informação. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 37-58, jan./jun. 2008. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/546/671>. Acesso em: 21 out. 2024.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. Sistema Municipal de Bibliotecas – SMB. Disponível em: <https://prefeitura.sp.gov.br/web/cultura/w/bibliotecas/smb/1197>. Acesso em: 29 set. 2025.

PRESSER, Adam. Thank you to our creator Community. *In: TikTok*, 2024. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/thank-you-creators-adam-presser>. Acesso em: 05 jul. 2025.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PUTNAM, Robert D. Bowling alone: America's declining social capital. **Journal of Democracy**, v. 6, n. 1, p. 66 -78, Jan. 1995.

RAMOS, Paulo Baltazar. A gestão na organização de unidades de informação. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 1, 1996. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/671/680>. Acesso em: 21 out. 2024.

RASTELI, Alessandro. **Mediação da leitura em bibliotecas públicas**. 2013. 170 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/5c29a3ab-c818-482f-b93c-633e85b78c0e/content>. Acesso em: 12 ago. 2025.

RASTELI, Alessandro; CAVALCANTE, Lidia Eugenia. A competência em informação e o bibliotecário mediador da leitura em biblioteca pública. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, vol. 18, núm. 36, enero-abril, 2013, p. 157-179. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/147/14726166009.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RELAÇÃO de bibliotecas públicas do estado do Rio de Janeiro. **Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas**, 202-. Disponível em: <http://snbp.cultura.gov.br/bibliotecas-rj/>. Acesso em: 24 out. 2024.

RETRATOS da leitura no Brasil. 6. ed. São Paulo: Instituto Pró-livro, 2024. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 24 set. 2024.

REXACH TRUJILLO, M. E. Nuevos retos del profesional de la información a las puertas del tercer mileni. **Universo Diagnóstico**, v. 1, n. 1, p. 14-16, 2000. Disponível em: http://bvs.sld.cu/revistas/uni/vol1_1_00/uni02100.htm. Acesso em: 20 out. 2024.

- RODRIGUES, Ricardo Batista. **Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação**. Recife: IFPE, 2016. Disponível em: https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/413/2018/12/arte_tecnologias_informacao_comunicacao.pdf. Acesso em: 16 mar. 2025.
- ROOI, Hazel van; SNYMAN, Retha. A content analysis of literature regarding knowledge management opportunities for librarians. **Aslib Proceedings: new information perspectives**, v. 58, n. 3, p. 261-271. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/mcb/ap/2006/00000058/00000003/art00006>. Acesso em: 21 out. 2024.
- ROSSI, Amanda; CARNEIRO, Julia Dias; GRAGNANI, Juliana. #EleNão: a manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. In: **BBC News Brasil**, 30 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 17 set. 2025.
- SANDVOSS, Cornell. **Fans: the mirror of consumption**. Cambridge: Polity Press, 2005.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus Editora, 2013.
- SANTOS, Edméa. **Pesquisa-formação na cibercultura**. Teresina: EDUFPI, 2019.
- SANTOS, Raquel do Rosário. **Espaço virtual e a comunicação com os usuários para mediação da informação**: utilização pelas bibliotecas das universidades federais e estaduais brasileiras. 248 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciências da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/7833>. Acesso em: 22 ago. 2025.
- SERRA, Eugenia; CEÑA, Margarita. **Las competencias profesionales del bibliotecario-documentalista en el siglo XXI**. In: JORNADAS ASOCIACIÓN DE BIBLIOTECARIOS Y BIBLIOTECAS DE ARQUITECTURA, CONSTRUCCIÓN Y URBANISMO, 15., Barcelona, 2004. Disponível em: http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3272/Competencias_profesionales_bibliotecario.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 20 out. 2024.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- SGRIGNELLI, Beatriz. Booktok: quais influencers de livros seguir no TikTok?. **Publish News**, [S.l.], 04 maio 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/05/04/booktok-quais-influencers-de-livrosseguir-no-tiktok>. Acesso em: 27 dez. 2023.
- SHANHONG, Tang. Knowledge management in libraries in the 21st century. **IFLA publications**, München, K.G. Saur, v. 102, p. 88-93, 2002. Disponível em: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110956238.88/pdf?licenseType=restricted>. Acesso em: 21 out. 2024.
- SICILIANO, Michael. Creators são trabalhadores. In: **Digilabour**, 2022. Disponível em <https://digilabour.com.br/2021/08/01/creators-sao-trabalhadores/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

SILVA, Bárbara Damiane da; SANTOS NETO, João Arlindo dos. Práticas de mediação cultural nas bibliotecas públicas municipais de Londrina/PR. **Biblionline**, João Pessoa, n. 2, v. 13, p. 30-43, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/16140>. Acesso em: 22 ago. 2025.

SILVA, Bruna Daniele de Oliveira; SABBAG, Deise Maria Antonio. Fandom em bibliotecas públicas: mapeamento de iniciativas e suas aplicabilidades. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 17, p. e019027, 2019. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8655370>. Acesso em: 20 jan. 2024.

SILVA, Jessica Cristina Junior da; BARRADAS, Jaqueline Santos. O fenômeno bookstan e as redes sociais: análise de estratégias utilizadas para atrair seguidores. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 1–19, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1909>. Acesso em: 22 ago. 2025.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho; SILVA, Roosevelt Lins. Biblioteca, luta de classes e o posicionamento da Biblioteconomia brasileira: algumas considerações. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 203–217, 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/16023>. Acesso em: 15 jul. 2025.

SILVA, Keina Maria Guedes da; LENDENGUE, Maria do Livramento de C. Bibliotecário na formação de leitores em potencial. **Biblionline**, João Pessoa, n. esp., p. 92-98, 2010. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/100267>. Acesso em: 22 ago. 2025.

SOBRE o TikTok. In: **TikTok**, 2020. Disponível em: <https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR> /. Acesso em: 27 maio 2024.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUZA, Queila; QUANDT, Carlos. O. Metodologia de Análises de Redes Sociais. In: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. **O tempo das Redes**. São Paulo: Perspectiva, p. 19-40, 2008.

STAIR, Ralph. **Princípios de sistemas de informação**: uma abordagem gerencial. 2. Ed. Rio de Janeiro: LTC Livros Técnicos e Científicos, 1998.

STEWART, Sophia. TikTok Booms: books championed on BookTok have seen huge sales spikes. In: **Publishers Weekly**, 2021. Disponível em: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/87304-how-tiktok-makes-backlist-books-into-bestsellers.html>. Acesso em: 5 jun. 2025.

SUAIDEN, Emir José. A biblioteca pública no contexto da sociedade da informação. **Ciência da Informação**, v. 29, n. 2, p. 52-60, maio/ago. 2000. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/887/922>. Acesso em: 24 set. 2024.

SWALES, John Malcolm. **Discourse community and the evaluation of written text**. Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics, 1992.

TARAPANOFF, Kira (Coord.) **Inteligência, informação e conhecimento**. Brasília: IBICT, 2006. 453 p.

TARAPANOFF, Kira. Inteligência organizacional e competitiva. Brasília: UNB, 2001.

TIKTOK é o app mais baixado do mundo pelo 3º ano consecutivo; veja a lista. In: **UOL**, 2023. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/tiktok-app-mais-baixado-mundo/>. Acesso em: 27 maio 2024.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis/SC, Brasil, v. 11, n. 1, p. 75–91, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>. Acesso em: 14 jul. 2025.

TURNER, Graeme. The mass production of celebrity: “celetoids”, reality TV and the “demotic turn”. **International Journal of Cultural Studies**, [S.l], v. 9, n. 2, 2006. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367877906064028>. Acesso em: 23 set. 2024.

UNIVERSIDADE DE OXFORD. Lexico. **Stan**: significado e definição para inglês do Reino Unido. Oxford, [20--]. Disponível em: <https://www.lexico.com/definition/stan>. Acesso em: 25 abr. 2024.

VAHL, Mônica. A biblioteca pública e a promoção da diversidade cultural: uma abordagem crítica. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 56–72, 2015. <https://www.scielo.br/>. Acesso em 05 de julho de 2025.

VALENTE, Tiago. **feliz dia do livro!** 📖💎👤 #livros #booktokbrasil #aprendanotiktok, [vídeo]. TikTok, publicado em 29 out. 2024a. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@otiagovalente/video/7431305592146365702>. Acesso em: 10 jan. 2025.

VALENTE, Tiago. **quem já leu Espresso Fantasma?** 📖👤💎 #livros #booktok #booktokbrasil, [vídeo]. TikTok, publicado em 10 nov. 2024b. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@otiagovalente/video/7435676217308745016>. Acesso em: 10 jan. 2025.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento em ambientes organizacionais: conceitos e compreensões. **Tendências da pesquisa brasileira em ciência da informação**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 1 – 16, 2008. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/82825>. Acesso em: 21 out. 2024.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Gestão da Informação e gestão do conhecimento: especificidades e convergências**, 2004. Disponível em: https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=88. Acesso em: 30 Out. 2012.

VAN DEVENTER, Martie J.; SNYMAN, Retha. Measuring for sustainability: A multi-dimensional measurement framework for library and information services. **Libri**, v. 54, n. 1, p. 1-8, 2004. Disponível: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/LIBR.2004.1/html>. Acesso em: 21 out. 2024.

VYGOTSKY, Lev Semionovitch. **A formação social da mente**: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

WALLER, Vivienne; MCSHANE, Ian. Analyzing the challenges for large public libraries in the Twenty-first Century: a case study of the State Library of Victoria in Australia. In: **First Monday**, v.13, n.12, Dec. 2008.

WALTER, Roland. Literatura, teoria literária e as diferenças culturais. **Investigações, lingüística e teoria literária**, Recife, v.10, p. 75-107, 1999.

WANG, Yunwen. Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of *TikTok (DouYin)*. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 110, p. 106373, 2020. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563220301266?dgcid=rss_sd_all&utm_campaign=RESR_MRKT_Researcher_inbound&utm_medium=referral&utm_source=researcher_app. Acesso em: 27 maio 2024.

WANG, Zihan. The complicated digital fandom: empower exploitation of fans in digital media era. **Humanities and social sciences**, [S.l.], v. 8, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.sciencepublishinggroup.com/article/10.11648/j.hss.20200802.11>. Acesso em: 24 set. 2024.

YOUNG, Ron. **Knowledge Management**: tools and techniques manual. Asian Productivity Organization. Tokio, 2020.

APÊNDICE A – INFOGRÁFICO

