



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA**

ANA BEATRIZ DE SOUSA PAIVA

**A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS DO ENANCIB
E DA BRAPCI: uma revisão sistemática temporal (2021-2025)**

**BELÉM
2026**

ANA BEATRIZ DE SOUSA PAIVA

**A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS DO ENANCIB
E DA BRAPCI: uma revisão sistemática temporal (2021-2025)**

Trabalho de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Pará.

Orientadora: Prof^a Dr^a Francilene do Carmo Cardoso

**BELÉM
2026**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P142i Paiva, Ana Beatriz de Sousa.
A influência do BookTok nas publicações científicas do ENANCIB e da BRAPCI : uma revisão sistemática temporal (2021-2025) / Ana Beatriz de Sousa Paiva. — 2026.
26 f.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Francilene do Carmo Cardoso Trabalho de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Biblioteconomia, Belém, 2026.

1. BookTok. 2. Revisão sistemática. 3. ENANCIB. 4. BRAPCI.
I. Título.

CDD 020

ANA BEATRIZ DE SOUSA PAIVA

**A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS DO ENANCIB
E DA BRAPCI: uma revisão sistemática temporal (2021-2025)**

Trabalho de Curso, apresentado como
requisito parcial para obtenção do grau de
bacharel em Biblioteconomia pela
Universidade Federal do Pará.

Data da avaliação: ____/____/____
Conceito: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Francilene Do Carmo Cardoso (Orientadora)
Universidade Federal do Pará – UFPA

Prof. Dr^a. Wendia Oliveira de Andrade
Universidade Federal do Pará – UFPA

Bibliotecário Doutor Jetur Lima de Castro
Membro Externo

A INFLUÊNCIA DO BOOKTOK NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS DO ENANCIB E DA BRAPCI: uma revisão sistemática temporal (2021-2025)

THE INFLUENCE OF BOOKTOK ON SCIENTIFIC PUBLICATIONS IN ENANCIB AND BRAPCI: a temporal systematic review (2021-2025)

Ana Beatriz de Sousa Paiva¹

Francilene do Carmo Cardoso²

Resumo: A pesquisa investiga o perfil dos estudos sobre BookTok, sub-comunidade de leitura do TikTok, buscando compreender a atuação dos mediadores digitais de leitura e sua influência nas escolhas literárias de jovens brasileiros da Geração Z. Na metodologia, adotou-se a Revisão Sistemática da Literatura, com levantamento nos Anais do Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (ENANCIB), entre 2021 e 2025, complementados por artigos da Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI), devido à escassez de produções específicas no evento principal. Ao final da busca e seleção, obteve-se um total de seis trabalhos, divididos igualmente entre pesquisas teóricas e empíricas. Os resultados mostram que booktubers e booktokers vêm ocupando um espaço antes restrito a bibliotecários, professores e críticos literários, sendo o incentivo à leitura por prazer e entretenimento o objetivo predominante, ao lado da divulgação de lançamentos editoriais e da construção de comunidades leitoras. Constatou-se ainda uma diferença de percepção entre o público leitor, que se engaja por identificação afetiva com os criadores de conteúdo, e as instituições formais, que demonstram desconfiança pelo viés comercial de parte desses conteúdos. Sobre a influência no comportamento leitor, os estudos apontam efeitos concretos, como maior alcance de conteúdos afetivos nas redes sociais, procura por livros recomendados por influenciadores em bibliotecas públicas e alto volume de interações em vídeos sobre livros. Conclui-se que o BookTok, tema que ainda pode ser mais explorado no campo da Ciência da Informação brasileira, constitui um espaço legítimo de mediação e formação de leitores, recomendando-se estudos futuros em outras bases de dados e pesquisas empíricas diretamente com booktokers e o público leitor.

Palavras-chave: BookTok; revisão sistemática; ENANCIB; BRAPCI.

Abstract: The research investigates the profile of two studies on BookTok, the reading sub-community of TikTok, seeking to understand the atuação two digital mediators of reading and their influence in the literary schools of young Brazilians of Geração Z. In the methodology, adotou-se a Revisão Sistemática da Literatura, with the survey of the Anais we found National Research and Post-Graduation in Information Science (ENANCIB), between 2021 and 2025, complemented by articles from the Data Base in Information Science (BRAPCI), due to a shortage of specific products in the main event. At the end of the search and selection, a total of six jobs were obtained, equally divided between theoretical and empirical research. The results show that booktubers and booktokers are occupying a space previously restricted to librarians, professors and literary critics, providing an incentive to reading for pleasure and

¹ Discente do 8º período da faculdade de Biblioteconomia.

² Professora Adjunta da faculdade de Biblioteconomia da UFPA. Coordenadora do Lektalab-Laboratório de Pesquisa em Políticas Públicas e Mediações da Leitura e Saberes Afroamazônidas. Professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPA.

entertainment or a predominant objective, alongside the dissemination of editorial releases and the construction of reading communities. There is a difference in perception between the reading public, which is deceived by emotional identification with the creators of content, and the institutional formations, which demonstrate distrust of commercial views on the part of these contents. Regarding the influence of reading behavior, the studies aim at concrete effects, such as greater reach of emotional content on social networks, seeking books recommended by influencers in public libraries and high volume of interactions in videos about books. It is concluded that BookTok, a topic that can still be further explored in the field of Brazilian Information Science, constitutes a legitimate space for media and training of readers, recommending future studies in other databases and empirical research directly with booktokers and the reading public.

Keywords: BookTok; systematic review; ENANCIB; BRAPCI.

1 INTRODUÇÃO

O TikTok, rede social chinesa de vídeos curtos, se popularizou globalmente no ano de 2020, durante a pandemia do Covid-19. Com seu crescimento em popularidade e usuários, houve o surgimento de sub-comunidades com interesses variados dentro da plataforma, sendo uma das principais o BookTok. O BookTok é uma sub-comunidade existente dentro do aplicativo TikTok, onde criadores de conteúdo podem divulgar e recomendar livros variados, muitas vezes compartilhando suas próprias experiências de leitura.

A partir de sua expansão, o TikTok deixou de atuar apenas como uma plataforma de entretenimento e se tornou também um espaço de produção, circulação e mediação de informações em diversas áreas (Fonseca; Fonseca, 2022). Nesse contexto, o BookTok se torna um instrumento para a divulgação e recomendação de livros, especialmente para os jovens da Geração Z, que são os principais usuários do aplicativo. Essa prática desloca a mediação e o incentivo a leitura de espaços tradicionais como bibliotecas, livrarias, escolas, e leva para o ambiente digital, onde pode ser possível criar uma maior conexão com o público alvo.

Dito isso, a presente pesquisa busca responder a seguinte pergunta: qual o perfil dos estudos sobre BookTok, o que dizem sobre a atuação dos mediadores da leitura e a influência nas escolhas literárias dos jovens do Brasil?

Nesse sentido, elegeu-se como objetivo geral mapear a produção científica sobre mediação da leitura através dos BookToks a partir dos anais do Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (ENANCIB) no período de 2021-2025 e artigos publicados na Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI), mais especificamente, tipificar as pesquisas quanto a natureza teórica ou empírica, conceitos de

leitura, objetivos dos BookToks, influência no comportamento do leitor e perspectivas da leitura em contexto digitais.

Para os objetivos específicos, foram definidos:

- a) Identificar os principais estudos realizados sobre mediação da leitura através dos BookTok no Anais do Enancib e artigos publicados na BRAPCI;
- b) Discutir fatores positivos e negativos da mediação da leitura com uso do BookTok;
- c) Fornecer insumos para compreensão do comportamento dos leitores no Brasil.

A pesquisa Retratos da Leitura do Brasil de 2025 concluiu que atualmente, o país tem mais não leitores (53%) do que leitores (47%). Esses números mostraram que, desde o ano de 2019, foram perdidos 11,3 milhões de leitores, transformando mais da metade da população brasileira em não leitoras, que são aqueles que não leram nenhum livro (impresso ou digital) de qualquer gênero nos últimos três meses.

Por outro lado, o BookTok é onde crianças e adolescentes estão descobrindo novos livros atualmente. De acordo com pesquisa do Portal Lunetas, de 2026, o BookTok ultrapassa bilhões de visualizações e mostra que a leitura continua viva; mas dessa vez, no mundo virtual e com novas ferramentas. Os vídeos curtos estão influenciando a leitura, movimentando livrarias e trazendo clássicos literários de volta para a cena literária.

A pesquisa justifica-se também por uma razão social, visto que o BookTok tem desempenhado um importante papel no incentivo à leitura e hábitos de consumo da Geração Z. Com isso, torna-se fundamental compreender como a plataforma atua no papel de mediadora de práticas informacionais que impactam diretamente nos atos de leitura e sociais dos jovens. Ademais, este trabalho pode preencher uma lacuna científica, visto que, embora as redes sociais já sejam objeto de pesquisa, o BookTok ainda é um tema que precisa ser mais explorado no campo da Ciência da Informação.

Por fim, no campo profissional e institucional, a pesquisa pode ser de grande relevância para bibliotecários, educadores, e outros estudiosos que atuem no campo informacional e de mediação da leitura, podendo contribuir para a elaboração de políticas e estratégias no setor. Além de fortalecer as pesquisas desenvolvidas pelo Laboratório de Políticas e mediações de leitura e saberes afroamazônidas (LEKTILAB) da Faculdade de Biblioteconomia da Universidade Federal do Pará (UFPA).

A partir disso, o interesse pelo tema da pesquisa surgiu após vivenciar e perceber como muitos leitores, em sua maioria, jovens da Geração Z, consomem livros tendo como base recomendações feitas por criadores de conteúdo na plataforma. Cabe ainda mencionar que o interesse pelo tema surge da vivência da autora como consumidora de conteúdo do BookTok,

passando a adquirir livros a partir de indicações de criadores de conteúdo da comunidade, o que despertou o interesse em investigar de forma mais sistemática como esse tipo de mediação vem influenciando o comportamento leitor no Brasil.

Assim, aproximando da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, é possível analisar o TikTok como uma ferramenta contemporânea no processo de mediação da informação e também sobre a influência da plataforma sobre o comportamento de consumo dos usuários.

2 MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DA LEITURA

A mediação da informação é um dos principais conceitos da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, visto que se concentra nas formas que os indivíduos acessam, compartilham e usam a informação, levando em conta seus diferentes contextos sociais. Para Pimenta e Almeida Júnior (2009, p. 92), a mediação da informação pode ser definida como uma ação “direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional”.

Dessa forma, esse processo não se limita apenas a espaços tradicionais como a biblioteca, mas se estende também para o ambiente digital. Assim, o TikTok, por meio do fenômeno do BookTok, torna-se um espaço contemporâneo de extrema importância para a mediação em plataformas digitais, onde os jovens leitores se conectam, interagem e compartilham suas experiências de leitura.

Segundo Abreu (2023), a mediação da informação e da leitura no ambiente digital passou a ocupar um papel central na formação de leitores contemporâneos, especialmente entre os jovens que mantêm grande parte de suas interações sociais em plataformas virtuais. As redes sociais digitais podem ser entendidas como uma macroestrutura tecnológica que sustenta um conjunto de atores sociais (sujeitos e instituições) conectados por laços sociais, os quais são formados, mantidos e reforçados por meio de interações sociais mediadas por diferentes linguagens — textual, sonora, audiovisual e imagética (Vermelho et al., 2014).

Nesse sentido, esses ambientes deixaram de funcionar apenas como espaços de entretenimento e passaram a atuar também como ambientes de circulação cultural e compartilhamento de experiências literárias, possibilitando que livros, autores e práticas de leitura alcancem públicos diversos de maneira rápida e acessível, contribuindo para aproximar indivíduos da literatura por meio de linguagens mais dinâmicas e conectadas ao cotidiano digital.

As redes sociais digitais podem ser entendidas como uma macroestrutura tecnológica que sustenta um conjunto de atores sociais (sujeitos e instituições) conectados por laços sociais, os quais são formados, mantidos e reforçados por meio de interações sociais mediadas por diferentes linguagens — textual, sonora, audiovisual e imagética (Vermelho et al., 2014).

Para Almeida Júnior e Bortolin (2007), a mediação da leitura pode ser entendida como a ação de um profissional — o mediador — que acompanha o leitor durante todo o seu processo de formação, um processo que os autores consideram contínuo e que nunca se completa totalmente. A função do mediador vai além de simplesmente disponibilizar materiais: trata-se de compartilhar leituras, trocar impressões e criar uma relação de proximidade e cumplicidade com quem lê. Para isso, os autores defendem que o mediador precisa abandonar a postura de "guardião do saber" — aquele que apenas detém e transmite conhecimento de cima para baixo — sem deixar de ser, ele mesmo, um leitor mais experiente que serve de modelo e referência (Almeida Júnior; Bortolin, 2007).

Essa concepção se aproxima bastante do que ocorre no fenômeno do BookTok, em que criadores de conteúdo assumem informalmente esse papel de mediadores: eles recomendam livros, compartilham suas próprias experiências de leitura e constroem, através dos vídeos e comentários, uma relação afetiva e de confiança com seus seguidores. Embora não sejam profissionais da informação no sentido tradicional (bibliotecários, professores), os BookTokers reproduzem elementos centrais da mediação de leitura descrita por Almeida Júnior e Bortolin (2007) — a sugestão, o compartilhamento e a proximidade com o leitor —, mas o fazem em um espaço digital e informal, fora de ambientes institucionais como bibliotecas e escolas, o que amplia e transforma a própria noção de onde e por quem a mediação pode acontecer.

A mediação da informação envolve processos que facilitam o acesso, a compreensão e a apropriação de conteúdos pelos sujeitos; dessa forma, quando aplicada ao ambiente digital, essa mediação ocorre por meio de plataformas, algoritmos e interações sociais que direcionam os usuários para determinadas informações e práticas culturais (Silva, 2025). Assim, a leitura passa a ser estimulada através de recomendações, vídeos curtos, resenhas e compartilhamentos feitos por criadores de conteúdo, fazendo com que os jovens encontrem nas redes sociais uma porta de entrada para o contato com obras literárias e discussões relacionadas ao universo dos livros.

Com a chegada das novas tecnologias, a leitura, inicialmente associada a espaços tradicionais como bibliotecas e livrarias, passou por um processo de transformação e chegou ao ambiente digital. Segundo Chartier (1998, p. 77),

[...] Do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler. Elas colocam em jogo a relação entre o corpo e o livro, os possíveis usos da escrita e as categorias intelectuais que asseguram sua compreensão. [...]

Nesse novo contexto tecnológico, o papel de mediador informacional, tradicionalmente associado a bibliotecários, professores e críticos literários, é tomado pelos influenciadores digitais, mais especificamente os BookTokers. Assim,

[...] os influenciadores digitais servem como um filtro para saber o que o usuário quer ou não quer saber sobre determinado produto, serviço ou experiência. À medida que usuários seguem os influenciadores digitais que mais lhes agradam, com suas opiniões e ações formadas, mais se assemelham com o que eles procuram determinado produto ou serviço, gerando uma relação entre seguidor e influenciador digital, a fim de obter informações para efetuar ou não a compra de produtos ou serviços (Schinaider; Barbosa, 2019, p. 2).

Logo, esses influenciadores se tornam de grande importância no processo de mediação e formação de novos leitores, visto o impacto que possuem sobre seu público. Segundo Souza e Ramos (2014), as redes sociais digitais transformaram significativamente as relações entre autor, obra e leitor, pois o ambiente virtual permite uma comunicação mais próxima e interativa entre esses sujeitos. Nesse novo formato, o leitor deixa de ocupar uma posição exclusivamente passiva e passa a participar ativamente da circulação e produção de conteúdos literários, compartilhando opiniões, interpretações e experiências de leitura com outros usuários, o que favorece a criação de comunidades virtuais em que o interesse pela literatura é fortalecido através da interação constante e do sentimento de pertencimento coletivo.

Os conteúdos literários publicados nas redes sociais exercem impacto direto nos hábitos de leitura dos jovens, especialmente porque utilizam recursos audiovisuais e linguagens compatíveis com a dinâmica acelerada do ambiente digital (Honório, 2025). Dessa forma, livros passam a ser divulgados de maneira mais atrativa e emocional, despertando curiosidade e interesse em usuários que muitas vezes não possuíam hábitos frequentes de leitura, adaptando a literatura às novas formas de consumo informacional presentes nas plataformas digitais, aproximando-se das experiências cotidianas vivenciadas pelos jovens conectados às redes sociais.

Segundo Parchen, Freitas e Baggio (2021), os algoritmos presentes nas plataformas digitais possuem forte capacidade de influenciar o comportamento dos usuários, pois selecionam e direcionam conteúdos com base em preferências, interações e padrões de consumo. No campo da leitura, esses mecanismos contribuem para ampliar a visibilidade de conteúdos literários e recomendações de livros entre os jovens, fazendo com que determinadas obras alcancem grande popularidade em curto período de tempo. Além disso, a

repetição constante de conteúdos relacionados à literatura pode estimular o interesse pela leitura e favorecer a criação de novos hábitos culturais dentro do ambiente virtual.

No ambiente digital, o incentivo à leitura ocorre de maneira mais participativa, uma vez que os próprios leitores atuam como mediadores ao compartilhar experiências, opiniões e recomendações em redes sociais (Abreu, 2023). A mediação da leitura deixa de ser responsabilidade exclusiva de instituições tradicionais, como escolas e bibliotecas, e passa a ocorrer também em espaços digitais acessados diariamente pelos jovens, o que incorpora a leitura às práticas comunicacionais contemporâneas, aproximando os livros das formas de interação e entretenimento características da cultura digital.

Para Silva (2025), a importância da mediação da informação no meio digital está relacionada à possibilidade de democratizar o acesso ao conhecimento e ampliar o contato dos jovens com diferentes manifestações culturais. Em uma sociedade marcada pelo uso intenso das tecnologias, as redes sociais digitais tornam-se instrumentos capazes de estimular práticas leitoras e favorecer o desenvolvimento crítico dos indivíduos. Dessa forma, a circulação de conteúdos literários em ambientes digitais contribui para reduzir barreiras de acesso à informação, permitindo que os jovens encontrem referências culturais e literárias de forma mais acessível e integrada às suas rotinas.

Assim, conforme Honório (2025), o impacto das práticas de mediação da leitura no ambiente digital pode ser observado no aumento do interesse dos jovens por livros e discussões literárias nas redes sociais, especialmente porque essas plataformas utilizam formatos comunicacionais compatíveis com as expectativas da Geração Z - grupo nascido após os anos noventa, caracterizado pelo contato constante com recursos tecnológicos e também denominado nativos digitais em função de sua imersão precoce nesse universo (Leonardo; Lopes, 2016).

Nesse contexto, a leitura passa a ser percebida não apenas como atividade escolar ou acadêmica, mas também como prática social vinculada à interação, entretenimento e construção de identidade, mostrando o potencial do ambiente digital para fortalecer hábitos leitores entre jovens que vivem constantemente conectados às tecnologias e às redes sociais.

3 O TIKTOK E O BOOTOK

Chegando ao mercado internacional em 2017, o TikTok surgiu como uma versão ocidental da rede social chinesa de vídeos curtos *Douyin*, já muito popular em seu país de origem. Para potencializar seu alcance, o aplicativo se fundiu com o *Musical.ly*, outra

plataforma de vídeos curtos que estava se popularizando entre os jovens, principalmente na Europa e América do Norte (Führ; Rauber; Barth, 2023).

Focada na criação de vídeos curtos (originalmente permitindo a criação de vídeos de apenas 15 a 60 segundos), o TikTok se consolidou como uma plataforma de vídeos curtos e diretos que abrangem diversas temáticas, dos conteúdos de humor à conteúdos informativos e científicos (Alexandre, 2023). A plataforma disponibiliza um grande conjunto de ferramentas criativas, como edição, biblioteca musical, filtros e efeitos especiais, o que permite a produção de conteúdos audiovisuais com aparência profissional (Führ; Rauber; Barth, 2023). Ademais, seu design é projetado tendo como prioridade o uso em dispositivos móveis, com orientação vertical, permitindo interações rápidas como curtidas, comentários e compartilhamentos (Pereira Neto; Santos; Mota, 2022).

Um dos principais diferenciais da plataforma é seu algoritmo de recomendação, que cria um feed personalizado para cada usuário. O sistema utiliza uma inteligência artificial para analisar fatores como tempo de visualização, interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) e o uso de hashtags para entender o comportamento do usuário e entregar conteúdos relevantes (Führ; Rauber; Barth, 2023).

Apesar de previamente apresentar certa popularidade, o TikTok cresceu exponencialmente com a chegada da pandemia do Covid-19 em 2020, expandindo-se para pessoas de todas as idades que buscavam entretenimento, interação social e, muitas vezes, apenas passar o tempo (Nascimento, 2023). Seu público principal é composto por adolescentes e jovens adultos que, atualmente, demonstram mais interesse por conteúdos percebidos como mais autênticos e espontâneos.

Conforme observado por Silva (2024), a Geração Z apresenta uma relação profundamente integrada com as tecnologias digitais, uma vez que cresceu em um período marcado pela ampla expansão da internet e das redes sociais. Esse fator influencia diretamente seus hábitos de consumo cultural e informacional, fazendo com que a leitura passe a ocorrer de maneira conectada às dinâmicas digitais, nas quais os jovens buscam recomendações rápidas, conteúdos visuais e experiências compartilhadas. Nesse ponto, o Brasil se destaca como um dos maiores mercados da plataforma, tanto em número de usuários ativos quanto em tempo de uso (Führ; Rauber; Barth, 2023).

Dessa forma, o TikTok deixou de atuar apenas como uma plataforma de entretenimento e se tornou também um espaço de produção, circulação e mediação de informações em diversas áreas (Fonseca; Fonseca, 2022). Nesse contexto, iniciou-se a criação de diversas comunidades dentro da plataforma, cada uma com interesses e público-alvo

diferentes, sendo uma das principais o BookTok. Segundo Merga (2021, p. 3) o BookTok é “uma comunidade no TikTok, onde leitores e autores podem interagir sobre livros e leitura, com o conteúdo de vídeo disponível neste espaço concentrado nesses interesses compartilhados.”

De acordo com Nascimento (2023), a comunidade começou a se desenvolver oficialmente em meados de abril de 2020, em meio a grande popularidade do aplicativo na época, em decorrência do isolamento social fruto da pandemia do Covid-19, o que levou diversos jovens a desenvolverem novos hobbies e buscar novas formas de entretenimento nas redes sociais. Embora comunidades literárias online não fossem novidade, visto a existência do *Booktube* e do *Bookinstagram*, o BookTok se destacou por sua dinâmica acelerada e criativa, visto a necessidade crescente dos usuários por conteúdos mais curtos e eficientes em disseminar informações (Alexandre, 2023).

No que diz respeito às mudanças no comportamento do leitor, as redes sociais alteraram as formas de circulação da leitura e da informação literária, pois os ambientes digitais possibilitam que leitores compartilhem opiniões, recomendações e experiências de maneira instantânea, criando novas formas de interação entre sujeitos e obras (Leitão, 2010). Isso faz com que o ato de ler deixe de ser compreendido apenas como uma prática individual e silenciosa, passando também a assumir características coletivas e participativas, especialmente entre os jovens, que utilizam os espaços digitais como locais de troca, socialização e construção de identidade a partir de interesses culturais compartilhados.

Segundo Fernandes (2011), a interatividade proporcionada pelas redes sociais contribui para aproximar os jovens da leitura, uma vez que os ambientes digitais favorecem práticas comunicacionais mais dinâmicas e participativas. Assim, o leitor contemporâneo não ocupa apenas a posição de receptor da informação, mas também de produtor e divulgador de conteúdos relacionados aos livros que consome, fazendo com que a leitura adquira novos significados dentro da cultura digital, especialmente entre os integrantes da Geração Z, que valorizam experiências interativas, comunicação rápida e compartilhamento constante de opiniões nas plataformas virtuais.

De acordo com Silva e Barradas (2022), as comunidades literárias presentes nas redes sociais utilizam estratégias de engajamento capazes de atrair jovens usuários e estimular a participação ativa em conteúdos relacionados à literatura. Movimentos como o Bookstan e o BookTok demonstram como o comportamento leitor contemporâneo está associado às dinâmicas de influência digital e à criação de vínculos afetivos entre leitores, criadores de conteúdo e obras literárias. Ademais, o uso de tendências, músicas populares e formatos

audiovisuais contribuem para tornar os livros mais atrativos ao público jovem, aproximando a leitura da realidade cotidiana desses indivíduos.

De acordo com Vieira (2024) as redes sociais modificaram significativamente a relação entre leitores e mercado editorial em decorrência dos jovens, que passaram a descobrir livros por meio de conteúdos produzidos por influenciadores digitais, criando uma lógica de consumo baseada em identificação, pertencimento e interação social.

O impacto do BookTok no mercado editorial pode ser percebido desde seu nascimento. Como apontam Führl, Rauber, e Barth (2023), diversos títulos alcançaram sucesso e recorde de vendas após viralizar na plataforma, mostrando a força do engajamento digital no âmbito literário. Percebendo essa tendência, diversas livrarias físicas e lojas virtuais, como a Amazon, passaram a dedicar espaços exclusivos aos livros viralizados na plataforma (Alexandre, 2023).

Segundo Cruz (2025), o BookTok exerce influência direta na formação do leitor contemporâneo, especialmente entre jovens que utilizam o TikTok diariamente como espaço de entretenimento e informação. O contato frequente com vídeos sobre livros desperta curiosidade e interesse pela leitura, principalmente quando os conteúdos apresentam linguagem acessível, elementos emocionais e identificação. Além disso, a exposição contínua a recomendações literárias contribui para transformar livros em objetos de desejo e pertencimento cultural, fortalecendo práticas de leitura mediadas pelas dinâmicas digitais e pelas tendências disseminadas na plataforma.

Assim, conforme Silva (2024), o BookTok evidencia como as redes sociais podem atuar como ferramentas de incentivo à leitura entre jovens, especialmente ao transformar conteúdos literários em experiências acessíveis, emocionais e interativas. Dessa forma, o comportamento leitor da Geração Z revela características marcadas pela conectividade, pela busca de pertencimento e pela influência das recomendações digitais, fazendo com que o processo de escolha de livros seja fortemente mediado pelos conteúdos consumidos nas plataformas sociais.

No contexto da biblioteconomia, o BookTok tem se mostrado um espaço relevante para a atuação do bibliotecário, permitindo que a mediação da informação ocorra de forma interativa e criativa, usando de recursos audiovisuais e linguagem acessível, para que atinja cada vez mais o público jovem e incentive a prática de leitura (Duda; Braz, 2024). Assim, torna-se possível ampliar a mediação da informação para além do espaço físico da biblioteca e levá-la também para o ambiente digital.

4 METODOLOGIA

Trata-se de Revisão Sistemática da Literatura (RSL). De acordo com Cerrão, Jesus e Castro (2018, p. 114), a revisão sistemática da literatura pode ser definida como "um método aplicável para a pesquisa científica que envolve etapas meticulosas, como o levantamento e análise bibliográficos criteriosos, a elaboração de protocolos de busca, a seleção de documentos e a sistematização das pesquisas selecionadas". Pretende-se identificar os principais estudos do campo da Ciência da Informação sobre BookTok, conceitos de leitura, formas de mediação, hábitos e escolhas de leitura e perspectivas da mediação da leitura em meios digitais.

Para Brito e Martins (2023), a revisão consiste em quatro etapas: planejar, definindo rigorosamente quais passos serão necessários para a realização da pesquisa, como objetivo, justificativa e estratégia de busca, entre outros; executar, realizando as buscas nas bases de dados, aplicando os critérios de inclusão e exclusão e de qualidade, e realizando a interpretação e consolidação dos resultados; auditar, identificando se todas as fases da revisão foram cumpridas e realizando também a revisão completa do texto; e relatar e publicar, definindo a prioridade da comunicação científica, o periódico e o congresso no qual a pesquisa será publicada.

O objetivo da pesquisa é o de mapear a produção científica sobre a mediação da leitura por meio do BookTok, buscando tipificar o perfil dos estudos já produzidos, compreender como os mediadores da leitura atuam nesse contexto e identificar de que forma essa atuação influencia as escolhas literárias dos jovens leitores brasileiros. Nesse sentido, buscou-se reunir e analisar criticamente os trabalhos disponíveis nas bases selecionadas, de modo a evidenciar tendências, lacunas e contribuições teóricas relevantes para a Ciência da Informação.

O levantamento ocorreu no site do ENANCIB (Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação), importante evento da ciência da informação brasileira, aonde consta os anais do evento. A pesquisa foi realizada por meio do sistema de busca do site utilizando os descritores BookTok, TikTok, mediação da leitura e leitura em ambientes virtuais separadamente, já que o site não possibilita a busca com auxílio de operadores booleanos. Abrangeu-se o período de 05 anos (2021 a 2025), correspondentes as edições XXI à XXV do evento. Como critério de análise para definir a relevância dos trabalhos encontrados, foram analisados título, resumo, resultados e considerações finais.

Quadro 1 - Resultados obtidos por descritor de busca nos Anais do ENANCIB (2021-2025)

DESCRITORES	RESULTADOS
-------------	------------

BookTok	0
TikTok	3
Mediação da leitura	80
Leitura em ambientes virtuais	4

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Dos 87 trabalhos encontrados, apenas 4 se relacionam ao tema da pesquisa, sendo estes publicados entre 2022 e 2025, e vinculados a três GTs: GT3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação, GT4 – Gestão da Informação e do Conhecimento e GT8 – Dados, Informação e Tecnologia.

Os trabalhos selecionados foram tratados e apresentados a seguir no quadro 2, contendo título, autoria, GT e ano de publicação, sendo analisados a partir do referencial teórico adotado na pesquisa, com atenção especial às categorias de mediação da leitura, comportamento leitor e leitura em ambientes digitais. Ressalta-se que no ano de 2021 não foi encontrado nenhum artigo.

Quadro 2 - Trabalhos sobre mediação da leitura a partir de BookTok no Enancib (2022-2025)

TÍTULO	AUTORIA	GT	ANO
A Influência dos Booktubers nas Bibliotecas de Belo Horizonte	Raíssa Michalsky Martins Frederico Cesar Mafra Pereira	GT4	2024
Análise de Tendências Metodológicas em Pesquisa Social: TikTok e métodos digitais	Anne Vitória Gomes Alan César Belo Angeluci	GT8	2025
Booktubers: considerações sobre mediação literária em ambientes digitais	Cláudia Pereira de Jesus Carvalho Cláudio Marcondes de Castro Filho	GT3	2023
Mediação da Leitura em Ambiente Virtual: interações com os leitores	Lídia Eugenia Cavalcante Laiana Ferreira de Sousa Damaris de Queiroz Barreto	GT3	2022

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Devido à escassez de trabalhos sobre o tema no ENANCIB, também foram coletados artigos na Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI). A pesquisa foi feita por meio do sistema de busca do site, abrangendo o período de 05 anos (2021 a 2025), utilizando os seguintes descritores com o auxílio do operador booleano “AND”:

Quadro 3 - Resultados obtidos por descritor de busca na BRAPCI (2021-2025)

DESCRIPTORES	RESULTADOS
“Mediação da leitura” AND “BookTok”	1
“Mediação da leitura” AND “TikTok”	2
“Leitura” AND “BookTok”	2
“Mediação da leitura” AND “Plataformas digitais	2

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Dos 7 trabalhos encontrados, apenas 2 se relacionam ao tema da pesquisa, sendo estes publicados em 2025, no VII Seminário Internacional de Informação, Tecnologia e Inovação (SITI), estando vinculados a dois eixos temáticos: o Eixo Temático 1 – Produção, Mediação e Gestão da Informação e Eixo Temático 5 -Tecnologias de Informação, Comunicação e Inovação.

Quadro 4 - Trabalhos sobre mediação da leitura a partir de BookTok na BRAPCI (2021-2025)

TÍTULO	AUTORIA	ANO
Comunidades Literárias Digitais: o papel do BookTok na dinâmica da leitura contemporânea	Virlaine da Silva Costa Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade	2025
Engajamento e Mediação da Leitura no TikTok: uma análise dos BookTokers alagoanos	Mariana Severiano Araújo	2025

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Desse modo, na próxima seção será apresentada a análise dos trabalhos coletados.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Perfil geral dos estudos

O Quadro 5 apresenta os seis trabalhos analisados, organizados por título, evento, ano, autoria, natureza da pesquisa e metodologia.

Quadro 5 – Perfil dos estudos selecionados

Título	Evento/Ano	Autores	Natureza	Metodologia
Análise de Tendências Metodológicas em Pesquisa Social: TikTok e métodos digitais	ENANCIB 2025	Gomes e Angeluci	Teórica (estado da arte)	Revisão de literatura e análise bibliométrica
Booktubers: considerações sobre mediação literária em ambientes digitais	ENANCIB 2023	Carvalho e Castro Filho	Teórico-exploratória	Pesquisa bibliográfica e etnografia virtual
Comunidades Literárias Digitais: o papel do BookTok na dinâmica da leitura contemporânea	SITI 2025 (a)	Costa e Andrade	Teórica (bibliométrica)	Análise bibliométrica (base Dimensions Analytics)
A Influência dos Booktubers nas Bibliotecas de Belo Horizonte	ENANCIB 2024	Martins e Pereira	Empírica	Entrevistas em profundidade
Mediação da Leitura em Ambiente Virtual: interações com os leitores	ENANCIB 2022	Cavalcante, Sousa e Barreto	Empírica	Estudo de caso, análise de conteúdo temática

Engajamento e Mediação da Leitura no TikTok: uma análise dos BookTokers alagoanos	SITI 2025 (b)	Araújo	Empírica	Netnografia, análise quali-quantitativa
---	---------------	--------	----------	---

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observando o conjunto, percebe-se que só quando saímos do ENANCIB e olhamos para o SITI 2025 é que aparecem trabalhos que tratam do BookTok de forma direta e específica. Costa e Andrade (2025) explicam que sua pesquisa buscou examinar, através de pesquisas acadêmicas já publicadas, de que forma as comunidades literárias no TikTok promovem a leitura, usando como base a plataforma Dimensions Analytics. Araújo (2025) foi além da revisão bibliográfica e conduziu uma coleta de dados diretamente em perfis de criadoras de conteúdo alagoanas, o que faz desse o único trabalho, entre os seis analisados, com dados empíricos coletados na própria plataforma TikTok.

5.2 Natureza teórica ou empírica das pesquisas

Do total de seis trabalhos, metade, ou seja, três são de natureza empírica (ENANCIB 2022, ENANCIB 2024 e SITI 2025-b) e três são de natureza teórica ou de revisão (ENANCIB 2023, ENANCIB 2025 e SITI 2025-a). Esse equilíbrio mostra que o campo ainda está dividido entre observar o fenômeno diretamente na prática e sistematizar o que já foi produzido sobre o tema.

Os dois trabalhos de revisão bibliométrica confirmam esse crescimento recente. Gomes e Angeluci (2025) apontam que, dos 40 artigos analisados em seu levantamento, a maior parte é do ano de 2024, o que evidencia a ascensão do tema como preocupação acadêmica. De forma semelhante, Costa e Andrade (2025) identificaram 65 produções sobre BookTok na base pesquisada, evidenciando o aumento da produção científica sobre o assunto a partir de 2020. Vale destacar que, no ano de 2020, apenas uma produção constava na base consultada por Costa e Andrade (2025), passando para 19 produções em 2024 — um salto expressivo em apenas quatro anos.

Outro ponto que chama atenção é a constatação de Gomes e Angeluci (2025, p. 13) de que "[...] foi possível identificar diversos desafios metodológicos generalizados, como a dificuldade na coleta de dados, em que os pesquisadores não possuem acesso aos dados brutos e sim a dados já estruturados (podendo já ser enviesados) [...]". Trata-se de um problema metodológico recorrente nesse tipo de pesquisa, que representa um dos principais desafios enfrentados pelos pesquisadores da área. Essa constatação ajuda a entender por que a produção empírica específica sobre BookTok ainda é escassa: pesquisar diretamente na

plataforma exige lidar com barreiras de acesso e questões éticas que nem sempre são simples de contornar.

5.3 Conceitos de leitura mobilizados

Em todos os seis trabalhos, a leitura deixa de ser tratada como uma atividade solitária e passa a ser vista como uma prática social e coletiva. Cavalcante, Sousa e Barreto (2022) são os autores que mais aprofundam essa dimensão afetiva, ao afirmar que a leitura, durante a pandemia, tornou-se companheira de milhares de pessoas, tanto para prover informações quanto para aliviar tensões emocionais.

Já Carvalho e Castro Filho (2023), ao tratarem dos booktubers, resgatam a ideia de que um mediador literário promove o encontro do leitor com o outro, sejam esses outros os autores, os personagens ou até outros leitores. Os autores também citam Messias (2019, p. 56), que defende que “Devemos desconstruir essa visão que é limitadora e reducionista. A mediação da leitura pode ser realizada por qualquer leitor experiente, e a ação pode envolver não somente crianças, jovens e adolescentes, mas qualquer pessoa que está no processo de se constituir enquanto leitor.”

Por sua vez, para pensar sobre a mediação nesse contexto, Araújo (2025, p. 6) apresenta o conceito de “[...] ‘oralisfera’, ambiente em que a oralidade se apresenta como fator preponderante ao processo de mediação da leitura. [...]”. Esse conceito reforça a oralidade como fundamental no processo de mediação, mesmo em vídeos curtos, reforçando que a leitura mediada por essas plataformas não é mais um ato individual, mas uma troca constante entre leitor, mediador e outros leitores.

Nenhum dos artigos trata a leitura mediada por essas plataformas de forma negativa ou como um empobrecimento da prática leitora. Pelo contrário, todos apontam para uma ampliação do acesso e da diversidade de mediadores que promovem a leitura, ainda que reconheçam a existência de um viés comercial por trás de boa parte desse conteúdo.

5.4 Objetivos dos mediadores digitais

A partir da leitura cruzada dos seis trabalhos, foi possível organizar os principais objetivos atribuídos aos mediadores digitais de leitura, conforme o Quadro 6.

Quadro 6 – Objetivos dos mediadores digitais de leitura identificados nos estudos

Objetivo	Presente em
Incentivar a leitura por prazer e entretenimento	Todos os seis trabalhos

Divulgar lançamentos editoriais	ENANCIB 2022, 2023, 2024; SITI 2025-a
Criar identificação e vínculo afetivo com o público	ENANCIB 2022, 2023; SITI 2025-b
Ocupar o espaço de mediadores tradicionais (bibliotecários e professores)	ENANCIB 2023, 2024
Promover crítica literária não especializada, mais próxima do leitor comum	ENANCIB 2023; SITI 2025-a
Construir comunidade e senso de pertencimento em torno da leitura	SITI 2025-a, 2025-b

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Sobre esse ponto, Martins e Pereira (2024) trazem um dado relevante: uma das bibliotecárias entrevistadas destacou que os booktubers seriam bons canais para se conhecer os lançamentos, pois eles sempre recebem os livros mais recentes. Essa fala, segundo os próprios autores, corrobora com Torre-Espinosa (2020), que afirma que a indústria editorial utiliza os booktubers como um importante espaço de divulgação de suas obras.

Já Carvalho e Castro Filho (2023) citam Barbosa (2019, p. 33) para explicar que o booktuber “[...] incentiva a leitura por prazer e entretenimento, mas não somente isso. Ele igualmente instiga seus seguidores a terem a leitura como fonte de conhecimento, aprendizado e engajamento social”.

5.5 Fatores positivos e negativos da mediação da leitura pelo BookTok

Reunindo o que os seis trabalhos apontam, foi possível organizar os principais pontos positivos e negativos da mediação pelo BookTok no Quadro 7.

Quadro 7 – Fatores positivos e negativos da mediação da leitura via BookTok

Fatores positivos	Fatores negativos
Amplia o acesso à leitura para públicos que antes não se interessavam por livros	Forte viés comercial, já que muitos criadores têm parceria com editoras
Cria identificação e proximidade entre leitor e mediador, sem hierarquia	Baixa confiança de bibliotecários e instituições formais nas indicações
Gera comunidades ativas de leitores, com troca de experiências	Falta de padronização metodológica dificulta pesquisas sobre o tema
Funciona como vitrine de lançamentos e ajuda o mercado editorial	Foco excessivo em determinados gêneros pode reduzir a diversidade de leitura
Democratiza a crítica literária, tirando a discussão de um ambiente muito acadêmico	Dificuldade de mensurar o impacto real na formação de leitores a longo prazo
Engajamento não depende só do número de seguidores	Opacidade dos algoritmos dificulta entender como o conteúdo chega ao público

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Sobre o lado positivo, Carvalho e Castro Filho (2023) citam Motta (2021), que afirma que o booktube retira as discussões literárias de um ambiente majoritariamente acadêmico, trazendo-as para uma realidade mais acessível e diversa. Os autores também destacam essa proximidade citando Barbosa (2019), para quem não é necessário ter formação acadêmica específica para ser booktuber — o que importa é o interesse pelos livros.

Sobre o lado negativo dessa mediação, Martins e Pereira (2024) relatam que os próprios bibliotecários entrevistados afirmam ainda não possuir alta confiança nos influenciadores como fontes de informação, por conta do viés mercadológico, já que muitos são patrocinados por uma editora ou pelo próprio autor da obra. Esse achado dialoga diretamente com o que Araújo (2025) observou entre os BookTokers alagoanos: mesmo perfis com poucos seguidores conseguiram gerar engajamento relevante, o que mostra que o fator determinante não é o tamanho da audiência, mas sim a constância de publicações e a identificação do público com o conteúdo produzido.

Essa diferença de percepção entre o público leitor comum, que se engaja pela identificação afetiva, e as instituições formais, que ainda observam essa mediação com cautela, é um dos achados mais relevantes desta revisão.

5.6 Influência no comportamento do leitor brasileiro

Os dados mais concretos sobre esse ponto vêm de três trabalhos: ENANCIB 2022, ENANCIB 2024 e SITI 2025-b.

Cavalcante, Sousa e Barreto (2022) constataram, a partir da análise de métricas do Instagram, que conteúdos voltados a questões emocionais e de identificação pessoal — como memórias de leitura e rituais de leitura — obtiveram maior alcance do que conteúdos puramente informativos. As autoras destacam ainda que a atividade leitora dos usuários da página é sensível a eventos externos, o que demonstra o caráter social e interativo da leitura mediada digitalmente.

Já Martins e Pereira (2024) verificaram que, em algumas das bibliotecas públicas pesquisadas, já é comum um usuário solicitar o empréstimo de algum livro comentado ou recomendado por algum influenciador digital. Isso mostra que a influência já acontece na prática, mesmo que as instituições ainda não tenham incorporado isso de forma sistemática às suas políticas de aquisição.

Por fim, Araújo (2025) traz um dado bem concreto sobre esse alcance: um dos vídeos analisados, de autoria da criadora de conteúdo Alice Farias, registrou 351,4 mil curtidas e 966 comentários, evidenciando sua ampla repercussão na plataforma. A autora observa ainda que,

nos comentários analisados, muitos usuários gostaram da recomendação do livro e se identificaram com a leitura, enquanto outros não tiveram a mesma experiência — o que mostra que essa influência não é uniforme, mas gera debate real entre os leitores.

De forma geral, os seis trabalhos caminham na mesma direção: a leitura em ambientes digitais está cada vez mais coletiva, afetiva e ligada a vídeos curtos e dinâmicos. Gomes e Angeluci (2025, p. 12) reforçam essa ideia ao afirmar que

[...] as redes sociais, em especial o TikTok, não podem ser consideradas apenas como espaços virtuais de comunicação, mas sim agentes ativos na modelagem e manipulação de comportamentos e relacionamentos sociais, esferas econômicas e políticas e até mesmo na construção de identidade e comunidades [...]

Os autores completam que a metodologia de pesquisa precisa ser adaptada para capturar essa complexidade, considerando tanto a dimensão técnica quanto a humana dessas plataformas.

Já Costa e Andrade (2025) mostram que essa produção acadêmica está concentrada principalmente na área de Língua, Comunicação e Cultura, seguida de Artes Criativas e Escrita, o que demonstra a conexão natural do tema com pesquisas voltadas à linguagem e às práticas culturais contemporâneas. As autoras concluem ao final de seu levantamento, que o BookTok tem exercido uma função crescente na criação de novos leitores e na mudança das práticas culturais relacionadas ao campo literário.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa partiu da pergunta sobre qual é o perfil dos estudos sobre BookTok, o que eles dizem sobre a atuação dos mediadores da leitura e como essa atuação influencia as escolhas literárias dos jovens no Brasil. Considerando o percurso da pesquisa, é possível afirmar que os três objetivos específicos foram alcançados, embora tenham surgido algumas surpresas em relação ao que se esperava encontrar.

A primeira delas foi logo à etapa de levantamento dos dados: a busca pelo termo "BookTok" nos anais do ENANCIB não retornou nenhum resultado entre 2021 e 2025. Isso mostra que, apesar de o fenômeno já movimentar milhões de visualizações e influenciar diretamente o mercado editorial, ele ainda é pouco discutido nos principais espaços de pesquisa da Ciência da Informação no Brasil — o que reforça justamente a lacuna científica que motivou este trabalho. Foi por essa razão que a pesquisa precisou ser ampliada para a BRAPCI e para os trabalhos do SITI 2025, chegando a um resultado final de seis estudos.

Com relação ao perfil desses estudos, encontrou-se um equilíbrio entre pesquisas teóricas e empíricas, mostrando que o campo ainda está em processo de amadurecimento:

parte dos pesquisadores se dedica a observar o fenômeno diretamente na prática, enquanto outra parte se concentra em mapear e sistematizar o que já foi produzido. Um ponto que chamou atenção nessa etapa foi o alerta de Gomes e Angeluci (2025) sobre a dificuldade de acesso aos dados brutos das plataformas digitais, que funcionam como verdadeiras caixas-pretas algorítmicas. Isso ajuda a explicar por que ainda são raros os estudos que colem dados diretamente no TikTok, como fez Araújo (2025).

Sobre a atuação dos mediadores, ficou claro que *booktubers* e *BookTokers* vêm ocupando, de forma cada vez mais consistente, um espaço que antes era quase exclusivo de bibliotecários, professores e críticos literários. O objetivo mais recorrente entre os seis trabalhos é o incentivo à leitura por prazer e entretenimento, mas essa mediação também cumpre outras funções, como divulgar lançamentos editoriais, criar vínculo afetivo com o público e construir comunidades em torno da leitura. Esse último ponto talvez seja o mais interessante: a leitura, nesse contexto, deixa de ser um ato individual e passa a ser uma experiência compartilhada, construída na troca entre leitor, mediador e outros leitores.

Quanto aos fatores positivos e negativos dessa mediação, um dos achados mais relevantes desta revisão foi justamente a diferença de percepção entre o público leitor e as instituições formais. Enquanto os leitores comuns se engajam por identificação afetiva com os criadores de conteúdo, bibliotecários e outras instituições ainda demonstram certa desconfiança em relação a essas indicações, principalmente pelo viés comercial que costuma existir por trás desses vídeos, já que muitos criadores mantêm parceria com editoras. Ainda assim, nenhum dos seis trabalhos tratou essa mediação como algo negativo ou como um empobrecimento da prática leitora — pelo contrário, todos reconhecem que ela amplia o acesso à leitura e diversifica as vozes envolvidas nesse processo.

Já em relação à influência no comportamento leitor, os dados mais concretos vieram de três estudos, que mostraram cada um a seu modo, que essa influência já é sentida na prática: no aumento do alcance de conteúdos afetivos em redes sociais, no pedido de empréstimo de livros recomendados por influenciadores dentro de bibliotecas públicas, e no volume de curtidas e comentários gerados por um único vídeo sobre livros. Isso mostra que, mesmo diante da escassez de pesquisas específicas sobre o tema, o BookTok já produz efeitos concretos e mensuráveis sobre os hábitos de leitura dos jovens brasileiros.

Como limitação desta pesquisa, destaca-se o número reduzido de produções sobre o tema nos espaços consultados. Isso reforça a necessidade de estudos futuros que ampliem essa busca para outras bases de dados e eventos da área, além de pesquisas empíricas que

dialoguem diretamente com os BookTokers e com o público leitor brasileiro, indo além da análise documental.

Por fim, espera-se que este trabalho possa contribuir para que bibliotecários, educadores e demais profissionais da mediação da leitura repensem sua relação com o BookTok, não como uma ameaça às práticas tradicionais, mas como mais um espaço legítimo de formação de leitores — que já vem influenciando, de forma silenciosa, mas constante, os hábitos de leitura da Geração Z no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABREU, Letícia Gantzias. **Mediação de leitura literária em redes sociais e a formação do leitor**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/items/02025175-d196-4aaa-87b1-62d397f836c9>

ALEXANDRE, Virna de Amorim. **Book-tok: o Tik-Tok como uma rede de incentivo à leitura**. 2023. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação) - Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de; BORTOLIN, Sueli. Mediação da informação e da leitura. In: SILVA, Terezinha Elisabeth da (Org.). **Interdisciplinaridade e transversalidade em Ciência da Informação**. Recife: Néctar, 2007, p. 67-86.

ANGELUCI, Alan César Belo; GOMES, Anne Vitória. Análise de tendências metodológicas em pesquisa social: TikTok e métodos digitais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2025. **Anais [...]** XXV Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2025.

ARAÚJO, Mariana Severiano. Engajamento e mediação da leitura no TikTok: uma análise dos BookTokers alagoanos. In: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, 2025. **Anais [...]** VII Seminário de Informação, Tecnologia e Inovação, 2025.

BARBOSA, Diana Vieira de Oliveira. **Booktubers brasileiros e seus lugares de fala: a curadoria e o incentivo à leitura no Youtube**. 2019. 63f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Linguagens e EAD) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/200855> Acesso em: 3 jul. 2026.

BRITO, Jean Carlos Borges; MARTINS, Dalton Lopes. Revisão sistemática da literatura na Ciência da Informação: uma descrição detalhada dos passos metodológicos. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, Brasil, v. 14, n. 2, p. 24-47, 2023. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v14i2p24-47. Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/209021>. Acesso em: 10 jun. 2026.

CARVALHO, Cláudia Pereira de Jesus; CASTRO FILHO, Cláudio Marcondes de. Booktubers: considerações sobre mediação literária em ambientes digitais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO,

2023. **Anais [...]** XXIII Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2023.

CAVALCANTE, Lídia Eugenia; SOUSA, Laiana Ferreira de; BARRETO, Damaris de Queiroz. Mediação da leitura em ambiente virtual: interações com os leitores. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 22., 2022. **Anais [...]** XXII Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2022.

CERRAO, Natalia Garro; JESUS, Ananda Fernanda de; CASTRO, Fabiano Ferreira de. O método de revisão sistemática da literatura (RS) na área da Ciência da Informação no Brasil: análise de dados de pesquisa. **Informação & Tecnologia**, v. 5, n. 1, 2018.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador; conversações com Jean Lebrun. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Editora UNESP, 1998.

COSTA, Virlaine da Silva; ANDRADE, Roberia de Lourdes de Vasconcelos. Comunidades literárias digitais: o papel do BookTok na dinâmica da leitura contemporânea. *In*: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, 2025. **Anais [...]** VII Seminário de Informação, Tecnologia e Inovação, 2025.

CRUZ, Nayane Moraes. **A influência do BookTok na formação do leitor contemporâneo**: estudo de caso do sebo online Via Littera. Disponível em: <https://monografias.ufma.br/jspui/handle/123456789/10049>. Acesso em: 25 maio. 2026.

DUDA, Jonatas Daniel; BRAZ, Márcia Ivo. A formação de novos leitores: TikTok e sua influência na disseminação de leitura. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 30. **Anais [...]** XXX Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação. 2024. p. 1-19.

FAILLA, Zoara (org.). **Retratos da leitura no Brasil 6**. 1. ed. São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2025.

FERNANDES, Maria Angélica Rocha. Redes sociais, interatividade e formação do leitor: Monteiro Lobato hoje. **Revista Philologus**, Rio de Janeiro, ano 17, n 51, p. 398-407, set./dez. 2011.

FONSECA, Diego Leonardo de Souza; FONSECA, Maria Gabriella Flores Severo. O TikTok como ferramenta de inovação em serviços de informação em bibliotecas. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 28, n. 2, p. 116231, 2022. DOI: 10.19132/1808-5245282.116231. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/116231>. Acesso em: 24 set. 2025.

FÜHR, Nicole Giovana; RAUBER, Luis Henrique; BARTH, Mauricio. A influência do TikTok no mercado editorial: uma análise do BookTok. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, [S. l.], v. 13, n. 23, p. 139–165, 2023. DOI: 10.18815/sh.2023v13n23.635. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/635>. Acesso em: 23 set. 2025.

HONÓRIO, Maria Fernanda da Silva. **Quando o livro vira post:** como conteúdos literários nas redes sociais impactam hábitos de leitura. 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/270925>

LEITÃO, Paulo. Livros, leituras e redes sociais. *In: BIBLIOTECAS PARA A VIDA II – BIBLIOTECAS E LEITURA*. Lisboa: Edições Colibri: CIDEHUS/UE: Biblioteca Pública de Évora, 2009. p. 437-460.

LEONARDO, Estela da Silva; LOPES, Elisa Cristina. Geração Z: O desafio de formar leitores/ nativos digitais. **Revista do SELL**, Uberaba, v. 5, n. 1, 2016. DOI: 10.18554/rs.v5i1.1347. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaelectronica/index.php/sell/article/view/1347>. Acesso em: 26 jul. 2026.

MARTINS, Raíssa Michalsky.; PEREIRA, Frederico Cesar Mafra. A influência dos booktubers nas bibliotecas de belo horizonte. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 2024. **Anais [...]** XXIV Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2024.

MERGA, Margaret K. How can BookTok on TikTok inform readers' advisory services for young people? **Library & Information Science Research**, v. 43, n. 2, p. 101091, 2021.

MESSIAS, Lucilene Cordeiro da Silva. **Práticas de leitura e mediação literária na plataforma digital Skoob**, 2019. 190f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2019.

MOTTA, Mariana. O booktube e a retomada da leitura na era digital. **Valkirias**, mar., 2021. Disponível em: <https://valkirias.com.br/booktube-e-a-leitura-na-era-digital/>. Acesso em 3 jul. 2026.

NASCIMENTO, Heloisa Lima do. **Práticas de leitura na ponta dos dedos:** uma análise do BookTok. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/19608>. Acesso em: 23 set. 2025.

PARCHEN, Charles Emmanuel; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; BAGGIO, Andreza Cristina. O poder de influência dos algoritmos no comportamento dos usuários em redes sociais e aplicativos. **Novos Estudos Jurídicos**, Itajaí (SC), v. 26, n. 1, p. 312–329, 2021. DOI: 10.14210/nej.v26n1.p312-329. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/nej/article/view/17587>. Acesso em: 20 maio. 2026.

PIMENTA, Ricardo M.; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 2, n. 1, p. 89–103, 2009. Disponível em: <https://revistas.ancib.org/tpbci/article/view/170>. Acesso em: 24 set. 2025.

PIRES, Ylanna. **BookTok:** o fenômeno de leitura que nasceu nas redes sociais. 2026. Disponível em: <https://lunetas.com.br/como-o-BookTok-esta-transformando-a-leitura-entre-criancas-e-adolescentes-no-brasil/>.

PEREIRA NETO, José de Senna; SANTOS, Isadora Mendes dos; MOTA, Marcelle Pereira. TikTok: Qual o Impacto do Crescimento da Plataforma?. *In: WORKSHOP SOBRE*

ASPECTOS DA INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR NA WEB SOCIAL (WAIHCWS), 13. , 2022, Diamantina. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2022 . p. 56-62. ISSN 2596-0296.
DOI: <https://doi.org/10.5753/waihcws.2022.226367>.

SCHINAIDER, Anelise Daniela; BARBOSA, Isabelle Noga. Os influenciadores digitais no processo de tomada de decisão de seus seguidores. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 5, n. 3, p. 98-115, 2019.

SILVA, Alícia Patrícia da. **Mediação da informação e da leitura: proximidades e distanciamentos dos aspectos conceituais**. 2025. Disponível em:
<https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/17475>

SILVA, Jessica Cristina Junior da; BARRADAS, Jaqueline Santos. O fenômeno bookstan e as redes sociais: análise de estratégias utilizadas para atrair seguidores. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 1–19, 2022. Disponível em:
<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1909>. Acesso em: 29 maio 2026.

SILVA, Maria João Gomes Pereira da. **O impacto do BookTok na decisão de compra do consumidor da Geração Z**. 2024. (Dissertação de Mestrado). Mestrado em Gestão de Marketing, Instituto Português de Administração e Marketing (IPAM), Porto.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; RAMOS, Penha Élide Ghiotto Tuão. Redes Sociais Digitais: Relações Entre Autor, Obra E Leitor-Espectador. **Revista Científica Linkania Master**, v. 1, n. 9, p. 100–118, 2014. Disponível em:
<https://linkania.org/master/article/view/175>. Acesso em: 25 maio 2026.

VERMELHO, Sônia Cristina et al.. Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & Sociedade**, v. 35, n. 126, p. 179–196, jan. 2014.

VIEIRA, Sofia Máxima. **O impacto das redes sociais no crescimento do mercado literário em Portugal: o caso do BookTok**. 2024. Disponível em:
<https://recipp.ipp.pt/entities/publication/e9b37a72-478b-49dc-9ee2-c6b2a71f9d0a>. Acesso em: 25 maio. 2026.