

Bibliotecários em mídias sociais: mediação e curadoria de leitura e a produção de conteúdo online

*Librarians on social media: reading mediation and curation and
the production of online content*

Andrielle Gomes Macedo

Pós-graduada em User Experience (UX) e User Interface (UI) pela Faculdade Unyleya.

Assessora Técnica III - Bibliotecária no Serviço Social do Comércio (SESC).

E-mail: andriellegomesmacedo@gmail.com

RESUMO

O trabalho visa investigar as práticas de uso das mídias sociais por Bibliotecários, como agentes mediadores de informação e leitura em ambiente virtual. Parte-se de conceitos relativos à formação de comunidades virtuais e os fenômenos *Booktuber* e *Bookstagrammer*. O objetivo da presente pesquisa é compreender o processo e as potencialidades de usabilidade, criação e inovação na produção de conteúdos e na mediação da leitura por bibliotecários nas mídias sociais, ressaltando as mudanças que o ambiente online traz para o mercado editorial e o consumo de livros. Conclui-se que o papel dos produtores de conteúdo literário na internet contribui fortemente para a divulgação de livros e promoção da leitura e que o bibliotecário pode atuar com intervenções de conhecimento técnico, produzindo matérias relevantes para as comunidades virtuais de leitores.

Palavras-chave: Movimento booktuber. Movimento Bookstagrammer. Mídias sociais. Mediação de leitura. Bibliotecários.

ABSTRACT

The work aims to investigate the practices of use of social media by Librarians, as mediators of information and reading in a virtual environment. It starts with concepts related to the formation of virtual communities and the Booktubers and Bookstagrammers phenomena. The objective of this research is to understand the process and the potential of usability, creation and innovation in the production of content and in the mediation of reading by librarians on social media, highlighting the changes that the online environment brings to the publishing market and the consumption of books. It is concluded that the role of literary content producers on the internet strongly contributes to the dissemination of books and promotion of reading and that the librarian can work with technical knowledge interventions, producing relevant materials for the virtual communities of readers.

Keywords: Booktuber movement. Bookstagrammer movement. Social media. Reading mediation. Librarians.

1 INTRODUÇÃO

O surgimento e a potencialização da internet abriram discussões entre adeptos e céticos, principalmente no que diz respeito ao poder da internet de interferir no interesse pela leitura. "É certo que a dinâmica de compartilhamento de dados em alta velocidade e sua repercussão na sociedade alteram o ritual de leitura conhecido até então e criam um panorama diferente" (ARAÚJO; MOTA, 2019, p. 12), no entanto, a internet não configura necessariamente um agente bloqueador das práticas de leitura.

Existem pesquisadores que dividem opiniões sobre a relação entre a internet e o livro, mas o fato atual é que "o livro continuou seu percurso e hoje ainda se caracteriza como uma tecnologia intelectual apreciada. Não por uma teimosia nostálgica que insiste em se agarrar ao passado e negar o novo, mas por ser uma tecnologia que não foi superada." (JEFFMAN, 2017, p. 17).

O acesso cada vez mais recorrente às mídias digitais, bem como as influências que estas exercem nos internautas, podem contribuir não só para o incentivo à leitura, mas para dar voz aos leitores e profissionais da informação no que se refere a suas experiências de leitura da literatura geral. Vanelli (2019) cita precisamente o papel do bibliotecário no ambiente virtual em questão:

A atuação do bibliotecário como *booktuber*, compartilhando impressões sobre determinada leitura é, em uma determinada dimensão, a retomada de um lugar de fala, um lugar social que ele ocupa e também por isso um lugar de responsabilidade e comprometimento, com a democratização do acesso à informação e incentivo à leitura.

Tendo em vista que as mídias sociais permeiam as relações sócio-comportamentais contemporâneas, a presente pesquisa busca identificar a esfera em que a leitura está inserida nessa conjuntura e como os canais de compartilhamento e interação online podem contribuir para a formação de novos leitores e ou novas formas de leitura, bem como

identificar o papel dos bibliotecários como agentes transformadores nessas comunidades virtuais.

2 BOOKTUBER E BOOKSTAGRAMMER

Booktuber (*book* – livro; *tuber* – produtores de conteúdo no *Youtube*) e *bookstagrammer* (*book* – livro; *instagrammer* – produtores de conteúdo no *Instagram*), são denominações para comunidades de leitores que produzem conteúdo audiovisual nas mídias sociais, compartilhando diariamente “sinopses, resenhas, opiniões sobre livros, utilizando estratégias e recursos que acabam por incentivar a leitura e ampliar o público de seguidores de seus canais literários” (TEIXEIRA; COSTA, 2016, p. 14).

O *Youtube* é uma mídia social criada em 2005 por Chad Hurley e Steve Chen conhecida como a ferramenta de comunicação dos chamados *booktubers* e é caracterizada, segundo Araújo e Mota (2019) como uma plataforma que possibilita o compartilhamento de vídeos em escala mundial entre seus usuários gerais e a indústria. O *Instagram*, por sua vez, é caracterizado, segundo Porto (2019), como uma rede de compartilhamento de dados criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e desenvolvido pelo *Facebook* em 2010.

Os movimentos encontrados nas duas mídias sociais são encabeçados pelos chamados influenciadores digitais que atuam no nicho literário, especificamente. “Por influenciadores digitais entende-se aqueles usuários que concentram capital social a ponto de ter o poder de influenciar os processos de consumo de seus seguidores” (BITTENCOURT, 2017, p. 13).

As atuações destas personalidades se dão nos sites de redes ou mídias sociais que são ferramentas de interação no meio *online* focadas no compartilhamento de conteúdos e construção de relacionamentos entre os internautas. Suas influências sobre o hábito de leitura dos membros/seguidores vêm ganhando destaque, como apresentado na Pesquisa Retratos da Leitura que apontou que 13% dos entrevistados viram

no *Youtube*, *Instagram* ou *Facebook* indicações para o último livro que leram ou que estão lendo.

As interações entre os consumidores de livros, as conversas, ou mesmo apenas o clique “*like*” das redes sociais conectam leitores em torno do consumo de experiências que é a própria leitura. A relação leitura/interpretação da produção textual do livro é a consumação da experiência. As dinâmicas comunicacionais dessas redes atuam no processo das práticas culturais ao escolher um determinado livro para ler. (MARASSI, 2014, p. 32).

A prática de formação de comunidades com o mesmo interesse, sem limitações físicas, geográficas e culturais é um dos maiores atrativos das mídias sociais. Nesse contexto, as comunidades *bookstagrammer* e *booktuber* viabilizam o compartilhamento de leituras, opiniões e indicações de livros entre donos de perfis/contas literárias e seus seguidores. Estes espaços virtuais possibilitam a formação de laços e amizades, uma vez que os membros podem encontrar “pessoas que compartilham do mesmo interesse pela leitura, já que muitas vezes os amigos próximos fisicamente, ou a própria família, não são tão interessados em literatura” (BITTENCOUT, 2017, p. 21).

As mídias sociais corroboram tanto para a divulgação de livros e autores quanto no relacionamento e comunicação entre editoras e leitores, pois “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). A comunicação com características informais atrai e conquista o público, dando a sensação de proximidade e acesso facilitado, contribuindo para um maior alcance no lançamento e consumo de livros por parte dos leitores.

Segundo Santos e Santos (2019), nessas comunidades presentes nas mídias sociais, a maior parte dos conteúdos é composta por resenhas de obras literárias, indicações, entrevistas e desafios literários. Elas contribuem significativamente na divulgação e na aproximação entre a literatura e os leitores. Além disso, os *booktubers* e *bookstagramers* chamam atenção do

mercado editorial que – passa por diversas transformações nos últimos anos – investe nos canais e perfis de conteúdos literários, criando parcerias e realizando eventos para divulgar e promover seus novos lançamentos à comunidade leitora.

3 MERCADO EDITORIAL

O mercado editorial tem sofrido mudanças devido às novas práticas de consumo no ciberespaço e a crise que assola o mercado livreiro. O aumento na utilização de dispositivos móveis para leituras, bem como a disponibilização e distribuição de livros na internet, vem alterando o cenário de acesso a produtos literários.

As movimentações nas mídias sociais proporcionam, além da interação entre seus membros para trocas de experiências literárias, a promoção da circulação de livros, fomentando sua aquisição por parte das classes mais afetadas pelas oscilações de preços no mercado. “O intercâmbio de livros nos grupos favorece a leitura e a discussão sobre os títulos dentro e fora desse ambiente. A livre circulação de livros e a troca de experiências favorecem o consumo” (MARASSI, 2014, p. 17).

Frente à nova perspectiva de veiculação de obras literárias na internet, percebe-se que tanto o comportamento das editoras e equipes de marketing mudou quanto do próprio leitor como consumidor:

Por muito tempo, nós trabalhamos sob o mesmo molde: as editoras faziam a curadoria, selecionavam os profissionais que iriam atuar na edição do projeto – desde o texto até o gráfico – e em seguida acionavam o marketing para definir como seria a comunicação, as gráficas para realizar a impressão e, por fim, as livrarias para a distribuição. O consumidor entrava na lógica da cadeia produtiva apenas quando esse processo chegava ao fim. A sua atividade começava quando ele respondia ao estímulo da comunicação ou exercia o seu poder sobre a decisão de compra. A partir disso, chegamos a duas conclusões: 1) o poder de escolha sobre o que seria ou não publicado estava nas mãos das editoras e 2) o leitor não participava do processo de produção como um todo (AVILA; VLAD, 2020, p. 30).

As mudanças percebidas no consumo de livros por parte dos leitores é reflexo das transições tecnológicas, bem como as crises políticas e econômicas que impactaram o mercado editorial direta ou indiretamente nos últimos anos. Com a possibilidade de disponibilizar livros em meio eletrônico, as etapas de produção reduziram consideravelmente em comparação ao formato impresso, bem como o valor que chega ao consumidor final.

Figura 1: Composição do preço médio de um livro impresso no Brasil



Fonte: Arte/G1. Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/08/17/livro-artigo-de-luxo-quanto-custa-e-quanto-pode-custar-um-livro-no-brasil.html>. Acesso em: nov. 2021.

O valor de uma obra depende do preço do papel, quantidade de cópias impressas e as etapas de sua produção. As porcentagens apresentadas (Figura 1) são calculadas com base no preço de capa dos livros, isto é, o valor pago pelo consumidor final. Segundo Cantergi (2019), no que se refere à disponibilização de livros em formato eletrônico, o custo é geralmente cerca de 20% mais baixo do que o livro impresso.

A reforma tributária proposta pelo governo para o mercado editorial, se aprovada, também constituirá acréscimo no valor das obras. Os setores editoriais são isentos de tributo pelo art. 150 da Constituição e pela Lei 10.865/2004 e com o fim da isenção e taxa de 12% de tributação, o governo arrecadaria mais que os próprios escritores que recebem hoje 10% do valor do livro.

Além dos processos e custos que permeiam a produção e distribuição dos livros no modelo tradicional, o mercado editorial também enfrenta uma grande crise econômica há alguns anos. Grandes livrarias brasileiras – Saraiva e Cultura – entraram com pedido de recuperação judicial em 2018, “após um longo período de atraso de pagamentos às editoras e o encerramento das atividades de mais de 25 sedes em todo o país. A dívida delas, quando somada, pode chegar a R\$365 milhões de reais apenas com as editoras” (AVILA; VLAD, 2020, p. 30).

Neste cenário, o impacto causado às editoras de pequeno porte é ainda maior, com o risco de afetar sua permanência no mercado. Com isso, o financiamento coletivo na internet – em plataformas como o Catarse, Benfeitoria e Kickante – tornou-se uma saída para reparar os danos causados pela crise no mercado livreiro, captando recursos para o desenvolvimento do mercado/produtos e encurtando a distância entre quem produz o conteúdo e quem o consome.

O *crowdfunding* – *Crowd* significa multidão e *funding* financiamento – está fundamentado na vontade das pessoas em colaborar financeiramente em campanhas de financiamento coletivo. Este movimento vem ganhando força no mercado e impulsionando editoras como a Wish que em cinco anos já executou diversas campanhas bem-sucedidas, movimentando mais de R\$850.000,00 com o apoio de mais de dez mil leitores e impressão de quase 20 mil exemplares desde a primeira campanha.

Não é de se estranhar, portanto, que o volume de campanhas voltadas para publicações tenha crescido tanto no Brasil. O alto custo de produção, aliado à crise das principais livrarias, dificuldade de escoamento na enorme quantidade de livros impressos todos os dias, o não repasse

das vendas às editoras e a consequente redução no quadro de funcionários e lançamentos, além das mudanças no comportamento do consumidor... Tudo isso acabou levando as editoras – em especial as de pequeno porte – a recorrerem ao financiamento coletivo como forma de se conectar com o seu público, sem afetar tanto as finanças da empresa (AVILA; VLAD, 2020, p. 32).

Frente ao exposto, nota-se que além das plataformas de financiamento coletivo, as mídias sociais podem também ser consideradas aliadas ao mercado editorial como mais uma ferramenta da internet para promoção e mediação da leitura, bem como no consumo e circulação dos livros. A presença das editoras nas mídias veicula não só as divulgações das campanhas de financiamento, como também proporcionam a aproximação do leitor/consumidor dos processos editoriais.

Figura 2: Exemplos da interação de leitores com editoras nas mídias sociais



Fonte: Página da editora Intrínseca e Darkside Books no *Instagram*, 2021.

Marassi (2014, p. 48) menciona que a influência e interação entre os membros de comunidades literárias são percebidas quando a compra de um livro é feita a partir da recomendação de outra pessoa da rede, gerando a sensação de laço e proximidade pelos interesses semelhantes. Assim, a inserção e participação em grupos literários relacionam o consumo de livros com as dinâmicas comunicacionais encontradas nas mídias sociais, colaborando “com o leitor no contato com a obra, sugerindo o interesse em conhecer o texto, direcionando a decisão e escolha do livro”.

Frente à realidade acima supracitada, a inserção dos usuários/consumidores no ambiente virtual corrobora para a migração e ou adaptação na prestação de serviços e produtos por editoras, bibliotecas,

livrarias e demais empresas – e profissionais – que trabalham direta ou indiretamente com a literatura.

4 BIBLIOTECÁRIOS TRABALHANDO A LEITURA NAS MÍDIAS SOCIAIS

Os bibliotecários são agentes condutores de informação e incentivadores/mediadores de leitura em seu habitat natural: as bibliotecas. Esses profissionais são multifacetados, tendo sua atuação amparada pelo uso de recursos e ferramentas diversas afora o ambiente tradicional. Com natureza multidisciplinar os bibliotecários tem papel importante para mediar, conduzir e transformar o modo como os indivíduos recebem e acessam informações.

A leitura possui efeitos significativos e impacta positivamente a vida dos indivíduos praticantes. Dentre muitos aspectos, por meio dela é possível que o leitor estimule e desenvolva senso crítico, afirme uma identidade, aguace a interpretação e visão de mundo e melhore sua oratória e comunicação. Além disso, Ferreira (2014, p. 119) completa dizendo que

Ao proporcionar o acesso ao conhecimento e à cultura, o livro e a leitura oportunizam a formação de cidadãos à medida que a informação e o conhecimento passam a iluminar as mentes e, conseqüentemente, as decisões; permitem maior discernimento sobre temas da atualidade, sobre formas de interferir na sociedade e na realidade, sobre mecanismos de autoproteção e de apropriação de conhecimentos. Além disso, a leitura proporciona à sociedade prazeres, saberes, reflexões e ações.

Segundo Teixeira e Costa (2019, p. 15) a proximidade ou afastamento em relação à leitura é determinado pela forma que o leitor acessará o texto, podendo ser “um caso de união, achado, descoberta; ou colisão, combate e repulsa. Esse cuidado com o caminho de chegada à leitura é essencial para a formação leitora, que se constrói por diferentes tipos de estratégias”.

A mediação da leitura é uma prática social que constrói uma comunicação entre o emissor e o receptor deste produto cultural. Alencar,

Arantes, Casimiro e Silva (2020) destacam a importância do mediador para despertar no outro o prazer pela leitura, uma vez o gosto por ler não surge apenas pela aproximação entre o indivíduo e os livros, nem da presença da escola ou da biblioteca, mas pela existência de comunicação entre o leitor e o objeto livro de forma aprofundada, mas natural.

Com os novos meios de informar com uso das TIC's – Tecnologias de Informação e Comunicação – as informações digitais passaram a ser geradas instantaneamente. Nesse aspecto, “as atuais possibilidades de leitura surgem no ambiente digital, na internet, Nessa nova vertente da sociedade da informação, o papel educativo do bibliotecário torna-se mais evidente, tendo em vista suas competências específicas para atuar como mediador de leitura”. (RASTELI; CAVALCANTE, 2013, p. 159).

Neste sentido, o ambiente das mídias sociais são ferramentas potencializadoras na construção de conexões para além do espaço físico e possibilitam a interação e o incentivo a práticas literárias por meio dos perfis de editoras, autores e influenciadores digitais. Livros literários ganham grande destaque nesse ambiente, com destaque para “a leitura por fruição, também chamada de leitura deleite, pode ser considerada uma leitura sem peso, sem tempo. Em virtude de, muitas vezes, ser desvalorizada por demandar tempo e prazer, tem sido interpretada como atividade a ser realizada em tempo ocioso” (ALENCAR; ARANTES; CASIMIRO; SILVA, 2020, p. 3).

Os compartilhamentos, interações e discursos presentes nas mídias sociais são marcados pela informalidade e pessoalidade de discursos. Nelas, os bibliotecários podem mesclar conhecimentos técnicos com personalidade e opiniões próprias, uma vez que essa é a marca registrada do sucesso entre os influenciadores digitais e “é assim que as audiências se formam, com o influenciador compartilhando aspectos pessoais, que se transformam em conteúdo que criam conexão com o público. Essa “pessoalização” dos conteúdos é o ponto comum aos influenciadores que se destacam nas mídias” (BITTENCOURT, 2017, p. 23).

A atuação de bibliotecários como influenciadores digitais contribui no processo transformador da prática de leitura pelos indivíduos e torna este profissional agente incentivador em ambientes virtuais, indo além das paredes de bibliotecas para alcançar seus usuários onde estes estão consumindo conteúdos e informações.

Os bibliotecários podem transformar os equipamentos em que atuam em ambientes e espaços voltados para a aprendizagem e construção de conhecimentos, cujo processo reconhece a leitura como via de acesso à informação, que fundamenta a construção desses conhecimentos. Desse modo, as ações de mediação de leitura são vistas como processos de inclusão cultural e de emancipação de grupos e indivíduos. (RASTELI; CAVALCANTE, 2013, p. 160).

Frente a esta dimensão podemos ter os chamados bibliotecários *booktubers* e/ou *bookstagrammers* que trabalham a mediação da leitura em ambiente virtual com a expansão de suas qualificações e competências. Por se tratar de profissionais flexíveis e multifacetados, são capazes de se adequar e atender as novas demandas sociais, sendo grandes responsáveis pelos avanços sociais, culturais e econômicos.

Tabela 1: Competências, habilidades e atitudes do mediador de leitura

Ser leitor ativo	O bibliotecário como leitor forma outros leitores emancipados e críticos, contribuindo para mudar a realidade, pois a leitura implica troca, dádiva e partilha entre os sujeitos: bibliotecários, autores, leitores e comunidade.
Conhecer as teorias da leitura	É importante que o bibliotecário, mediador da leitura, seja um pesquisador ávido por descobertas para o enriquecimento constante de sua formação. O papel do leitor tem sido constantemente redefinido e isso é continuamente acompanhado pelos estudiosos dessa temática, gerando teorias da leitura fundamentais, que inspiram as práticas implementadas pelos mediadores em suas ações.
Valorizar as narrativas orais (Mediação Oral da Literatura)	As mediações orais podem contribuir para a ampliação do espaço de discussão de textos e ideias, tornando-a instituição dinâmica, ativa e pulsante.
Viabilizar o acesso à informação em seus diferentes suportes	No contexto atual, a leitura deve ser tratada no diálogo com as diversas tecnologias, incluindo o livro e a internet. O mediador da leitura, portanto,

	deve se familiarizar com as diferentes possibilidades de interlocução entre os suportes, a informação neles veiculadas e a ação do leitor em termos de apropriação e recriação.
Conhecer as políticas públicas para o livro e a leitura	As formas de acesso e as novas modalidades de leitura, principalmente em ambiente virtual, são importantes para estabelecer diretrizes de atuação.
Estar atento às multiplicidades culturais	Referem-se à variância de contextos sociais nos quais cada leitor está inserido. Buscar envolver a expressão da multiplicidade de visões de mundo, que se reporta a amplos contextos, sem preconceitos e elitização.
Estabelecer relações afetivas com o leitor	Desenvolver relações afetivas com o leitor é estabelecer relações positivas com a leitura, com intenção de fazer o leitor descobrir o ato de ler como atividade de prazer e lazer e não por obrigação/imposição.
Trabalhar em equipe	O mediador competente valoriza o papel da comunicação pelo diálogo, o aprendizado da convivência e a construção de processos sociais de promoção da cultura com solidariedade.
Estabelecer parcerias	Parcerias com autores, editoras e outros mediadores e/ou influenciadores, pode ser benéfico para oferecer descontos, informações e apoio no desenvolvimento das mediações, principalmente no que concerne a realização de leituras coletivas.
Ter competências aplicadas às TIC's	Abarcam o aprendizado de habilidades de internet e a operação e comunicação por meio de computadores, <i>smartphones</i> e suas aplicações, bem como a utilização das ferramentas disponíveis nas mídias sociais.
Buscar a educação continuada	A formação do bibliotecário como mediador implica no desenvolvimento de ações e uso da criatividade, conduta pautada pela ética, reflexão crítica sobre o real e a busca pelo aprimoramento constante.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Rasteli e Cavalcante (2013).

Incentivar e mediar prática de leitura, bem como indicar e divulgar obras literárias a fim de atrair a atenção de (novos) leitores é desafio árduo frente a tantas distrações que o ambiente digital oferece. Por isso, faz-se necessário que os bibliotecários usem os artifícios de sua formação para atuar nestes espaços, utilizando as ferramentas tecnológicas de acesso e disponibilização de livros como facilitadoras.

No que diz respeito à sua acessibilidade, a internet possibilitou uma maior circulação e praticidade para as obras. Se antes tínhamos que comprar livros, ou se tínhamos dificuldade em encontrar um exemplar disponível, hoje em dia isso é quase inexistente ou opcional. Claro que existem aqueles leitores que preferem o contato com o livro, de sentir seu cheiro, folhear e etc., no entanto, o que podemos dizer é que nessa constante evolução tecnológica, livros digitais, plataformas e aplicativos (Kindle, por exemplo) foram criados, de modo a atender essa nova sociedade que se configura no virtual (ARAÚJO; MOTA, 2019, p. 38).

Neste ambiente os bibliotecários tem a oportunidade de acessar remotamente e em tempo real, tendências e lançamentos do mercado editorial, estudar os usuários virtuais e seus hábitos comportamentais, estender e ou mesclar sua atuação da esfera presencial para a online, estar inserido em comunidades literárias de modo a agregar valor à produção de conteúdo digital e incentivo a leitura.

5 METODOLOGIA

Os processos metodológicos utilizados na presente pesquisa são caracterizados por natureza descritiva dos perfis em mídias sociais selecionados como o universo de pesquisa, bem como o método indutivo com coleta de dados quanti-qualitativa por observação e análise descritiva de resultados.

A pesquisa de caráter exploratório e investigativo visa analisar os perfis e canais de Bibliotecários nas mídias sociais *Instagram* e *Youtube*, de modo a analisar as práticas destes profissionais na mediação e incentivo a leitura, bem como na atuação em ambiente virtual em prol da literatura e das atividades Biblioteconômicas. Foram analisados os trabalhos de 5 (cinco) profissionais atuantes nas mídias sociais. A saber:

Tabela 2: Dados e mídias sociais de Bibliotecários pesquisados

Nome	Instagram	Youtube	Seguidores ¹	Ano ²
Gabriela Pedrão	@gabrielabpedrao	É o último, juro	35.700	2014
Leticia Cintra	@lendo_doçuras	-	2.179	2018
Karin Paredes	@prateleiradecima	Prateleira de cima	7.325	2013
Thais Rodrigues	@thais_acervo	-	814	2020
Elani Araújo	@dicadebibliotecaria	Dica de Bibliotecária	10.611	2019

Fonte: Elaborado pela autora.

¹ Valor apresentado corresponde a soma entre as duas mídias sociais mencionadas, quando existentes.

² Ano correspondente a data de início da produção de conteúdo na internet.

5.1 GABRIELA BAZAN PEDRÃO - É O ÚLTIMO, JURO

Gabriela é uma bibliotecária formada pela Universidade de São Paulo - USP e doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista - UNESP. Produz conteúdo em mídias sociais desde 2014 e seu canal no *Youtube* de nome *É o último, juro* conta com mais de 24 mil inscritos. No *Instagram*, Gabriela conta com cerca de 10 mil seguidores e mais de 1800 publicações.

Figura 2: Visão geral do canal de Gabriela



Fonte: Canal *É o último, juro* no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/ultimojuro>. Acesso em: nov. 2021.

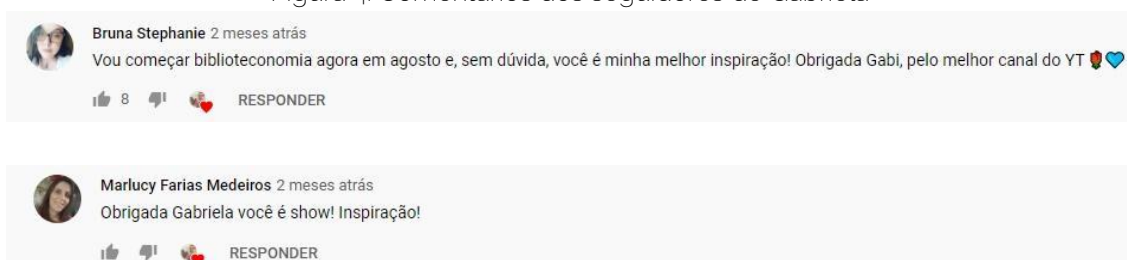
Figura 3: Visão geral do perfil de Gabriela no *Instagram*



Fonte: Página de Gabriela no *Instagram*, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/gabrielabpedrao/>. Acesso em: nov. 2021.

Dentre os conteúdos compartilhados por Gabriela, citam-se: rotinas de trabalho em biblioteca escolar, acervo pessoal, leituras individuais, clube do livro, Biblioteconomia no geral, resenhas de livros, desafios literários e vida pessoal. Por meio de observações das interações presentes nos perfis de Gabriela, percebe-se grande participação por parte de bibliotecários e estudantes de biblioteconomia que se sentem inspirados com a produção de conteúdo.

Figura 4: Comentários dos seguidores de Gabriela



Fonte: Canal É o último, juro no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/ultimojuro>. Acesso em: nov. 2021.

As contas/perfis de Gabriela são exemplos da mescla entre formal e informal que é possível encontrar nas mídias sociais. Ao mesmo tempo em que se compartilham hábitos e detalhes de vida pessoal, muitos membros expõem detalhes profissionais, opiniões particulares e atividades de lazer presentes em suas rotinas.

As mídias sociais são canais de informação, interação e exposição de pensamentos e ações. São ambientes com múltiplas possibilidades de produção de conteúdo por vontade própria e até como fonte de renda. Apesar de já ter um número considerável de público, Gabriela menciona em seus vídeos que sua única fonte rentável nas mídias sociais advém de compras de terceiros em seus *links* comissionados. Ela considera sua produção online um trabalho que demanda tempo, criatividade e organização, mas se diz frustrada com as ferramentas de engajamento das mídias sociais que acabam por prejudicar principalmente a entrega de suas publicações para as pessoas que a acompanham, bem como o padrão de perfeição e superprodutividade recorrente nesses espaços.

No que se refere à leitura, Gabriela compartilha o que já leu, está lendo ou pretender ler, mostra obras de seu acervo pessoal, dá indicações de leitura para todas as idades e faz a mediação e curadoria de um clube de leitura em sua cidade, clube este que acontece presencialmente na Fundação do Livro e Leitura de Ribeirão Preto, mas que está em realização online e aberta a todos por conta da pandemia.

Figura 5: Comentários dos seguidores de Gabriela



Fonte: Página de Gabriela no *Instagram*, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/gabrielabpedrao/>. Acesso em: nov. 2021.

5.2 LETÍCIA CINTRA SILVA - LENDO DOÇURAS

Letícia é uma bibliotecária formada pela Universidade de Brasília – UnB e pós graduanda em MBA em Gestão do Conhecimento nas Organizações. Produz conteúdo pelo *Instagram* desde 2018 e seu perfil conta com mais de 2 mil seguidores que, assim como ela, compartilham o amor pela literatura. Letícia compartilha seus hábitos de leitura, seu acervo pessoal, leituras coletivas que participa e ou organiza com amigos e faz indicações e resenhas das obras lidas.

O objetivo do perfil de nome Lendo Doçuras é aproximar leitores e estreitar laços entre pessoas que possuem os livros como interesse em comum. Letícia publica seus conteúdos por lazer e considera que como bibliotecária tem muito que acrescentar no incentivo a leituras por meio das mídias sociais.

Acredito que bibliotecários são profissionais capacitados para trabalhar com o incentivo à leitura e as redes sociais são facilitadores desse trabalho e canais que possibilitam essa divulgação e incentivo. Criei um Instagram literário para conversar com outros leitores apaixonados pela leitura e descobri um universo sedento por conhecimento sobre assuntos relacionados aos livros, como conservação, higienização e restauração de livros, além de outros assuntos que os bibliotecários são capacitados para falar a respeito. Espero que essa comunidade cresça cada vez mais e que os profissionais usem essa lacuna para se tornarem mais valorizados (Entrevista fornecida pela Letícia Cintra por telefone, 2021).

Dentre os conteúdos compartilhados por Letícia há predominância em conteúdos literários, como eventos, desafios e metas de leituras. A aproximação com os seguidores também se destaca como objetivo de conectar leitores e histórias, além de possuir fortes traços da personalidade de Letícia e seus gostos literários, com pinceladas de sua atuação como bibliotecária.

Figura 6: Interações nas publicações de Letícia



Fonte: Página de Letícia no *Instagram*, 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/lendo_docuras/. Acesso em: nov. 2021.

O incentivo à leitura é uma consequência bem vinda para Letícia. Seu perfil no *Instagram* foi criado despretensiosamente como um *hobby* e hoje soma amizades virtuais/literárias que trocam experiências de leitura e se inspiram e incentivam mutuamente. Por produzir conteúdo pelo prazer, o Lendo Doçuras não possui rendimento financeiro, mas Letícia faz diversas parcerias com autores independentes e outros *bookstagrammers*.

Figura 7: Comentários de seguidores no Lendo Doçuras



Fonte: Página de Letícia no *Instagram*, 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/lendo_docuras/. Acesso em: nov. 2021.

5.3 KARIN PAREDES - PRATELEIRA DE CIMA

Karin é bibliotecária formada pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo - FESP e produz conteúdos na internet há mais de 10 anos. Começou com um blog e hoje possui perfis em outras mídias sociais, onde compartilha seus hábitos de leitura e seu amor pelos livros.

Figura 8: Depoimento de Karin sobre sua formação em Biblioteconomia



Fonte: Canal Prateleira de Cima no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/prateleiradecima>. Acesso em: nov. 2021.

Em suas mídias sociais, Karin compartilha suas leituras, descontos para compra de livros, novas aquisições, desafios, dicas, resenhas e outros conteúdos referentes à literatura. Sua produção virtual e seu amor pelos livros nasceram antes mesmo de se tornar oficialmente uma bibliotecária e ela possui uma organização detalhada para suas publicações.

Cativar e entreter os membros de comunidades virtuais é um desafio frente à avalanche de conteúdos compartilhados todos os dias, mas Karin abraça o desafio. Ela investe em seus conteúdos com fotografias bem elaboradas e aparelhos de iluminação e som para suas gravações, utilizando vários recursos para levar maior qualidade de conteúdo e conforto aos seus espectadores e seguidores.

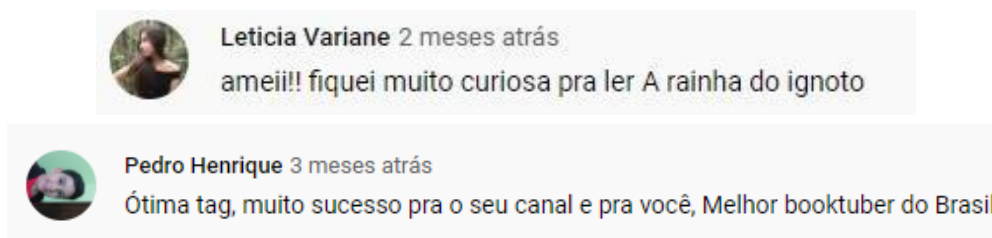
Figura 9: Publicação sobre novas aquisições por trocas de livros online



Fonte: Página de Karin no *Instagram*, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/prateleiradecima/>. Acesso em: Nov. 2021.

No que se refere ao incentivo, o Prateleira de Cima alcança muitos leitores ávidos por novas aventuras. Comentários sobre a vontade de ler e adquirir livros indicados por Karin são recorrentes principalmente no *Youtube*, uma vez que os indivíduos que acompanham sua produção de conteúdo acabam por partilhar gostos literários similares.

Figura 10: Comentários de inscritos sobre os conteúdos do Prateleira de Cima



Fonte: Canal Prateleira de Cima no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/prateleiradecima>. Acesso em: nov. 2021.

5.4 THAÍS RODRIGUES - THAÍS ACERVO

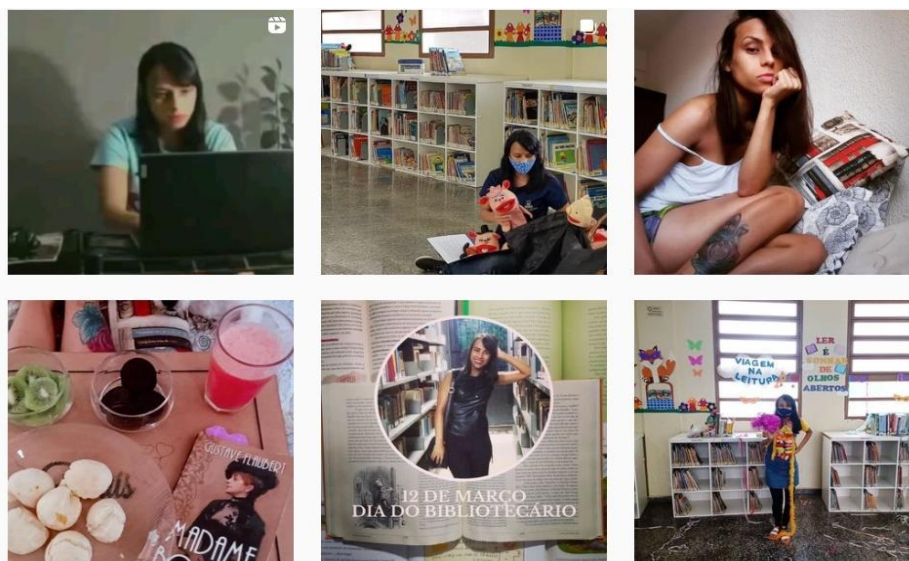
Thaís é bibliotecária formada pela Universidade de Brasília – UnB e possui vasta experiência em biblioteca escolar. Sua produção de conteúdo

no *Instagram* é recente e teve início a partir de uma oportunidade percebida por ela:

O objetivo principal do meu perfil é construir um portfólio profissional. Conseqüentemente outros profissionais da área podem acompanhar possibilidades na rotina de um bibliotecário, projetos e convivência com estudantes. Demais usuários tem a possibilidade de acompanhar meu relacionamento com a leitura e bibliotecas para se sentirem motivados a construir essa relação também (Entrevista fornecida pela Thaís Rodrigues por telefone, 2021).

Com o apelo virtual nas atividades profissionais ocasionado pela pandemia do novo Covid-19, Thaís se viu longe das atividades presenciais inerentes a biblioteca escolar, como contação de histórias e aproximação dos estudantes com a biblioteca. Frente a essa nova realidade, resolveu transformar seu perfil até então pessoal, em um espaço para se relacionar com os alunos e mostrar seu trabalho.

Figura 11: Visão geral do perfil de Thaís no *Instagram*



Fonte: Página de Thaís no *Instagram*, 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/thais_acervo/. Acesso em: Nov. 2021.

Apesar de existir a cerca de 1 ano, o perfil de Thais conta com publicações diversas como vídeos de contação de histórias para crianças, rotina de uma bibliotecária que vem adaptando os serviços de biblioteca em ambiente virtual, resenhas de leituras pessoais e várias dicas sobre biblioteca escolar com sua função e importância na esfera educacional.

Figura 12: Interações nas publicações de Thais



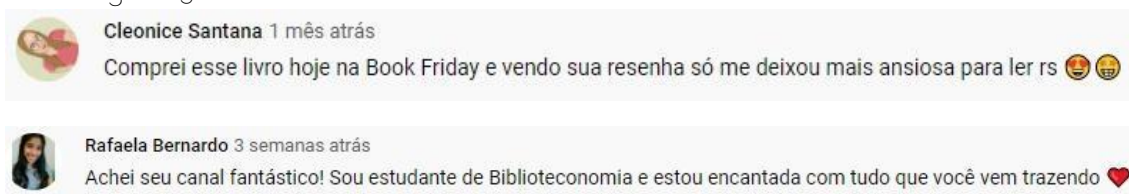
Fonte: Página de Thais no *Instagram*, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CDibnlhFX4k/>. Acesso em: Nov. 2021.

5.5 ELANI ARAÚJO - DICA DE BIBLIOTECÁRIA

Elani é bibliotecária formada pela Universidade Estadual do Piauí - UESPI e produz conteúdo nas mídias sociais há pouco mais de um ano. Seus conteúdos visam, principalmente, a valorização dos profissionais de Biblioteconomia com suas vertentes de atuação, curadoria de leitura e incentivo para formação de famílias leitoras.

Trabalhando com literatura infantil e juvenil, Elani dá dicas de livros de diversas temáticas, relacionando a leitura com outros campos do saber. Seus conteúdos mostram novas tendências na área de Biblioteconomia e literatura.

Figura 13: Comentários de inscritos sobre os conteúdos do Dicas de Bibliotecária



Fonte: Canal Dicas de Bibliotecária no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCbPpTKD2yETAmSEv2yXy-g>. Acesso em: nov. 2021.

O Dica de Bibliotecária – como o próprio nome já diz – também oferece várias dicas para profissionais da informação, pais e leitores no geral. Elani compartilha sua experiência e opinião de forma consistente e oferece novas visões sobre a leitura e a atuação dos bibliotecários nas mídias sociais, mostrando que não só é possível, como é de extrema importância à ocupação desses espaços por profissionais da área

Figura 14: Depoimento de Elani sobre ter bibliotecários nas mídias sociais



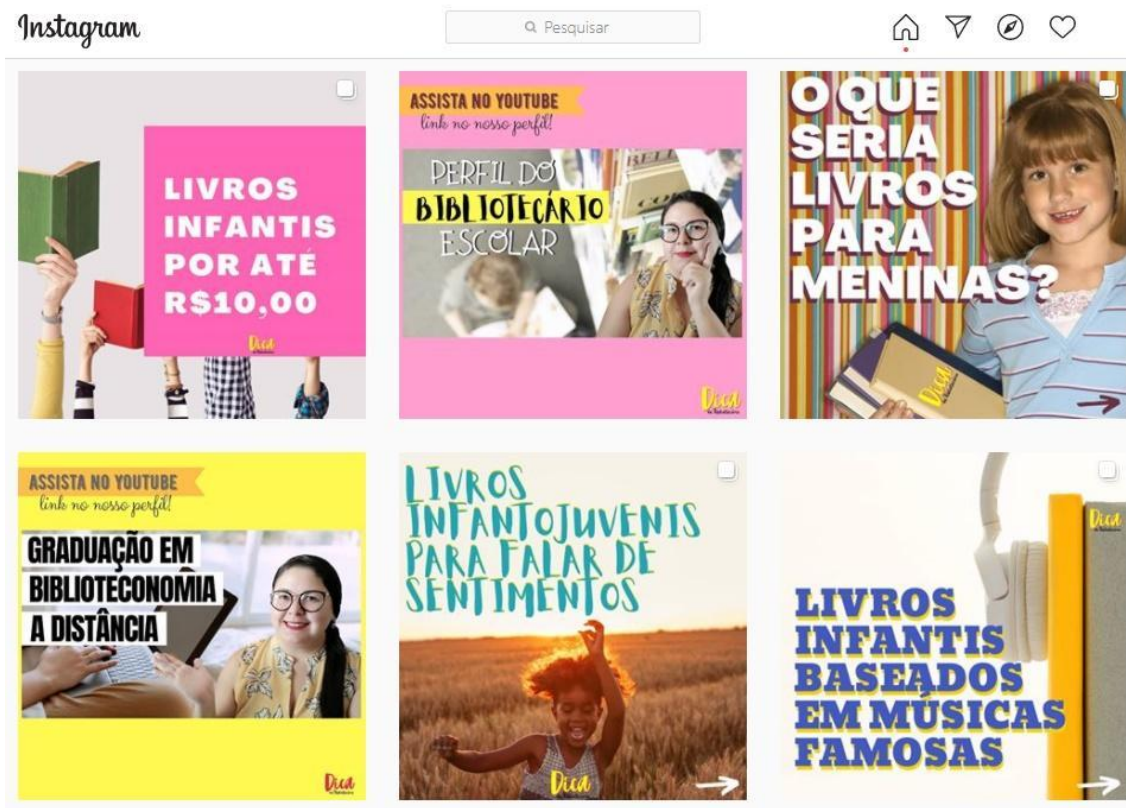
Fonte: Canal Dica de Bibliotecária no *Youtube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uoacZnR34uk>. Acesso em: nov. 2021.

O Dica de Bibliotecária chama atenção por mesclar conteúdos técnicos da área de Biblioteconomia para bibliotecários, com conteúdos literários para não bibliotecários, atendendo a todos os públicos com necessidades diferentes de informação.

Elani enfatiza em suas publicações, a necessidade dos bibliotecários atuarem em conjunto não só com a tecnologia, mas com um olhar para fora da zona de conforto da atuação tradicional. Se reinventar como bibliotecária escolar, trabalhando a importância das escolas valorizarem a leitura e oferecerem melhor estrutura para as famílias neste aspecto é seu objetivo.

Bibliotecários são por “natureza” pessoas que trabalham em prol da disseminação, sempre buscando conhecimento para compartilhar e as redes sociais se apresentam como uma das ferramentas mais efetivas para esse trabalho. Com o Dica de Bibliotecária, faço deste espaço uma vitrine, onde consigo realizar a fomentação da leitura, levar pesquisas em linguagem simples para leigos e curadoria de livros infantojuvenis de uma forma que as famílias passem a ser inseridas e encontrem neste espaço uma forma de se manter ligadas a cultura literária e assim se sintam estimuladas a trazer a leitura para casa e obviamente, passem a reconhecer o Bibliotecário e suas atividades, através do material que por lá ofereço. (Entrevista fornecida pela Elani Araújo por email, 2021).

Figura 15: Publicações feitas por Elani no *Instagram*



Fonte: Página de Elani no *Instagram*, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/dicadebibliotecaria/>. Acesso em: Nov. 2021.

No que se refere à mediação e curadoria de leitura, trabalhar a formação de famílias leitoras é um dos objetivos de Elani em seus perfis, uma abordagem diferente para incentivar a leitura não só para crianças, mas conectá-las aos pais por meio da literatura infantil e infantojuvenil.

Frente ao exposto, observa-se que o objetivo com a produção de conteúdo nas mídias sociais varia entre as profissionais citadas. Seja para promover sua atuação profissional, buscar novos caminhos de atuação, compartilhar opiniões pessoais ou se atualizar em ambiente virtual, os bibliotecários podem – e devem – utilizar as mídias sociais para agregar valor a profissão e alcançar novos espaços.

No que diz respeito ao incentivo e mediação de leitura, nota-se que ela está presente em todos os perfis citados direta ou indiretamente e pode ser trabalhada de múltiplas formas tanto no compartilhamento de acervos e leituras pessoais quanto na indicação e divulgação de obras. Há sugestões para todos os gostos e idades, fazendo com o que o leitor possa encontrar seu caminho de prazer pela leitura.

Além disso, nunca se leu tanto neste país. As livrarias estão em crise; os leitores, não. É evidente o crescimento do público leitor a partir do aumento de canais literários, engajamento com as editoras através das redes sociais, grupos de leitura coletiva e o recorde de público nas Bienais – sem falar no cenário promissor das livrarias de bairro, que já nascem propondo uma experiência imersiva no mundo da leitura, e também das pequenas feiras literárias, que movimentam cidades Brasil adentro (AVILA; VLAD, 2020, p. 33).

Por sua vez, os bibliotecários são profissionais qualificados para trabalhar a mediação e a seleção de obras de acordo com cada perfil de leitor. Trabalhar na curadoria de leitura, fazer contação de histórias, organizar clubes de livro, compartilhar saberes sobre cuidados de conservação, preservação e higienização de livros, são apenas alguns dos muitos assuntos dominados por eles que podem ser partilhados com leitores leigos e ávidos por informação em ambiente virtual.

Os perfis citados nesta pesquisa comprovam que a Biblioteconomia não forma apenas profissionais aptos a trabalhar em bibliotecas. Ser

bibliotecário é ser um profissional multifacetado e multidisciplinar, com capacidade de atuar em diversos ambientes, como nas mídias sociais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A democratização da internet contribuiu para diversas transformações tanto no compartilhamento de informações nas diferentes áreas do conhecimento quanto na vida e relacionamento humanos, provocando rupturas significativas nas práticas de leitura. Uma das mais notáveis mudanças se deu na grande presença de jovens leitores nas mídias sociais, assumindo o papel de formadores de opinião e também de outros leitores.

A leitura oferece uma abertura para diversas formas de sociabilizar, partilhar e conectar pessoas com livros em novas práticas que vem surgindo e evoluindo em conjunto com a tecnologia. As mídias sociais ampliam as relações entre leitores, criando novos ambientes de convívio e troca de experiências e a atuação dos chamados produtores de conteúdos digitais evidencia que a melhor forma de imersão e incentivo a leitura é apresentá-la de modo atraente e dinâmico, por leitores interativos, experientes e com alto poder de influência.

O advento da cultura digital e informacional trouxe uma nova vertente de interação, uma vez que as mídias sociais possuem alcance ilimitado de pessoas e conteúdos, tornando o ato de ler não mais individual, mas compartilhado e interativo. Ainda que a leitura seja considerada uma prática solitária, ela não isola o leitor de outros leitores e da sociedade. Pelo contrário, a leitura é capaz de unir seus adeptos e atrair novos, formando comunidades e movimentos como o *bookstagram* e *booktube*.

As mídias sociais vêm contribuindo para que a literatura e a prática de leitura ganhem um status informal, rompendo o conceito de que apenas os leitores de grandes clássicos são aptos a agregar juízo de valor às obras com um olhar crítico tradicional. Pelo contrário, os *booktubers* e *bookstagrammers* resenham obras com perspicácia e de forma acessível,

sendo capazes de oferecer profundidade em opiniões marcadas pelo caráter emocional e afetivo.

Apesar de, em sua maioria, ser composta por membros não bibliotecários, essas comunidades precisam de profissionais habilitados na mediação e organização do conhecimento compartilhado, bem como no tratamento do livro – objeto e conteúdo – como um bem valioso para a sociedade e para a formação dos indivíduos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Patrícia Vargas; ARANTES, Isabela Maria; CASIMIRO, Lilian C. Da S. R.; SILVA, Marcia da. Sequência didática na formação de leitores: uma proposta para a mediação da leitura literária em bibliotecas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 16, p. 1-17, 2020.

ARAÚJO, Ione; MOTA, Roberta. **Booktubers**: literatura compartilhada nas redes e a formação de (novos) leitores. Monografia de Licenciatura em Letras Língua Portuguesa e Literaturas. Universidade do Estado da Bahia – Departamento de Ciências Humanas. 2017.

AVILA, Marina; VLAD, Valquíria. **Crowd**: o guia do financiamento coletivo para autores e editores de livros. São Caetano do Sul: Wish, 2020.

BITTENCOURT, Paola Portella de. **Bookstagrammers e sua influência no consumo de livros e objetos literários**. Monografia de bacharelado em Comunicação Social. Universidade Federal de Santa Maria. 2017.

CANTERGI, Gabriela. **A evolução do processo de consumo no mercado editorial: uma análise do comportamento de compra de universitários em Portugal e no Brasil**. Dissertação com especialização em Cultura e Ciência. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2019.

FERREIRA, Maria Mary. Bibliotecário mediador de leitura e de práticas culturais em comunidades vulneráveis. **Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS** v. 20, n.2, p. 130-145 – Jul./Dez. 2014.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da Leitura na FLUP e Bienal do Livro do RJ 2019**. São Paulo, 2019.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers**: performances e convenções em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*. Tese de doutorado em Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2017.

MARASSI, Alessandra de Castro Barros. **Comunicação e consumo do livro no ciberespaço**: um estudo sobre as interações dos leitores nas redes sociais e as mobilizações do comércio. Dissertação em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2014.

PORTO, Bruno Ricardo Cidade. **Uso do instagram na produção de conteúdos pedagógicos, informação e leitura**. Especialização em Linguagens e Educação a Distância da Universidade Federal de Santa Catarina. 2019.

RASTELI, Alessandro; CAVALCANTE, Ligia Eugenia. A competência em informação e o bibliotecário mediador da leitura em biblioteca pública. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 18, n. 36, p. 157-180, jan./abr., 2013.

TEIXEIRA, Claudia Souza; COSTA, Andressa Abraão. **Movimento booktubers: práticas emergentes de mediação de leitura**. Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 13-31, jul.-dez. 2016.

VANELLI, Karin. O bibliotecário booktuber. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação. V. 28, 2019, Vitória. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <https://anaiscbbd.emnuvens.com.br/anais/article/view/2238>. Acesso em: 14 set. 2021.

Recebido em: 23/11/2020
Aprovado em: 26/01/2022
Publicado em: 07/02/2022