

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO
(CBG)

VICTÓRIA DE LUCENA RODRIGUES

BOOKSTAN: A INFLUÊNCIA NO AUMENTO DE LEITORES DE AUTORAS
BRASILEIRAS

Rio de Janeiro

2023

VICTÓRIA DE LUCENA RODRIGUES

**BOOKSTAN: A INFLUÊNCIA NO AUMENTO DE LEITORES DE AUTORAS
BRASILEIRAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de
Unidades de Informação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial à obtenção do título de bacharel em
Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação.

Orientador (a): Profa. Dra. Luciane de Fátima Beckman Cavalcante

Rio de Janeiro

2023

Ficha catalográfica

R696b	<p>Rodrigues, Victória de Lucena Análise da abordagem da saúde mental nos filmes da Pixar: um olhar para a mediação da informação / Victória de Lucena Rodrigues. - Rio de Janeiro 55 f.</p>
	<p>Orientadora: Luciane de Fátima Beckman Cavalcante . Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Bacharel em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, 2023.</p>
	<p>1. Bookstan. 2. Leitura. 3. Leitores. 4. Autoras Brasileiras. 5. Análise de Conteúdo. I. Cavalcante , Luciane de Fátima Beckman, orient. II. Título.</p>

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

VICTÓRIA DE LUCENA RODRIGUES

BOOKSTAN: A INFLUÊNCIA NO AUMENTO DE LEITORES DE AUTORAS BRASILEIRAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de
Unidades de Informação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial à obtenção do título de bacharel em
Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação.

Rio de Janeiro, ____ de ____ de 20____.

Profa. Dra. Luciane de Fátima Beckman Cavalcante (UFRJ)
Orientador (a)

Prof. Dr. Danilo Pestana de Freitas - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Membro interno

Prof. Dr. Lúcia Maria da Cruz Fidalgo - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Membro interno

À comunidade *bookstan*, que não permitiu que eu me sentisse sozinha.

AGRADECIMENTOS

À minha família, aqueles que são o meu suporte. Meu pai e minha mãe, por serem os primeiros a me incentivar na leitura. Minha irmã Mariana e meu cunhado Rogério, as conversas que sempre temos conseguem animar qualquer dia triste. Minha irmã Juliana, obrigada por acreditar em mim quando nem eu mesma acreditei. Digo aqui que conseguimos, pois vocês também fizeram parte deste trabalho, obrigada por tanto.

Às minhas avós, que são as vozes que ficam no meu coração reacendendo a minha força de vontade. Pela alegria da minha vó Nevinha em ver mais um neto formado. E vovó Diva, mesmo que hoje esteja em outro plano, foi graças ao seu presente que consegui escrever este trabalho.

Ao meu companheiro Brenno, que viveu cada dia dessa trajetória do meu lado, leu e releu, me escutou repetir coisas que talvez nem entendesse. Você é meu melhor amigo e confidente que me encheu de apoio.

Aos amigos que fazem parte da trajetória que foi a UFRJ, que surtaram e vibraram comigo. Em especial o Clube dos Cinco, vocês nunca foram esquecidos e eu não sei o que seria de mim sem vocês.

À UFRJ, a faculdade que me fez conhecer o trabalho que me encontrei e continuo me encontrando.

A Luciane de Fátima, minha orientadora, por ter aceitado embarcar nesse trabalho comigo e me ensinar.

Aos profissionais de Biblioteconomia que encontrei ao longo desse caminho, me inspiram, me ensinam e me fazem acreditar.

E por fim a mim. Você conseguiu, Victória!

“— O mundo é isso — revelou. — Um montão de gente, um mar de fogueirinhas.” (Eduardo Galeano, 1989).

RESUMO

Com os avanços tecnológicos e as mudanças nos hábitos de leitura, os leitores contemporâneos rompem com a ideia de que a experiência de leitura é solitária. Surgem os *bookstans*, leitores que, além de absorverem o conteúdo lido, também se tornaram criadores e divulgadores de conteúdos literários nas redes sociais, influenciando outros entusiastas da leitura. Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar como a comunidade *bookstan* tem se apropriado das redes sociais, podendo influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras. A pesquisa, segundo os objetivos, caracteriza-se como uma pesquisa documental, com abordagem qualitativa da técnica de análise de conteúdo de Laurence Bardin. Com base na análise da comunidade estudada, a partir de três categorias delimitadas, notou-se que os perfis *bookstans* conseguem influenciar seu público, podendo gerar o engajamento para o aumento de leitores de autoras brasileiras. Por ser um fenômeno ainda pouco estudado, torna-se importante contemplar essa comunidade literária, desenvolvendo novos estudos na área da Ciência da Informação.

Palavras-chave: *Bookstan*. Leitura. Leitores. Autoras Brasileiras. Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

With technological advancements and changes in reading habits, contemporary readers break away from the notion that the reading experience is solitary. Bookstans emerge, as readers who not only consume the content they read but have also become creators and promoters of literary content on social media, influencing other reading enthusiasts. This research examines the bookstan community, aiming to analyze how it has integrated into social media and its potential influence on increasing readership of Brazilian women authors. The research, following its objectives, is characterized as a documentary investigation, utilizing a qualitative approach to Laurence Bardin's content analysis technique. Based on the analysis of the studied community through three defined categories, it was observed that bookstan profiles have the ability to influence their audience, potentially fostering engagement to increase readers of Brazilian women authors. As this phenomenon remains understudied, it is crucial to consider this literary community and further develop studies in the field of Information Science.

Keywords: Bookstan. Reading. Readers. Brazilian women authors. Content analysis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Ordenação das duas etapas iniciais de Bardin	27
Figura 2 -	Página inicial do perfil @book.ster no <i>Instagram</i>	30
Figura 3 -	Capa de vídeo “Seleção imperdível” no perfil de @book.ster	30
Figura 4 -	Legenda de postagem de vídeo @book.ster	31
Figura 5 -	Comentários de seguidores em vídeo de autor(a) mineiro(a)	32
Figura 6 -	Comentário de seguidor em vídeo de autor(a) mineiro(a)	32
Figura 7 -	Capa de vídeo “Livros que me fizeram chorar” no perfil de @book.ster	33
Figura 8 -	Comentários de seguidores em vídeo de livros que fizeram chorar	33
Figura 9 -	<i>Stories</i> @book.ster	34
Figura 10 -	Página inicial perfil @eibarbarasa no <i>Instagram</i>	35
Figura 11 -	Postagem em vídeo perfil @eibarbarasa	36
Figura 12 -	Comentários na publicação @eibarbarasa	36
Figura 13 -	Capa vídeo “Contos para ler em dezembro” de @eibarbarasa	37
Figura 14 -	Comentários publicação dezembro @eibarbarasa	38
Figura 15 -	Página inicial perfil @divulganacionaloficial	39
Figura 16 -	<i>Story</i> do perfil @divulganacionaloficial	40
Figura 17 -	Postagens do perfil da @divulganacionaloficial	41
Figura 18 -	Comentário no perfil @divulganacionaloficial	41
Figura 19 -	<i>Story</i> de interação @divulganacionaloficial	42
Figura 20 -	Página inicial do perfil @arianicastelo	43
Figura 21 -	Publicação e comentários fantasia @arianicastelo	44
Figura 22 -	Vídeos entrevistando autores nacionais	44
Figura 23 -	Vídeo Parte 1 Bienal @arianicastelo	45
Figura 24 -	Comentários seguidores vídeo @arianicastelo	46
Figura 25 -	Um livro nacional para cada livro gringo @arianicastelo	46

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	PROBLEMA.....	11
1.2	OBJETIVOS.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA.....	11
2	LEITURA E O SUJEITO LEITOR.....	13
2.1	LEITORES.....	16
3	CIBERCULTURA E A COMUNIDADE BOOKSTAN.....	19
3.1	CULTURA DE FÃS.....	19
3.2	BOOKSTAN.....	21
4	UM BREVE HISTÓRICO DE AUTORAS BRASILEIRAS.....	24
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	27
6	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	29
6.1	DEFINIÇÃO DE PERFIS ANALISADOS E DE CATEGORIAS.....	29
6.1.2	Pedro Pacífico - @book.ster.....	30
6.1.3	Barbara Sá - @eibarbarasa.....	34
6.1.4	Íris - @divulganacionaloficial.....	38
6.1.5	Ariani Castelo - @arianicastelo.....	42
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
	REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa “Retratos da Literatura”¹, realizada pelo Instituto Pró-Livro, entrevistou frequentadores da Bienal do Livro de São Paulo de 2022, destacando a influência das redes sociais e de influenciadores digitais no aumento de leitores. Segundo Zoara Failla, coordenadora da pesquisa, 73% dos entrevistados informaram que leram mais na pandemia, e 28% afirmaram terem sido influenciados no *TikTok*, no *Instagram*, no *Youtube* ou no *Facebook* em relação ao que ler.

Constata-se que, com o avanço tecnológico, a leitura e o perfil do leitor passam por uma transformação significativa, de experiência mais interativa e socialmente conectada para os leitores contemporâneos. Logo, caracteriza-se a cibercultura (Lévy, 1999), que engloba as transformações na sociedade que, de alguma forma, são impactadas pelas novas tecnologias, como as redes sociais.

Desse conceito, encontram-se os *bookstans*, verdadeiros aficionados por livros que descobriram nas redes sociais uma nova forma de socializar suas práticas literárias. Os leitores contemporâneos não apenas consomem obras, mas também as discutem, produzem conteúdo sobre elas em seus perfis *online* e se engajam ativamente em espaços digitais dedicados à leitura, tornando o ato de ler uma atividade mais participativa, colaborativa e influenciadora.

Em contrapartida a cenários históricos de desigualdade de gênero e estereótipos, que, para Castanheira (2011), “limitam a capacidade das mulheres de produzir obras”, os divulgadores literários formam uma rede de apoio que destaca a importância da leitura e de autores brasileiros, utilizando plataformas digitais para promover obras literárias. Nesse contexto, cabe-nos considerar se a comunidade *bookstan*, apropriada das redes sociais, pode influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras.

Por essa razão, visando responder aos objetos e ao problema da pesquisa, a metodologia utilizada foi uma análise qualitativa, na qual Gibbs (2009) afirma existir processos de dedução e indução, permitindo uma descrição rica. Como forma de análise, optou-se pelo método de análise de conteúdo de Laurence Bardin, em especial a técnica da análise categorial para se discutir as categorias determinadas na pesquisa.

A elaboração da pesquisa partiu da motivação pessoal da autora e sua familiaridade com o tema, sobre o qual não se observaram muitos estudos até o momento. Cabe ressaltar que o fenômeno *bookstan*, mesmo pouco estudado, é um campo que agrupa aos estudos da área de Biblioteconomia e Ciência da Informação, ao compreender os impactos das redes sociais nos

¹ GARCIA, Amanda. **Influência das redes sociais nos hábitos de leitura aumentou, diz pesquisa.** CNN Brasil, 2022.

leitores. Nesse sentido, este trabalho contribuirá para que novas pesquisas sejam desenvolvidas nesta temática, abordando outros enfoques e perspectivas.

1.1 PROBLEMA

Ao longo da história, a literatura tem sido dominada por vozes masculinas, em razão da desigualdade de gênero e da persistência de estereótipos relacionados à capacidade da mulher de produzir obras significativas. Ademais, é de informação pública que muitas mulheres escrevem sob pseudônimos masculinos para terem a oportunidade de serem publicadas.

O Brasil permanece a passos lentos no reconhecimento da potência de mulheres que se dedicam à literatura e à leitura, principalmente quando observado e comparado o histórico de alfabetização feminina e masculina no país. Foi apenas a partir do século XIX, depois da separação de Portugal, que a presença feminina passou a ter efeitos na produção e circulação de obras.

Em contraponto, no contexto contemporâneo, divulgadores literários ou *bookstans*, fazem parte de uma rede de apoio que destaca a importância da leitura e de autoras brasileiras, utilizando plataformas digitais para divulgar obras de literatura. As redes sociais proporcionam um espaço em que autoras brasileiras e seus leitores podem construir presença, interação, visibilidade e engajamento, promovendo as obras de forma mais acessível.

Levando em consideração o cenário acima discutido e que será pesquisado, o trabalho reúne diversos exemplos coletados no intuito de responder ao problema de pesquisa: a comunidade *bookstan* pode influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras?

1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é analisar como a comunidade *bookstan* tem se apropriado das redes sociais, podendo influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras. Por conseguinte, os objetos específicos que norteiam a pesquisa são:

1. Identificar os conceitos de ciberespaço, leitores e leitura;
2. Contextualizar a comunidade *bookstan*;
3. Verificar e analisar postagens de conteúdo online; e
4. Compreender a influência da comunidade *bookstan* no aumento de leitores de autoras brasileiras.

1.3 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho teve o tema definido a partir de uma experiência pessoal da autora, ao encontrar na leitura e na comunidade *bookstan* um modo de ser interpretada e de interpretar.

Durante o período de quarentena, quando as comunidades literárias cresceram, a autora identificou a necessidade humana de pertencimento e de participação social, uma vez que leitores encontraram, nessas comunidades, um meio de diálogo independente de distância.

Ao longo da quarentena e permanecendo no ano de 2023, essas comunidades literárias atraíram novos leitores, despertando, ainda, olhares para autores antes não divulgados em larga escala, como no caso de autoras brasileiras, que, em grande parte, publicam suas obras de forma independente. Os *bookstans* tornaram-se influenciadores de tendências literárias, impactando livros e autores consumidos.

O bibliotecário deve reconhecer as relações de leitores nas redes sociais, para aprimorar o trabalho de uma biblioteca e fortalecer os laços com sua comunidade. Numa sociedade altamente conectada tecnologicamente, não bastam mais interações somente com registros informacionais bibliográficos, pois, no cenário vigente, a ascensão de plataformas digitais trouxe mudanças na maneira como as pessoas descobrem, compartilham e consomem leitura.

Nos estudos da área da Ciência da Informação, conhecer impactos sociais presentes na atualidade e como o leitor é afetado permite uma melhora contínua das Unidades de Informação, auxiliando na personalização dos serviços e estudo do usuário. Além disso, no âmbito cultural, a identificação da influência de redes sociais nos leitores contribui para a promoção de autores e obras, além de evidenciar a importância da democratização do acesso à cultura e à informação.

Ao olhar para o fenômeno *bookstan*, valoriza-se o desenvolvimento de ações que colaborem na promoção tanto da prática da leitura quanto de ambientes, *online* ou presenciais, que acolham leitores e autores. Como área pouco estudada, são diversos os aprofundamentos possíveis na temática, desde o histórico cultural de leitura brasileiro até as interferências sociais da tecnologia.

Em vista disso, a escolha deste tema é fundamentada na relevância da comunidade *bookstan* nas redes sociais e sua influência no aumento de leitores, em específico de autoras brasileiras. Ademais, julga-se pertinente aprofundar-se na pesquisa de um tema atual e novo na área de biblioteconomia.

2 LEITURA E O SUJEITO LEITOR

Maria Helena Martins (1994) discorre sobre a noção de “crise de leitura”, que é a ausência de leitura de texto escrito, principalmente livros. Aprofundando-se nos fatores da crise, Martins aponta a regra, entendida por muitos, de que a leitura deve estar limitada à escola, com fins eminentemente pragmáticos, “mesmo suspeitando que ler significa intuir-se do mundo, sendo também uma forma de conquistar autonomia[...]” (Martins, 1994, p. 23).

Em “A Formação da Leitura no Brasil” (2019), Marisa Lajolo e Regina Zilberman, analisando conteúdos históricos das práticas de leitura, identificam que a escola, sendo prática e aplicada, considera as leituras não didáticas como indesejadas (p. 312). Ainda com os avanços tecnológicos inseridos nas escolas e nos locais de aprendizagem buscando melhorias na atuação, a leitura permanece prevalentemente vista como uma decodificação dos signos linguísticos.

Não obstante, a concepção vigente de leitura, sem grandes pormenores, pode ser sintetizada em outra caracterização, a de um processo de compreensão mais abrangente e dinâmico, envolvendo desde fatores sensoriais e emocionais até culturais e econômicos. Nas palavras de Rildo Cosson, “é uma competência individual e social, um processo de produção de sentidos que envolve quatro elementos: o leitor, o autor, o texto e o contexto” (Cosson, 2014, p. 36).

Não sendo uma invariante histórica, a leitura, mesmo nas modalidades mais físicas, parte do contexto, encontrando neste o seu horizonte de definição. É um gesto individual e/ou coletivo, dependente das formas de sociabilidade, das representações do saber ou do lazer, das concepções da individualidade (Chartier *apud* Cosson, 2014, p. 38).

Com base nesse entendimento, a leitura é um acontecimento histórico entre o objeto lido e o leitor, em que o ato de ler compartilha os sentidos de uma sociedade. Nessa perspectiva cognitivo-sociológica, é identificado por Lajolo e Zilberman que:

É quando o ato de ler, propiciado pelo resultado positivo da alfabetização, é encarado como processo que conduz ao alargamento das fronteiras intelectuais do leitor. A leitura recupera sua propensão iluminista como queriam os primeiros advogados da educação das massas (Lajolo; Zilberman, 2019, p. 314).

Ante o exposto, a leitura no contexto da ação é entendida como uma representação do saber ao decodificar signos linguísticos. Contudo, no entendimento não apenas da ação, mas da perspectiva cognitivo-sociológico e antropológica, ler envolve além do texto, o leitor, o escritor e o momento ou local em que a leitura ocorre. Assim, identificam-se as alterações possíveis de acontecer na leitura de cada indivíduo, sendo fundamental olhar para o leitor.

Para Oliveira e Prados (2014), a leitura tem a característica de permitir que o leitor possua acesso à informação e aos conhecimentos fornecidos do mundo, sendo verdadeiro que, por meio dessa ação, constroem-se pensamentos, imaginação e atualizações referentes às novas informações surgidas na sociedade. No que se relaciona com Silva (2011), tem-se que “a leitura é um processo de compreensão de mundo que envolve características essenciais singulares do homem, levando a sua capacidade simbólica e de interação com outra palavra de mediação marcada no contexto social” (p. 222).

Desse modo, a atividade de ler leva à participação do homem na vida em sociedade, compreendendo não apenas seu presente, mas também seu passado, levando à criação da possibilidade de transformação. O texto se transforma no ato da leitura, em que cada indivíduo leitor está sujeito a uma interpretação em razão do seu contexto.

Do que foi discorrido, é possível identificar, portanto, o ato de ler como uma atividade dinâmica e mutável, sendo individual para cada leitor. Não se distanciando da atividade cognitiva, uma vez que ler envolve a habilidade de reconhecer e entender letras e formas, a leitura, sendo um ato cultural, também envolve a capacidade de contextualizar, analisar, dar sentido ao que se lê e refletir a partir do conhecimento do leitor.

A leitura está intrínseca à percepção que o leitor terá do texto; logo, é uma experiência pessoal, sendo o leitor influenciado por sua bagagem cultural. A definição de ler é um processo complexo que vai além da decifração de palavras, envolvendo compreensão e interpretação de textos escritos, que desempenham papel fundamental no desenvolvimento de conhecimento, comunicação e experiências humanas.

Isso posto, devem-se identificar as características do sujeito leitor, dado que este é o responsável por tornar real a leitura, além de ser através dele que se entende o contexto da leitura. Afinal, “Ser leitor, papel que, enquanto pessoa física, exercemos, é função social, para a qual se canaliza ações individuais, esforços coletivos e necessidades econômicas” (Lajolo; Zilberman, 2019, p. 24).

A leitura é uma prática que envolve gestos, hábitos e espaços. Assim, no ato de ler, o leitor constrói pensamentos, desenvolve o imaginário e o senso crítico. Na definição de Eliana Yunes (2002, p. 25), “Ler é realizar a experiência de se pensar pensando no mundo”.

Retornando a Martins (1994), a autora aborda três níveis básicos de leitura, que auxiliam posteriormente nas definições de leitor. São eles: leitura sensorial; leitura emocional e leitura racional.

1) Leitura Sensorial

Sendo um objeto, antes mesmo de um texto escrito, o livro possui forma, cor, textura, até mesmo cheiro e som, a depender do passar das folhas. Desse modo, o livro provoca sensações, gostos e admirações.

Assim, desde a infância, a leitura sensorial nos acompanha, representando nossas primeiras escolhas, motivações e revelações, que são e serão marcantes para o leitor. Por outro lado, ela também apresenta as primeiras rejeições do desagradável aos sentidos do leitor. Cumpre citar que, mutável, o ser humano está sempre em construção, não significando que um livro ou gênero literário será para sempre desagradável aos sentidos.

Martins (1994) discorre que “na criança essa leitura através dos sentidos revela um prazer singular, relacionado com a sua disponibilidade (maior que a do adulto) e curiosidade (mais espontaneamente expressa)” (Martins, 1994, p. 42). A partir dessas sensações, surgirão novas escolhas e interesses.

Nesse sentido, a leitura sensorial indica que o livro vai além do texto, provocando percepções sensoriais, como forma, cor e cheiro, e moldando nossas primeiras experiências de leitura desde a infância. No contemporâneo, essa ideia está presente na expressão “julgar um livro pela capa”.

2) Leitura Emocional

Assim como a leitura sensorial, do ponto de vista da cultura letrada, a leitura emocional é também dada como inferior, uma vez que lida com sentimentos, levantando a falta de objetivismo. No entanto, é a leitura mais comum para aqueles que dizem gostar de ler.

Martins (1996) aborda o preconceito presente na leitura emocional, caracterizado no fato de que, uma vez passado o sentimento da leitura, tendemos a frear essas emoções e, até mesmo, a ridicularizá-las. Esse comportamento é reflexo de mitos que nos são transmitidos por meio de uma ordem social, cultural e política. Um exemplo atual que pode representar o debatido por Maria Helena Martins é a inferioridade dada ao gênero literário romântico, ainda que esse seja um dos mais consumidos.

Dita como passatempo, a leitura emocional revela a predisposição do leitor de entregarse ao texto, desconectando-se das circunstâncias. Observe que, na realidade, essa postura leva a uma reflexão aprofundada da relação texto e leitor.

3) Leitura Racional

O leitor, ao sair da leitura que apenas o envolve sentimentalmente e ao buscar respostas ao que se lê, passa para a leitura racional. Veja que a leitura racional é uma reflexão, uma vez que trata de alguém que lê o texto e busca respostas ao que foi lido.

Dessarte, a leitura racional é elaborada pelo nosso intelecto, ressaltando, mais uma vez, seu caráter reflexivo e dinâmico. Observe que:

Ao mesmo tempo que o leitor sai de si, em busca da realidade do texto lido, sua percepção implica uma volta à sua experiência pessoal e uma visão da própria história do texto, estabelecendo-se, então, um diálogo entre este e o leitor com o contexto no qual a leitura se realiza. Isso significa que o processo de leitura racional é permanentemente atualizado e referenciado (MARTINS, 1994, p.66).

Martins (1994) destaca que essa leitura é intelectual; entretanto, salienta seus aspectos positivos em relação aos negativos associados à leitura intelectual tradicional, que seria o *status* letrado mantido pela elite.

Em análise, a leitura racional implica um diálogo entre o leitor e o conhecimento, estimulando a reavaliação de mundo; ou seja, trata-se de uma conversa entre o autor, o texto e o contexto. Assim, o processo de leitura se torna constantemente atualizado, trazendo mudanças no aspecto social do leitor e na sua percepção de realidade social.

Considerando o que foi apresentado neste tópico, bem como os três níveis básicos de leitura discutidos pela autora Maria Helena Martins, conclui-se que a leitura é uma atividade que carrega diversos benefícios, como conhecimento, pensamento crítico, desenvolvimento de vocabulário e outros. Ainda desse modo, a leitura está ligada à cultura, desempenhando papel vital na preservação e transmissão de tradições e histórias, sendo uma forma de expressão artística, realizada pelo autor, pelo leitor e pelo texto.

Uma vez que, seguindo os avanços do mundo, os textos são modificados, assim como as formas de leitura para acompanhar as necessidades de seus leitores e de adaptações tecnológicas, deve-se conceituar leitores.

2.1 LEITORES

Aqueles que se envolvem na atividade de leitura são os considerados leitores. Dos estudos realizados na área, diversos são os tipos de leitores, pois podem variar em termos de preferências de leitura, habilidades, meios, objetivos, mas todos compartilham da prática que é interagir com o texto escrito.

Santaella (2019) estabelece diferentes perfis cognitivos de leitores, entre eles o contemplativo, o movente e o imersivo. A autora afirma que o ato de ler não é limitado à interpretação de textos escritos, mas abrange a leitura também de imagens, mapas e sinais. Essa interação é realizada devido à crescente interação das linguagens verbal, visual e sonora presentes nas mídias. Antes de aprofundar nos diferentes tipos de leitor, cumpre citar que cada um deles caracteriza leitores de diferentes épocas.

1) Leitor contemplativo

O leitor contemplativo é aquele focado no seu contato íntimo com o texto, sendo concentrado, silencioso e solitário. De suas principais características, temos: concentração, reflexão, percepção e interpretação. É o leitor que acompanhou a história do livro, criando o costume de ler texto impresso e necessitando de reclusão como meio de obter concentração.

Para o leitor contemplativo, a sequência da leitura depende dele, não necessitando de auxílio. Na visão de Santaella (2019), este leitor possui certas vantagens no que diz respeito a ter melhores possibilidades de desenvolvimento de intelecto.

Entre os séculos XVI e XIX, materiais escritos como livros, enciclopédias e dicionários eram materiais de privilégio social e elitizados, exclusivos quanto ao sentido de transferência de conhecimento e de cultura em geral, visão que, muitas vezes, ocorre ainda no século XXI. Apesar disso, Santaella (2019, p. 23) cita que com o advento da “Revolução Industrial e das novas máquinas de produção de linguagem que ela trouxe (a fotografia, o telégrafo e as rotatórias), essa soberania começou a sofrer concorrência do jornal, das revistas e da publicidade”.

Ainda que propícia para o perfil de um leitor contemplativo na leitura, a Revolução Industrial e as novas formas de comunicação, trazendo jornais, revistas e publicidade para o cenário cultural, trouxeram inclinações para uma maior presença dos tipos de leitura abordados a seguir.

2) Leitor movente

O leitor movente é aquele capaz de reunir imagens e novas formas de ler, estando ligado ao mundo moderno e à aceleração capitalista. Caracteriza-se pela familiaridade em transitar entre linguagens, pela intuição e pensamento associativo, pela memória curta, mas também pela agilidade. (Santaella, 2019, p. 23).

Logo, o leitor movente preparou a sensibilidade perceptiva humana para o surgimento do leitor imersivo, sendo o movente aquele que “se move na grande cidade, no movimento do

trem, do bonde, dos ônibus e do carro, e o movimento das câmeras de cinema”, pois, enquanto a cultura do livro desenvolve o pensamento lógico do leitor, os conteúdos audiovisuais comandam o pensamento “associativo, intuitivo e sintético” (Santaella, 2019, p. 24).

3) Leitor imersivo

Também conhecido como “leitor virtual”, o leitor imersivo é um novo tipo de leitor associado à era digital. Possui capacidade de absorver informações rapidamente em um ambiente de tela, interagindo com textos e outras mídias, como imagens e músicas. É movido por roteiros complexos e não lineares que ele mesmo constrói por meio de suas interações com o conteúdo.

Além disso, Santaella (2019) discute que a leitura na internet ativa circuitos cerebrais distintos em comparação com a leitura de livros impressos. A autora destaca, ainda, que os diferentes tipos de leitores não são excludentes, visto que a existência de um não faz desaparecer o outro, até mesmo se complementando.

Em síntese, evidencia-se que a leitura envolve o contexto, sendo, assim, possível que alterações ocorram na leitura de cada indivíduo, pois a leitura reflete uma compreensão do mundo e a participação do homem na vida. A leitura é fator estimulante para a reavaliação do mundo, trazendo mudanças no aspecto social, como o exemplo do leitor imersivo, que interage com outras mídias para além do texto.

Na conjuntura vigente da difusão da tecnologia, deve-se entender o digital bem como o comportamento dos leitores nessas mídias. Sendo assim, a seção que se sucede denotará a cibercultura e apresentará como é o ciberespaço e suas proporções como espaço de atuação da comunidade *bookstan*.

3 CIBERCULTURA E A COMUNIDADE BOOKSTAN

Em um mundo onde as fronteiras físicas são superadas pela conectividade digital, a cibercultura se estabelece como o epicentro das novas formas de interação, comunicação e expressão humana. É definido por Pierre Lévy (1999, p. 92) o ciberespaço “como o espaço da comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Neste espaço virtual, restrições físicas não se aplicam, resultando em experiências distintas da realidade e do mundo virtual. Essa disparidade gera novos padrões de comportamento e interações sociais, formando a cibercultura quando vinculada ao ciberespaço. É uma construção coletiva que transcende o individualismo, impactando cada indivíduo.

Assim, a cibercultura se refere ao conjunto de práticas, comportamentos e formas de interação social que surgem a partir do uso das tecnologias digitais e da internet. Atua como um campo amplo e em constante evolução, influenciada pela rápida mudança e desenvolvimento das tecnologias digitais.

Por meio das interações desenvolvidas entre os usuários, modos são passados e posteriormente transformados em laços sociais. De acordo com Recuero (2011), esses laços são responsáveis por compor as redes sociais, podendo ser fortes ou fracos, dependendo da intimidade, proximidade e intenção de manter conexão entre os sujeitos. Além disso, o autor também destaca que quanto mais laços, maior será sua rede de contato.

Partindo dessa definição, as comunidades *online* são grupos que estabelecem relações com o uso de meios de comunicação a distância, mediadas em plataformas conectadas de interação social. Veja:

Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesse, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca. Tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais. (Lévy, 1999, p. 127).

Cumpre destacar que essas comunidades presentes no ambiente virtual não devem ser consideradas menos significativas ou imaginárias, pois constituem representações da realidade física onde a cibercultura possibilita participação ativa dos usuários. Logo, enquanto reflexos da realidade, esses ambientes virtuais abrigam uma dinâmica própria, que se alimenta da interação e contribuição de seus participantes.

3.1 CULTURA DE FÃS

Como comunidade presente no ciberespaço, fãs são, por definição, indivíduos que participam, colaboram, consomem, podendo até criar conteúdo do objeto de sua adoração. É uma poderosa expressão de interação, em que a cibercultura e a cultura de fãs se entrelaçam,

possibilitando uma conectividade global entre sujeitos que compartilham paixões sobre algum objeto.

Pioneiro nos estudos de fãs, Henry Jenkins (*apud* Oliveira, 20--) expõe esse grupo, que, antes representado como uma subcultura, próxima até de uma marginalização, é agora uma parte importante na cultura vigente, em razão da participação massiva. Como mencionado por Silveira (2010, p. 68-69), os fãs têm papel vital na forma como a mídia evolui, ao se engajarem ativamente, seja expressando opiniões, interagindo com a indústria e até reinterpretando e adaptando produtos culturais. Esse comportamento de participantes ativos dos fãs exerce uma influência significativa na maneira como os conteúdos circulam e são percebidos, contribuindo para uma transformação do cenário midiático e cultural.

Do surgimento de suportes e mídias, propagaram-se as redes de sociabilidade na internet, com fãs que, para além de espectadores, passam a interferir e participar. Como grupo constantemente inovador, geram diversos materiais no intuito de chamar atenção de outros sujeitos e atrair seguidores por meio da teoria do fluxo comunicacional de duas etapas.

A transmissão da comunicação passa por intermediários influentes antes de atingir o público. Esse processo ocorre em duas etapas: inicialmente, a mensagem vai do emissor para o formador de opinião e, em seguida, do formador de opinião para o público em geral. O papel desses formadores de opinião não pode mais ser considerado apenas uma reprodução do que é transmitido pelas grandes mídias. Em vez disso, deve ser visto como uma reinterpretar e reconstrução dos conteúdos pela indústria midiática, incorporando-se à cultura participativa característica da cibercultura (Espindola, 2015, p. 9).

Conforme Jenkins (*apud* Espindola, 2015) os fãs ocupam papel central, utilizando a tecnologia para absorver informações bem como interpretar crítica e criativamente os conteúdos. Envolvem-se de maneira mais aprofundada que o público comum, estimulando o crescimento de habilidades midiáticas que abarcam consumo, produção e adaptação de conteúdo. A comunidade e o indivíduo fã incorporam uma proposta de curadoria.

Para Rheingold (1996, p. 82), as comunidades virtuais funcionam como uma verdadeira enciclopédia, pois atuam quando surge uma necessidade de informação específica, de uma opinião especializada ou da localização de um recurso, podendo auxiliar os respectivos membros a lidarem com a sobrecarga de informação.

Com a popularização das redes sociais, permitiu-se que surgissem novos meios de produção cultural, com compartilhamento de conteúdo de modo instantâneo, impulsionando não apenas o público adorador, mas também a audiência assídua que não se envolve emocionalmente. Desse modo, a circulação desses conteúdos depende de participação ativa.

Introduzindo ao que será debatido na subseção a seguir, com essa participação ativa e interesses em comum, desenvolvem-se os *fandoms*. É um termo em inglês, formado da junção das palavras *fan* (de fã) e *kingdom* (de reino), do que seria então reino dos fãs — comunidade de pessoas que admiram um determinado produto, sendo encontrados, em sua maioria, na internet (Mascarenhas; Tavares, 2010).

Participar de um *fandom* é entrar em um grupo com interesses similares, criando senso de pertencimento por meio da troca de experiências, da participação em debates e do compartilhamento de conhecimentos sobre o objeto adorado. Essas comunidades desafiam o controle de grandes empresas midiáticas, colaborando com desenvolvedores dos produtos, criando novo conteúdo, influenciando no que existe e promovendo a cultura participativa, como defendido por Jenkins (2008).

3.2 BOOKSTAN

Bookstan é o denominado superfã de livros, pessoa que acompanha, analisa e está informada sobre o assunto (Você, 2020). Da etimologia, *bookstan* é formada pela junção das palavras *book*, que, traduzindo da língua inglesa, é livro, e *stan*, definida pelo dicionário Léxico da Universidade de Oxford (20--) como um fã zeloso e obsessivo.

Os espaços *online* permitiram que essas pessoas tornassem seus hábitos literários mais social e culturalmente ligados. Nesse sentido:

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 amizades no processo. (Griswold; Lenaghan; Naffziger, 2011, p. 29, tradução da autora).

Leitores contemporâneos não se limitam mais a apenas consumir, mas criam e compartilham variados conteúdos em diversas plataformas, resultando em comunidades ativas e engajadas. É oferecido pelas redes sociais um espaço para a socialização desse grupo, que produz conteúdo literário como resenhas, divulgações, registros de leitura, além de discussões sobre leituras.

Criam-se, assim, perfis em páginas *online* como as redes sociais, em que os *bookstans* compartilham conteúdo original para incentivar e interagir com seus seguidores sobre uma determinada leitura, livro ou autor. Antes dos perfis em redes sociais, era difícil imaginar alguém capaz de influenciar pessoas em larga escala; no entanto, a internet permitiu que “formadores de opinião” expandissem seu alcance, rompendo com limites tanto pessoais como geográficos.

Sendo produto da cibercultura, o sucesso das divulgações e do número de seguidores dos perfis de *bookstans* está na utilização de narrativas pessoais, incorporando suas experiências individuais, personalidade e outros aspectos, o que estabelece conexão e identificação. Não buscam validação, ainda que reconheçam a crítica tradicional, porém produzem conteúdo baseados em relações subjetivas e emocionais com o material.

Para aqueles que acompanham esses perfis da comunidade literária, esses relatos tornam-se fontes de informação significativa, por poderem se identificar e considerar essas experiências como verdadeiras. Esse ponto é a fórmula de sucesso dessa comunidade, que, devido aos discursos pessoais, aumenta o número de visualizações e seguidores na rede (Bittencourt, 2017) e pode, assim, impulsionar vendas (Peschel, 2015).

De acordo com a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2020), 13% dos brasileiros entrevistados viram em plataformas como *Youtube*, *Instagram* e/ou *Facebook* indicações para o livro que estão lendo ou leram, o que demonstra como os criadores de conteúdo literários possuem grande influência para o seu público, gerando transformação e impacto nas práticas de consumo de livros no país. Jeffman (2017) narra as possibilidades de divulgação dessa comunidade literária uma vez que se estabelece o laço do influenciador digital *bookstan* e o seu seguidor:

As redes sociais, por sua vez, apresentam uma miríade de possibilidades, tanto para a divulgação da obra e do autor quanto para estreitar e fortalecer laços entre editores e leitores. Com as redes sociais vieram também os leitores formadores de opinião, pessoas com relevância dentro do grupo de leitores ao qual a editora tem interesse, como os *booktubers*. (Jeffman, 2017, p. 144).

Esse grupo gera materiais de vivência individual, permitindo uma linguagem mais informal e receptiva para o público, uma vez que, como mencionado por Lipovetsky (*apud* Carpinteró 2019), os padrões de consumo atuais dão mais importância às emoções e aos aspectos subjetivos das pessoas do que ao seu valor estético ou econômico. À vista disso, Sá Martino (2014) discorre que as produções culturais originadas no meio virtual não são determinadas pela tecnologia e, sim, facilitadas por ela. Em um cenário sem internet, as interações acerca de livros e recomendações estariam restritas a círculos sociais locais. No passado, ainda que com presença de jornais, revistas e televisão, a confiança estava na opinião daquele sujeito que se encontrava próximo, como um vendedor ou amigo leitor.

Para Bittencourt (2017), o consumo da comunidade literária vai além da compra do objeto, mas, em suas palavras, “Consumir um livro é adicioná-lo em sua lista de desejados do *Skoob* (rede social para leitores); é compartilhar em seus perfis de redes sociais que você deseja

lê-lo; é publicar em seu *blog/site* informações sobre o livro [...]", sendo dito que o trabalho do influenciador desperta o desejo de consumir.

Os influenciadores digitais são indivíduos capazes de impactar sua audiência usando sua reputação *online* de *blogs*, *sites* ou redes sociais, motivando ações específicas, como compras ou utilização de um produto (Montelatto, 2015). Enquanto as redes sociais são espaços para conversas e trocas de opiniões (Wright *et al.*, 2010), os influenciadores atuam como ferramentas de interação, exercendo influência por meio de suas conexões pessoais e difundindo ideias positivas ou negativas no ambiente digital (Bezerra *et al.*, 2020).

Em vista disso, os influenciadores, por adotarem uma linguagem mais casual e informal do que as mídias convencionais, estimulam diálogos, constroem comunidades de interesses similares e estabelecem laços de confiança e fidelidade com seus seguidores, gerando crescente impacto nas decisões de consumo. Os leitores buscam fontes confiáveis e atualizadas, identificando-se com esses influenciadores por serem indivíduos comuns, compartilhando gostos e atitudes semelhantes, o que os torna credíveis aos olhos de seu público e os posiciona como formadores de opinião.

Os "influenciadores digitais" se expandiram em múltiplas redes sociais, como *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Skoob*, e *TikTok*. No universo literário presente nessas redes, em cada rede foi denominado um nome para aquele que produzia conteúdo literário, como *BookTuber*, *BookTok*, *BookStagram*; entretanto, com a presença ativa em diversas redes e com consumo de espectadores em mais de uma mídia, definiu-se *Bookstan* para englobar essa comunidade independentemente da rede social.

As postagens nessas redes são diversas, desde vídeos e fotos, até *stories* em tempo real e *vlogs* diários. Nesta pesquisa, essas postagens serão analisadas de ponta a ponta, em perfis previamente selecionados a fim de identificar como a comunidade *bookstan* pode influenciar no aumento de leitores de escritoras brasileiras. Isso posto, antes de iniciar a análise, deve-se entender brevemente o panorama histórico de autoras no Brasil.

4 UM BREVE HISTÓRICO DE AUTORAS BRASILEIRAS

Historicamente, mulheres enfrentaram e continuam a enfrentar a desigualdade de gênero, sendo frequentemente limitadas a papéis domésticos e privados de direitos básicos. Vasconcelos (2005) menciona que “reclusas no mundo doméstico, circunscritas ao silêncio do mundo privado, elas não teriam história”. Sob o prisma ocidental masculino, por vezes vista como imagem diabolizada ou santificada, foi somente no século XVII que a mulher foi reconhecida como “guardiã da infância”, necessitando, mais do que nunca, seguir o exemplo de “Maria”, esposa-mãe-dona de casa.

Sendo o Brasil colonizado por ocidentais, a sociedade foi constituída desses mesmos conceitos em relação à mulher, exigindo submissão, recato e docilidade (Follador, K. J., 2009). Ainda no período colonial, não era permitido às mulheres frequentar escolas, sendo excluídas do meio da educação formal; em contrapartida, eram treinadas para a vida reclusa e doméstica (Souza; Baldwin, 2000).

Mudanças para as mulheres foram ocorrer no século XIX, tanto na Europa como na América, sendo o momento em que, em países mais desenvolvidos, mulheres buscaram seus direitos (Follador, K. J., 2009). Na área da educação, mulheres de elite tiveram um maior privilégio em relação às mulheres de outras classes sociais. Com acesso à instrução, aquelas aprendiam a leitura, a escrita, a dança e a música, porém sem teor de análise crítica da sociedade ou conteúdos científicos.

Conforme levantado por Hahner (2003), o sistema escolar brasileiro refletia o consenso social sobre o papel da mulher, ensinando a ela o considerado necessário para viver em sociedade. Observando esse cenário, não é de estranhar que mulheres tenham demorado a integrar-se no horizonte da cultura elevada e que tudo quanto por elas fosse consumido, como a leitura romântica, fosse criticado por baixa qualidade (Lajolo; Zilberman, 2019, p. 326).

Dessarte, com esforço e em processo gradual, mulheres superaram restrições da cultura que as limitavam, começando a publicar seus escritos. Ocorrido na segunda metade do século XIX, o movimento feminista contribuiu para a propagação da escrita feminina no Brasil. Influenciada pelo pensamento crítico, surge uma imprensa feminina dedicada aos seus interesses, em que, por meio de artigos, contos, poemas e crônicas, retratava-se a vida das mulheres burguesas (Castanheira, 2011). A pesquisadora Castanheira (2011) sustenta que, apesar da estabilidade na vida social das mulheres urbanas brasileiras no século XIX, com a persistência da educação tradicional, as revistas femininas da época refletiam a consciência feminina sobre desigualdades sociais, raciais e de gênero. Além de contos, poemas e conselhos de beleza, essas publicações frequentemente exploravam questões políticas e filosóficas.

Alguns exemplos dos textos publicados são “O jornal das famílias”, “A mensageira”, “O sexo feminino”, “O recreio do belo sexo”, “O direito das damas”, “Eco das damas” e o “Jornal das senhoras” (Paixão *apud* Catanheira, 2011, p. 27).

A maranhense Maria Firmina dos Santos (1825 - 1917) foi, segundo alguns estudiosos, cronologicamente a primeira mulher brasileira a ter um romance publicado no país (Castanheira, 2011). Apesar disso, Maria Firmina — pobre e afrodescendente — utilizou o pseudônimo “uma maranhense” e, nas linhas introdutórias de seu livro, diz que ““Mesquinho e humilde livro é este que vos apresento, leitor. (...) Sei que pouco vale este romance, porque escrito por uma mulher (...) sem o trato e conversação dos homens ilustrados” (1988, p. 19).

Seria essa a constituição de uma artimanha ou estratégia que, para Zahidé Muzart (1994, p. 265), sutilmente ultrapassa os limites impostos e penetra a mulher na vida pública. Lúcia Sander (1989) destaca que o desempenho da mulher escritora sofreu a partir dos reflexos dos condicionamentos históricos que exigiam um pedido de “desculpa” ou “autorização” para alcançar o literário.

Desse modo, desde os séculos passados e ainda nos dias atuais, visando definir seu lugar como escritora, mulheres precisam redefinir o seu lugar como sujeito cultural, lutando contra estereótipos (Hayana, 2019). Do exposto, é possível observar a exclusão feminina na literatura e a desqualificação de suas obras, principalmente quando comparadas às masculinas. Nessa perspectiva:

A literatura de autoria feminina suscita um novo olhar sobre a produção literária produzida desde meados do século passado até os dias de hoje. O cânone literário ocidental, historicamente representado por homens, brancos e da elite social, possuidor de um caráter impregnado por ideologias, excluía qualquer tipo de produção literária que não correspondesse aos modelos propostos pela hegemonia masculina. (Rossini, 2014, p. 3)

Foi a partir do século XX que mudanças significativas passaram a ocorrer. Para Castanheira (2011), no século XX, as escritoras brasileiras começaram a conquistar mais espaço na literatura, trazendo vozes diversas e temáticas variadas para o cenário literário do país. Nomes como Rachel de Queiroz, Clarice Lispector, Cecília Meireles, Lygia Fagundes Telles e Adélia Prado se destacaram, abordando questões sociais, emocionais e femininas com profundidade e inovação.

Dito isso, na atualidade, escritoras brasileiras continuam impactando a literatura nacional, trazendo novas perspectivas sobre temas contemporâneos, como identidade, diversidade, política e questões sociais. Carla Madeira, com seu livro “Tudo é rio”, publicado pela Editora Record, está na seleta lista dos livros brasileiros de ficção mais vendidos na Bienal Internacional do Livro do Rio de Janeiro, acompanhada das autoras Carina Rissi e Conceição

Evaristo². Assim, a presença feminina na literatura brasileira se fortalece cada vez mais, oferecendo uma ampla gama de vozes e narrativas que enriquecem o panorama literário do país.

² REDAÇÃO. **Bienal do livro de 2023:** Os livros mais vendidos. PUBLISHNEWS, 2023.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa, segundo os objetivos, caracteriza-se como uma pesquisa documental, recorrendo a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico. Desse tipo de pesquisa, foi necessário adotar uma abordagem qualitativa, em que, segundo Gibbs (2009, p. 19), existem processos de dedução e indução.

Desse modo, o universo da pesquisa abarca a comunidade literária de *bookstans*. Buscou-se revelar como a tecnologia influencia a leitura e o comportamento de leitores, promovendo uma interação mais intensa com a literatura, sendo um reflexo das mudanças na forma como a informação é consumida.

Optou-se pela utilização da técnica de análise de conteúdo de Laurence Bardin, que consiste em um método que busca identificar e organizar conteúdos em categorias, permitindo uma compreensão mais profunda do material analisado. Por meio do processo proposto por Bardin, foram identificados padrões ou tendências dentro do material analisado, permitindo uma síntese qualitativa. Assim sendo, o aspecto explorado foi a abordagem *bookstan* acerca da temática de influenciar leitores de autoras brasileiras.

Consoante Souza e Santos (2020, p. 140), a análise de conteúdo é estruturada em três fases: 1) Pré-análise — formulação de objetivos, seleção de material e de indicadores que auxiliem na análise; 2) Exploração do material — categorização do material selecionado; 3) Tratamento dos resultados — inferência e interpretação, atribuição de significado e adoção de uma visão reflexiva.

Em síntese, a Figura 1 representa uma ordenação visual das duas etapas iniciais, destacando o objetivo, material selecionado e o indicador, acrescentando as categorias que irão nortear a análise. A fase três será discutida na seção seguinte.

Figura 1 - Ordenação das duas etapas iniciais de Bardin

Pré- análise	Análise do material - categorias
Objetivo: analisar como a comunidade bookstan pode influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras	<ul style="list-style-type: none"> Linguagem informal
Material selecionado: perfil de bookstans no Instagram	<ul style="list-style-type: none"> Humanização
Indicador: abordagem de influência	<ul style="list-style-type: none"> Referência as autoras

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Assim, para a coleta de dados, foram selecionados quatro perfis de influenciadores *bookstans* no *Instagram*, que, segundo pesquisa de Hibou (2023), é a rede social acessada com mais frequência por brasileiros. Essa fase se deu em três etapas: definição de critérios para seleção das contas, análise de contas e identificação de categorias. Os critérios para a escolha dos perfis foi de que estes deveriam ser de influenciadores brasileiros, com conteúdo voltado para o universo literário e com periodicidade de publicação semanal na rede social *Instagram*. O acompanhamento dos perfis foi realizado pela autora ao longo do mês de outubro de 2023.

Na análise, foram utilizados os processos citados por Gibbs (2009) juntamente com anotações realizadas pela autora a partir de observação direta na comunidade. Como indicador de influência, foram analisados comentários dos seguidores das contas selecionadas, e, como forma de delimitar o perfil, foram selecionadas postagens a serem analisadas, destacando postagens que discutissem obras de autoras brasileiras.

A análise foi realizada conta a conta, descrevendo os conteúdos das publicações identificadas em cada categoria, durante o período de coleta. Ao fim, foram observadas as categorias que geram influência nos leitores que acompanham as contas, obtendo padrões dessa comunidade literária e da participação dos seguidores.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta análise busca compreender como a comunidade *bookstan* pode influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras. Para isso, foram selecionados quatro perfis de *bookstan* no *Instagram* que tratassesem do universo literário. Verificou-se que, apesar das diferenças interpessoais, todos os perfis apresentam um padrão na forma de transmitir conteúdos e na interação com leitores que os seguem na rede. Das categorias definidas para serem identificadas nos perfis dos influenciadores literários, estas se englobam em abordagens para influenciar.

A categoria de “**linguagem informal**” concerne ao estilo informal de comunicação utilizado nesses perfis, devido à semelhança com o conceito de voz humana, porque ambos visam transmitir abertura ao diálogo (Gretry et al., 2017). Quanto à “**humanização**”, para Lipovetsky (2010), os padrões de consumo atuais dão mais importância às emoções e aos aspectos subjetivos da pessoa do que ao seu valor estético ou econômico. Por sua vez, “**referência a autoras brasileiras**” destaca claramente a abordagem da comunidade *bookstans* de indicar conteúdos literários, em específico na temática debatida neste trabalho.

6.1 DEFINIÇÃO DE PERFIS ANALISADOS E DE CATEGORIAS

A autora selecionou contas no *Instagram* que já eram acompanhadas antes do presente trabalho, criando critérios para definir os analisados finais. A coleta foi realizada no segundo semestre de 2023, durante o mês de outubro. Os parâmetros utilizados para delimitação final dos perfis *bookstans* selecionados foram:

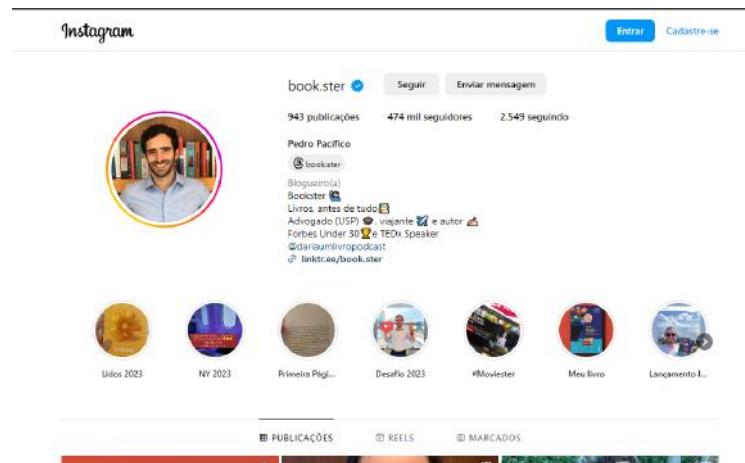
- a) Nacionalidade: pensado na perspectiva do cenário brasileiro, foi delimitado que seriam estudados *bookstans* da mesma nacionalidade, sendo, assim, todos brasileiros.
- b) Conteúdo literário: as contas deveriam ser focadas no nicho de leitura e leitores, descartando contas que fossem focadas em outros temas.
- c) Periodicidade de publicação: foram descartadas as contas que não tivessem conteúdo publicado semanalmente.

Dos perfis analisados, para orientar a autora do trabalho, o foco foi em postagens para identificar as categorias observadas anteriormente na Figura 1, destacando a obra de autora nacional que ali fosse indicada. Da indicação de influência, esta se verificou a partir dos comentários nas postagens. A seguir, serão discutidos os perfis selecionados, e detalhes sobre esses *bookstans* serão oferecidos para enriquecimento da pesquisa.

6.1.2 Pedro Pacífico - @book.ster

Pedro Pacífico é autor e também o responsável pelo perfil literário no *Instagram* “@book.ster”, em que apresenta para seus seguidores suas indicações de leitura e, às vezes, de filmes e séries, promovendo um ambiente de opiniões e divulgação literária. Advogado, é também um dos maiores influenciadores de livros do Brasil, com mais de 400 (quatrocentos) mil seguidores no *Instagram*.

Figura 2 - Página inicial do perfil @book.ster no *Instagram*



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @book.ster (2023)

Durante a análise, foi possível notar as categorias presentes nas postagens realizadas pelo *bookstan* Pedro Pacífico, que podem ser pontos de influência em seus seguidores. Acerca da linguagem informal, verificou-se que Pedro utiliza uma linguagem e forma casual de se conectar com seus seguidores. Citando novamente Bittencourt (2017) e Peschel (2015), estes elencam que devido aos discursos pessoais, a linguagem é um dos pontos fórmula de sucesso dessa comunidade, aumentando suas visualizações e impulsionando vendas do produto indicado.

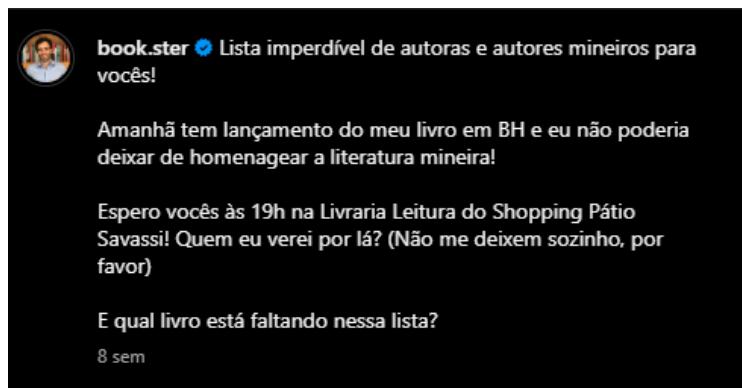
Figura 3 - Capa de vídeo “seleção imperdível” no perfil de @book.ster



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @book.ster (2023)

No perfil do influenciador, este utiliza uma linguagem mais próxima do cotidiano, usando expressões, *emojis*, frases diretas e mais simples, o que facilita a compreensão do leitor espectador e a sensação de proximidade, além do aumento da clareza. Retornado ao debatido no referencial teórico por Martins (1994), o leitor contemporâneo busca informações rápidas e claras, o que é proporcionado pela linguagem informal. A Figura 3 e a Figura 4 expõem essa linguagem informal do *bookstan*.

Figura 4 - Legenda de postagem de vídeo @book.ster



Fonte: *Print de tela Instagram - usuário @book.ster (2023)*

Na postagem da Figura 3, Pedro publicou um vídeo com o tema “Lista imperdível de autoras e autores mineiros para você ler”. No vídeo, o influenciador informa que a seleção foi de autores mineiros em razão de sua viagem para o local na divulgação de seu livro. Ainda na legenda da publicação (Figura 4), Pedro utiliza uma linguagem informal de aproximação e intimidade com seus seguidores, falando: “Quem eu verei por lá? (Não me deixem sozinho, por favor)”.

Não diferente, no seu discurso presente no vídeo, o influenciador cita a frase “eu to doido pra ler” em dois momentos, demonstrando o uso de linguagem hiperbólica, um exagero com propósito expressivo, típico do público juvenil, que utiliza diversas hipérboles para expressar emoções.

No vídeo, autoras brasileiras mineiras foram indicadas a partir de breves explicações sobre a história ou a opinião de Pedro Pacífico a respeito da obra. As autoras indicadas foram: Conceição Evaristo, Ana Martins Marques, Carla Madeira e Adélia Prado. Dessa linguagem informal, para identificar a influência, comentários deixados pelos seguidores no vídeo da postagem foram analisados (Figura 5).

Ao fim do vídeo, o influenciador questiona: “Gostaram das dicas? Qual outra sugestão de autora ou autor mineiro você dá pra gente?” Na Figura 5, identificamos alguns dos

comentários em resposta, em que se observa a indicação de que “faltou nessa lista” a autora Ana Elisa Ribeiro; a autora Carolina Maria de Jesus, com “Quarto de despejo é fantástico”; e a lembrança de “Minha vida de menina”, da escritora Helena Morley.

Figura 5 - Comentários de seguidores em vídeo de autor(a) mineiro(a)



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @book.ster (2023)

Da pergunta realizada pelo *bookstan* no fim do vídeo, múltiplos foram os engajamentos e influências gerados, sendo eles a indicação de outras autoras nacionais não citadas no vídeo. A despeito da influência do próprio perfil na leitura de seus seguidores, a Figura 6 mostra um comentário em que o seguidor informa: “Várias dicas que seguirei”, deduzindo-se que os livros indicados na postagem serão lidos ou adicionados como preferência de uma próxima leitura.

Figura 6 - Comentário de seguidor em vídeo de autor(a) mineiro(a)



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @book.ster (2023)

Isso posto, seguindo para a humanização, o influenciador acaba por ser uma marca humana, pois, como citado anteriormente, tem a capacidade de desenvolver uma ligação emocional com os seus seguidores (Queiróz, 2023). Essa ligação leva o leitor que acompanha esse influenciador *bookstan* a se sentir mais inclinado a experimentar o livro indicado, sentindo-se envolvido e compreendido com a humanização do perfil.

Na Figura 7, o perfil @book.ster entra na temática “Livros que me fizeram chorar”, quadro do perfil que narra enredos de livros e como eles emocionaram o influenciador *bookstan*. A partilha da indicação de leitura nessa postagem se constrói a partir de um conselho carregado de vivência do influenciador, com uma história genuína e pessoal, diferente de uma propaganda publicitária comum.

Figura 7 - Capa de vídeo “livros que me fizeram chorar” no perfil de @book.ster



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @book.ster (2023)

No vídeo em questão, Pedro cita o livro “Um defeito de cor”, da autora brasileira Ana Maria Gonçalves, além do livro “Corpo Desfeito”, da também autora brasileira Jarid Arraes. Ele apresenta falas como “livro necessário para todo brasileiro” e “Nossa! Um dos livros mais tristes que eu já li”. Nos comentários, os seguidores citaram livros que os fizeram chorar, indicando ainda outras autoras brasileiras, como se pode ver na Figura 8.

Figura 8 - Comentários de seguidores em vídeo de livros que fizeram chorar



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @book.ster (2023)

Da categoria de referência a autoras, esta abarca o conteúdo de modo mais literal, uma vez que são postagens que se enquadram como intencionadas para a temática de divulgar autoras brasileiras e, por extensão, influenciar os leitores a consumirem essas obras. Retornando à fala de Rheingold (1996, p. 82), o autor corrobora com a ideia de que a comunidade *bookstan* atua como uma opinião especializada.

O influenciador Pedro Pacífico utiliza em seu perfil os *stories*, vídeos rápidos e com duração de 24h na plataforma *Instagram*, o que se enquadra também na categoria de linguagem informal e de humanização, pois se produz um conteúdo muitas vezes em tempo real. Desses *stories*, diversas foram as postagens com referência a autoras brasileiras, entre elas as autoras Fabiane Guimarães e Marcela Ceribelli, de acordo com a Figura 9.

Figura 9 - *Stories* @book.ster



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @book.ster (2023)

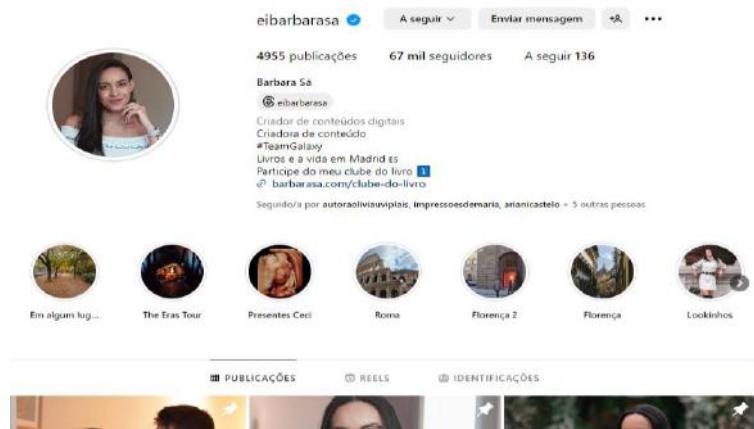
A narrativa de influência construída por Pedro em seu perfil é validada por seus seguidores por meio das interações na rede, como observado nos comentários analisados. Para além disso, na análise do perfil @book.ster em comparação com as categorias que delimitam a metodologia, identificaram-se parcerias com empresas e editoras, do que se deduz a influência do *bookstan* dentro dessa comunidade.

6.1.3 Barbara Sá - @eibarbarasa

Barbara Sá é uma *bookstan*, baiana, negra, que iniciou na comunidade literária por meio de seu canal “Segredo entre amigas” no *Youtube*, em que publicava vídeos indicando e fazendo resenha dos livros que lia. Continuando nessa comunidade, Barbara atualmente, além de *bookstan*, é autora com sete livros publicados.

Apenas no *Instagram*, a influenciadora já acumula mais de 60 mil seguidores, publicando conteúdos diários de leitura envolvendo sua rotina pessoal.

Figura 10 - Página inicial perfil @eibarbarasa no Instagram



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @eibarbarasa (2023)

Criando laços com seus seguidores, a *bookstan* comanda, além do seu perfil literário, um clube do livro que promove leituras mensais, sorteios e brindes, com o *link* para o clube na página inicial de seu perfil (Figura 10). Em seus *stories* destacados, estão vinculados conteúdos de sua vida pessoal com viagens e família, humanizando o perfil. Cumpre ressaltar que, em se tratando também de uma autora, apenas a presença ativa de Barbara Sá em suas redes evidencia uma voz ativa de influência para autoras brasileiras.

Analizando o perfil da influenciadora, as categorias estavam conectadas em suas postagens, interligando referência à autora e linguagem informal, ou, ainda, humanização e linguagem informal. A Figura 11 evidencia a linguagem informal, como exemplo a frase “tá procurando uma leitura fluida e gostosinha?”, utilizada na legenda da postagem para indicação de um livro de autor. A palavra “gostosinha” é relacionada a uma leitura leve, romântica e contemporânea, buscada principalmente na leitura emocional debatida por Martins (1994).

Na postagem da Figura 11, verificou-se que esta estava vinculada também ao perfil da autora da obra indicada na postagem, a escritora carioca Giulia Cavalcanti. Ao ter uma publicação vinculada a ambos os perfis, deduz-se que haja um alcance duplicado de leitores que assistiram à postagem, dado que seguidores de ambas as contas poderiam visualizar o conteúdo.

Ponto importante, na publicação demonstrada na Figura 11, foi indicado onde comprar a obra em meio *online*, a partir da plataforma *Kindle*, fornecida pela empresa *Amazon*. Essa informação facilita o percurso do leitor que desejar ler o livro recomendado.

Figura 11 - Postagem em vídeo perfil @eibarbarasa



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @eibarbarasa (2023)

Ainda nesse ponto, a *bookstan*, para resumir brevemente o conteúdo do livro publicado, faz uso da gíria “pov” (Figura 11), abreviação de “*point of view*”, traduzida para o português como “ponto de vista”, que, na postagem analisada, é uma alegoria para o ponto de vista da personagem do livro.

Como influência do perfil, um dos comentários foi de um seguidor que viu anteriormente nos *stories* de Bárbara a indicação do mesmo livro da publicação, comprando este e já iniciando a leitura (Figura 12). Outro comentário foi de um seguidor que informou: “já garanti o meu para ler”. Os comentários foram respondidos pela *bookstan*, o que ressalta o vínculo com seus seguidores de um perfil humanizado.

Figura 12 - Comentários na publicação @eibarbarasa



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @eibarbarasa (2023)

A linguagem informal e a humanização da influenciadora envolvem aspectos do cotidiano, sendo encontradas em publicações sobre temas, assuntos ou comemorações ligadas ao gosto e à memória dos leitores. Para as comemorações natalinas realizadas no fim de ano, a influenciadora elaborou uma postagem de “Contos para ler em dezembro” (Figura 13).

Figura 13 - Capa vídeo “Contos para ler em dezembro” de @eibarbarasa



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @eibarbarasa (2023)

Na postagem da Figura 13, a *bookstan* indicou contos românticos que abrangem o período do Natal, exemplo de como a leitura é definida a partir do contexto (Martins, 1994), em que períodos de festividade podem influenciar no que o leitor busca ler para se adequar ao contexto. Além de seus próprios contos, “7 Dias para acontecer”, “De malas trocadas” e “Casamos! Uma surpresa de Natal”, Bárbara Sá também indicou outras autoras brasileiras, quais sejam Clara Alves, Michelle Alves e Bruna Oliveira.

Na Figura 14, foram analisados os comentários dessa postagem, mais uma vez demonstrando a influência da *bookstan* em estimular leitores a consumirem obras de autoras brasileiras. Um seguidor comenta: “Amoooooo, vou ler vários”, discurso que insinua a recepção do seguidor com as indicações do perfil, sendo de interesse e desejo em ler o que foi indicado.

Outra categoria que também foi identificada (Figura 14) é a humanização, vista na comunicação da *bookstan* com seus seguidores, criando vínculos de troca de informação ao responder seus comentários. Ao seguidor que comentou “Amo demaaaaais De Malas Trocadas”, livro da *bookstan*, foi respondido “Meu bebê”, seguido da utilização de uma imagem (*emoji*) de admiração.

Figura 14 - Comentários publicação dezembro @eibarbarasa



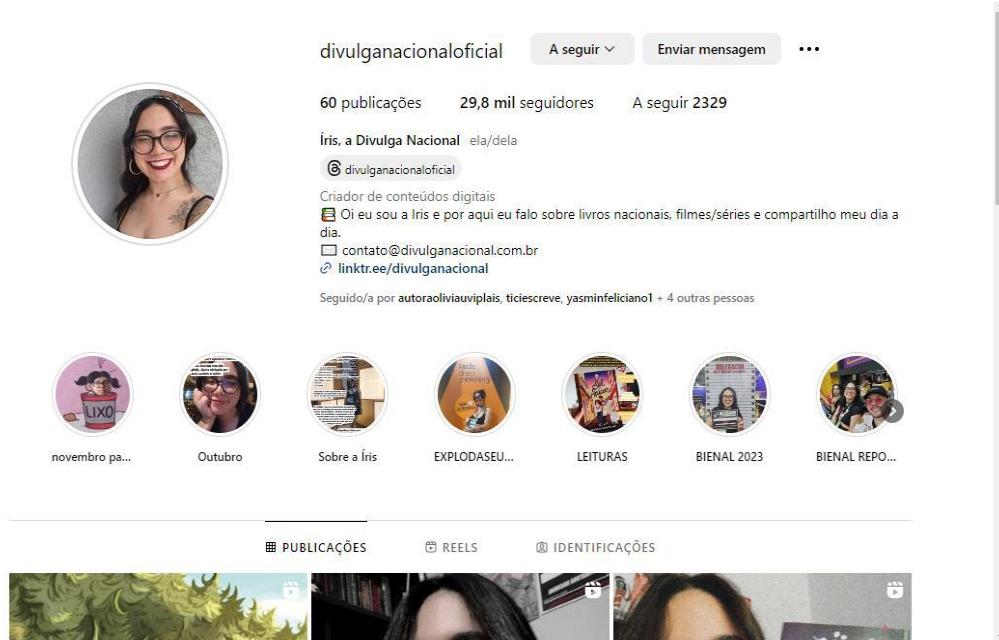
Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @eibarbarasa (2023)

A linguagem informal, a humanização e a referência a autoras brasileiras foram identificadas no perfil da *bookstan* Barbara Sá, constatando-se como se desenvolve a possibilidade de influenciar seus seguidores a consumirem obras de autoras brasileiras, ao indicar seus próprios trabalhos e o de outras autoras. É fundamental citar que, assim como o perfil @book.ster, no perfil de Bárbara, também se percebeu a parceria com marcas de grande prestígio, entre essas a *Samsung*, observada na Figura 10, o que salienta o alcance do perfil literário em redes sociais e meios de comunicação.

6.1.4 Íris - @divulganacionaloficial

Responsável pelo perfil de nome “Divulga Nacional”, a *bookstan* criou uma conta no *Twitter* para encontrar mais livros nacionais e se conectar com pessoas que liam o mesmo que ela. Tornando-se uma das mais conhecidas na rede social, com mais de 80 (oitenta) mil seguidores, Íris criou também uma conta no *Instagram* para estender seu alcance na comunidade literária, possuindo agora mais de 20 (vinte) mil seguidores, conforme pode ser observado na Figura 15. A influenciadora elabora publicações informando sobre livros em promoção ou gratuitos, debates sobre a comunidade literária, compartilha o dia a dia com reações de leitura e eventos *online*.

Figura 15 - Página inicial perfil @divulganacionaloficial



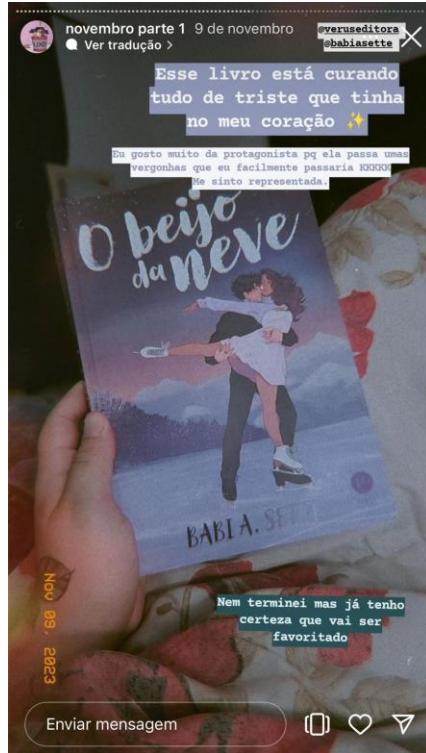
Fonte: Print de tela Instagram - usuário @divulganacional (2023)

No dia 4 de outubro de 2023, a influenciadora responsável pelo @divulganacionaloficial organizou o evento #ExplodaSeuKindle, que usou como base o *Stuff Your Kindle Day*, ou, em tradução, Dia de Encher seu *Kindle*, que já ocorria em outros países. O evento foi organizado com a participação de autores e leitores, realizando um dia de promoção e de livros gratuitos na ferramenta de leitura *Kindle*. Diversos foram os livros nacionais participantes e alto o número de leitores, elevando, assim, o acesso a autoras brasileiras, em destaque autoras brasileiras independentes.

A *bookstan* disponibilizou uma lista com mais de mil *e-books* (livros em formato digital) gratuitos e outros duzentos em promoção. No evento, páginas de comunidade literária passaram a participar também, além da parceria com a marca *Amazon*, responsável pelo *Kindle*. Na Figura 15, entre os *stories* em destaque, um é direcionado para o #ExplodaSeuKindle, que, após o sucesso, terá outra edição em 2024.

A humanização notada no perfil de Íris é associada à leitura emocional (Martins, 1994). Analisa-se que, em suas publicações, a influenciadora narra os sentimentos que obteve na leitura. A Figura 16 apresenta um *story* publicado pela *bookstan* do livro “O beijo da neve”, da autora brasileira Babi A. Sette, pronunciando sobre seu sentimento de identificação com a protagonista do livro na frase “Eu gosto muito da protagonista pq ela passa umas vergonhas que eu facilmente passaria KKKKK Me sinto representada.”

Figura 16 - Story do perfil @divulganacionaloficial



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @divulganacional (2023)

A influenciadora faz uma reflexão de sua leitura, identificando os pontos de encontro com sua personalidade, pois, em outra frase presente na Figura 16, afirma que ainda não terminou a leitura do livro, porém já reconhece que esse será “favoritado”, ou seja, apreciado.

O leitor imersivo citado por Santaella (2019) interage com outras mídias para além do texto, trazendo mudanças no aspecto social. O perfil @divulganacionaloficial é uma página *online* em que seus seguidores podem se identificar com os sentimentos compartilhados e compartilhar seus próprios sentimentos, o que gera uma influência para a troca de comunicação. Isso reforça o argumento de que leitores contemporâneos não se satisfazem mais com apenas consumir, mas necessitam se relacionar socialmente, como pontuado por Griswold, Lenaghan e Naffziger (2011, p. 29).

Nas redes sociais, em busca de se expressar, são utilizados *memes*, imagens que buscam definir uma situação de forma humorística. No perfil da *bookstan*, foi explorado o uso dessas imagens, que podem ser observadas na Figura 17. Para exprimir a emoção de quem busca “romances com capas fofinhas”, utiliza-se a imagem de uma mulher com vinho entornando em si. O vinho se apresenta como os livros que possuem ilustração de capa voltadas para o romântico, e a mulher, como o leitor que busca por esses livros.

Figura 17 - Postagens do perfil da @divulganacionaloficial

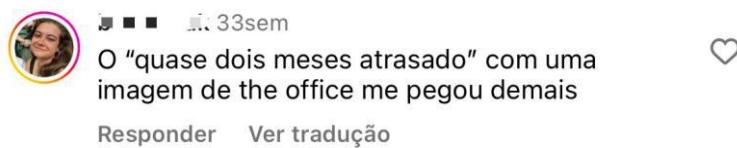


Fonte: Print de tela Instagram - usuário @divulganacional (2023)

Ainda na Figura 17, no *post* com o título “19 Livros Nacionais que Lançaram em Fevereiro e Março”, Íris utilizou, como alívio cômico, a imagem de um homem com uma placa em que lamenta o atraso da publicação do *post*, mas relembra que o importante é que foi publicado. Essa linguagem informal e descontraída propõe um conteúdo passível de influenciar, por permitir uma comunicação de fácil entendimento (Gretry et al., 2017).

Na Figura 18, vemos um comentário de uma seguidora na postagem de “19 Livros Nacionais que Lançaram em Fevereiro e Março”, informando que o *meme* utilizado na postagem foi o que “pegou demais”, o que se destaca pelo fato de ter chamado a atenção da seguidora para a publicação na rede social.

Figura 18 - Comentário no perfil @divulganacionaloficial



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @divulganacional (2023)

Das referências a autoras realizadas no perfil, observou-se um conteúdo massivo de divulgação, sendo o perfil dedicado à literatura nacional. Na Figura 17, na postagem de “Livros Nacionais Lançados em Abril”, 60 (sessenta) livros foram indicados, sendo algumas das autoras indicadas: Rafaela Ferreira, Victoria Mendes, Laura Reggiani, Bianca Ribeiro, Anna Luisa Rabelo, Mariana Araujo, Duda Ross, Lola Salgado e Evelyn Gomes.

Discorridas e representadas nas figuras anteriores, identificaram-se as três categorias, em que, na Figura 19, confirma-se a influência do perfil em atingir leitores. Nos *stories*, por meio de uma ferramenta onde seguidores podem fazer comentários, um seguidor discursa que, após conhecer o perfil, voltou a ler mais, agradecendo a influenciadora pelo trabalho de divulgação de livros.

Figura 19 - *Story* de interação @divulganacionaloficial



Fonte: *Print de tela Instagram - usuário @divulganacional (2023)*

Novamente, como no perfil dos outros influenciadores já analisados, a conta @divulganacionaloficial criou parcerias com empresas, sendo algumas a *Amazon* e a Editora Astral Cultural. O perfil se consagra como uma fonte extensa de indicação de autoras nacionais, realizando a divulgação inclusive de autoras independentes, que não possuem vínculo com grandes marcas, permitindo que o público leitor conheça novos talentos da literatura.

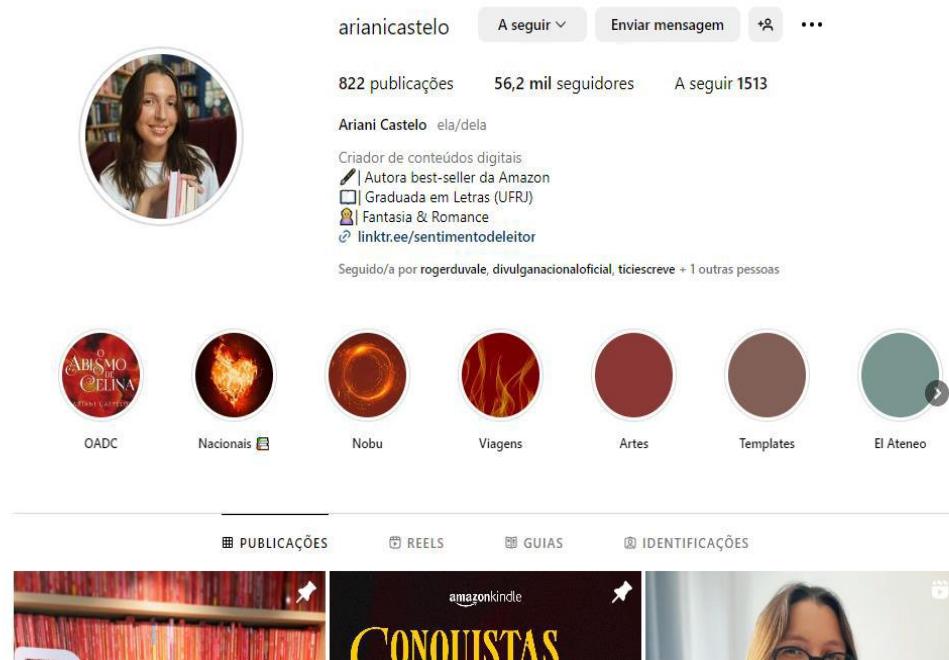
6.1.5 Ariani Castelo - @arianicastelo

A *bookstan* Ariani Castelo iniciou no *Instagram* com a conta “@sentimentodeumleitor”, passando utilizar “@arianicastelo”, após o crescimento na plataforma e realização da

publicação de seu primeiro livro. A influenciadora literária e agora também autora publicou seu livro “O abismo de Celina” em 2023, por meio da plataforma *Amazon* no formato *e-book* (livro no formato digital).

Ariani possui mais de 50 (cinquenta) mil seguidores na rede, produzindo conteúdos focados em livros de fantasia e romance, como observado na Figura 20. Como nos outros perfis analisados, a *bookstan* possui *stories* em destaque, entre eles um com o título de “Nacionais”.

Figura 20 - Página inicial do perfil @arianicastelo

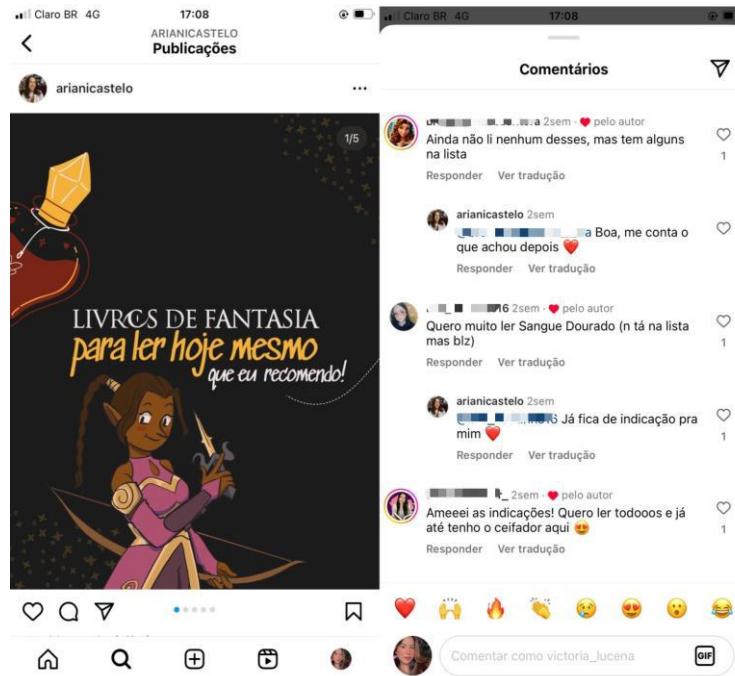


Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @arianicastelo (2023)

Com um conteúdo diversificado, Ariani utiliza diversas ferramentas da plataforma do *Instagram*, publicando fotos pessoais, *stories*, vídeos, e montagens com informações mais claras (Figura 21). Na postagem da Figura 21, vemos uma mensagem clara e direta sobre o assunto que a publicação vai retratar, incentivando ainda o seguidor a expandir o alcance da postagem, ao colocar, na legenda da publicação, a frase “Então, leiam e recomendem! Vocês vão ver como suas experiências literárias vão ficar mais ricas e diversas <3”.

Na publicação de “Livros de Fantasia para Ler Hoje Mesmo” (Figura 21), a legenda ainda destaca a importância de se ler autores negros, narrando brevemente o Dia da Consciência Negra. Ao realizar a análise, verificou-se que um dos livros indicados se trata da autora brasileira Camila Cerdeira.

Figura 21 - Publicação e comentários fantasia @arianicastelo



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @arianicastelo (2023)

De acordo com a pergunta da influenciadora, nos comentários da publicação (Figura 21), os seguidores informaram o desejo de ler o conteúdo indicado, citando, inclusive, os livros que já possuíam. Cabe refletir a estratégia de utilizar uma pergunta na legenda da postagem, como forma de influenciar seguidores a serem mais ativos, assim como atua também o influenciador Pedro Pacífico (Figura 4).

Figura 22 - Vídeos entrevistando autores nacionais

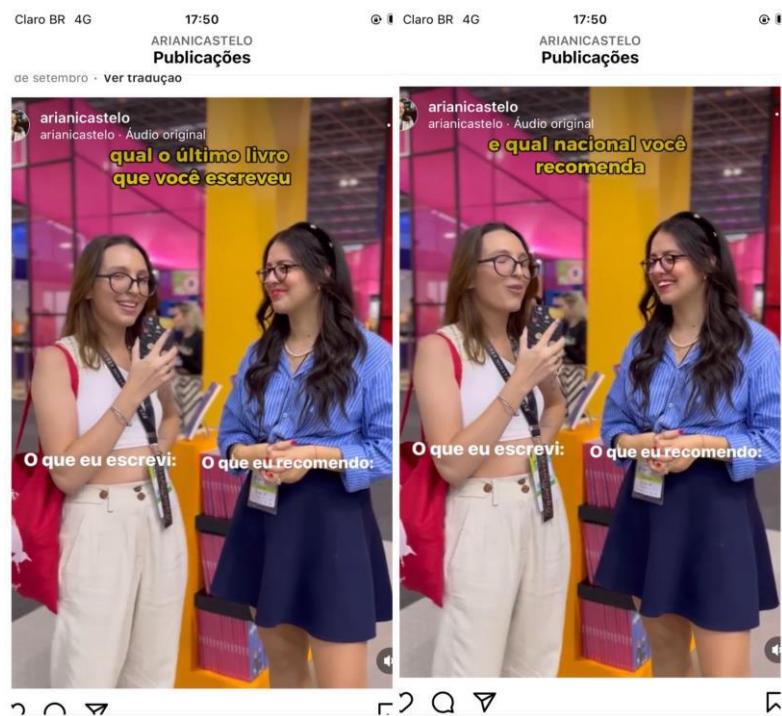


Fonte: Print de tela Instagram - usuário @arianicastelo (2023)

Durante a edição de 2023 da Bienal Internacional do Livro do Rio de Janeiro, a *bookstan* publicou vídeos no *Instagram* (Figura 22) com um quadro intitulado “Entrevistando autores nacionais”, sendo, no total, sete vídeos. Nos vídeos, Ariani adotou uma postura de admiração em relação aos autores, algo que seus seguidores também sentem, o que ressalta a humanização do perfil em trazer ao seguidor sentimentos para aquilo ao que se assiste, pois, como defendido por Queirós (2023), é uma das razões que levam os seguidores a serem influenciados.

O enredo dos vídeos (Figura 22) partia da premissa de que o autor nacional informava o último livro que escreveu e o livro nacional que recomendava. Na Figura 23, é possível verificar partes dessa dinâmica em um dos vídeos. A legenda do vídeo da Figura 23 faz referência às autoras nacionais que participaram da dinâmica de entrevista, quais sejam: Bianca Jung, Cora Menestrelli, Amanda Cobasi e Arquelana.

Figura 23 - Vídeo Parte 1 Bienal @arianicastelo



Fonte: Print de tela *Instagram* - usuário @arianicastelo (2023)

Como parâmetro para o engajamento da publicação retratada na Figura 23, os comentários foram analisados. Na comunicação realizada pelos seguidores, estes tiraram dúvidas sobre algum termo citado no vídeo, outros parabenizaram Ariani pela iniciativa do quadro, e grande parte informou a vontade de ler os livros indicados (Figura 24). Em um dos comentários, o seguidor discursa: “Mais um vídeo salvo para eu anotar os nomes dos livros”.

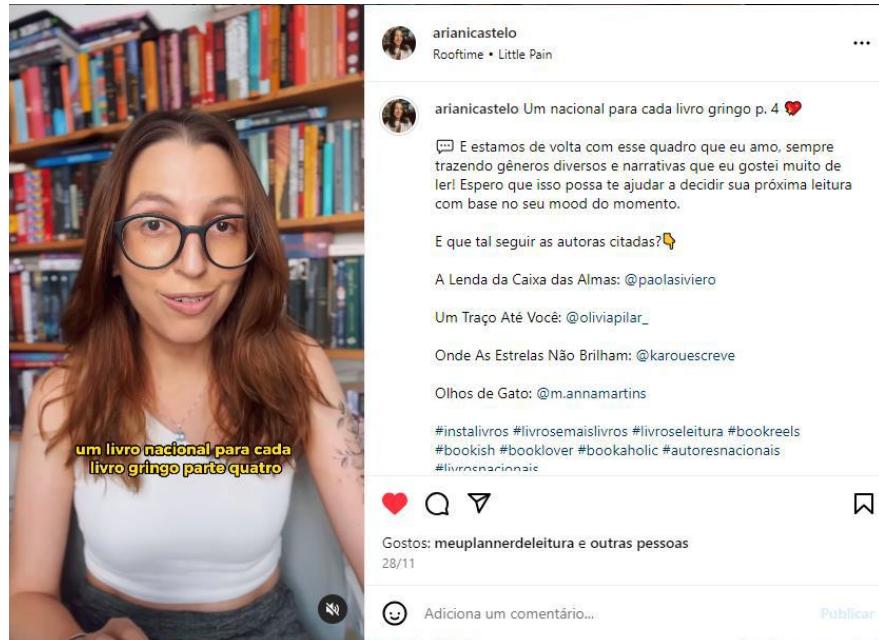
Figura 24 - Comentários seguidores vídeo @arianicastelo



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @arianicastelo (2023)

Mais uma postagem (Figura 25) foi analisada como exemplo dos diversos momentos em que Ariani divulga autoras no seu perfil. Usando novamente a ferramenta de vídeo do *Instagram*, a *bookstan* realiza também o quadro “Um livro nacional para cada livro gringo”, fazendo referência direta a autores nacionais. Na legenda, a influenciadora cita os autores que foram indicados no vídeo, sendo todos escritoras brasileiras.

Figura 25 - Um livro nacional para cada livro gringo @arianicastelo



Fonte: Print de tela Instagram - usuário @arianicastelo (2023)

Trazendo uma divulgação clara, engajada na literatura nacional e deixando em destaque o nome das autoras brasileiras, a influência para o aumento de leitores de autoras brasileiras pode ocorrer no perfil de Ariani Castelo, assim como no perfil dos outros *bookstans* analisados.

A partir do exposto, foi possível compreender as categorias estabelecidas para análise e como cada categoria foi presente nas postagens do perfil. A linguagem informal utilizada pelos leitores e influenciadores na rede social estabelece um vínculo de afinidade, permitindo contato e diálogos que podem ser expandidos.

Desses diálogos, a humanização dos *bookstans* se transmite a partir do gosto pela leitura, compartilhando pensamentos que são reconhecidos e identificados por outros leitores, transmitindo também nas publicações frustrações, sentimentos e gostos pessoais. Estabelecendo-se como leitores, os *bookstans* levam seus seguidores a sentirem um pertencimento na comunidade, permanecendo nela e sendo influenciado.

A comunidade literária, engajada em divulgar leitura e autores como observado nesses perfis, faz referência a autoras brasileiras, ponto importante quando relembrada a seção 4 do presente trabalho. Com postagens que divulgam essas autoras, ligadas às outras duas categorias, o perfil *bookstan* se torna um meio de essas autoras ganharem visibilidade, alcançando, assim, novos leitores.

Com a forma que cada categoria apareceu nas postagens dos perfis, percebe-se que a influência da comunidade *bookstan* no aumento de leitores de autoras brasileiras está associada aos discursos pessoais, como analisado por Bittencourt (2017). Para Lipovetsky (2010), os padrões de consumo atuais dão mais importância às emoções, algo que os *bookstans* propõem, no que se estabelece como uma comunidade para amantes dos livros e da cultura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar como a comunidade *bookstan* tem se apropriado das redes sociais, podendo influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras. Para desenvolvê-la, partiu-se do questionamento de como a comunidade *bookstan* pode influenciar no aumento de leitores de autoras brasileiras. Para se alcançar a resposta para o problema e o objetivo geral da pesquisa, foram definidos também quatro objetivos específicos, sendo todos alcançados ao longo do desenvolvimento da pesquisa.

Para contextualização do universo da pesquisa, foi fundamental conceituar a leitura, entendendo sua evolução na sociedade ao longo da história e as modificações do leitor a partir dos avanços tecnológicos. De fato, a leitura molda a compreensão do mundo, sendo crucial entender as práticas de leitura e o papel do leitor em sociedade.

Assim, a leitura e o leitor devem ser entendidos também no ciberespaço, ambiente virtual em que interações humanas ocorrem por meio da *internet*, transcendendo fronteiras físicas e permitindo conexões instantâneas. A partir da cibercultura, cria-se um espaço *online* dinâmico, em que informações são compartilhadas, ideias debatidas e culturas entrelaçadas, facilitando a comunicação entre os indivíduos.

Dessa conjuntura de ambientes *online*, cresceram as comunidades de fãs, entre elas a de *bookstans*, superfãs de livros que conduzem o universo literário nas redes sociais, usando essas plataformas para compartilhar recomendações de livros, autores e opiniões sobre obras. Esses influenciadores *bookstans* compartilham seus conteúdos a partir da paixão por livros, cultivando uma comunidade de leitores que se identificam e confiam no conteúdo publicado.

Os *bookstans*, ao promoverem livros e autores, desempenham papel significativo na disseminação da cultura literária, redefinindo o panorama literário ao indicarem em suas publicações autoras brasileiras. Por muitos anos, as contribuições de autoras brasileiras foram relegadas ao esquecimento ou subestimadas, tendo uma história marcada pela luta de reconhecimento em um cenário literário predominantemente dominado por vozes masculinas.

Para além do referencial teórico da pesquisa, foi necessário analisar os conteúdos *online* dessa comunidade e como estes podem influenciar o aumento de leitores de autoras brasileiras. Uma metodologia de pesquisa qualitativa foi adotada, e, a partir da “análise de conteúdo”, foi possível selecionar categorias a serem identificadas nesses perfis.

Quatro perfis *bookstans* do *Instagram* foram selecionados para análise, notando-se que as postagens desses perfis vão além de uma simples divulgação literária da literatura nacional. Os *bookstans* responsáveis por cada perfil têm influência significativa no aumento de interesse por autoras brasileiras, como observado nos comentários analisados. A análise das postagens

revela que a influência dos *bookstans* na promoção das autoras brasileiras está intrinsecamente ligada aos discursos pessoais e emocionais, algo que ressoa com os padrões de consumo contemporâneos, que valorizam as emoções e a conexão pessoal na comunidade dos amantes da literatura e da cultura.

Entendendo o “como influenciam” mais profundamente, esses perfis adotam uma linguagem informal que cria laços de afinidade com os seguidores, gerando diálogos autênticos e humanizados. Ao compartilharem suas experiências e sentimentos sobre a leitura, esses influenciadores constroem uma comunidade de leitores, proporcionando um sentimento de pertencimento aos seguidores. Essa comunidade literária dedicada à divulgação de leituras e autoras brasileiras desempenha um papel crucial ao destacar essas escritoras, ajudando-as a ganhar visibilidade e alcançar novos leitores.

Como dificuldade durante a realização da pesquisa, cabe destacar a escassez de trabalhos que envolvessem influenciadores digitais da comunidade literária, os *bookstans*, principalmente a atuação deles no incentivo a novos leitores e autores, em especial de escritores nacionais. No entanto, a dificuldade se transformou em motivação para realizar um estudo que pudesse auxiliar outros profissionais interessados na área, com a possibilidade de novas pesquisas serem desenvolvidas.

Ao alcançar a proposta do trabalho, constata-se a importância de novas pesquisas observando a comunidade *bookstan* em outras plataformas digitais, seus impactos na sociedade e seus esforços que ajudam a redefinir a leitura no Brasil, trazendo histórias, perspectivas e vozes anteriormente silenciadas.

REFERÊNCIAS

- AMARO, Bianca. O bibliotecário e o seu relacionamento com a tecnologia. In: RIBEIRO, Ana Carolina Mendonça Lemos., FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (org.). **Bibliotecário do Século XXI: pensando o seu papel na contemporaneidade**. Brasília: Ipea, 2018. p. 33-45.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70 Brasil, [1977], 2016.
- BEZERRA, L. K. O. et al. Impactos das redes sociais e influenciadores digitais na decisão de compra dos consumidores. **CPMark - Caderno Profissional de Marketing - UNIMEP**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 25-49, 23 dez. 2020.
- 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/handle/1/16843>. Acesso em: 18 nov. 2023
- 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: 11 out. 2023.
- CASTANHEIRA, Cláudia. Escritoras brasileiras: momentos-chave de uma trajetória. **Revista Diadorim**, v. 9, 2011.
- CASTELO, Ariani. Criador de conteúdos digitais. [s.l], 2023. Instagram: @arianicastelo. Disponível em: <https://www.instagram.com/arianicastelo/>. Acesso em: 08 dez. 2023.
- COSSON, Rildo. **Círculos de leitura e letramento literário**. São Paulo: Contexto, 2014.
- ESPINDOLA, Polianse Merie. Cultura de fãs e redes sociais: como a Cultura Participativa e o Capital Social atinge as organizações. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, XVI., 2015, Joinville. **Artigo...** Bela Vista: Intercom, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0548-1.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2023.
- FOLLADOR, K. J. A mulher na visão do patriarcado brasileiro: Uma herança ocidental. **Revista Fato & Versões**, n. 2, v. 1, p. 3-16, 2009.
- GARCIA, Amanda. **Influência das redes sociais nos hábitos de leitura aumentou, diz pesquisa**. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/influencia-das-redes-sociais-nos-habitos-de-leitura-aumentou-diz-pesquisa/#:~:text=Os%20influenciadores%20digitais%20aparecem%20na,a%20indica%C3%A7%C3%A3o%20que%20ler>. Acesso em: 07 dez. 2023

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009. 198 p. (Coleção pesquisa qualitativa).

GRETRY, A. et al. “Don’t pretend to be my friend!” When an informal brand communication style backfires on social media. **Journal of Business Research**, v. 74, p. 77–89, 2017.

GRISWOLD, Wendy; LENAGHAN, Elizabeth; NAFFZIGER, Michelle (2011), “Readers as audiences”, em Virginia Nightingale (org.), **The Handbook of Media Audiences**, Malden, Oxford e West Sussex, Wiley-Blackwell, pp. 19-40.

HAHNER, June E. Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil (1850-1940). Florianópolis: **Mulheres**, 2003, p. 73.

HAYANA, Thaís. Protagonismo feminino negro: Uma inserção de gênero e raça na literatura contemporânea brasileira. In: XII Mostra científica - Conhecimento e saber: Interlocução necessária na formação acadêmica. **Anais...** Faculdade São Luís de França. Aracaju, 2019.

INSTITUTO PRÓ LIVRO. **Retratos da Leitura no Brasil**. 5 ed. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/a-pesquisa-5a-edicao/>. Acesso em: 05 dez. 2023

ÍRIS. Criador de conteúdos digitais. [s.l], 2023. Instagram: @divulganacionaloficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/divulganacionaloficial/>. Acesso em: 08 dez. 2023.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: Performance e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube. 2017. 393 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, São Leopoldo, 2017. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6337/Tauana%20Mariana%20Weinberg%20Jeffman_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 22 out. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. 272 p.

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

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura ?**. 19 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 87 p.

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: 10 nov. 2023.

MONTELATTO, Luciano. **Você sabe quem são os influenciadores digitais?**

Administradores, 2015. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/voce-sabe-quem-sao-os-influenciadores-digitais> . Acesso em: 20 de set. de 2023.

MUZART, Zahidé. “Artimanhas nas entrelinhas: leitura do paratexto de escritoras do século XIX”. In: FUNCK, Susana Bornéo (org.). **Trocando ideias sobre a mulher e a literatura**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1994, pp. 263-269.

OLIVEIRA, Antonio Deusivam; PRADOS, Rosálio Maria Netto. O que é leitura ? **Educação, Gestão e Sociedade**: revista da Faculdade Eça de Queirós, [S.l.], Ano, 4, n. 16, 2014.

OLIVEIRA, Camila Fernandes de. A cultura de fãs em um mundo mediado: o olhar sobre os fandoms para compreender a sociedade. In: Interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero, 11, 20--, [S.l.]. **Artigo...** [S.l.]: [s.n.], 20--. Disponível em: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/02/Camila-Oliveira.Unesp_.pdf. Acesso em: 03 nov. 2023.

PACÍFICO, Pedro. Bloguista. [s.l], 2023. Instagram: @book.ster. Disponível em: <https://www.instagram.com/book.ster/>. Acesso em: 08 dez. 2023.

PESCHEL, Sabine. **Como os booktubers estão mudando o mercado literário**. In: Uol Notícias, 2015. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2015/08/10/como-os-booktubers-estao-mudando-o-mercado-literario.htm>. Acesso em: 12 nov. 2023.

QUEIRÓS, Maria. A publicidade humanizada na era digital. **Revista temática de tendências em comunicação empresarial**, n. 3, p. 1-8, 2023. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/5072/2751>. Acesso em: 08 dez. 2023.

REDAÇÃO. **Bienal do livro de 2023**: Os livros mais vendidos. PUBLISHNEWS, 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/09/10/bienal-do-livro-rio-2023-os-livros-mais-vendidos>. Acesso em: 08 dez. 2023

REIS, Maria Firmina dos. **Úrsula**. Rio de Janeiro: Presença, 1988.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais da internet. Porto Alegre: Sulinas, 2012.

_____. **Redes sociais na internet**. 2º ed. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996, Introd. e cap. 1.

ROSSINI, T. A construção do feminino na literatura: representando a diferença. **Brasiliiana: Journal for Brazilian Studies**, 2014, 3(1), 288-312.

SÁ, Barbara. Criadora de conteúdo. [s.l], 2023. Instagram: @eibarbarasa. Disponível em: <https://www.instagram.com/eibarbarasa/>. Acesso em: 08 dez. 2023

SANDER, Lúcia. O caráter confessional da literatura de mulheres. In: SCHMIDT, Rita Terezinha (org.). **A mulher e a literatura**. **Organon**: UFRGS, 1989, v. 16, n. 16, pp. 38-51.

SANTAELLA, Lucia. O livro como prótese reflexiva. **MATRIZes**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 21- 35, set./dez. 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1430/143066289004/html/>.

SILVA, José Aroldo da. Discutindo sobre leitura. **Fólio- Revista de Letras**, Vitória da Conquista, v. 3, n. 2, p. 221-234, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/folio/article/view/3481/2890>.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **A cultura da convergência e os fãs de Star Wars**: um estudo sobre o conselho Jedi RS. Dissertação de mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2010. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25129/000752300.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 out. 2023

SOUSA, D.; CERQUEIRA-SANTOS, E. Redes sociais e relacionamentos de amizade ao longo do ciclo vital. **Revista da Associação Brasileira de Psicopedagogia**, v. 28, n. 85, p. 53-66, 11 mar. 2011.

SOUZA, Eros de; BALDWIN, John R. A construção social dos papéis sexuais femininos. **Psicologia, reflexão e crítica**. v. 13, n.03, 2000, p. 03.

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 nov. 2023.

VASCONCELOS, Tânia Mara Pereira. A perspectiva de gênero redimensionando a disciplina histórica. **Revista Ártemis**, n. 03, dez., 2005 (A), p. 02.

VOCÊ sabe o que é um bookstan? In: **Beco Literário**, 2020. Disponível em: <https://becoliterario.com/voce-sabe-o-que-e-um-bookstan/>. Acesso em: 06 de dez. 2023.

WRIGHT, Jeremy. **Blog marketing**: a nova e revolucionária maneira de aumentar vendas, estabelecer sua marca e alcançar resultados excepcionais. São Paulo: M.Books, 2008.

YUNES, Eliana. **Pensar a leitura: complexidade**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.