



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

BRENDA CRISTINA MOREIRA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DO BTS NA PROMOÇÃO DA LEITURA NO FANDOM ARMY
PARAENSE**

BELÉM
2026

BRENDA CRISTINA MOREIRA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DO BTS NA PROMOÇÃO DA LEITURA NO FANDOM ARMY
PARAENSE**

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

Orientador (a): **Dra. Wendia Oliveira de Andrade.**

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)

S586i Silva, Brenda Cristina Moreira da.
A influência do BTS na promoção da leitura no fandom
Army Paraense / Brenda Cristina Moreira da Silva. — 2026.
82 f. : il. color.

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

1. BTS. 2. ARMY. 3. Namjooning. 4. incentivo à
leitura. 5. biblioteconomia. I. Título.

CDD 028.9

BRENDA CRISTINA MOREIRA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DO BTS NA PROMOÇÃO DA LEITURA NO FANDOM ARMY
PARAENSE**

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

Data da Aprovação: 23 / 07 / 2026

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Wendia Oliveira de Andrade (Orientadora)
Doutorado em Ciência da Informação
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Profa. Dra. Telma Socorro Silva Sobrinho (Membro interno)
Doutorado em Administração
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Prof. Me. Tiêgo Ramon dos Santos Alencar (Membro externo)
Mestrado em Linguística Aplicada
Universidade do Estado do Amapá (UEAP)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela força, inspiração e por fazer acreditar em mim, nos momentos em que eu não acreditava.

Aos meus pais, por sempre me incentivarem nos estudos, pelo apoio incondicional e compreensão nos momentos de ausência.

À minha orientadora, pela confiança, paciência e contribuições valiosas para o processo de elaboração deste trabalho, não podia ter escolhido outro orientador que não fosse a senhora, pois compartilhamos o mesmo amor pelo BTS.

As 21 participantes do Namjooning Club de forma voluntária e generosa, dedicaram o seu tempo para responder ao questionário, especialmente a Pri, que mandava mensagem no grupo lembrando as meninas de responderem o questionário, tornando possível a realização desta pesquisa. Sem vocês, este estudo não existiria.

Agradeço também aos amigos que fiz durante o curso: Alexandre, Ana Beatriz, Andrezza e Erica.

E por fim, ao BTS, muito obrigada por me tirarem da minha zona de conforto e me fazerem explorar o mundo e conhecer pessoas incríveis, através de vocês conheci minhas armygas: Amanda, Cássia, Cibele e Réryka. BTS, vocês não sabem, mas a Brenda de hoje, não é a mesma depois que conheceu vocês, ela se desafia todos os dias a ser uma pessoa melhor. Obrigada por inspirarem não apenas esta pesquisa, mas por influenciarem positivamente a vida de tantas pessoas, despertando o amor pela leitura e pelo autoconhecimento.

“Livros me mudaram. Eles abriram meus olhos para mundos que eu nunca imaginei e ajudaram a entender a mim mesmos e aos outros.”

Kim Namjoon

RESUMO

A música sul-coreana, conhecida como k-pop, se popularizou globalmente na última década. Nesse contexto, destaca-se o grupo BTS formado por RM, Jin, Suga, J-hope, Jimin, V e Jungkook, cujas referências literárias e discursos sobre autoconhecimento e desenvolvimento pessoal têm influenciado hábitos culturais de sua base de fãs, o ARMY. Esta pesquisa focou na influência na promoção da leitura a partir de ações do grupo. Dessa forma, o objetivo geral foi analisar a influência do BTS na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY paraense. Para tanto, procedeu-se à realização de um estudo de abordagem quali-quantitativa, de natureza descritiva e exploratória. Os dados foram coletados por meio de questionário semiestruturado aplicado a 21 participantes do Namjooning Club, amostra não probabilística por conveniência. Os dados qualitativos foram tratados por estatísticas descritiva e os quantitativos por análise de conteúdo, com triangulação das informações. Desse modo, observa-se que a maioria das participantes possui escolaridade a nível superior, vínculo prolongado com o fandom e hábitos leitores consolidados, com mais de 90% lendo regularmente. Destaca-se a forte influência de Kim Namjoon (RM), com 76,2% das respondentes muito influenciadas, o amplo conhecimento do conceito de “Namjooning” e mudanças positivas nos hábitos, sendo 71,4% passaram a ler mais após o contato com o BTS. Os resultados revelam ainda a retomada do hábito, diversificação de gênero, especialmente literatura de cura e asiática, além do papel central do Namjooning Club, como mediador de práticas leitoras. Com isso, foi possível concluir que o BTS, por meio de suas referências literárias e do engajamento coletivo no fandom, atua como importante agente na promoção da leitura em contexto regional, fortalecendo o letramento e expandindo o desenvolvimento pessoal das fãs.

Palavras-chave: BTS; ARMY; Namjooning; incentivo à leitura; biblioteconomia.

ABSTRACT

Korean music, known as k-pop has gained global popularity in the last decade. In this context, the BTS group stands out formed by RM, Jin, Suga, J-hope, Jimin, V and Jungkook whose literary references and discourses on self-knowledge and personal development have influenced the cultural habits of their fan base the ARMY. This research focused on their influence on reading promotion through the group's actions. Thus, the general objective was to analyze the influence of BTS on the promotion of reading among members of the ARMY fandom in Pará, with emphasis on the Namjooning Club. To this end a quali-quantitative study of descriptive and exploratory nature, was carried out. Data were collected through a semi-structured questionnaire applied to 21 participants of the Namjooning Club, a non-probabilistic convenience sample. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and qualitative data through content analysis, with information triangulation. In this way, it is observed that the majority of participants have a higher education level, a long-standing connection with the fandom, and consolidated reading habits, with more than 90% reading regularly. The strong influence of Kim Namjoon (RM) stands out, with 76, 2% of respondents being highly influenced, the broad knowledge of the concept of "Namjooning", and positive changes in habits with 71,4% starting to read more after contact with BTS. The results also reveal the resumption of the habit diversification of genres, especially healing literature and Asian literature, and the central role of the Namjooning Club as a mediator of reading practices. Consequently, it was concluded that BTS, through its literary references and collective engagement in the fandom, acts as an important agent in the promotion of reading in a regional context, strengthening expanded literacy and the personal development of the fans.

Keywords: BTS; ARMY; Namjooning; encouragement of reading; library science.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Página inicial do streaming Netflix, ênfase no conteúdo asiático	24
Figura 2 - Lightstick de vários grupos de K-pop.....	25
Figura 3 - Capa do livro A vegetariana da autora Han Kang	27
Figura 4- Capa do livro A inconveniente loja de conveniência do autor Kim Ho-yeon	28
Figura 5 - BTS	29
Figura 6 - Capa do livro Demian do autor Herman Hess	34
Figura 7- Letreiro de Omelas introduzido no vídeo clipe de Spring Day	35
Figura 8 - Capa do livro intro the Magic Shop do autor James R. Doly	35
Figura 9 - Capa do livro O Flautista de Hamelin do autor Robert Brownig	36
Figura 10 - Capa do livro Queria morrer, mas o céu não tem tteokboki da autora Baek Sehee.....	37
Figura 11 - Capa do livro Amêndoas da autora Won-pyung Sohn	38
Figura 12 - Banner do livro Amêndoas feito pela editora	38
Figura 13 - Kim Namjoon no Museu de arte Dia Beacon	41

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Idade dos participantes	46
Gráfico 2 - Escolaridade dos participantes	47
Gráfico 3 - Residência dos participantes	48
Gráfico 4 - Período temporal que os participantes pertencem ao fandom ARMY	49
Gráfico 5 - Questionamento sobre a participação ativa dos entrevistados no Namjooning Club	50
Gráfico 6 - Frequência de leitura dos participantes	51
Gráfico 7- Tipo de leitura realizada pelos participantes com frequência	52
Gráfico 8 - Formato de leitura mais utilizado pelos participantes	53
Gráfico 9 - Motivação para a leitura	54
Gráfico 10 - A influência do BTS nos hábitos de leitura	55
Gráfico 11 - O participante teve interesse em ler algum livro por influência do BTS	56
Gráfico 12 - O participante é influenciado a ler mais pelo integrante Kim Namjoon	57
Gráfico 13 - O participante conhece o conceito Namjooning	58
Gráfico 14 - O Namjooning Club contribuiu para aumentar a frequência da leitura do participante	59
Gráfico 15 - Mudanças que ocorrem após o participante entrar em contato com conteúdo do BTS	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Os livros “Queria morrer mas o céu não tem tteokbokki” “Amêndoas” e a “A coragem de não agradar” você já tinha ouvido falar deles ou só passou a conhecer porque foi mencionado por algum membro do BTS	61
Quadro 2 - De que forma o BTS influenciou sua relação co a leitura?	63
Quadro 3 - O que significa “Namjooning” para você?	66
Quadro 4 - Como você citar algum livro ou tipo de leitura que passou a consumir por influência do BTS?	68
Quadro 5 - Como você percebe a relação entre fandom ARMY e a leitura?	69

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	LEITURA	16
2.1	Letramento.....	18
2.2	Clube de Leitura	19
3	COREIA DO SUL E HALLYU: A EXPANSÃO CULTURAL ALÉM DAS FRONTEIRAS	22
3.1	Os dramas asiáticos e as músicas	23
3.2	K-pop: gerações e influências	25
3.3	Influência sul coreana na leitura	26
4	BTS: BANGTAN SONYEODAN	29
4.1	Universo da leitura e suas inspirações ao BTS	33
4.2	Namjoon como influenciador literário	39
4.3	ARMY	41
5	METODOLOGIA	43
6	RESULTADOS E DISCUSSÃO	45
6.1	Namjooning Club: <i>locus</i> da pesquisa	45
6.2	Faixa , escolaridade e residência.....	46
6.3	Sobre os participantes e o Namjooning Club	48
6.4	Hábitos de leitura	50
6.5	Influência do BTS na leitura	55
6.6	Das respostas abertas	60
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
	REFERÊNCIAS	73
	APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	78
	APÊNDICE B – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO	79

1 INTRODUÇÃO

A leitura é uma prática fundamental para formação crítica cultural e social, ler é um poderoso instrumento contra o processo de alienação possibilitando obter aptidões que ampliarão a nossa consciência a visão de mundo. Segundo Colomer e Camps (2002) ler é muito mais que reconhecer palavras, é um processo de construção e sentido, em que o leitor associa o conteúdo do texto com os seus conhecimentos prévios para uma melhor compreensão da mensagem.

Ainda que a leitura seja notória, por seus inúmeros benefícios, os índices de leitura no Brasil ainda são motivo de preocupação. De acordo com a 6ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, a maioria da população brasileira não se enquadra na categoria de leitor, demonstrando uma redução no hábito da leitura, especialmente entre os mais jovens que passam o seu tempo livre na internet ou nas redes sociais (Instituto Pró-Livro, 2024). Esse panorama revela a necessidade de desenvolver novos mecanismos de incentivo a leitura que consiga dialogar com o universo juvenil e despertar o interesse pelo livro.

O incentivo à leitura pode ocorrer por diversas ações, como clubes do livro, rodas de leitura, contação de histórias em quadrinhos, mangás, redes sociais, séries, filmes e músicas. Ao utilizar elementos presentes no cotidiano do público, essas estratégias tornam a leitura mais significativa e estimulam a formação de novos leitores.

Neste contexto, a cultura k-pop (acrônimo para Korean Pop, música popular coreana desenvolvida na Coreia do Sul) se destaca, como umas das culturas mais influentes do mundo, que se expandiu pela internet e pelas redes sociais, mobilizando os fãs. Para Kim (2025) o k-pop é conhecido pela diversidade de gênero musicais, como hip hop, pop, rock, música eletrônica e dance, criando estratégias que dialogam diretamente com os interesses juvenis. O grupo sul-coreano BTS, fenômeno mundial do k-pop, é um exemplo desse processo, pois ultrapassa os limites da música ao incorporar referências literárias em suas obras. A relação com a promoção da leitura se manifesta nas produções do grupo e nas ações de seus membros. Referências literárias aparecem em canções como “*Pied Piper*”, inspirada no “O Flautista de Hamelin”, e “*Butterfly*”, ligada a *Kafka on the Shore* de Haruki Murakami, enquanto

Kim Namjoon¹ realiza indicação frequentes de obras que vão de filosofia a ficção contemporânea. Esse engajamento pode despertar nos fãs o interesse em explorar as obras mencionadas, transformando o universo conceitual do grupo em uma porta de entrada para repertórios literários mais diversificados e complexos que engloba desde clássicos da literatura ocidental e oriental até ensaios filosóficos e psicológicos.

Na cidade de Belém no estado do Pará, percebe-se a criação de clubes de leitura feita pelo ARMY² para dialogar sobre as obras mencionadas pelo BTS. Sendo assim a questão que norteia este estudo é: de que maneira o grupo sul-coreano BTS influencia a promoção da leitura entre integrantes do fandom³ Army paraense?

Esta pesquisa está sendo realizada por motivo pessoal em participação do fandom ARMY e por visualizar nos encontros de fãs, páginas dedicadas ao grupo nas redes sociais indicações de livro mencionada pelos integrantes do BTS. Nessa conjuntura, nota-se o interesse dos fãs em ler as obras literárias, tornando o BTS o uma grande influência na promoção da leitura. Desse modo o artista cria um elo que reconecta o leitor ao livro, como se fosse uma ponte para o universo literário aproximando aqueles que não tinham o hábito da leitura ou fortalecendo o hábito dos que tem.

A contribuição desse trabalho na área da Biblioteconomia, reside em identificar diversas maneiras de incentivar a leitura no público jovem e adulto, trazendo para a comunidade leitora novas formas de captar atenção. Dessa forma o bibliotecário como mediador pode promover novas estratégias de incentivo a leitura, através da música e vídeos clipes, indicando o fenômeno mundial do kpop para estimular a formação de novos leitores.

Além disso, o bibliotecário pode montar um acervo ou exposições de livros mencionado pelo grupo, para atrair os fãs, mostrando que biblioteca valoriza o interesse do fandom e que é capaz de conectar o gosto do usuário a leitura.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a influência do BTS na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY Paraense na região metropolitana de Belém. E os objetivos específicos são: a) descrever os hábitos de leitura das integrantes do grupo; b) investigar a percepção das participantes sobre a influência do BTS em suas práticas de leituras; c) verificar possíveis mudanças nos hábitos leitores

¹ Kim Namjoon: integrante do BTS

² Army: é o nome do fã-clubes do BTS.

³ Fandom: são comunidade de fãs dedicadas a um grupo ou artista.

das participantes após o contato com conteúdos relacionados ao BTS e d) compreender a relação entre cultura fandom e formação de práticas leitoras no contexto do Namjooning Club⁴.

Desse modo a estrutura da pesquisa se divide em sete seções. Na primeira seção a Introdução apresenta contextualização, questão problema, justificativa e objetivos da pesquisa. Na segunda seção, é apresentada a importância da leitura e dos clubes de leitura. Na terceira seção é mostrada uma contextualização da cultura coreana através da música, drama e leitura. Quarta seção é apresentada a trajetória do BTS e sua influência na leitura, Namjoon como influenciador literário e o ARMY. Quinta seção procedimentos metodológicos que se baseiam esse estudo. Sexta seção, resultados e discussão da pesquisa e por fim na sétima seção consta as considerações finais.

⁴ Namjooning Club: é um clube de leitura realizado em Belém do Pará por alguns fãs do BTS.

2 LEITURA

Leitura é o ato de interpretar e compreender informações é através dela que o indivíduo desenvolve seu pensamento crítico e estimula a criatividade. Paulo Freire (1989, p.9) argumenta que a leitura vai além da decodificação da palavra, sendo um instrumento de compreensão de mundo. Todavia o ato de ler está direcionado à forma como a pessoa questiona, compreender e transforma a realidade em que está vivendo.

Ler é decodificar palavras; ler é o processo que permite a relação entre nós e o mundo; a leitura nos proporciona o conhecimento; a realidade só se apresenta integralmente por meio da leitura; a leitura assim como a escrita, é a expressão máxima da inventividade, da criatividade e da intelectualidade do homem; a leitura nos leva a uma viagem pelo imaginário; ler é se apropriar do acervo de conhecimento e experiências da humanidade; a leitura é a possibilidade da fruição do belo, da estética; ler é se nutrir da tradição e da memória do homem; a leitura é proeminente prazer [...] ler é se apropriar de um dos mais importantes instrumentos de opressão, a escrita (Almeida Junior, 2017, p. 1).

O ato de ler vai além da simples decodificação de palavras, envolve processos de compreensão, interpretação e construção de sentidos. Ler é interagir com o texto, estabelecendo um diálogo com o leitor, conteúdo e a realidade em que vive. De acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais-PCNs (Brasil,1997), a leitura é um processo ativo em que o leitor constrói a partir de suas experiências e vivência, não se trata da decodificação das palavras, mas da compreensão que se inicia antes da leitura. Dessa forma como afirma Solé (1998), a leitura não é uma atividade passiva, mas ativa e dinâmica, pois requer que o sujeito mostre os seus conhecimentos prévios, visão de mundo e suas experiências para dar significado ao que lê.

Além disso, conforme aponta Rodrigues (2016) e Santos (2023) a leitura é um instrumento de inclusão que contribui para redução de desigualdade, apesar de não ser mais restrita para as elites como era abordado no período colonial e imperial, ainda nota-se um cenário de desigualdade na formação de novos leitores, e um desses fatores é desigualdade econômica, em que crianças de baixa renda não tem acesso a livro em casa e bibliotecas sem infraestrutura que incentive a leitura, sem contar as escolas periféricas que sofrem com falta de recursos, acervos desatualizados. Segundo Rodrigues (2016, p.18) entende-se que:

O direito de ler pertence a toda criança e jovem e infringir tal direito é não oferecer oportunidades de crescimento. É tirar toda e qualquer chance de progredir na vida. É inaceitável acreditar que os governantes do nosso país preferem outras prioridades em detrimento a ações públicas voltadas para o incentivo a leitura no Brasil.

Conforme a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil de 2024 53% das pessoas são não leitoras contra 47% leitoras. O crescimento desse índice de não leitores, está relacionado a diversos fatores, como o excesso de tela, falta de incentivo no ambiente escolar e familiar, dificuldade de acesso a bibliotecas e livros, e isso colabora para afastamento dessa ação. Outro ponto é que a leitura muitas vezes é apresentada como obrigação, principalmente para os jovens, que pode gerar desinteresse para eles. Pessoas que não leem tem dificuldade em entender um texto, de se expressa na fala e na escrita, pois acaba tendo um empobrecimento do vocabulário e da comunicação e se tornam vulneráveis à desinformação, por não conseguir analisar criticamente o que consome, e isso pode impactar no desempenho escolar, profissional e outras áreas da vida.

Para Marinho (1993) a leitura não deve ser compreendida apenas como atividade ligada ao ensino escolar ou restrita a espaços institucionais, mas como uma prática cotidiana que esteja no seu dia a dia, precisa ser estimulada por diferentes instituições, como escola e biblioteca, porém é importante dialogar com o cotidiano desses leitores, valorizando suas referências culturais e os elementos que fazem parte de suas vivências.

Por fim, apesar das dificuldades é fundamental o incentivo da leitura, para que as pessoas tenham oportunidade de crescimento na vida. Ler não deve ser vista como algo distante ou difícil, mais como uma oportunidade, uma porta que irá abrir o conhecimento, ampliar horizontes e novas perspectivas que serão fundamentais para construção de caminhos, oportunidades e conquista ao longo da vida.

2.1 Letramento

O conceito de letramento surgiu para entender o que significa ler e escrever. Mais do que aprender o alfabeto e decodificar palavras, ser letrado envolve utilizar a leitura e a escrita de maneira significativa nas situações do dia a dia, como ler placas, notícias em jornais, avisos etc. Isso significa participar das práticas sociais que envolvem textos, seja para buscar informações, comunicar-se, estudar, trabalhar e interagir com outras pessoas.

Para Soares (2009) o letramento é definido como uma condição de quem, além de dominar a leitura e a escrita, consegue desenvolver de forma competente nas diferentes práticas sociais. A autora amplia essa concepção ao afirmar que o letramento corresponde ao resultado da ação de ensinar e aprender as práticas sociais de leitura e escrita, sendo o estado ou condição adquirida por indivíduos ou grupos ao se apropriarem da escrita e de seus usos sociais (Soares, 2009). Nesse contexto, não basta apenas alfabetizar, é fundamental que as pessoas tenham oportunidades de vivenciar práticas de leitura e escrita em diferentes contextos sociais, desenvolvendo habilidades que lhes permitem aprimorar a cultura escrita. Dessa forma, o letramento está relacionado à capacidade de compreender, interpretar, produzir e utilizar textos para diferentes finalidades, permitindo que o indivíduo participe de forma mais ativa da sociedade.

No entanto, o desenvolvimento do letramento ainda enfrenta diversas barreiras. Entre elas estão a desigualdade no acesso à educação de qualidade, a escassez de livros e bibliotecas em algumas regiões, as diferenças socioeconômicas e a falta de incentivo à leitura nos ambientes familiar e escolar. Além disso, o acesso desigual às tecnologias e à informação também pode dificultar a participação plena dos indivíduos na cultura escrita. Esses fatores limitam as oportunidades de desenvolver práticas de leitura e escrita, comprometendo o exercício da cidadania e o acesso ao conhecimento.

O letramento é influenciado pelos contextos sociais e culturais em que cada pessoa está inserida. As formas de ler e escrever variam de acordo com as experiências vividas, a família, a escola, os espaços culturais e pelas tecnologias. Street (2013, p. 53) destaca que a simples inserção das pessoas nas práticas de leituras e escrita seria suficiente para transformar sua realidade, ao afirmar que:

Introduzir o letramento para as crianças na escola, para pessoas “iletradas” em vilarejos e para jovens pobres em áreas urbanas, entre outros, teria o efeito de intensificar suas habilidades cognitivas, melhorar suas perspectivas econômicas, torná-los cidadãos melhores, independentemente das condições sociais e econômicas que respondem pelo seu “iletrismo”, em primeiro lugar.

Para o autor, o letramento deve ser compreendido como uma prática social e cultural, marcada pelas condições históricas, econômicas e culturais em que os sujeitos estão inseridos, e não como aquisição de habilidades técnicas de leitura e escrita.

Em resumo, compreender o letramento é reconhecer que a leitura e a escrita vão muito além de habilidades técnicas. São ferramentas que permitem às pessoas construir conhecimentos, desenvolver autonomia, exercer a cidadania e participar de forma crítica e consciente da sociedade. O letramento fortalece a relação dos indivíduos com a cultura escrita, ampliando suas possibilidades de aprendizagem, comunicação e transformação da realidade, portanto, superar as barreiras ao letramento exige ações conjuntas da escola, família, bibliotecas, políticas públicas e de iniciativas de mediação da leitura, favorecendo a formação de leitores e acesso democrático à cultura escrita.

2.2 Clube de leitura

Os clubes de leitura são espaços coletivos, que incentivam o contato com o livro de forma dinâmica e acolhedora. A interação com os participantes vai muito além do ato de ler, ela envolve compartilhar opiniões, interpretações, experiências e emoções a partir de uma obra. Diante disso, a leitura deixa de ser solitária e passa a ser uma experiência vivida em conjunto, pois uma leitura que é compartilhada tende a ser enriquecedora. Nesse sentido Azevedo (2023, p. 112) destaca:

Todos os participantes no Clube de Leitura podem partilhar a leitura. Espera-se que o mediador também aja desse modo, como forma de estimular todos a participarem. Ressalve-se porém, que, caso um participante não queira partilhar, a sua leitura, a qual pode passar, por exemplo, pela leitura e/ou comentário de uma parte do texto considerada significativa ou expressiva, se respeitará essa vontade e será dada oportunidade a outro membro do clube para expressar os seus pontos de vista .

Ao participar desses espaços, o leitor se sente motivado não apenas a concluir o livro, mas refletir sobre ela, ouvir diferentes pontos de vistas e desenvolver uma postura mais crítica. Segundo Azevedo (2023, p. 109) “[...] os clubes proporcionam um ambiente estimulante, que promove a expressão de ideias e perspectivas individuais sobre as obras, incentivando a análise crítica e a interpretação pessoal.” Além disso, colaboram na criação de um vínculo afetivo com os livros, a partir do momento que a pessoa acaba se identificando com o grupo e criando um lugar de pertencimento, tornando isso mais prazeroso, assim os participantes se sentem motivados a continuar lendo, criando um hábito de leitura e tendo conexões entre pessoas que compartilham do mesmo interesse.

Outro aspecto importante é o mediador da leitura, que é um elemento fundamental nos clubes, pois ele que organiza os encontros, inicia o diálogo e incentiva a participação dos integrantes. No entanto, vale destacar que esse papel não precisa ficar restrito ao bibliotecário, no universo dos fãs, a mediação acontece de forma afetiva e comunitária liderada por administradores do próprio clube de leitura. Nesse sentido o mediador não se limita a oferecer livros, mas a construir pontes culturais e simbólicas entre o universo do indivíduo e as possibilidades abertas pela literatura, trazendo uma experiência significativa e transformadora.

A mediação da leitura não se limita a indicar livros ou promover atividades de incentivo, ela se constrói como um espaço de encontro simbólico, no qual o leitor encontra na literatura a possibilidade de compreender melhor a si mesmo e o mundo que o cerca. A autora destaca que a leitura precisa ser apresentada de modo significativo, considerando os desejos, as emoções e a subjetividade dos jovens, que frequentemente percebem na experiência literária um lugar de acolhimento, reconhecimento e identificação (Petit, 2009).

De forma semelhante Anaya (2020, p. 9) afirma:

Criar um ambiente acolhedor e respeitoso é efetivamente, um requisito indispensável em qualquer ação mediadora, pois somente assim é possível superar os obstáculos culturais, psicológicos e sociais que dificultam tantos e tantos cidadãos a estabelecer uma relação fluida e agradável com os textos literários.

Nessa mesma direção, a medição deve ser pensada como uma prática social que integra três elementos fundamentais: o livro, mediadores, e o leitor. Esses elementos mostram que a leitura não é uma atividade isolada, mas uma experiência

coletiva e culturalmente situada. A mediação, nesse sentido, cria condições para que os jovens estabeleçam sua própria trajetória leitora, explorando diferentes gêneros, autores estilos, ampliando seu repertório cultural (Colomer, 2007).

A mediação da leitura se adapta aos novos contextos sociais, demonstrando que ler também pode ser uma prática conectada as experiências e interesses. “O mediador pode ser um bibliotecário, um professor, um pai, um contador de história ou qualquer pessoa que tenha o objetivo de promover a leitura e estimular o interesse pelos livros (Souza, 2023, p. 21).

Borges (2024) menciona alguns tipos de clubes de leitura como:

- Clubes de leitura temáticos: que foca em um tema central, geralmente é um estilo de leitura que o grupo fará, exemplo disso são, por autoria, gênero e pautas sociais.
- Editoras: é um serviço por assinatura mensal em que o leitor recebe o livro em sua casa, escolhido pela editora.
- Independentes: criado pelos próprios participantes, seus encontros são feitos em bibliotecas, livrarias, praças ou em qualquer lugar decidido pelo grupo.
- Virtuais: os encontros são realizados em plataformas online, permitindo que pessoas de diferentes lugares possam participar, possibilitando a inclusão do acesso a leitura.

Em resumo, os clubes podem ser adaptados para diferentes públicos, mas todo tem um único propósito que é aproximar a leitura na vida das pessoas. Independentemente do local, do tipo de clube ou de seu curador o objetivo é sempre o mesmo: discutir obras do interesse do grupo e incentivar a leitura (Pedrão, 2017, p. 1209).

3 COREIA DO SUL E HALLYU: A EXPANSÃO CULTURAL ALÉM DAS FRONTEIRAS

A cultura coreana tem exercido uma grande influência no mundo através da música, drama e leitura. Essa disseminação global está ligada ao Hallyu ou Onda Coreana, que expandiu a cultura transcendendo fronteira. Sua expansão inicial foi na Ásia através das produções televisivas, com o avanço da internet, expandiu para outros continentes ganhando força e conquistando público.

Hallyu é o termo que denota a disseminação global da cultura sul-coreana. Ele teve sua gênese em 1999 e foi inicialmente associado ao êxito do K-Pop na China, conforme evidenciado pelo Ministério da Cultura e do Turismo sul-coreano (Nogueira, 2023, p.18).

O Hallyu teve início na década de 1990, impulsionada pela exportação de dramas de TV e produções culturais para países vizinhos da Ásia, como China, Japão, Taiwan, Cingapura, Tailândia e Vietnã. No ano 2000, o movimento ganhou uma nova força com a chegada da chamada “Shin Hallyu”, a segunda onda do fenômeno (Choi; Maliangkay, 2015 *apud* Palha, 2021). Foi nesse período que o K-pop e os dramas coreanos começaram a romper as fronteiras do continente asiático e a conquistar de vez o público ocidental.

Segundo Nogueira (2023) o Hallyu é percebido nos hábitos culturais, as pessoas acabam se interessando pelos elementos da cultura coreana, como moda, linguagem e culinária, trazendo isso ao seu cotidiano. De acordo com a reportagem do site Bem Paraná (2026) a busca por curso da língua coreana tem aumentado bastante no Brasil, tanto na modalidade online quanto presencial.

Além disso, eventos da cultura coreana realizado em praça pública tem atraído bastante publico, um dos mais famosos eventos realizados no Brasil anualmente, é o Festival da Cultura Coreana, que acontece no Bom Retiro em São Paulo, reunido gastronomia, arte, esporte e moda. Agência Brasil (2022) aponta que o evento celebra o dia da cultura coreana e homenageia a história e a contribuição da imigração coreana no Brasil, a cada ano tem registrado recordes de público, chegando a atrair dezenas de milhares de visitantes interessados em apresentações artísticas e na gastronomia típica. Dessa forma, a Onda Coreana não é apenas um entretenimento, mas transforma e aproxima culturas de maneira significativa.

3.1 Os dramas asiáticos e as músicas

Os dramas de origem asiática ganharam maior visibilidade no Brasil durante o período de pandemia da COVID-19⁵, o isolamento impulsionou o consumo de streaming, durante essa época as pessoas procuravam conteúdo de conforto e refúgio em meio as dificuldades enfrentadas na pandemia, uma busca de escapismo para esse isolamento social. O Brasil foi o 3º país no mundo e o 1º nas Américas com maior índice de audiência de doramas no período da pandemia, de acordo com a pesquisa Fundação Coreana para Intercambio Cultural Internacional (Sobrinho, 2021).

A palavra dorama deriva do idioma inglês drama e se refere a series televisiva produzida em países asiáticos, suas tramas abordam superação, romance e laços familiares, contendo 12 a 24 episódios.

Os dramas podem ir do melodrama à fantasia [...] Narrativas que são recorrentes são os amores impossíveis entre ricos e pobres, destino, reencarnações, almas gêmeas, brigas por heranças, personagens que possuem passados traumáticos etc (Moraes, 2020, [s.p.]).

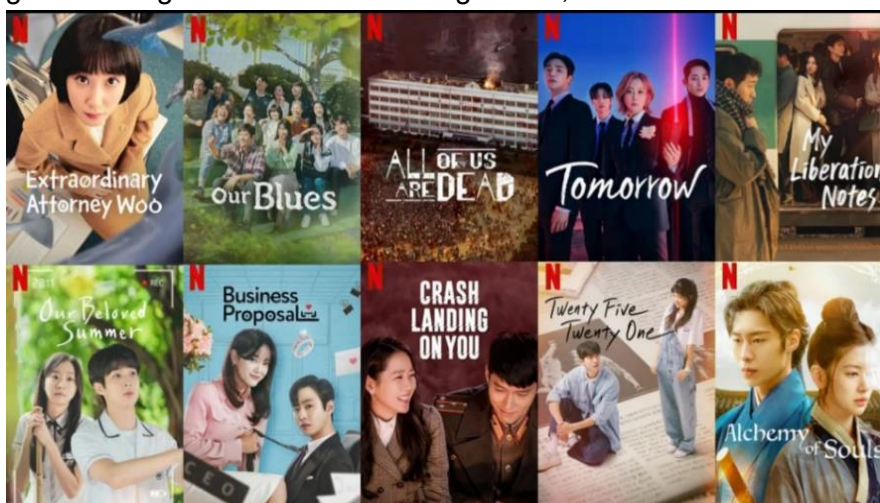
Devido à expansão das plataformas de streaming como a Netflix e a difusão online dos conteúdos nas redes sociais, as produções alcançaram visibilidade cada vez maior no Brasil.

Existem vários tipos de dorama que vai de acordo com o país de origem: os k-dramas são da Coreia do Sul, c-dramas, da China, j-drama do Japão, Lakorn são da Tailândia e p-dramas Filipinas. Contudo, comumente, agrupam-se todos em um só termo, conforme justificam Santos e Sousa (2023) o termo dorama é usado como um guarda-chuva para engloba todos os países asiáticos, uma forma de facilitar a pronúncia e abranger esses países.

Na Figura 1, pode-se perceber a “onda” de dramas produzidos e disponíveis no streaming Netflix:

⁵ O COVID-19 é uma infecção respiratória causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, a população teve que ficar em distanciamento social, utilizar máscaras e confinadas em suas casas, essas foram as medidas de proteção para conter o espalhamento da doença, após ser classificada como pandemia pela Organização Mundial da Saúde. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/pandemia-de-covid-19.htm>. Acesso em: 04 jul. 2026.

Figura 1 – Página inicial do streaming Netflix, ênfase no conteúdo asiático



Fonte: Netflix (2026).

Depois desse contato com os dramas, as pessoas se sentem atraídas pela música, já que as OST, a *Original Soundtrack* (Trilha Sonora Original), são em sua maioria feitas por artistas do K-pop e, assim acabam explorando esse novo estilo de música.

Segundo Nogueira (2023, p. 26), “O termo K-pop é uma abreviação de *Korean Pop*, um gênero musical originado na Coreia do Sul que se caracteriza por uma grande variedade de elementos audiovisuais, sendo uma mistura de diversos gêneros, como estilo híbrido”. Esses estilos vêm da influência da música pop, hip-hop, R&B e eletrônica, que combinam com coreografias bem sincronizadas, vídeos cliques elaborados e trajes marcantes.

Outro ponto a ser abordado é o processo de construção dos artistas, chamados de idols, no qual passam por um longo período de treinamento até realmente está preparado para a sua estreia. Segundo Brown (2019, p. 14):

[...] os jovens artistas selecionados se tornam *trainees*. Isso significa que irão morar em instalação da empresa e trabalhar muito. Os treinos chegam a durar cerca de quatorze horas por dia ao mesmo tempo em que cumprem o currículo escolar padrão. O programa de treinamento inclui aulas de canto e dança, exercícios físico e estudo de idioma (em geral, inglês e japonês), além de tudo o que os artistas precisam aprender para se comportarem como verdadeiras estrelas na frente das câmeras. Mais tarde, os futuros astros são agrupados em conjunto perfeitamente balanceados de diferentes talentos artísticos e traços de personalidade. Os grupos de K-pop são criados para oferecer um pacote completo de habilidades. Eles têm especialistas em rap, vocalistas, dançarinos e até membros incluídos somente para atuarem como visual line. A etapa de treinamento dos idols pode durar anos, já que há muito o que aprender antes de serem oficialmente revelados para o mundo.

3.2 K-pop: gerações e influências

O k-pop ao longo da sua história foi dividido em gerações. De acordo com Mylla (2023) a primeira geração vai de 1990 a 2003 ela é chamada de pioneira porque marcou o surgimento do kpop, os artistas que fazem parte desse período podemos citar, S.E.S, H.O.T e P.S.Y. A segunda geração se inicia no ano de 2004 e vai até 2011, foi nessa geração que marcou o crescimento da onda coreana e a investir mais no k-pop e na expansão da cultura, foi aqui também que surgiu os itens que todo fã de kpop tem as lightsticks⁶ e os photocards⁷ e a implantação do sistema de trainne⁸, artistas dessa era são BigBang e o 2PM (Magnus, 2024).

Figura 2 – Lightstick de vários grupos de K-pop



Fonte: Netflix (2026).

A terceira geração vai de 2012 a 2017, se consolidou com o crescimento das redes sociais e a popularização no youtube. Foi nessa fase que o k-pop se estabeleceu internacionalmente e as empresas passaram a formar grupos mais diversos, exigindo uma maior influência em inglês para conversas com o público internacional, exemplos de artistas dessa era são o BTS e a Blackpink (Bazi, 2025).

A quarta geração é de 2018 a 2022, aqui o k-pop já está consolidado na Coreia do Sul, mas seu grande foco é no mercado global, manter esse público cada vez mais ativo com a forte presença do digital. Essa era conta com grandes nomes de grupo, como AESPA, TXT, Stray Kids e Newjeans. Magnus (2024) menciona que atualmente se fala de uma quinta geração que ainda não foi oficializada, mas que está sendo

⁶ Lightsticks são bastão de luz usado por fãs de kpop em shows e premiações.

⁷ Photocards é um pequeno cartão colecionáveis com a foto dos membros do grupo

⁸ Trainee é o período que o aspirante a artista estar se preparando para sua estreia oficial nos palcos.

muito discutida pelos fãs e pela mídia e há quem diga que ela iniciou em 2023 e sua tendência é priorizar o mercado global, exemplos de grupos dessa nova era são ZEROBASEONE, RIIZE e o BABYMONTER.

O K-pop no Brasil fica cada vez mais evidente, com realização de shows e eventos de fã, e isso está relacionado a disseminação das redes sociais e plataformas digitais, que reduziram as barreiras geográficas permitindo aos fãs brasileiros acompanhar a carreira dos artistas. A internet tornou alcançável o acesso dos conteúdos, possibilitando compartilhar músicas e vídeos de k-pop em suas redes (Nogueira, 2023).

Ademais os fãs brasileiros são bastante apaixonados, dedicados e intensos, criam comunidades ativas, fazem traduções de live, mutirões de stream⁹ e campanhas nas redes sociais, tudo isso para dar visibilidade ao grupo. Dessa forma, o k-pop não é apenas um gênero musical, ele faz parte do cotidiano dos fãs, influenciando no gosto, comportamento e formas de interação social. E isso, passou a refletir também na influência da leitura sul coreana e japonesa por parte dos fãs dos grupos de k-pop, em especial, no Brasil.

3.3 Influência Sul Coreana na leitura

A leitura sul coreana tem crescido significativamente no Brasil, e isso tem acontecido devido a popularização dos dramas asiáticos e pelo k-pop, que vem despertando o interesse do público brasileiro, para conhecer as narrativas presentes nas produções.

Os esforços para trazer a literatura coreana para público brasileiro começaram nos anos 80, mas, por um longo período, essa literatura recebeu pouca atenção no Brasil. Esse cenário vem aos poucos se transformando devido, principalmente, ao destaque crescente da Coreia do Sul no cenário global e ao interesse de editoras estrangeiras por obras coreanas. Além disso, a disseminação da *Hallyu* tem desempenhado um papel crucial na introdução da cultura coreana ao público internacional (Im Park, 2019, p. 9 *apud* Nogueira, 2023, p. 35).

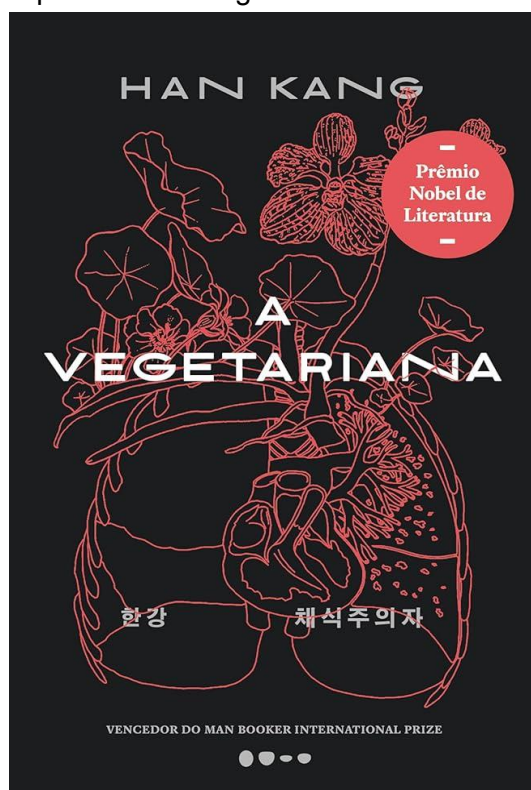
Em um contexto contemporâneo, é comum vemos as obras literárias sul-coreana no Brasil se tornando mais evidente nas livrarias e plataformas digitais, isso

⁹ Mutirões de stream são campanhas para aumentar o número de reprodução da música ou álbum do artista, com objetivo de ele estar nas paradas de sucesso.

porque com as traduções dos livros para o português tornou mais acessível esse acesso. Segundo Nogueira (2023, p.36) “dezenas de obras literárias coreanas foram traduzidas para o português e estão chegando às prateleiras das livrarias brasileiras. [...] a leitura coreana está encontrando seu caminho no mercado brasileiro”.

Como exemplos, cita-se Han Kang que teve destaque internacional, especialmente após a autora ganhar o Prêmio Nobel de Literatura de 2024. Uma de suas obras mais vendidos no Brasil é o livro “A Vegetariana” (2007), que consolidou sendo um dos principais títulos da literatura contemporânea sul-coreana, abordando uma narrativa poderosa e única.

Figura 3 - Capa do livro A vegetariana da autora Han Kang



Fonte: Amazon (2018).

Outro autor coreano que se tornou fenômeno também no Brasil é o Kim Hyeon, onde teve sua participação na Bienal do Livro Rio 2025, uma de suas obras mais famosas é “A inconveniente loja de conveniência” (2023) que se tornou um best-seller, o livro aborda sobre solidão, empatia e desafios da vida, o autor conquistou o público ao combina sensibilidade, humor e crítica social aproximando temas do cotidiano das pessoas ao redor do mundo.

Consequentemente, o mercado editorial tem respondido as tendências de leitura no Brasil, publicando leituras que dialogam com o leitor brasileiro. A representante da editora intrínseca argumenta que:

A Intrínseca tem como norte buscar história que sejam impactantes e encantem os leitores. Acreditamos na força da leitura e que é importante abrir espaço para mais vozes e outras culturas. Então, nesse caminho de ampliar nosso catálogo e atender à demanda dos leitores interessados pela cultura sul-coreana, nada mais justo que reunimos esforços para trazer esses títulos para o Brasil (Menezes, 2022, [s.p]).

Figura 4 - Capa do livro A inconveniente loja de conveniência do autor Kim Ho-yeon



Fonte: Amazon (2023).

Esse posicionamento das editoras mostra o interesse do público brasileiro pelos livros sul-coreanos, que não é apenas uma modinha passageira, mas uma realidade que veio para ficar. Ao apostar na tradução e no lançamento dessas obras, o mercado não só atende o desejo dos fãs, como também constrói pontes de intercâmbio cultural. O resultado disso é democratização de novas histórias, que chegam para diversificar as prateleiras e fortalecer o hábito de leitura no país.

4 BTS: BANGTAN SONYEODAN

BTS é um acrônimo de *Bangtan Sonyeondan*, que em português significa escolteiros a prova de balas, “[...] também conhecida como Bangtan Boys (em português: Escolteiros a prova de bala ou Garotos a prova de balas). Em 2017 a sigla do grupo ganhou um retro-acrônimo e passou a se chamar *Beyond the Scene*” (Souza, 2023, p. 26) é um grupo sul-coreano de k-pop formados por sete integrantes seus nomes são Kim Namjoon (RM), Kim Seokjin (Jin), Min Yoongi (Suga), Jung Hoseok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), Kim Taehyung (V) e Jeon Jungkook (JK), a sua estreia foi em 13 de junho de 2013 pela empresa Big Hit Entertainment (hoje chamada de Hybe Entertainment).

Bangtan Sonyeondan se tornou, além do nome, a identidade do grupo - dizia para o mundo que o BTS seria a voz de todos os fãs e lutaria contra todas as injustiças enfrentadas por sua geração. Por meio de suas letras, o grupo abordou livremente temas como saúde mental e importância do amor-próprio. (Brown, 2019, p. 21).

O grupo (Figura 5) consolidou como um dos maiores fenômenos da cultura pop global, unindo música, performance, engajamento social e referências culturais diversas.

Figura 5 – Grupo sul coreano BTS *



*Legenda: Da esquerda para direita, de pé: J-Hope, RM, JK, Jimin; sentados da esquerda para a direita: Jin, V e Suga.

Fonte: Aplicativo weverse (2026).

O início da carreira do grupo ocorre com o álbum *2 Cool 4 Skool* (2013), apresentado no programa de televisão musical sul-coreano *M Countdown* o seu primeiro debut, com seu single principal “*No More Dream*”, que apresenta uma crítica a pressão social sobre os jovens coreanos imposto pelo sistema educacional. O álbum mencionado faz parte da primeira era da trilogia escolar composto por “*O!RUL8,2?*” (2013), “*Skool Luv Affair*” (2014) e “*DARK & WILD*” (2014), embora seja uma trilogia está associada a quatro álbuns, pois o último é uma conclusão dessa era, encerrando a temática escolar e juventude a sua estreia.

Em 29 de abril de 2015 foi lançado o álbum HYYH sigla para “*Hwa Yeon Hwa*” que significa “O momento mais bonito da vida”, o álbum teve três lançamentos HYYH PT. 1(2015), HYYH PT.2 (2015) e HYYH: Young Forever (2016), o conceito desses álbuns abordam amadurecimento, foi nessa época que eles saíram do estilo mais pesado do hip-hop e rap e passaram a usar tons pastéis em suas roupas. Os álbuns *Wings* (2016) e *You Never Walk Alone* (2017) foi o seu terceiro projeto, a produção dessas obras foi inspirado no livro *Demian*, de Hermann Hesse (1919), abordando temas sobre tentação, autoconhecimento e crescimento pessoal. O *Wings* marca uma transição crucial de maturidade artística e pessoal para o grupo. Como aponta Kang (2023, p. 211):

[...]WINGS foi um passo necessário para o BTS. Eles entravam em um novo momento da carreira, e ninguém teria as respostas certas para suas perguntas. WINGS refletiu o caminho de desenvolvimento do BTS enquanto os membros cresciam, continuavam avançando na carreira e se tornavam adultos: um álbum conceitual cheio de histórias de amadurecimento dos membros; inclusive todas as tentações e dores e ações.

Em 11 de agosto de 2017 iniciou o lançamento do álbum *Love Yourself* composta por quatro versões: *Her* (2017), *Wonder* (2018), *Tear* (2018) e *Answer* (2018). O conceito *Love Yourself* retratar sobre a valorização do amor-próprio, compartilhando mensagem de esperança para reconfortar aqueles que sofrem de autoestima.

Diante disso o grupo iniciou uma campanha desenvolvida pela UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) a “*LOVE MYSELF*”, tendo como objetivo criar um mundo seguro, livre de violência contra jovens e adolescentes. Para Kang (2023, p.268) “a campanha que, que ainda está ativa, nasceu após o grupo perceber que sua influência era do tamanho do amor que o ARMY transmitia a eles”. Todo dinheiro

recebido de doações da campanha é destinado a ajudar os jovens e adolescente que sofre violência. O álbum *Map of the Soul* foi lançado em abril de 2019 dividido em dois lançamentos: *Map of the Soul: Persona* (2019) e *Map of the Soul: 7* (2020). O livro “Jung: Mapa da Alma” do autor Murray Stein (2000), foram inspiração para esse álbum, abordando temas ligados à identidade, emoções e conflitos internos, o grupo cria mostrar os medos e pressões que existia por trás de sua fama construída ao longo dos anos.

A turnê *Map of the Soul Tour* foi planejada para acompanhar o álbum, no entanto foi cancelada devido à pandemia da COVID-19, porém o grupo realizou um show online “BTS Map of the Soul ON: E” em outubro de 2020, que atraiu quase um milhão de espectadores. No mesmo ano que foi cancelado a turnê Map of the Soul ON: E eles lançaram o single “Dynamite”, foi a primeira música totalmente em inglês que trouxe para o grupo um momento histórico para sua carreira, alcançando sucesso mundial e chegando ao topo da Billboard Hot 100¹⁰, ficou no primeiro lugar por três semanas consecutivas.

Nem mesmo uma pandemia foi capaz de frear o grupo. O single “Dynamite” concorreu à categoria de Melhor performance duo/grupo no Grammy, sendo essa uma nomeação inédita para o K-Pop. Lançando em agosto de 2020, o single atingiu o topo da Billboard Hot 100 e os levou direto para a primeira apresentação de um grupo de K-Pop na 63ª cerimônia do Grammy. O BTS já havia se apresentado no Grammy com outros artistas, mas, dessa vez, subir ao palco da premiação trazia uma nova perspectiva. [...] E o sucesso de “Dynamite” foi mais um grande estouro na carreira do BTS, tornando-se a música coreana mais popular da história e ficando no ranking da Billboard Hot 100 por 32 semanas. (Pineda-Kim, 2021, p. 23).

No final do ano de 2020 foi lançado o álbum “BE” fazia uma reflexão dos sentimentos vividos pelos integrantes durante o isolamento social, a música principal “Life Goes On” do álbum passa uma mensagem de esperança, mostrando para os fãs que mesmo diante das dificuldades a vida continua.

Em maio de 2021 o BTS lança mais uma música em inglês, “Butter” que dá a continuidade de sua expansão global, após o grande sucesso com “Dynamite”. No mesmo ano o grupo lança “Permission To Dance” no mês de julho. “Essa música, cujo próprio nome já contém tudo o que o BTS representa, é uma ode ao passado, e

¹⁰ Billbord Hot 100 é ranking das 100 músicas mais ouvidas dos Estados Unidos.

recheada de um espírito determinado que aconteceria a superação da pandemia” (Kang, 2023, p. 449).

No dia 10 de junho de 2022 foi lançado o álbum *Proof*, esse projeto compõe toda trajetória dos meninos ao longo desses nove anos de grupo, mostrando o amadurecimento de suas discografias. Porém no auge de sua carreira o BTS teve que iniciar uma pausa das atividades, para da entrada no serviço militar. Na Coreia do Sul o serviço militar é obrigatório para homens, todavia existia especulações que o BTS poderia ser isento do alistamento, visto que o grupo colaborou para a imagem internacional da Coreia do Sul, alcançando feitos históricos e econômico para o país, porém os integrantes tomaram a decisão de cumprir o serviço militar como qualquer outro cidadão sul-coreano, ganhando ainda mais admiração de seus fãs.

Durante uma live feita no aplicativo Weverse para comemora o 9º aniversário do grupo, o BTS anunciou sua pausa, e Namjoon emocionado disse “esperem a gente isso é tudo o que eu peço”, essa frase mostrou o canto o BTS precisava do ARMY assim como o ARMY precisava do BTS, demonstrado uma conexão construída entre artistas e público de forma sincera e emocional.

Em outubro de 2022 foi anunciado que os artistas estavam no processo de alistamento militar, sendo Jin, o primeiro a se alistar em 13 de dezembro de 2022. Em 2023, o segundo membro a ingressar no serviço militar foi J-Hope (Jung Hoseok), após concluir seus trabalhos musicais individuais. O restante do grupo segue ativo com seus trabalhos solos. A expectativa é que todos irão para o serviço militar após finalizar esses trabalhos. A previsão de retorno do grupo é até o ano de 2025 (Souza, 2023, p. 29).

Após o retorno do grupo eles iniciaram as atividades da construção do seu novo projeto, o álbum *ARIRANG* lançado em março de 2026 foi recebido com muita empolgação pelos fãs, que teve exibição de seu comeback sendo transmitido ao vivo pela Netflix na praça Gwanghwamun no centro de Seul, intitulado “BTS THE COMEBACK LIVE: ARIRANG”. Segundo Lazzarro (2026) o show conquistou audiência de 18,4 milhões de expectadores, ficando entre os 10 títulos mais assistidos no streaming.

O nome *ARIRANG* possui grande significado para cultura coreana, que representa uma canção folclórica, expressando sentimentos de saudade, separação e resistência, emoções profundamente ligadas à história coreana. Na tradição folclórica, a música muitas vezes conta história de amantes separados, de alguém que deixa a pessoa amada ou da saudade de quem está longe. Para o BTS o álbum

representa exatamente o que a canção folclórica expressa, demonstrando que sentiram falta de seus fãs enquanto estavam no alistamento e agora estão de voltar aos palcos perto das pessoas que ama.

4.1 Universo da leitura e suas inspirações ao BTS

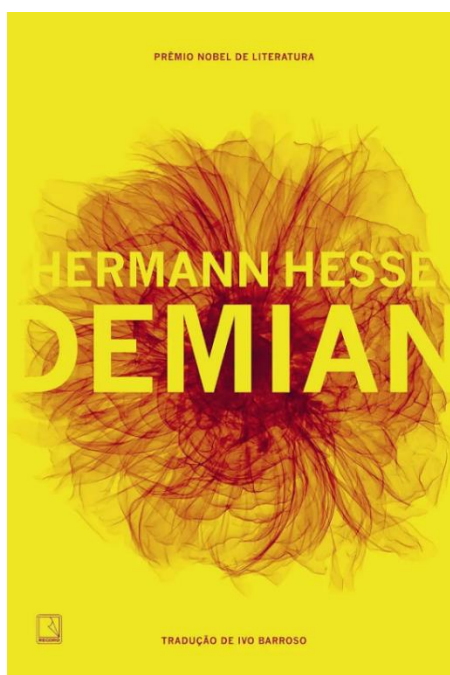
Diferente de muitos artistas do cenário kpop, o BTS se destacou por abordar temáticas sociais em suas composições, tratando de assuntos como saúde mental, desigualdade, juventude e sonhos, discursos proibidos na Coreia que não intimidaram o grupo de abordar em suas letras, como críticas a pressão ao sistema educacional, o estigma da depressão e a denúncia da desigualdade econômica (Souza, 2023).

De acordo com Jenkins (2009), a cultura participativa é marcada pelo envolvimento dos fãs na redefinição de conteúdos culturais. O fandom do BTS exemplifica esse conceito, pois não apenas consomem as músicas e conteúdo do grupo, mas também produz fanfics, fanarts¹¹, vídeos, análises literárias e discussões acadêmicas, expandindo o alcance das referências trazidas pelo grupo.

O BTS contribui para promoção da leitura incorporar referências literárias em suas obras, o álbum *Wings* (2016) é inspirado pela obra literária no livro *Demian* de Hermann Hess (1919), o livro aborda sobre amadurecimento, conflito entre luz e sombra descoberta da própria identidade e quebra de padrões imposto pela sociedade. Essa conexão se materializa nos vídeos conceituais e no clipe da faixa principal *Brood Swed & Tears* (2016), nos quais os integrantes encenam essa dualidade entre a inocência e a tentação, simbolizado no clipe, pelo momento em que o personagem de Kim Seok-jin beija uma estátua com asas negras para selar a aceitação de seus lados opostos, em clara alusão ao beijo entre *Demian* e *Sinclair* (Gomes, 2016).

¹¹ Fanarts se refere a obras de arte criadas por fãs baseadas em artistas, filmes, livros, personagens, etc.

Figura 6 - Capa do livro Demian do autor Herman Hess



Fonte: Amazon (2012).

No álbum seguinte *You Never Walk Alone* na sua música principal *Spring Day*, faz referência ao conto “Aqueles que Abandonam Omelas” (1973) de Ursula K Le Guin. Segundo Souza (2023) a história apresenta uma sociedade onde todos são felizes, porém para que a felicidade seja plena, é necessário tortura uma criança. Essa alusão fica explícita no clipe, no qual a palavra “Omelas” aparece em destaque no letreiro do hotel, essa metáfora literária é utilizada pelo grupo para abordar uma dor real da sociedade sul coreana, a tragédia da Balsa de Sewol. A crítica sobre uma utopia mantida às custas de vidas inocentes ecoa o sentimento de indignação gerado pelo acidente, conforme contextualiza Souza (2023, p. 32):

Tanto a música como o seu videoclipe, são uma homenagem para as vítimas do acidente da Balsa de Sewol, uma tragédia que aconteceu na Coreia do Sul. Em 2014 a embarcação fazia seu trajeto de Incheon para Ilha de Jeju quando fez uma curva acentuada, perdeu o controle e virou. Dos 476 pessoas da balsa, somente 172 foram resgatadas, enquanto outros permaneceram esperando resgate [...] tendo o governo como um dos principais acusados do grande número de mortes por não fornecer um resgate rápido às vítimas, jornalistas e artistas que falavam sobre o caso, sofriam censura e represália por parte deles.

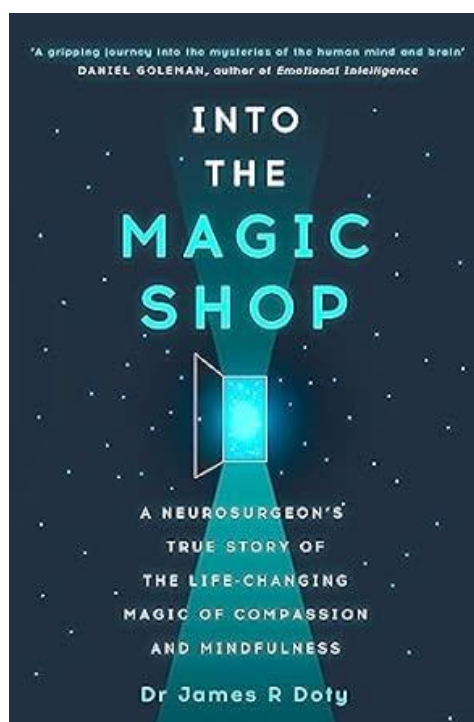
Figura 7 - Letreiro de Omelas introduzido no vídeo clipe de Spring Day



Fonte: Music & Books Cooner (2022).

A música Magic Shop (2018) teve inspiração no livro “Into the Magic Shop” de 2016, é um livro de memórias do Neurocirurgião Dr. James R. Doty, explora lições que aprendeu com uma mulher chamada Ruth, onde conheceu em uma loja de utensílios de magia, uma de suas principais lições, é a capacidade de abrir o seu próprio coração, Magic Shop é uma técnica de psicodrama onde se troca medo por atitude positivas.

Figura 8 - Capa do livro intro the Magic Shop do autor James R. Doly

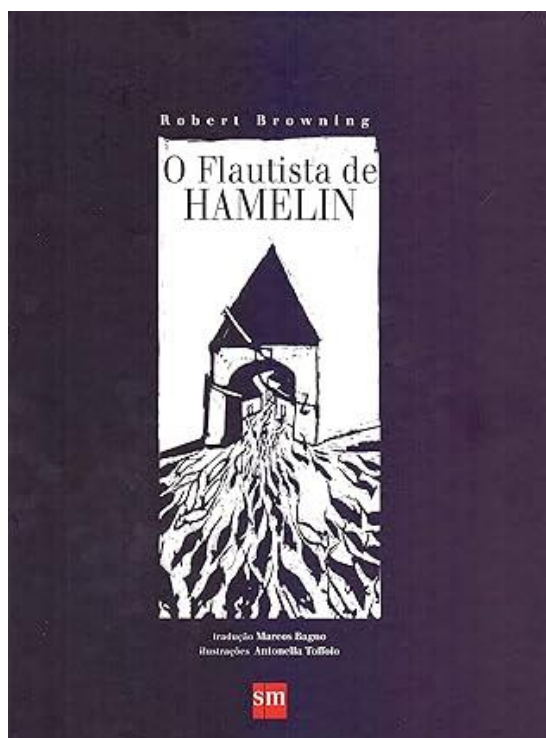


Fonte: Amazon (2017).

O conto O Flautista de Hamelin de Robert Browning (1842), inspirou a música Pied Piper (2017). Segundo Souza (2023, p. 34) “é uma música direcionada diretamente ao fandom, a letra traz à tona uma reflexão importante acerca do quão dedicado e devotos são os fãs do grupo, e como isso pode ser perigoso”, a canção faz uma comparação com a história do conto, na qual o flautista encantou as crianças com o som da sua flauta, o grupo encantou os seus fãs com seu som.

Na letra da música, o BTS aborda de maneira reflexiva a intensidade do envolvimento dos fãs nas plataformas de mídia social, sugerindo uma consciência por parte do grupo sobre o impacto de sua música e presença na audiência. A mensagem central parece enfatizar a importância do equilíbrio entre o envolvimento virtual e as realidades da vida cotidiana. Assim, o *Pied Piper* na obra do BTS não apenas acrescenta uma camada simbólica à sua expressão artística, mas também serve como um meio de reflexão sobre a dinâmica complexa entre artista e fãs na era digital (Nogueira, 2023, p. 40).

Figura 9 - Capa do livro O Flautista de Hamelin do autor Robert Brownig

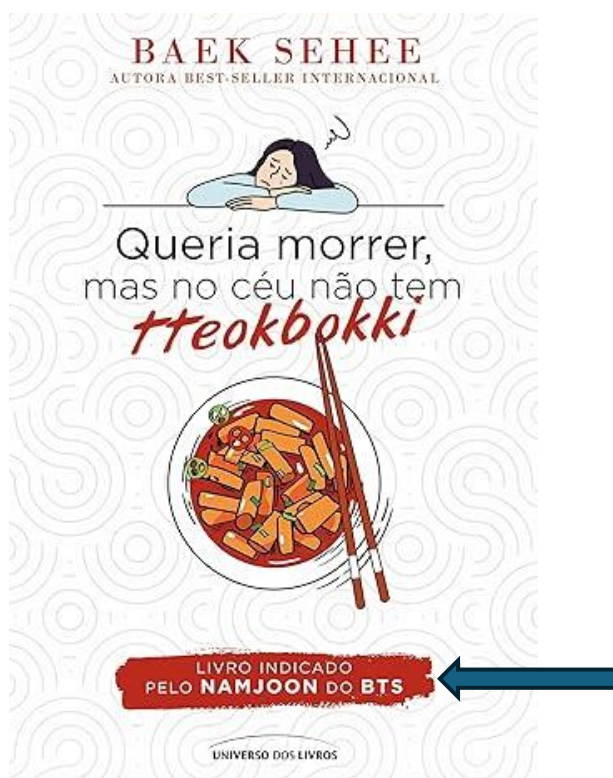


Fonte: Amazon (2019).

Além disso o BTS compartilha suas leituras com o ARMY em transmissões ao vivo, entrevista e redes sociais, estimulando o interesse dos fãs a procurar as obras, para entender o pensamento dos artistas e estar mais conectados com eles. “Quando lemos um livro que um artista leu, estamos nos engajando com as mesmas ideias e perspectivas que influenciaram o artista” (Nogueira, 2023, p. 44).

Outro ponto relevante, é o fato de as editoras saberem do impacto que o BTS tem e se aproveitam disso, fazendo sua estratégia de divulgação. Quando o livro “Queria morrer, mas no céu não tem tteokbokki” da autora Baek Sehee¹², foi visto com Namjoon no programa de entretenimento Bon Voyage 3, as editoras brasileiras colocaram na capa do livro, “livro indicado pelo Namjoon do BTS”.

Figura 10 - Capa do livro Queria morrer, mas o céu não tem tteokbokki da autora Baek Sehee

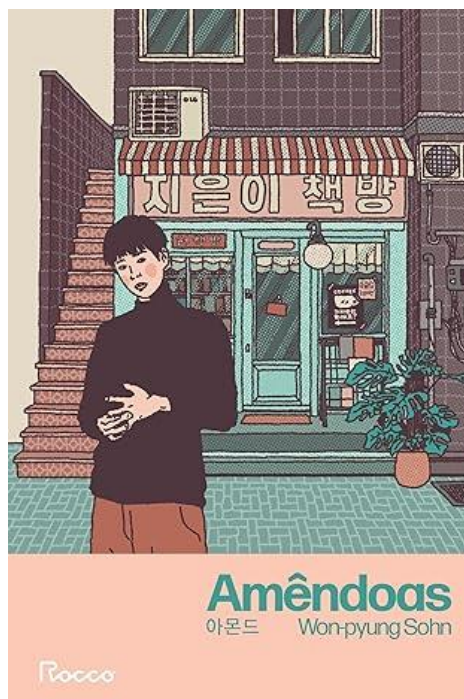


Fonte: Amazon (2023).

O mesmo episódio aconteceu com a obra Amêndoas de Won-pyung Sohn, quando Suga e Namjoon apareceram lendo o mesmo livro.

¹² A autora da obra morreu em 2025, em decorrência da ansiedade severa e depressão. A obra trata sobre sua experiência pessoal, diagnóstico entre outros aspectos. A causa da morte, não foi informada. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2025/10/17/baek-se-hee-autora-de-queria-morrer-mas-no-ceu-nao-tem-tteokbokki-morre-aos-35-anos.ghtml>. Acesso em: 01 jul. 2026.

Figura 11 - Capa do livro Amêndoas da autora Won-pyung Sohn



Fonte: Amazon (2023).

Segundo Nogueira (2023) o livro passou a ter uma etiqueta da editora, dizendo que inspirou Suga em seu novo álbum, em especial a música “Amygdala” (2023) e recomendado pelo BTS.

Figura 12 - Banner do livro Amêndoas feito pela editora



Fonte: Amazon (2023).

Com isso, percebe-se uma forma de relacionar os fãs com seu interesse por seus *idols* e o marketing que isso acarreta nas vendas, nesse caso específico, de obras literárias.

4.2 Namjoon como influenciador literário

Kim Namjoon, também conhecido como RM e líder do grupo. Foi o primeiro integrante a formar a banda, após o seu produtor Bang Si-Huuk ter notado o seu talento em um teste de hip-hop. “Bang o convidou para a audição para *Big Hit Entertainment* e em 2010, RM tornou-se membro do BTS” (Nogueira, 2023, p. 29).

Brown (2019, p. 30) destaca que:

Até o ano de 2017, RM era conhecido como Rap Monter, mas acabou mudando seu stage name, porque achava que o anterior passava uma imagem um pouco agressiva. Não foi uma grande surpresa para os fãs: os outros membros do BTS já deixaram escapar que a persona que ele assume no palco não é o verdadeiro Nam-joon. Os meninos também contaram que ele é o membro mais desastrado do grupo e que quebra tudo o que toca. É um problema tão grave que ele ganhou o apelido de *God of Destruction*, ou simplesmente “Deus da Destruição” em tradução livre.

Cresceu em Ilsan na província de Gyonggi, na Coreia do Sul, onde passou sua infância com seus pais e sua irmã mais nova, na escola sempre se destacou por ser muito inteligente, tendo as melhores notas e um desempenho excepcional. Segundo Besley (2021) Namjoon tem um QI de 148, tendo destaque nas provas de língua estrangeira, matemática, língua coreana e estudos sociais, chegou a ficar 1% na faixa das melhores notas do país. No entanto ao ter escutado a música Fly do grupo Epik High, foi o ponto chave para não seguir a carreira acadêmica, despertando seu desejo de escrever e progredir na carreira musical.

Namjoon é o líder do BTS, porque sabe se posicionar sem desrespeitar ninguém, manteve o grupo equilibrado nos momentos de dificuldade no início da carreira, buscando sempre manter a união entre os membros em situações de tensões. Sua liderança se destaca por valorizar cada um, dando a liberdade de exporem suas opiniões e não os privar de se expressar, principalmente em aparições públicas sempre da oportunidade aos integrantes de construir e comentar algo nos discursos, por mais que tome a frente nos posicionamentos ele lembra de incluir o resto do grupo.

No livro-conceito do álbum Wings, V se mostra bastante grato e ressalta como RM assume o fardo de muitos dos problemas e trabalho duro para criar uma atmosfera em que os membros do BTS se entendam bem. Apesar de ser o líder, RM é muito próximo de todos os membros do grupo. Devido à sua natureza reservada e seu trabalho como compositor e produtor, nos vídeos de bastidores ele é frequentemente visto sentado em silêncio ao fundo, preparando-se para a apresentação, mas, nos reality shows *Gayo* ou *Run BTS!*, podemos ver como ele participa jogando, fazendo danças bobas e brincando com os outros (Besley, 2021, p. 44).

Sua influência na literatura acontece, nas recomendações de livro sendo postada em suas redes sociais, entrevistas e como já mencionado, nas referências das letras das músicas. Namjoon é sempre visto lendo na maior parte do tempo.

Namjoon nunca escondeu do fandom que gosta de ler, pelo contrário sempre demonstrou de maneira natural o seu hábito de leitura, no reality show coreano *In the Soop*, era muito comum vê-lo perto de uma estante de livro, mostrando a leitura como parte de sua rotina. O artista sempre compartilha nas redes sociais seus hobbies, como andar de bicicleta, visitar museus, ir a parques, bibliotecas e livrarias. Esses pequenos momentos de prazer, virou um termo criado pelo ARMY chamado de Namjooning.

Segundo Bisterzo (2024) Namjooning significa viver como Kim Namjoon, fazer atividades simples e culturais que busquem conforto. Assim o termo virou uma prática inspirada em seu estilo de vida, que estimula os fãs a valorizar o autocuidado e seu bem-estar.

Outro aspecto fundamental, é o surgimento de conteúdos literários e clube de leitura, organizado pelo fandom, compartilhando as recomendações de livros citadas por RM, que estimula o hábito de leitura entre os fãs. Dessa forma, a influência literária de Namjoon acontece através da admiração e identificação que os fãs têm com o artista que inspira o fandom a fomentar o ato de ler, tornando-se uma referência na formação de novos leitores.

Figura 13 - Kim Namjoon em um espaço de arte, cultura e livraria, no SKWAT KAMEARI



Fonte: Redes sociais (2024).

Com isso, passa a surgir conteúdos literários e clube de leitura, organizado pelo fandom, compartilhando as recomendações de livros citadas por Namjoon, que estimula o hábito de leitura entre os fãs. Dessa forma, a influência literária de Namjoon acontece através da admiração e identificação que os fãs têm com o artista que inspira o fandom a fomentar o ato de ler, tornando-se uma referência na formação de novos leitores.

4.3 Army

Army é o fandom do BTS, o nome foi criado pelos próprios membros, que oficializaram no dia 09 de julho 2013, é abreviação de *Adorable Representative M.C. for Youth* que significa Representante Adorável da Juventude, a palavra Army tem outro sentido sendo traduzida para o inglês que remete a exército, ganhado outro significado para o nome do fandom, sendo o complemento do nome do grupo “escoteiros à prova de balas”, dessa forma, os fãs são um exército que protege e apoia o grupo.

Segundo Santos (2023) desde o início da carreira do grupo o ARMY tem se mostrado presente em cada projeto realizado, se comprometendo ativamente na divulgação das músicas, videocliques e conteúdo produzido pelo grupo, agem de forma organizada e estratégica, criam mutirões de streaming para bater recordes nas plataformas de áudios e vídeos, para ganhar recordes de visualização e manter o grupo nos rankings musicais, além disso se mobilizam em votações para o BTS ganhar as premiações, através das redes sociais divulgam tutorias, mostrando o passo a passo como deve prosseguir. Essa mobilização do ARMY é para garantir que grupo tenha reconhecimento no cenário musical.

Para o BTS, o ARMY não é apenas um grupo de fãs, mas apoiadores poderosos, e isso faz deles um nome forte. Não é definido o que veio antes, as características únicas do ARMY enquanto fandom ou a incrível conexão que eles mantêm com os membros do grupo. Talvez tudo tenha começado quando os fãs, assim como o BTS, estavam esperando que sua presença fosse reconhecida. Ao serem atacados de todas as formas possíveis, até provarem que estavam com a razão o tempo todo, o fandom precisou aumentar sua influência no mercado (Kang, 2023, p. 168).

Segundo Kim (2025) o ARMY internacional conhecidos como i-Army quebraram as barreiras linguísticas, culturais e geográficas, abrindo caminho para outros grupos de kpop. Devido o grupo falar em outro idioma, os fãs queriam entender o que era transmitindo em suas mensagens. “Mas, antes de o BTS se tornar um grupo global, as legendas em inglês eram escassas [...] pelas empresas e pelos criadores de conteúdo, que não consideravam isso digno de tempo e esforço” (Kim, 2025, p. 133).

O ARMY é muito envolvido em causas e projetos sociais, inspiradas nas mensagens do grupo sobre empatia, amor-próprio e apoio ao próximo. Algumas ações são realizadas em comemoração ao aniversário dos integrantes, como campanhas de doações de sangue, arrecadação para vítimas de desastres naturais, doações de alimentos e arrecadação de dinheiro para instituição de caridade.

E para além das atividades listadas, o Army passou a incentivar a leitura, criando clubes temáticos, em especial, as obras mencionadas ou referenciadas nos álbuns do BTS, e principalmente, as obras lidas e indicadas pelos seus integrantes. Em especial, como já mencionado, a vasta lista de leitura do Namjoon.

5 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracterizou-se como um estudo de abordagem quantitativa, de natureza descritiva e exploratória, cujo objetivo foi analisar a influência do grupo sul-coreano BTS na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY paraense, com foco nas participantes do Namjooning Club. Como destaca Gil (2017) a pesquisa exploratória busca justamente oferecer maior familiaridade com o problema tornando mais claro e permitindo a formulação de hipóteses.

Tratou-se de uma pesquisa de levantamento *survey*, uma vez que os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário semiestruturado. De acordo com Fowler Jr. (2011), esse tipo de pesquisa tem como principal objetivo produzir descrições estatísticas sobre uma população por meio de perguntas padronizadas, o que permitiu identificar padrões, comportamentos e percepções relacionados aos hábitos de leitura e à influência cultural do BTS.

A população da pesquisa foi composta por fãs do BTS pertencentes ao fandom ARMY no estado do Pará na cidade de Belém. A amostra foi do tipo não probabilística por conveniência, formada por integrantes do Namjooning Club, grupo do qual a pesquisadora faz parte. A amostra foi composta por participantes com idade igual ou superior a 18 anos, garantindo a participação de indivíduos legalmente capazes de consentir com a pesquisa. A escolha por esse recorte etário também contribuiu para maior autonomia nas respostas e maior consistência nas percepções relatadas.

Como critérios de inclusão, as participantes deveriam:

- Ter 18 anos ou mais;
- Integrar o fandom ARMY;
- Participar ou acompanhar o Namjooning Club;
- Concordar em participar da pesquisa mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Como critérios de exclusão, foram desconsideradas:

- Respostas incompletas ou inconsistentes;
- Participantes que não atenderam aos critérios de inclusão estabelecidos.

Ressalta-se que o tamanho da amostra dependeu da adesão voluntária das participantes durante o período de coleta, não havendo definição prévia de número mínimo, característica comum em estudos com amostragem por conveniência.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário semiestruturado, elaborado na plataforma Google Forms. O instrumento foi composto por questões fechadas e abertas, organizadas em três blocos:

1. Perfil das participantes: idade, escolaridade e tempo de participação no fandom;
2. Hábitos de leitura: frequência, tipos de leitura, formatos (físico ou digital) e motivações;
3. Influência do BTS na leitura: percepção sobre incentivo à leitura, influência de conteúdos compartilhados pelo integrante Kim Namjoon (RM), identificação com a prática de “Namjooning” e mudanças nos hábitos leitores após o contato com o grupo.

O questionário foi disponibilizado por meio de link eletrônico, compartilhado no grupo digital utilizado pelas integrantes do Namjooning Club, como WhatsApp.

A coleta ocorreu durante os dias 29 abril de 2026 até 15 maio de 2026, permitindo que as participantes respondessem de forma voluntária, remota e assíncrona. Tendo 121 pessoas participando no grupo de WhatsApp, porém só 21 pessoas responderam à pesquisa. Essas 21 costuma ser o quantitativo presente nos encontros do Namjooning Club.

Os dados quantitativos foram analisados por meio de estatística descritiva, com apresentação de frequências absolutas e relativas (percentuais). Enquanto os dados qualitativos, provenientes das questões abertas, foram analisados por meio da análise de conteúdo. Conforme define Bardin (2016), esse método compreende um conjunto diversificado de técnicas de análise das comunicações, caracterizando-se por ser um instrumento flexível e adaptável a diferentes contextos. Essa abordagem possibilitou a identificação de categorias relacionadas à influência cultural do BTS, à motivação para a leitura e às práticas leitoras no contexto do fandom.

A pesquisa seguiu os princípios éticos aplicáveis a estudos com seres humanos. A participação foi voluntária, mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), apresentado no início do questionário, ambos os instrumentos estão disponíveis para consulta no Apêndice A e no Apêndice B deste trabalho. Foi garantido o anonimato das participantes e a confidencialidade das informações coletadas, sendo os dados utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Antes de proceder à análise dos dados coletados por meio do questionário aplicado às participantes do Namjooning Club, é fundamental contextualizar as características da criação do clube de leitura.

A ideia da criação do Namjooning Club, como um clube de leitura influenciada pelo Namjoon, surgiu a partir das experiências adquiridas como bibliotecária na Usina da Paz no bairro do Guamá em Belém - PA, por parte da fundadora. Através das atividades de incentivo à leitura e organização de outro clube de leitura itinerante voltado para histórias em quadrinhos e mangás, teve-se a ideia do Namjooning Club.

6.1 Namjooning Club: *locus* da pesquisa

Em 12 de setembro de 2025, no dia do aniversário do Namjoon, o Namjooning Club foi oficialmente lançado. Os encontros são feitos mensalmente em praças públicas ou em cafeterias de Belém e reúne em média 15 a 20 participantes, por encontro. Inicialmente a participação era de 10 a 12 pessoas, porém com o crescimento do projeto foi preciso adotar um formulário de inscrição para limitar as vagas, buscando manter um número de participantes que facilitasse o diálogo e a interação durante os encontros. A dinâmica do clube é feita na participação coletiva, como discussão das obras, indicações de livros e votações as quais definem obra e cronograma das próximas leituras.

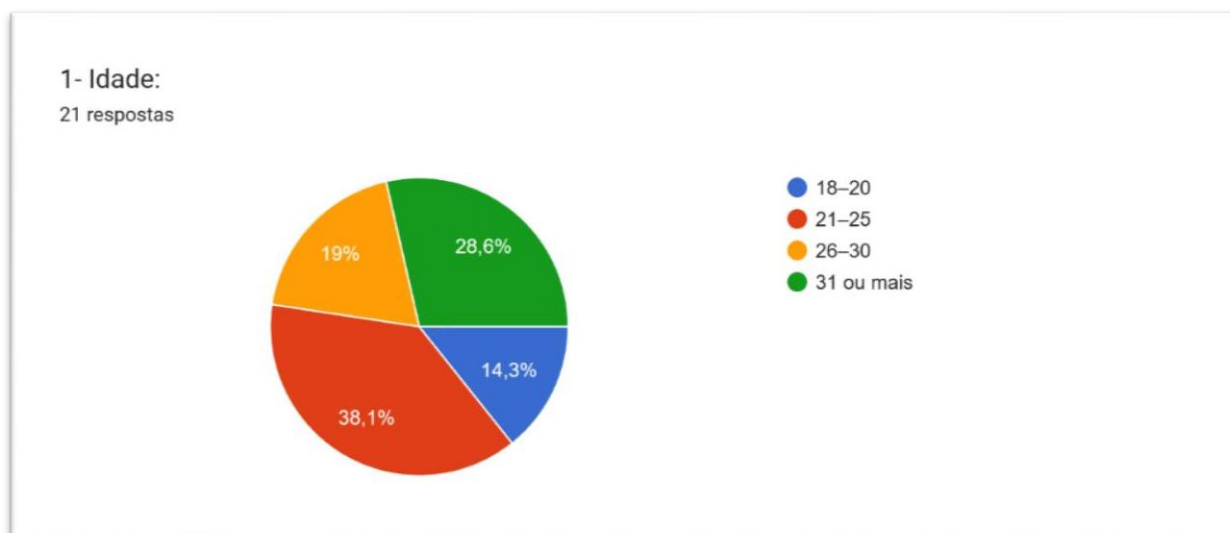
O clube inicialmente era conduzido apenas por uma pessoa, porém atualmente duas participantes tem auxiliado na organização das atividades do clube, com isso a mediação das leituras também passou a ser compartilhada. A ideia surgiu da necessidade de tornar o clube um espaço mais colaborativo, permitindo que participantes, com maior afinidade ou interesse pela obra conduza as discussões.

A divulgação do questionário resultou no grupo, totalizou em 21 respostas, a qual compõe a amostra final da pesquisa e, também, a origem dos dados que são descritos e analisados nessa seção.

6.2 Faixa etária, escolaridade e residência

Nesta primeira análise, discutimos caracterização das participantes, no que tange à faixa etária, escolaridade e residência. O Gráfico 1 apresenta a distribuição etária dos participantes da pesquisa, composta por 21 respondentes.

Gráfico 1 - Idade dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

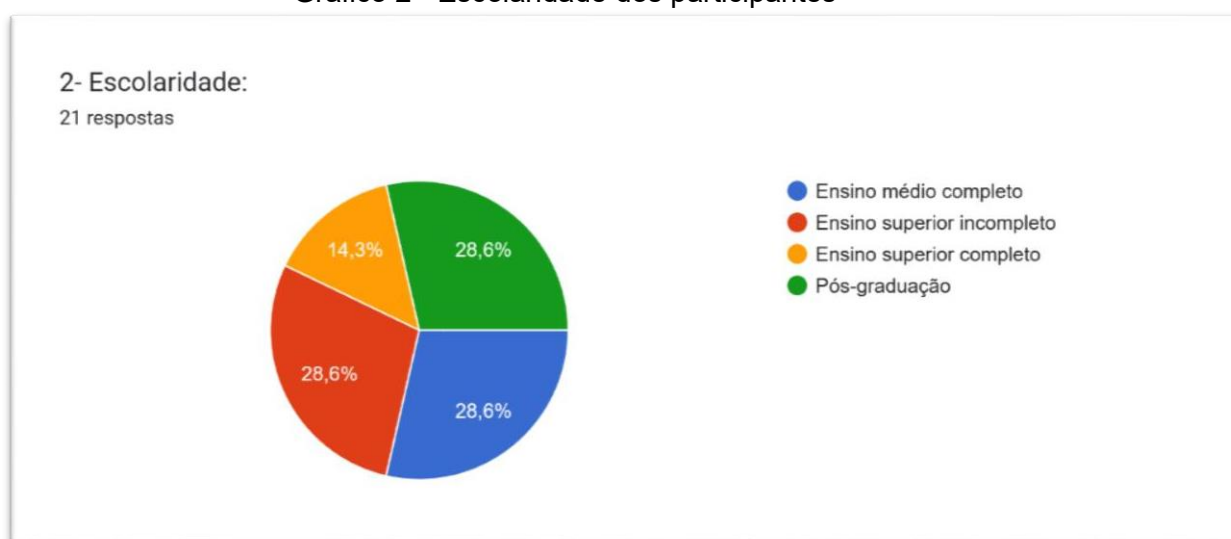
Os dados foram organizados em quatro faixas de idade: 18 a 20 anos, 21 a 25 anos, 26 a 30 anos e 31 anos ou mais. A análise dessa variável possibilita compreender o perfil geracional dos integrantes do fandom ARMY que participaram do estudo.

Observa-se que a maior parcela dos participantes encontra-se na faixa etária de 21 a 25 anos, correspondendo a 38,1% da amostra. Em seguida, destacam-se os participantes com 31 anos ou mais, representando 28,6%, enquanto aqueles entre 26 e 30 anos somam 19,0%. A menor participação foi registrada na faixa de 18 a 20 anos, com 14,3%. Esses resultados indicam que grupo de participantes da pesquisa é composto predominantemente adultos, evidenciando que a influência do BTS sobre práticas culturais, como a leitura, não se restringe ao público adolescente, alcançando diferentes fases da vida adulta. Essa distribuição etária na amostra estudada alinha-se, porém, a pesquisas sobre fandoms de K-pop, que identificam um público majoritariamente jovem adulto (média em torno de 23 anos), altamente engajado em práticas culturais participativas (Kim *et al.*, 2022; Santana,

2024).

O Gráfico 2 apresenta o nível de escolaridade dos participantes da pesquisa. Foram consideradas quatro categorias: ensino médio completo, ensino superior incompleto, ensino superior completo e pós-graduação. A identificação do grau de escolaridade dos respondentes é relevante para compreender as características educacionais do grupo analisado e sua possível relação com os hábitos de leitura investigados neste estudo.

Gráfico 2 - Escolaridade dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

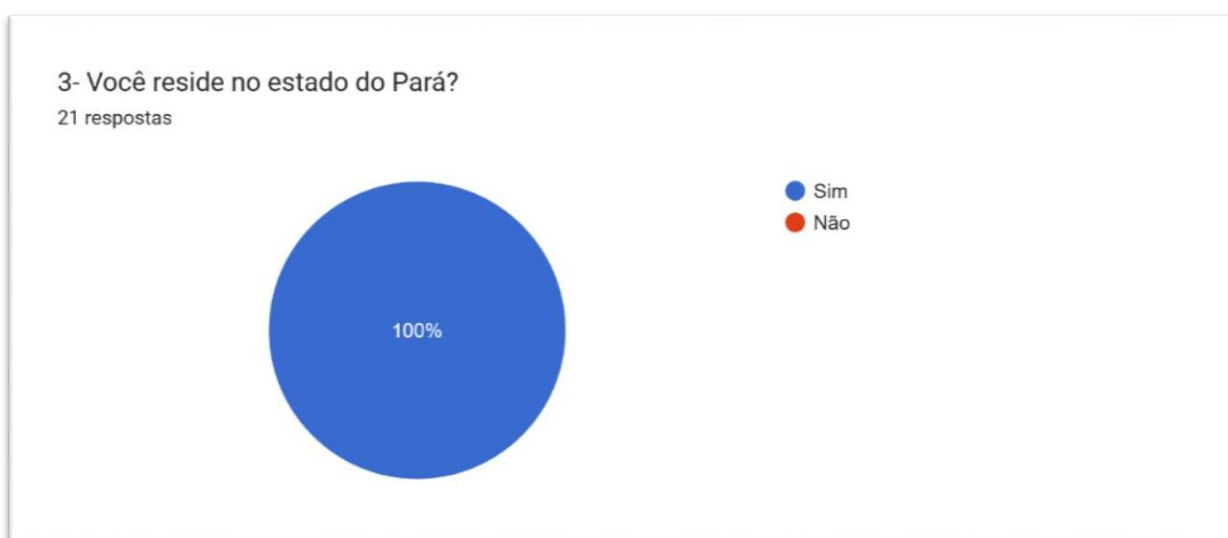
Os resultados demonstram uma distribuição relativamente equilibrada entre três categorias de escolaridade. Os participantes com ensino médio completo, ensino superior incompleto e pós-graduação representam, cada um, 28,6% da amostra. Já aqueles com ensino superior completo correspondem a 14,3% dos respondentes. Esses dados revelam um público com elevado nível de escolarização, uma vez que mais de 70% possuem ou estão cursando formação superior.

Os estudos sobre fandoms de Pereira e Viera (2022) e Rocha (2022) confirmam que comunidades temáticas como o ARMY reúnem participantes com níveis educacionais mais altos, que utilizam a leitura como ferramenta de pertencimento e ampliação de repertório. Essa elevada escolaridade potencializa o compartilhamento coletivo de experiências literárias e alinha-se aos resultados de teses que analisam o impacto do BTS na formação de leitores, evidenciando que fãs com formação superior tendem a transitar entre fanfics, literatura de cura e obras filosóficas recomendadas

pelos membros do grupo, transformando o consumo cultural em prática de desenvolvimento pessoal (Santos, 2023; Souza, 2023).

O Gráfico 3 apresenta a distribuição dos participantes quanto ao local de residência, especificamente em relação ao estado do Pará. A questão teve como objetivo verificar se os respondentes pertenciam ao público-alvo delimitado para a pesquisa, garantindo maior coerência entre a amostra selecionada e os objetivos do estudo. Os dados demonstram que 100% dos participantes afirmaram residir no estado do Pará. Esse resultado confirma que a totalidade da amostra está inserida no contexto geográfico definido para a investigação.

Gráfico 3 - Residência dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

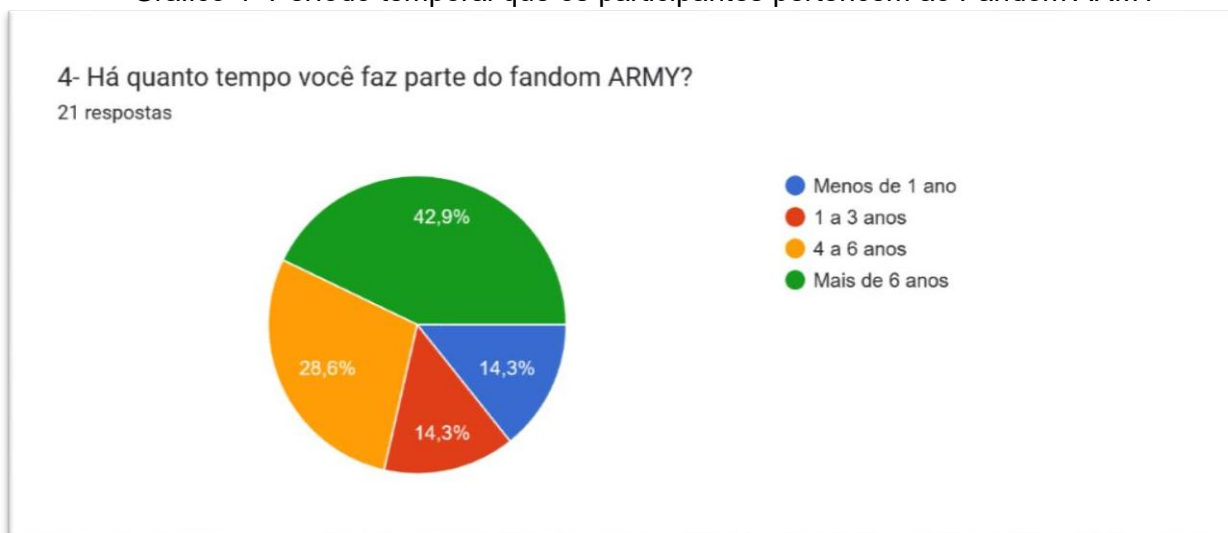
Enquanto pesquisas nacionais como o Retratos da Leitura apontam variações regionais, com menores índices de leitura em áreas fora dos grandes centros (Instituto Pró-Livro, 2024), o clube de leitura Namjooning revela-se um espaço de resistência cultural, onde influências globais se ancoram localmente por meio de comunidades digitais.

6.3 Sobre os participantes e o Namjooning Club

O Gráfico 4 apresenta o tempo de participação dos respondentes no fandom ARMY. Os participantes foram distribuídos em quatro categorias: menos de 1 ano, de 1 a 3 anos, de 4 a 6 anos e mais de 6 anos. Essa informação é importante para

compreender o grau de vínculo dos participantes com o grupo BTS e verificar se a permanência no fandom pode estar relacionada às práticas de leitura analisadas na pesquisa.

Gráfico 4- Período temporal que os participantes pertencem ao Fandom ARMY

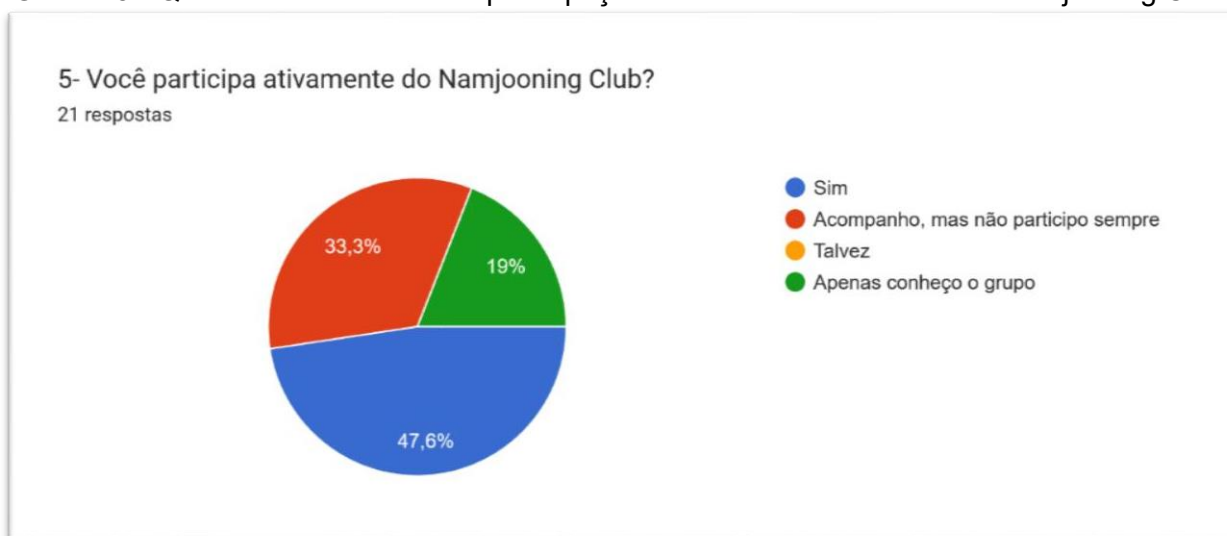


Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Verifica-se que a maior parte dos participantes integra o fandom há mais de 6 anos, representando 42,9% da amostra. Em seguida, 28,6% afirmaram participar do fandom entre 4 e 6 anos. Já os grupos com menos de 1 ano e entre 1 e 3 anos correspondem, cada um, a 14,3% dos respondentes. Os resultados evidenciam que a maioria dos participantes possui uma relação duradoura com o BTS, o que sugere maior exposição às referências culturais, filosóficas e literárias difundidas pelo grupo ao longo dos anos. Dessa forma, adiantando conclusões que serão apresentadas ao discutir outros gráficos, o tempo de permanência no fandom pode ser considerado um fator relevante para compreender a influência exercida pelo BTS sobre o desenvolvimento e fortalecimento dos hábitos de leitura entre seus fãs.

O Gráfico 5 apresenta os dados referentes à participação dos respondentes no Namjooning Club, comunidade voltada à leitura e ao compartilhamento de experiências literárias entre fãs do BTS. A questão buscou identificar o nível de envolvimento dos participantes com o grupo, distinguindo aqueles que participam ativamente, os que acompanham ocasionalmente e os que apenas conhecem sua existência.

Gráfico 5 - Questionamento sobre a participação ativa dos entrevistados no Namjooning Club



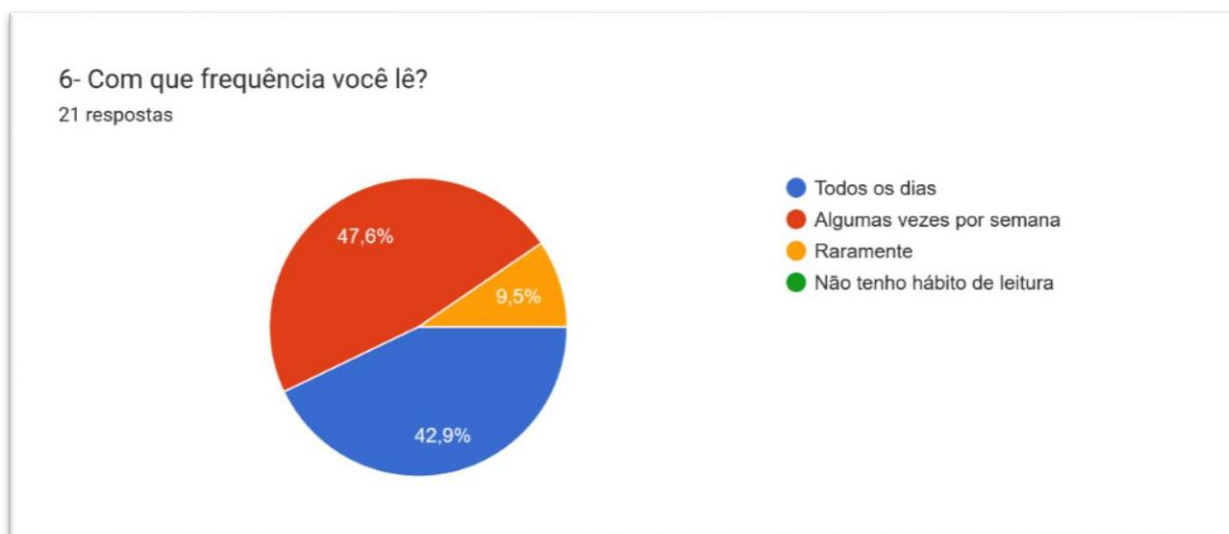
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados demonstram que 47,6% dos participantes afirmaram participar ativamente do Namjooning Club, constituindo a maior parcela da amostra. Outros 33,3% relataram acompanhar as atividades do grupo, embora não participem regularmente, enquanto 19,0% declararam apenas conhecer o clube. Esses dados indicam que a maioria dos respondentes mantém algum grau de contato com a comunidade leitora, evidenciando a relevância do Namjooning Club como espaço de incentivo à leitura e troca de experiências literárias entre integrantes do fandom ARMY.

6.4 Hábitos de leitura

O Gráfico 6 apresenta a frequência com que os participantes realizam atividades de leitura. As respostas foram organizadas em quatro categorias: leitura diária, leitura algumas vezes por semana, leitura rara e ausência de hábito de leitura. A análise dessa variável permite compreender a intensidade da prática leitora entre os respondentes.

Gráfico 6 - Frequência de leitura dos participantes



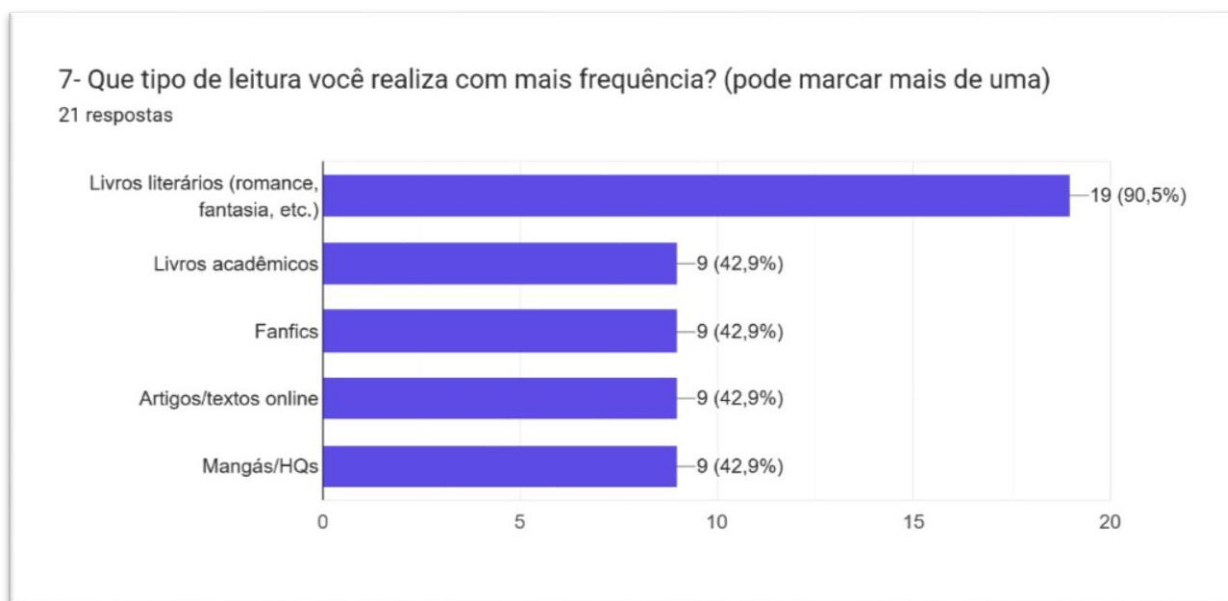
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Verifica-se que a maior parte dos participantes realiza leituras algumas vezes por semana, correspondendo a 47,6% da amostra. Em seguida, 42,9% afirmaram ler todos os dias, enquanto apenas 9,5% declararam ler raramente. Nenhum participante indicou não possuir hábito de leitura. Os resultados revelam um grupo fortemente vinculado às práticas leitoras, uma vez que mais de 90% dos respondentes leem regularmente. Esse cenário reforça a hipótese de que o contato com o universo cultural do BTS e com comunidades como o Namjooning Club pode contribuir para o fortalecimento do interesse e da frequência de leitura entre os fãs.

Esse alto engajamento leitor no fandom ARMY paraense alinha-se a pesquisas que destacam o papel motivador do BTS e de subcomunidades como o Namjooning Club na retomada e manutenção do hábito, especialmente entre fãs com vínculo prolongado (Setyaningsih; Latifah, 2024; Haulenbeek, 2022). A influência de Kim Namjoon e das indicações do grupo transforma a leitura em prática prazerosa e coletiva, superando barreiras comuns como falta de tempo ou motivação observadas na população geral.

O Gráfico 7 apresenta os tipos de leitura mais frequentemente realizados pelos participantes da pesquisa. Como a questão permitia múltiplas respostas, os respondentes puderam selecionar mais de uma categoria, incluindo livros literários, livros acadêmicos, fanfics, artigos ou textos online e mangás ou histórias em quadrinhos.

Gráfico 7 - Tipo de leitura realizada pelos participantes com frequência



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os dados demonstram ampla predominância dos livros literários, assinalados por 90,5% dos participantes. Em seguida, livros acadêmicos, fanfics, artigos/textos online e mangás ou HQs foram mencionados por 42,9% dos respondentes cada. Os resultados evidenciam que a leitura literária ocupa posição central entre os participantes, aspecto particularmente relevante para esta pesquisa. Além disso, a diversidade de gêneros selecionados indica que os leitores transitam por diferentes formatos e finalidades de leitura, demonstrando um repertório amplo e um hábito leitor consolidado.

Essa diversidade de tipos de leitura reflete a intermedialidade promovida pelo BTS, que conecta referências literárias em músicas e recomendações de Namjoon a práticas transmedia no fandom. Confirmam resultados de que comunidades ARMY fomentam a transição de fanfics para literatura de cura, asiática e reflexiva, ampliando o capital cultural¹³ dos participantes (Pereira; Vieira, 2022).

O Gráfico 8 apresenta os formatos de leitura mais utilizados pelos participantes da pesquisa. As opções disponibilizadas foram: formato físico (livros impressos), formato digital (celular, tablet ou computador) e utilização de ambos os formatos. A

¹³ O capital cultural é um conceito sociológico, criado pelo francês Pierre Bourdieu (1983), que se refere ao acúmulo de conhecimentos, habilidades, hábitos, gostos e credenciais acadêmicas que uma pessoa possui.

questão teve como objetivo identificar as preferências dos leitores em relação ao suporte utilizado para acessar conteúdos escritos.

Gráfico 8 -Formato de leitura mais utilizado pelos participantes

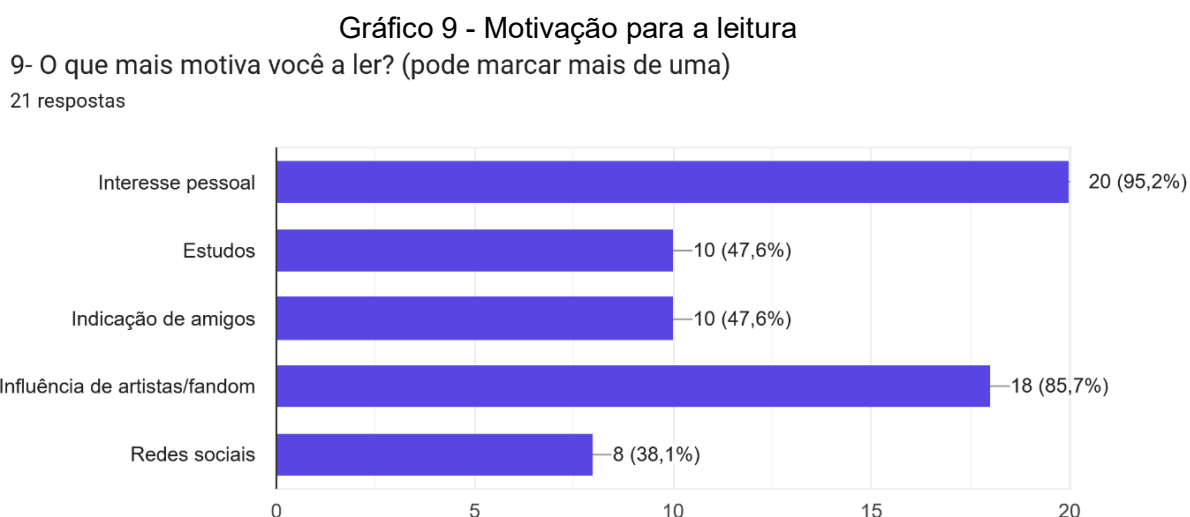


Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que a maioria dos participantes (65%) utiliza tanto formatos físicos quanto digitais para realizar suas leituras. O formato exclusivamente digital foi apontado por 20% dos respondentes, enquanto apenas 15% declararam utilizar predominantemente livros impressos. Esses resultados sugerem que os participantes apresentam grande flexibilidade em suas práticas leitoras, aproveitando as facilidades oferecidas pelos recursos tecnológicos sem abandonar os materiais físicos. Essa característica pode favorecer o acesso a obras recomendadas pelo BTS e pelo fandom ARMY, ampliando as possibilidades de consumo e compartilhamento de conteúdos literários em diferentes plataformas.

Essa flexibilidade reflete a intermedialidade característica dos fandoms de K-pop, onde o consumo digital (e-books, PDFs e redes sociais) convive com a valorização do livro físico como objeto afetivo e de colecionismo. Estudos sobre o ARMY indonésio e brasileiro destacam que comunidades de fãs promovem essa transição fluida, permitindo que fãs acessem recomendações literárias de forma ágil e participem de trocas transmídia (Setyaningsih; Latifah, 2024; Santos, 2023). Tal padrão reforça o papel das comunidades de fãs como espaços de letramento expandido na era digital.

O Gráfico 9 apresenta os principais fatores que motivam os participantes a realizarem leituras. Como a questão permitia múltiplas respostas, os respondentes puderam indicar mais de uma fonte de motivação, incluindo interesse pessoal, estudos, indicação de amigos, influência de artistas ou fandoms e redes sociais. A análise desses dados permite compreender os elementos que impulsionam o hábito leitor dos integrantes da pesquisa.



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados demonstram que o interesse pessoal constitui a principal motivação para a leitura, sendo mencionado por 95,2% dos participantes. Em seguida, destaca-se a influência de artistas e fandoms, apontada por 85,7% dos respondentes, evidenciando o forte impacto das comunidades culturais na formação de hábitos leitores. Os estudos e a indicação de amigos foram assinalados por 47,6% dos participantes cada, enquanto as redes sociais apareceram com 38,1%. Esses dados revelam que, embora a leitura seja impulsionada principalmente por interesses individuais, a influência exercida por artistas e grupos de fãs desempenha papel significativo na aproximação dos participantes com novas obras e experiências literárias.

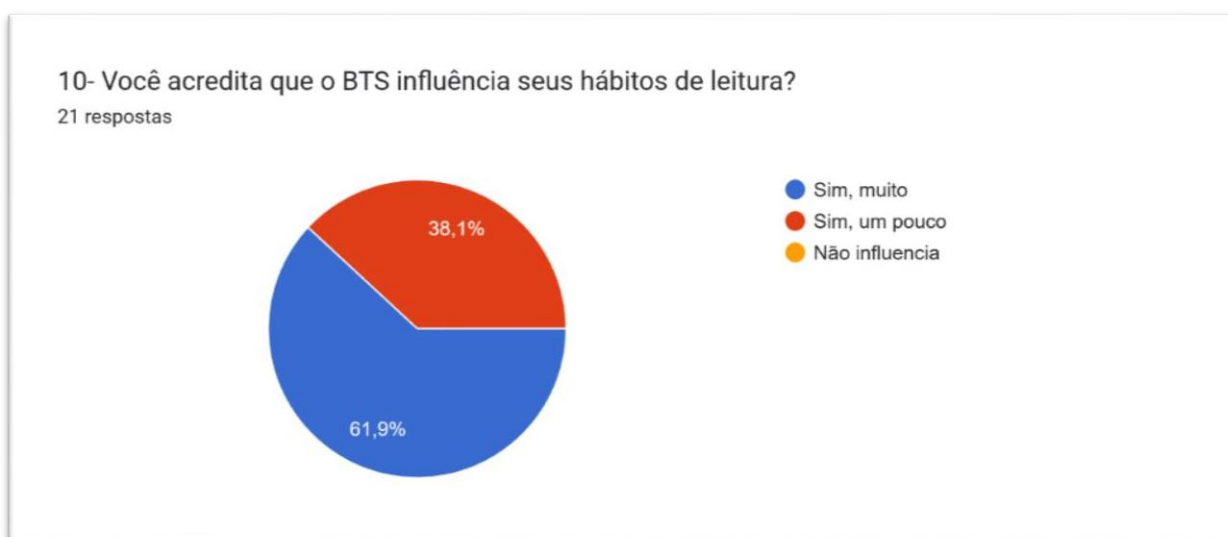
Para Haulenbeek (2022) e Setyaningsih e Latifah (2024) essa motivação extrínseca mediada por celebridades e comunidade comprova pesquisas sobre fandoms participativos, que identificam o engajamento com ídolos como fator chave para o desenvolvimento de hábitos culturais, incluindo a leitura reflexiva e de cura. No contexto paraense, o alto percentual de influência do fandom sugere que o Namjooning Club funciona como rede de suporte motivacional, ampliando o repertório

leitor e fortalecendo o pertencimento, conforme observado em dissertações sobre o ARMY brasileiro (Santos, 2023; Santana, 2024).

6.5 Influência do BTS na leitura

O Gráfico 10 apresenta a percepção dos participantes acerca da influência exercida pelo BTS em seus hábitos de leitura. A questão buscou identificar em que medida os respondentes reconhecem a contribuição do grupo para o desenvolvimento ou fortalecimento de suas práticas leitoras.

Gráfico 10 - A influência do BTS nos hábitos de leitura



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que 61,9% dos participantes afirmaram que o BTS influencia muito seus hábitos de leitura, enquanto 38,1% declararam que o grupo exerce alguma influência. Nenhum participante indicou que o BTS não influencia suas práticas leitoras. Esse resultado evidencia uma percepção amplamente positiva acerca do papel desempenhado pelo grupo na promoção da leitura. Além disso, os dados reforçam a hipótese central da pesquisa, demonstrando que o BTS constitui um importante agente de incentivo ao interesse por livros e conteúdos literários entre os integrantes do fandom investigado.

Essa percepção positiva alinha-se a estudos acadêmicos sobre o impacto do BTS no fandom ARMY, que documentam como as indicações literárias e o conceito de “Namjooning” incentivam a retomada e o aprofundamento da leitura, promovendo

desenvolvimento pessoal e conexão emocional (Haulenbeek, 2022; Setyaningsih; Latifah, 2024). No contexto regional paraense, o alto engajamento reforça o potencial das subcomunidades digitais para superar barreiras locais de acesso e motivação, atuando como espaço de letramento coletivo e resistência cultural (Pereira; Vieira, 2022; Santos, 2023).

O Gráfico 11 apresenta as respostas dos participantes sobre o interesse em ler algum livro motivado pela influência do BTS. A questão teve como objetivo verificar se o contato com o grupo despertou curiosidade ou desejo de conhecer obras literárias mencionadas ou relacionadas ao universo cultural construído pelos integrantes.

Gráfico 11 - O participante teve interesse em ler algum livro por influência do BTS



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os dados revelam que 100% dos participantes afirmaram já ter sentido interesse em ler algum livro por influência do BTS. A unanimidade das respostas demonstra a expressiva capacidade do grupo de despertar a curiosidade dos fãs em relação à literatura. Esse resultado constitui uma das evidências mais significativas da pesquisa, indicando que as referências literárias presentes nas produções do BTS e nas recomendações realizadas pelos integrantes possuem potencial para aproximar o público do universo da leitura.

O Gráfico 12 apresenta a percepção dos participantes sobre a influência exercida por Kim Namjoon (RM), líder do BTS, em seus hábitos de leitura. A questão buscou compreender se a figura do artista, frequentemente associada à literatura e à valorização do conhecimento, contribui para estimular práticas leitoras entre os fãs.

Gráfico 12 - O participante é influenciado a ler mais pelo integrante Kim Namjoon



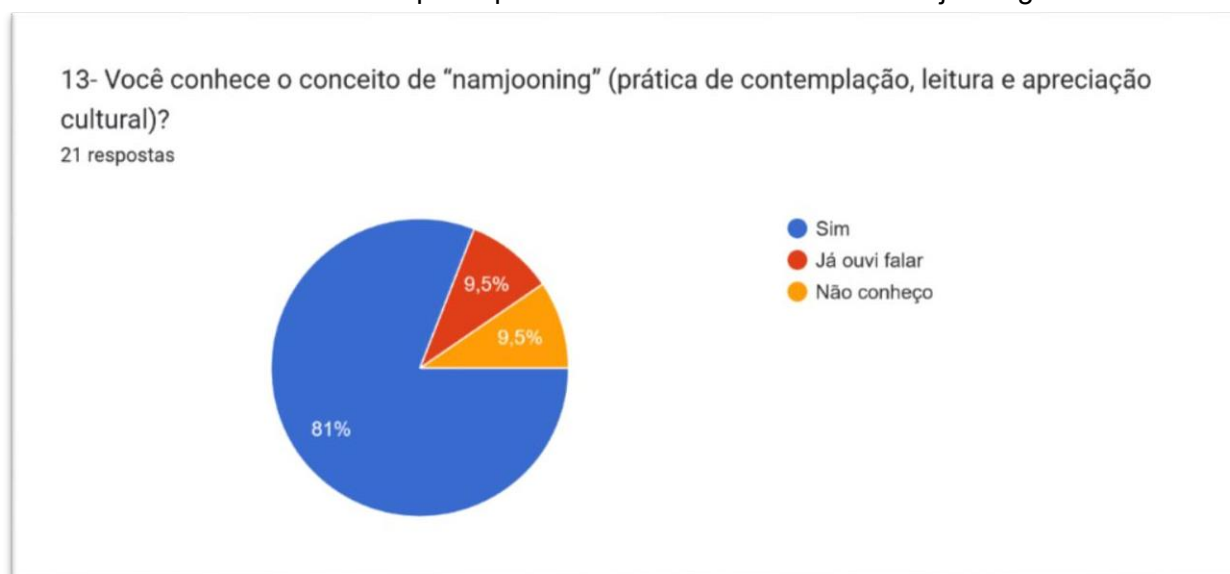
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados demonstram que 76,2% dos participantes afirmaram ser muito influenciados por Kim Namjoon em relação à leitura, enquanto 23,8% declararam ser influenciados em alguma medida. Nenhum respondente indicou ausência de influência ou desconhecimento desse aspecto do artista. Infere-se que o Namjoon atua como referência intelectual dentro do fandom, reforçando sua importância na divulgação de livros, autores e reflexões culturais que despertam o interesse dos fãs pela leitura e pelo conhecimento.

No contexto indonésio e brasileiro, as indicações de RM fomentam subcomunidades dedicadas à leitura, ampliando o repertório cultural dos fãs e fortalecendo o vínculo emocional com o artista (Setyaningsih; Latifah, 2024; Haulenbeek, 2022). No Namjooning Club paraense, essa influência se materializa.

O Gráfico 13 apresenta o nível de conhecimento dos participantes sobre o conceito de “Namjooning”, prática inspirada em Kim Namjoon que envolve contemplação, leitura, apreciação cultural e conexão com experiências artísticas e intelectuais. A questão buscou identificar o grau de familiaridade dos respondentes com esse conceito amplamente difundido entre os fãs do BTS.

Gráfico 13 - O participante conhece o conceito de Namjooning



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Verifica-se que 81% dos participantes afirmaram conhecer o conceito de Namjooning. Outros 9,5% relataram já ter ouvido falar sobre o tema, enquanto 9,5% declararam não conhecê-lo. Os resultados demonstram ampla disseminação do conceito entre os participantes da pesquisa, indicando que a prática já se encontra consolidada dentro desse grupo. Esse cenário sugere que o Namjooning pode atuar como elemento de incentivo à busca por experiências culturais e literárias, fortalecendo hábitos relacionados à leitura e à ampliação do repertório cultural.

No contexto paraense, o alto percentual de conhecimento reforça o o Namjooning Club como espaço de letramento expandido, onde o “Namjooning” integra leitura, reflexão e pertencimento social, superando barreiras regionais de acesso cultural (Haulenbeek, 2022; Pereira; Vieira, 2022). Se tornando assim uma prática positiva para os participantes.

O Gráfico 14 apresenta a percepção dos participantes sobre a contribuição do Namjooning Club para o aumento de sua frequência de leitura. A questão buscou avaliar o impacto da participação na comunidade sobre o desenvolvimento e a manutenção dos hábitos leitores dos respondentes.

Gráfico 14 - O Namjooning Club contribuiu para aumentar a frequência de leitura do participante

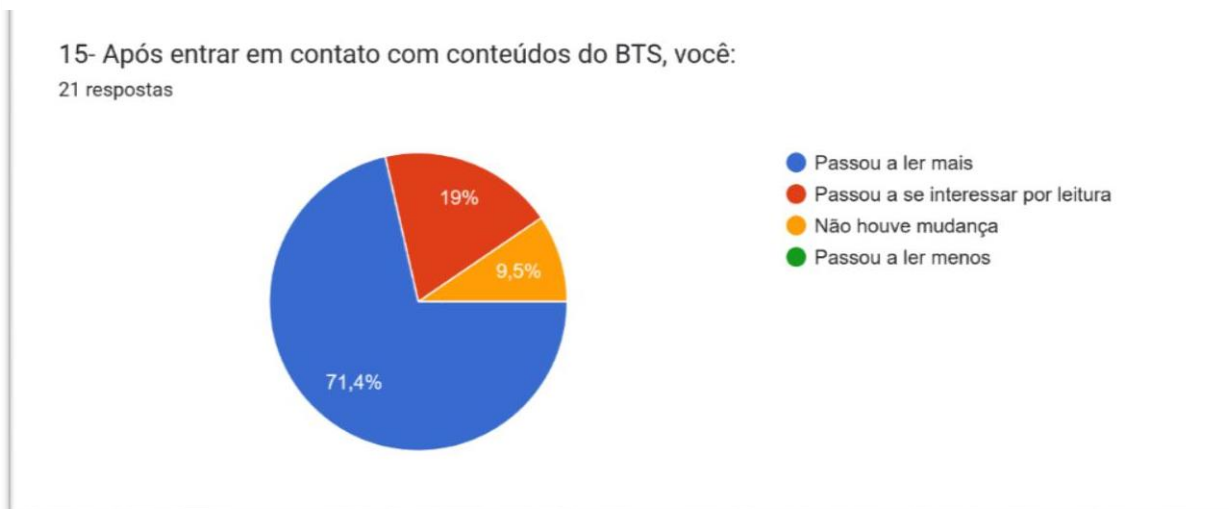


Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que 85,7% dos participantes afirmaram que o Namjooning Club contribuiu para aumentar sua frequência de leitura. Além disso, 9,5% consideraram que essa contribuição ocorreu parcialmente, enquanto apenas 4,8% responderam negativamente. Esses dados demonstram que a comunidade exerce influência significativa sobre as práticas leitoras dos participantes, funcionando como um espaço de incentivo, troca de recomendações e compartilhamento de experiências literárias. Dessa forma, o Namjooning Club mostra-se um importante mediador na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY, reforçando o impacto coletivo das comunidades de fãs.

O Gráfico 15 apresenta as mudanças percebidas pelos participantes após o contato com conteúdos produzidos ou divulgados pelo BTS. A questão teve como objetivo identificar de que forma a interação com o grupo influenciou a relação dos respondentes com a leitura, contemplando alternativas relacionadas ao aumento da frequência leitora, ao despertar do interesse pela leitura, à ausência de mudanças ou à diminuição do hábito leitor.

Gráfico 15 - Mudanças que ocorreram após o participante entrar em contato com conteúdo do BTS



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados demonstram que 71,4% dos participantes afirmaram ter passado a ler mais após o contato com conteúdos do BTS, representando a maioria expressiva da amostra. Além disso, 19,0% relataram ter desenvolvido interesse pela leitura em decorrência dessa influência, enquanto apenas 9,5% indicaram não ter percebido mudanças em seus hábitos leitores. Infere-se assim o impacto positivo exercido pelo BTS sobre as práticas de leitura dos respondentes, uma vez que mais de 90% apontaram algum tipo de transformação favorável relacionada ao hábito de ler.

Essa mudança comportamental alinha-se a pesquisas sobre o ARMY que identificam o fandom como espaço de desenvolvimento de hábitos culturais saudáveis, incluindo a transição de fanfics para literatura reflexiva e de cura (Haulenbeek, 2022; Pereira; Vieira, 2022). No contexto paraense, o contato prolongado com o universo do BTS via Namjooning Club atua como fator protetor, fomentando não apenas maior frequência leitora, mas também conexão emocional e ampliação cultural.

6.6 Das respostas abertas

Apresenta-se a análise das respostas abertas do questionário. Os dados apresentados no Quadro 1 demonstram que a maioria dos participantes conheceram os livros “Queria morrer, mas o céu não tem tteokbokki”, “Amêndoas” e “A coragem de não agradar” por meio da influência do BTS.

Ao todo, 7 participantes afirmaram ter conhecido essas obras exclusivamente devido à influência do grupo ou de RM, enquanto 6 relataram que passaram a conhecer os livros porque eles foram mencionados pelos membros do BTS. Além disso, 4 respondentes informaram que já conheciam algumas das obras, mas que a influência do grupo despertou maior interesse pela leitura das obras supracitadas.

Outros 3 participantes declararam já conhecer os livros previamente por outros meios. Também foi registrada 1 resposta indicando que a leitura da obra foi efetivamente realizada por influência do BTS e 1 resposta relacionada ao sentimento de proximidade e conexão com os membros por meio da leitura das obras mencionadas. Os resultados evidenciam o papel significativo do BTS na divulgação de livros e no estímulo ao interesse literário entre os participantes da pesquisa.

Quadro 1- Os livros “Queria morrer, mas o céu não tem tteokbokki” “Amêndoas” e a “A coragem de não agradar” você já tinha ouvido falar deles ou só passou a conhecer porque foi mencionado por algum membro do BTS?

Categoria	Nº de respostas	Respostas
Conheceu exclusivamente por influência do BTS/RM	7	<i>Conheci pelo RM.</i> <i>Conheci através do BTS</i> <i>Conheci apenas por ser indicação do BTS.</i> <i>Conheci por influência do BTS.</i> <i>Eu nem conhecia esses livros.</i> <i>Só conheci por influência deles.</i> <i>Não tinha ouvido falar, só soube pelo club.</i>
Conheceu porque os membros mencionaram os livros	6	<i>Conheci porque foi mencionado por eles.</i> <i>Conheci pq foi mencionado nas redes sociais que o RM tinha lido.</i> <i>Passei a conhecer após algum dos meninos mencionar o livro.</i> <i>Por terem mencionado.</i> <i>Porque foi mencionado por algum membro.</i> <i>Conheci por causa da indicação do Namjoon e também do Yoongi.</i>

Já conhecia alguns livros, mas a influência do BTS despertou interesse pela leitura	4	<i>Apenas "A Coragem de Não Agradar" conheci pelo BTS, os outros livros conheci pela internet.</i> <i>Sim, já conhecia, porém ainda não tinha lido.</i> <i>Alguns eu já conhecia e outros passei a conhecer porque os membros, principalmente o RM, citaram o livro.</i> <i>Os dois primeiros eu conheci pelos membros.</i>
Já conhecia previamente por outros meios	3	<i>Já tinha ouvido falar, mas só li Amêndoas.</i> <i>Já tinha ouvido falar, pois acompanho o mundinho literário nas redes sociais e também por ser ARMY ativa no fandom.</i> <i>Já tinha ouvido falar antes de saber que foram lidos por eles.</i>
Leitura efetivamente realizada por influência do BTS	1	<i>Já li todos esses livros mencionados por causa do BTS e amei todos.</i>
Sentimento de proximidade e conexão com os membros através da leitura	1	<i>Já tinha ouvido falar antes de saber que foram lidos por eles (...). Isso me faz sentir mais próxima deles.</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A alta taxa de descoberta por meio do grupo confirma pesquisas que destacam o “efeito Namjoon” na promoção da leitura, transformando o consumo musical em engajamento literário ativo (Pereira; Vieira, 2022). No contexto paraense, mesmo em um ambiente regional com desafios de acesso, as recomendações do líder atuam como mediador cultural, aproximando as fãs de títulos coreanos e reflexivos que, de outra forma, poderiam permanecer desconhecidos.

Os resultados apresentados no Quadro 2 evidenciam que a influência do BTS sobre a relação dos participantes com a leitura ocorre de diferentes maneiras. As categorias mais recorrentes foram a retomada do hábito da leitura, o aumento da frequência de leitura e a diversificação de gêneros, autores e culturas literárias, cada uma com 5 respostas.

Os participantes relataram que o contato com o BTS e com o Namjooning Club os motivou a voltar a ler após longos períodos de afastamento, intensificou a frequência de suas leituras e ampliou o interesse por novos gêneros literários, especialmente obras asiáticas e autores do leste asiático.

Em seguida, destacam-se as categorias busca por conhecimento e desenvolvimento pessoal e aproximação emocional com os membros do BTS, ambas com 4 respostas. Nesses casos, os participantes associaram a leitura ao desejo de

adquirir conhecimento, desenvolver hábitos mais saudáveis e criar uma conexão simbólica com os integrantes do grupo por meio das obras que eles leem ou recomendam. A compreensão da obra artística do BTS apareceu em 3 respostas, demonstrando que alguns fãs passaram a ler para entender melhor as referências literárias presentes nas músicas e conceitos do grupo. Também foram identificadas as categorias influência positiva sobre hábitos culturais e redução do uso das redes sociais e transição de fanfics para outras formas de literatura, com 2 respostas cada.

Por último, a influência direta das indicações dos membros foi mencionada em 1 resposta. De modo geral, os dados revelam que a influência do BTS ultrapassa a simples recomendação de livros, contribuindo para a formação de hábitos leitores, ampliação do repertório cultural, desenvolvimento pessoal e fortalecimento dos vínculos afetivos dos fãs com o universo artístico do grupo.

Quadro 2 - De que forma o BTS influenciou sua relação com a leitura?

Categoria	Nº de respostas	Algumas respostas abertas
Retomada do hábito da leitura	5	<i>Me fez querer comprar livros para voltar ao hábito da leitura.</i> <i>Sempre gostei muito de ler, mas tinha abandonado um pouco a leitura.</i> <i>Depois de alguns anos em que era raro eu ler um livro por livre e espontânea vontade, agora esse hábito está se tornando prazeroso novamente.</i> <i>Isso me tirou de uma ressaca literária de 10 anos.</i> <i>Começou quando entrei no Namjooning, mas eu já lia alguns livros antes.</i>
Aumento da frequência de leitura	5	<i>O clube me incentivou a ler mais ainda.</i> <i>Participar do Namjooning Club me incentiva mais a ler.</i> <i>De forma bastante positiva, me estimulou mais a ler.</i> <i>Eu já era uma leitora ávida, então o fluxo apenas aumentou.</i>

Diversificação de gêneros, autores e culturas literárias	5	<i>Conheci autores não só coreanos, mas também de todo leste asiático.</i> <i>Conheci o gênero literatura de cura.</i> <i>Interesse por livros asiáticos e diversificar o país de origem dos autores.</i> <i>O BTS me fez expandir minhas leituras e procurar gêneros diferentes.</i> <i>Ler livros diferentes do que eu costumava ler.</i>
Busca por conhecimento e desenvolvimento pessoal	4	<i>Praticar mais a leitura para ampliar meus conhecimentos.</i> <i>Conhecimento.</i> <i>Ver o Namjoon lendo e incentivando esse hábito me fez querer ter hábitos mais saudáveis também.</i> <i>O interesse deles pelos temas escolhidos.</i>
Aproximação emocional com os membros do BTS	4	<i>Me sentir mais próxima deles por meio da leitura.</i> <i>Ler as indicações para conhecer mais e entender melhor os conceitos das músicas.</i> <i>Ler algo que algum deles já leu me faz sentir mais próxima deles.</i> <i>Imaginar como eles se sentiram ao ler aquele livro.</i>
Compreensão da obra artística do BTS	3	<i>Comecei a ler as indicações deles para entender melhor os conceitos das músicas.</i> <i>Passei a me interessar ao saber que as eras do BTS foram inspiradas em livros.</i>
Influência positiva sobre hábitos culturais e redução do uso das redes sociais	2	<i>O BTS fez com que a leitura fosse para mim um meio de fugir do uso excessivo das redes sociais.</i>
Transição de fanfics para outras formas de literatura	2	<i>Comecei lendo muita fanfic, depois expandi para outros gêneros.</i> <i>Fanfics em sua grande maioria, até começar a ler livros por influência do Namjoon.</i>
Influência direta das indicações dos membros	1	<i>Ao falarem e demonstrarem o interesse e a importância da leitura.</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A diversificação de gêneros (literatura asiática, cura e reflexiva) e a busca por desenvolvimento pessoal reforçam o papel do BTS como agente de letramento expandido. Ao comparar pesquisas que falam sobre o ARMY brasileiro e indonésio,

percebe-se que as indicações de RM incentivam não apenas maior volume de leitura, mas também uma abordagem mais reflexiva e intercultural dos fãs (Haulenbeek, 2022; Pereira; Vieira, 2022).

Os resultados apresentados no Quadro 3 demonstram que o conceito de “Namjooning” é compreendido pelos participantes de maneira ampla, estando associado principalmente à apreciação das pequenas coisas e da vida cotidiana, categoria que reuniu 8 respostas. Os participantes relacionaram o termo à valorização dos momentos simples, à contemplação da vida e à busca por uma existência mais leve e significativa.

Em seguida, a conexão com a natureza apareceu em 7 respostas, evidenciando que muitos associam o Namjooning ao contato com ambientes naturais, à contemplação de paisagens e ao bem-estar proporcionado por essas experiências. A categoria paz, tranquilidade e desaceleração foi mencionada por 6 participantes, que definiram o conceito como uma oportunidade de equilibrar a rotina, relaxar e encontrar momentos de serenidade em meio às exigências do cotidiano.

As categorias leitura, arte e desenvolvimento cultural e autoconhecimento e reflexão registraram 5 respostas cada, demonstrando que o Namjooning também é percebido como uma prática relacionada ao enriquecimento cultural, à leitura, à apreciação artística e à reflexão sobre a própria vida. A convivência e pertencimento social apareceu em 4 respostas, destacando a importância das relações interpessoais e do compartilhamento de experiências com amigos e comunidades.

Já a categoria bem-estar, liberdade e qualidade de vida foi identificada em 3 respostas, associando o conceito a hábitos saudáveis e à busca por felicidade e realização pessoal. Enquanto, apenas 1 participante apresentou uma compreensão limitada do conceito, relacionando-o exclusivamente a um clube de leitura. De modo geral, os dados revelam que o Namjooning é entendido pelos participantes como uma filosofia de vida que integra leitura, cultura, contemplação, bem-estar, conexão com a natureza e desenvolvimento pessoal, refletindo valores amplamente difundidos por Kim Namjoon e pela comunidade de fãs do BTS.

Quadro 3 - O que significa “Namjooning” para você?

Categoria	Nº de respostas	Exemplos de respostas
Conexão com a natureza	7	<i>Apreciar a natureza.</i> <i>Estar em contato com a natureza.</i> <i>Conectado com a natureza e o bem-estar.</i> <i>Contemplar a natureza.</i> <i>Passear sozinha para ver a beleza da vida.</i>
Paz, tranquilidade e desaceleração	6	<i>Estar em equilíbrio consigo.</i> <i>Um momento para pausar a vida corrida.</i> <i>Relaxar com um bom livro.</i> <i>Desacelerar desse mundo tão caótico.</i> <i>Minha paz meu lugar de lazer.</i> <i>Encontrar paz nos pequenos prazeres da vida.</i>
Leitura, arte e desenvolvimento cultural	5	<i>Ler um bom livro.</i> <i>Apreciar a arte, literatura e a natureza.</i> <i>Apreciar arte em museus.</i> <i>Leitura e reflexão.</i> <i>Continuar estudando.</i>
Autoconhecimento e reflexão	5	<i>Criar consciência da vida.</i> <i>Viver ativamente.</i> <i>Momento de autoconhecimento.</i> <i>Refletir sobre a vida.</i> <i>Existir com propósito.</i>
Bem-estar, liberdade e qualidade de vida	3	<i>Sair de casa todos os dias para ser feliz.</i> <i>Aproveitar minha liberdade.</i> <i>Exercícios que têm me ajudado a vencer obesidade.</i> <i>Ter momentos de tranquilidade.</i>
Convivência e pertencimento social	4	<i>Conversar com pessoas que leram.</i> <i>Sair com amigos e falar sobre coisas que gostamos.</i> <i>Um refúgio ao lado dessas pessoas incríveis que conheci.</i> <i>Tempo de qualidade com amigos e familiares.</i>
Compreensão limitada do conceito	1	<i>Pelo que entendo é um clube criado para a leitura.</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A integração de leitura, arte, natureza e autoconhecimento no conceito corrobora estudos sobre o ARMY que veem o “Namjooning” como estratégia de bem-estar emocional e resistência ao ritmo acelerado da vida contemporânea.

Os dados apresentados no Quadro 4 evidenciam que o BTS influenciou os participantes a explorar diferentes gêneros, autores e tradições literárias. A categoria mais frequente foi a literatura de cura (*healing fiction*), mencionada por 7 participantes, que citaram obras como *Queria Morrer, Mas o Céu Não Tem Tteokbokki*, *Amêndoas* e *Casas Estranhas*, além do interesse geral por leituras voltadas ao acolhimento emocional e ao bem-estar. Em seguida, a literatura asiática, especialmente coreana e japonesa, foi mencionada por 5 participantes, demonstrando que o contato com o BTS ampliou o interesse por produções literárias de países do leste asiático.

Os livros reflexivos, filosóficos e de desenvolvimento pessoal apareceram em 4 respostas, incluindo obras como “A Coragem de Não Agradar” e outros títulos voltados à reflexão e ao autoconhecimento. O livro “Amêndoas” e obras relacionadas foram destacados especificamente por 3 participantes, evidenciando a relevância dessa obra entre os fãs, sobretudo por sua associação com referências presentes no universo artístico do BTS.

Os clássicos e a literatura universal foram mencionados por 2 participantes, com destaque para títulos como “O Alquimista” e “Noites Brancas”. Também foram identificadas referências à natureza, contemplação e espiritualidade em 1 resposta, associada ao livro “Natureza”, de Ralph Waldo Emerson, bem como à leitura de fanfics em 1 resposta. Ademais, apenas 1 participante afirmou ainda não ter consumido leituras influenciadas pelo BTS. De modo geral, os resultados demonstram que a influência do grupo não se limita à indicação de obras específicas, mas contribui para a ampliação do repertório literário dos fãs, incentivando o contato com novos gêneros, culturas e perspectivas de leitura.

Quadro 4 - Você pode citar algum livro ou tipo de leitura que passou a consumir por influência do BTS?

Categoria	Nº de respostas	Exemplos de respostas
Literatura de cura (Healing Fiction)	7	<i>Queria Morrer, Mas o Céu Não Tem Tteokbokki.</i> <i>O gênero literatura de cura.</i> <i>Casas Estranhas foi lido recentemente.</i> <i>Livros de cura como Amêndoas.</i> <i>Literatura de cura, uma leitura reconfortante e leve.</i> <i>As famosas literaturas de cura.</i> <i>Leitura de cura.</i>
Literatura asiática (coreana e japonesa)	5	<i>Literatura asiática no geral.</i> <i>Não tinha tocado em leitura asiática antes do Namjooning Club.</i> <i>Literatura coreana e japonesa.</i>
Livro 'Amêndoas' e obras relacionadas	3	<i>Amêndoas despertou meu interesse.</i> <i>O livro Amêndoas que inspirou a música Amygdala.</i> <i>A Biblioteca da Meia-Noite, Amêndoas.</i> <i>Amêndoas foi uma leitura incrível.</i>
Livros reflexivos, filosóficos e de desenvolvimento pessoal	4	<i>Livros de cunho mais reflexivo.</i> <i>A Coragem de Não Agradar.</i> <i>Livros reflexivos e filosóficos.</i> <i>Livros de autoajuda principalmente.</i>
Clássicos e literatura universal	2	<i>O Alquimista.</i> <i>Noites Brancas, de Dostoiévski.</i>
Natureza, contemplação e espiritualidade	1	<i>Natureza, de Ralph Waldo Emerson. Relato sobre o interesse pelo livro após observar Namjoon lendo e a identificação com seus temas de autoconhecimento e contemplação.</i>
Fanfics	1	<i>Fanfics, no geral.</i>
Ainda não consumiu leituras indicadas pelo BTS	1	<i>Ainda não li nenhum livro de influência do BTS.</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados apresentados no Quadro 5 demonstram que os participantes percebem uma forte relação entre o fandom ARMY e a leitura, principalmente em razão da influência exercida pelo BTS. A categoria mais recorrente foi influência do BTS no incentivo à leitura, com 8 respostas, evidenciando que os participantes reconhecem os membros do grupo como importantes motivadores do interesse por

livros e práticas leitoras. Em seguida, as categorias leitura como forma de aproximação e compreensão do BTS, leitura como pertencimento e interação social no fandom e formação cultural e ampliação de conhecimentos registraram 5 respostas cada.

A categoria desenvolvimento pessoal e transformação individual foi mencionada por 4 participantes, que associaram a leitura ao autoconhecimento, à formação de opiniões e à adoção de hábitos mais saudáveis. Já a valorização e fortalecimento da cultura leitora no fandom apareceu em 3 respostas, destacando a existência de uma tradição de incentivo à leitura entre os próprios fãs, na qual leitores mais experientes influenciam novos integrantes.

As categorias diversidade de práticas leitoras e ausência de percepção dessa relação obtiveram 1 resposta cada. Embora apresentem uma minoria, a existência de participantes que não percebem a leitura como um canal de transformação ou de conexão com o grupo, demonstrando que a influência do BTS não opera de forma homogênea sobre todos os fãs. Esse contraponto evidencia um desafio central para pesquisa e para os estudos sobre mediação de leitura, compreender as barreiras individuais que impedem que o incentivo cultural e artístico do grupo se converta em prática leitora afetiva. De modo geral, os dados revelam que os participantes enxergam a leitura como uma prática amplamente valorizada dentro do fandom ARMY, funcionando como instrumento de aprendizagem, integração social, desenvolvimento pessoal e aproximação com o universo artístico e cultural do BTS.

Quadro 5 - Como você percebe a relação entre o fandom ARMY e a leitura?

Categoria	Nº de respostas	Exemplos de respostas
Influência do BTS no incentivo à leitura	8	<i>A divulgação deles fez com que o ARMY tivesse maior interesse na leitura.</i> <i>Os ARMYs tendem a se inspirar muito nos meninos.</i> <i>A influência dos membros acaba incentivando o fandom ao mundo da leitura.</i> <i>Como um incentivo, seja os membros lendo ou como inspiração para os álbuns.</i>
Leitura como forma de aproximação e compreensão do BTS	5	<i>Consumir obras indicadas por eles.</i> <i>Entender o que eles querem transmitir.</i> <i>Conhecer seus pensamentos e gostos pessoais.</i> <i>Criar teorias sobre álbuns e MVs.</i>

Leitura como pertencimento e interação social no fandom	5	<i>A leitura é uma forma de se conectar ao BTS e a outras ARMYs.</i> <i>Ferramenta de inclusão, pertencimento e interação social.</i> <i>Não falamos só sobre o livro, mas também sobre nosso amor pelo BTS.</i>
Formação cultural e ampliação de conhecimentos	5	<i>Conhecer mais a cultura coreana através da literatura.</i> <i>Promoção à cultura.</i> <i>Descoberta.</i>
Desenvolvimento pessoal e transformação individual	4	<i>Aprendem sobre si mesmos e sobre o mundo.</i> <i>Buscarem hábitos mais saudáveis.</i> <i>Posso ser alguém melhor.</i> <i>Formadoras de opinião e se expressando melhor através da leitura.</i>
Valorização e Fortalecimento da cultura leitora no fandom	3	<i>Criou-se uma cultura de leitura no fandom.</i> <i>Os fãs antigos influenciam os novos a ler.</i> <i>Combinação perfeita.</i> <i>Casamento perfeito entre amantes da leitura e fãs do BTS.</i>
Diversidade de práticas leitoras	1	<i>Desde fanfics até livros conceituais.</i>
Ausência de percepção dessa relação	1	<i>Não percebo.</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Enquanto a associação da leitura ao desenvolvimento pessoal, formação cultural e ampliação de conhecimentos demonstra como o fandom ARMY paraense utiliza a literatura como ferramenta de autoconhecimento e conexão emocional com os membros do grupo, identificando o “efeito Namjoon” e o conceito de Namjooning.

A análise dos resultados da pesquisa demonstra que o BTS exerce influência significativa na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY paraense, especialmente por meio do Namjooning Club e das recomendações do Namjoon. Os dados mostram um perfil de participantes majoritariamente jovens adultas, com elevada escolaridade e vínculo prolongado com o fandom, que apresentam hábitos leitores consolidados, alta flexibilidade entre formatos físico e digital, e percepção unânime da influência positiva do grupo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar a influência do grupo sul-coreano BTS na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY paraense, com ênfase no contexto do Namjooning Club. Esse objetivo foi alcançado, uma vez que os dados coletados e analisados permitiram responder ao problema de pesquisa, identificando como as referências literárias, as recomendações do Namjoon e as práticas coletivas do fandom atuam como importantes ferramentas para o desenvolvimento e o fortalecimento de hábitos leitores na comunidade investigada.

No referencial teórico, foram contextualizadas a leitura na sociedade contemporânea, a influência da cultura pop e celebridades nos comportamentos sociais e a relevância global do BTS e do fandom ARMY. A metodologia qualitativa, com questionário semiestruturado aplicado a 21 participantes, possibilitou a triangulação de dados estatísticos descritivos e análise de conteúdo semântico das respostas abertas. Os resultados e discussão apresentaram o perfil das participantes e aprofundaram a influência do BTS e do Namjooning Club por meio de gráficos e quadros, revelando padrões consistentes de engajamento leitor.

A síntese dos principais resultados demonstra que o BTS exerce influência significativa e positiva na promoção da leitura. A amostra, composta predominantemente por jovens adultas (21-25 anos) com elevada escolaridade e vínculo longo com o fandom, apresentou mais de 90% de hábito leitor regular, forte influência do BTS e também do Namjoon (76,2% “muito influenciadas”), conhecimento amplo do conceito de Namjooning e mudanças comportamentais marcantes (71,4% passaram a ler mais).

Os quadros com as respostas discursivas reforçaram que as indicações do grupo promovem retomada do hábito, diversificação de gêneros (especialmente literatura de cura e asiática), desenvolvimento pessoal e sentimento de pertencimento, confirmando o fandom como espaço de letramento expandido.

A pesquisa buscou assim, contribuir para os estudos sobre cultura práticas leitoras ao contextualizar um grupo musical, o BTS, em uma realidade regional norte-brasileira, evidenciando o potencial das subcomunidades digitais (como o Namjooning Club) como estratégias de incentivo à leitura em contextos periféricos. Os resultados ampliam a compreensão sobre o papel das celebridades e das comunidades de fãs na formação de hábitos culturais extremamente positivos, como a leitura.

Como limitações do estudo, destaca-se a amostra não probabilística por conveniência e de pequeno tamanho, restrita a participantes do Namjooning Club, o que impede generalizações para todo o fandom ARMY paraense ou brasileiro. Além disso, a coleta foi transversal, não permitindo acompanhar a evolução longitudinal dos hábitos leitores.

Sugere-se para futuras pesquisas a realização de estudos longitudinais com amostras maiores e mais diversificadas, análises comparativas entre diferentes regiões brasileiras ou entre subcomunidades do ARMY, bem como investigações sobre o impacto do Namjooning em aspectos como saúde mental, desenvolvimento cognitivo e letramento crítico de jovens e adultos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Leitura, mediação e apropriação da informação. *In*: SANTOS, Jussara Pereira (org.). **A leitura como prática pedagógica na formação do profissional da informação**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2007.

ANAYA, Juan Mata. Mediação, leitura e literatura. **Revista da FUNDARTE**, Montenegro, ano 20, n. 42, p. 01-21, jul./set. 2020. Disponível em: <https://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/RevistadaFundarte/article/view/787>. Acesso em: 07 abr. 2026.

AZEVEDO, Fernando. Práticas de promoção da leitura no ensino superior: a estratégia metodológica dos clubes de leitura. *In*: AZEVEDO, Fernando; MARTINS, Cândido Oliveira; MAGALHÃES, Luísa (coord.). **Práticas de leituras e educação literária**. Braga: Centro de Investigação em Estudos da Criança: Instituto de Educação: Universidade do Minho, 2023.

BANDEIRA, Vanessa. “ARIRANG”: **BTS quebra recorde com 4 milhões de cópias vendidas na pré-venda**. Popline. 2026. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/arirang-bts-recorde-4-milhoes-copias/>. Acesso em: 21 maio 2026.

BAZI, Daniela. **Afinal, o que são as gerações do K-pop?** Recreio, 2025. Disponível em: https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/afinal-o-que-sao-geracoes-do-k-pop.phtml#google_vignette. Acesso em: 04

BESLEY, Adrian. **BTS: a biografia não oficial dos ícones do kpop**. 8. ed. Rio de Janeiro: Galera Record, 2021.

BISTERZO, Leticia [@leticia.bisterzo]. **Você sabe o que significa o termo namjooing?** [vídeo]. *In*: TikTok. 06 dez. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@leticia.bisterzo/video/7445414158155205893>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Língua Portuguesa**. Brasília, DF: MEC; Secretaria de Educação Fundamental, 1997. Disponível em: <https://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro02.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2026.

BROWN, Helen. **BTS: reis do k-pop**. São Paulo: Astral Cultural, 2019.

COLOMER, Tereza; CAMPS, Anna. **Ensinar a ler, ensinar a compreender**. Porto Alegre: ArtMed, 2002.

COLOMER, Teresa. **Andar entre livros: a literatura literária na escola**. São Paulo: Global, 2007.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 1989.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, Sara. **BTS**: confira a ligação entre Demian, a era Wings e o Universo Bangtan. Aficionados. 2016. Disponível em: <https://www.aficionados.com.br/bts-demian-wings-universo-bangtan/>. Acesso em: 04 maio 2026.

HAULENBEEK, Sydney Kate. Mental health, community, commitment, and the growth of individual identity in the participatory fandom of the BTS ARMY. **OUR Journal**: ODU Undergraduate Research Journal, v. 9, n. 1, p. 1-20, 2022. Disponível em: <https://digitalcommons.odu.edu/ourj/vol9/iss1/5/>. Acesso em: 29 maio 2026.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**: 6 ed. Rio de Janeiro: IPL, 2024. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 23 maio 2026.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. E-book (PDF). Disponível em: https://www.academia.edu/33851583/Cultura_da_Convergencia_Henry_Jenkins. Acesso em: 06 maio 2026.

KANG, Myeongseok. **Beyond the story**: uma história dos 10 anos de BTS. Rio de Janeiro: Galera Record, 2023.

KIM, Joon-ho; KIM, Kwang-jin; PARK, Bum-tae; CHOI, Hyun-ju. The phenomenon and development of k-pop: the relationship between success factors of k-pop and the nacional image, social network servisse citizenship behavior, and tourist behavioral intention. **Sustainability**, v. 14, n. 6, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/6/3200>. Acesso em: 24 maio 2026.

KIM, Monica. **O fenômeno Jungkook**: o sucesso do BTS e a criação de um superstar mundial. Rio de Janeiro: BestSeller, 2025.

LAZZARO, Paloma. **Show do BTS na Netflix foi assistido por 18,4 milhões de pessoas**. Exame. 2024. Disponível em: <https://exame.com/pop/show-do-bts-na-netflix-foi-assistido-por-184-milhoes-de-pessoas-diz-site/>. Acesso em: 04 maio 2026.

MAGNUS, Bia [@bia_magnus]. **Qual geração do kpop vcs gostam mais?** [Vídeo]. /n: TikTok. 27 dez. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/@bia_magnus/video/7377903481459363078. Acesso em: 04 jul. 2026.

MARINHO, Raimundo Ramos. Leitura: um caminho para a cidadania. **Transinformação**, v. 5, n. 1/3, jan./dez., p. 90-94, 1993. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/217128>. Acesso em: 01 abr. 2026.

MENEZES, Clara. **Hallyu**: literatura sul-coreana ganha espaço em editoras brasileiras. O Povo, 2022. Disponível em:

<https://www.opovo.com.br/vidaarte/2022/02/05/hallyu-literatura-sul-coreana-ganha-espaco-em-editoras-brasileiras.html>. Acesso em: 05 jul. 2026.

MYLLA [@nemyllaa]. **Qual geração de Kpop é sua favorita** [Vídeo]. In: Tiktok. 07 jun. 2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@nemyllaa/video/7317454392930700549>. Acesso em: 04 jul. 2026.

MORAES, Clara. **Audiovisualidade na pandemia**: o aumento de K-dramas em tempos de pandemia. In: TCAV: Audiovisualidades e Tecnocultura. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.tecnoculturaaudiovisual.com.br/audiovisualidades-na-pandemia-o-aumento-dos-espectadores-de-k-dramas-em-tempos-de-pandemia/>. Acesso em: 06 maio 2026.

NOGUEIRA, Ana Carolina Teixeira Barth. **K-Book**: cruzando fronteiras literárias com o BTS e a cultura sul-coreana no Brasil. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação – Habilitação em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/23878>. Acesso em: 25 abr. 2026.

PALHA, Armando Perez. **Fãs brasileiros de k-pop**: um estudo sobre aculturação de consumo. 2021. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40186>. Acesso em: 13 abr. 2026.

PEDRÃO, Gabriela Bazan. Clube do livro fora da biblioteca: um relato de experiência. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 1207-1219, 2017. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/v/2947>. Acesso em: 09 abr. 2026.

PEREIRA, Raíssa Abraçado; VIEIRA, Manuela do Corral. O sentir e o consumir do/no army, fandom do BTS. **Signos do Consumo**, v. 14, n. 2, p. 1-20, 2022. Disponível em: https://revistas.usp.br/signosdoconsumo/pt_BR/article/view/202336. Acesso em: 22 maio 2026.

PETIT, Michele. **A arte de ler ou como resistir à adversidade**. São Paulo: Editora 34, 2009.

PIENEDA-KIM, Dianne. **BTS**: bíblia não oficial. São Paulo: Astral Cultural, 2021.

ROCHA, Maria Antônia Azevêdo Teixeira. **A influência das celebridades na construção da identidade dos fãs**: o caso do fandom ARMY do BTS. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/19636>. Acesso em: 22 maio 2026.

RODRIGUES, Cássia Regina Machado. **A influência da família no hábito da leitura**. 2016. Trabalho de Curso (Graduação) – Faculdade de Biblioteconomia,

Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará, Belém, 201
Disponível em: <http://bdm.ufpa.br/jspui/handle/prefix/31>. Acesso em: 11 abr. 2026.

SANTANA, Jhyenne Yara Gomes. **K-pop e cultura de fãs em uma perspectiva decolonial**: comunicação em texto e vídeo sobre a mensagem do BTS e o ativismo do fandom ARMY. 2024. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/43458>. Acesso em: 14 maio 2026.

SANTOS, Janiele Rodrigues dos. **Contribuições da discografia do grupo musical BTS em processos de incentivo à leitura ao fandom ARMY**. 2023. 83 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2023. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/123456789/12774>. Acesso em: 19 mai 2026.

SANTOS, Helena Maria Braz dos; Souza, Geórgia Cynara Coelho de. O fenômeno do k-drama no Brasil. *In: SEMANA DE CINEMA E AUDIOVISUAL (SAL UEG)*, 12., ENCONTRO DAS ESCOLAS DE CINEMA E AUDIOVISUAL DO BRASIL CENTRAL, 2., 2023. Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: UEG, 2023. Disponível em: <https://www.anais.ueg.br/index.php/sau/article/view/15582>. Acesso em: 20 abr. 2026.

SETYANINGSIH, Nining; LATIFAH, Eva. Intermediality in fandom culture: the impact of BTS on Korean literature reading habits: focusing on Indonesian ARMY. **WILAYAH: The International Journal of East Asian Studies**, v. 13, n. 1, p. 1-17, 2024. Disponível em: <https://ojie.um.edu.my/index.php/IJEAS/article/view/47979>. Acesso em: 25 maio 2026.

STREET, Brian Vincent. Políticas e práticas de letramento na Inglaterra: uma perspectiva de letramentos sociais como base para uma comparação com o Brasil. **Cadernos Cedes**, Campinas, v. 33, n.89, p. 51-71, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/QksKdVBDHJ4pmgSFPY63Vfw/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 jul. 2026.

SOARES, Magda. **Letramento**: um tema em três gêneros. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

SOBRINHO, Nathalia. **Brasil é o 3º país que mais assistiu k-dramas durante a pandemia**. Suco de Mangá. 2021. Disponível em: <https://sucodemanga.com.br/brasil-e-o-3-pais-que-mais-assistiu-k-dramas-durante-a-pandemia/#:~:text=O%20sucesso%20dos%20K-Dramas!%20Pesquisa%20do%20governo,aumento%20da%2>. Acesso em: 20 abr 2026.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de Leituras**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

SOUSA, Waldinei Romano de. **A mediação da informação e da leitura na biblioteca infantil da Usina da Paz da Terra Firme em Belém - PA**. 2023.Trabalho

de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2023. Disponível em: <https://bdm.ufpa.br/handle/prefix/8623>. Acesso em: 08 abr. 2026.

SOUZA, Cássia Helena Paula. **Música e mediação da leitura**: influências do Grupo BTS nas práticas de leitura dos seus fãs. 2023. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) - Curso de Graduação em Biblioteconomia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/86049>. Acesso em: 27 abr. 2026.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(o) participante, você está sendo convidado a participar desta pesquisa que tem o título “A influência do BTS na promoção da leitura no fandom ARMY paraense”. Essa pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso, desenvolvida por Brenda Cristina Moreira da Silva, discente do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Pará (UFPA), sob a orientação da Prof^a. Dra. Wendia Oliveira de Andrade.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar a influência do BTS na promoção da leitura entre integrantes do fandom ARMY paraense. Com objetivos específicos: descrever os hábitos de leitura das integrantes do grupo; investigar a percepção das participantes sobre a influência do BTS em suas práticas de leituras; verificar possíveis mudanças nos hábitos leitores das participantes após o contato com conteúdos relacionados ao BTS e compreender a relação entre cultura fandom e formação de práticas leitoras no contexto do Namjooning Club.

Sua participação é muito importante, pois contribuirá para a construção de conhecimentos sobre a relação entre cultura pop, fandom e leitura. As respostas são anônimas e serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária, portanto reservamos o seu direito de solicitar a sua retirada da pesquisa a qualquer momento.

Termo de Consentimento (obrigatório)

Antes de iniciar leia e marque a opção:

() Declaro que tenho 18 anos ou mais e concordo em participar voluntariamente da pesquisa, estando ciente de que minhas respostas serão anônimas e utilizadas apenas para fins acadêmicas.

Apêndice B – Roteiro do questionário

Secção 1- Perfil dos participantes:

1. Idade:

☐ 18-20

☐ 21-25

☐ 26-30

☐ 31 ou mais

2. Escolaridade:

☐ Ensino médio completo

☐ Ensino superior incompleto

☐ Ensino superior completo

☐ Pós-graduação

3. Você reside no estado do Pará?

☐ Sim

☐ Não

4. Há quanto tempo você faz parte do fandom ARMY?

☐ Menos de 1 ano

☐ 1 a 3 anos

☐ 4 a 3 anos

☐ Mais de 6 anos

5. Você participa ativamente do Namjooning Club?

☐ Sim

☐ Acompanho, mas não participo sempre

☐ Talvez

☐ Apenas conheço o grupo

Secção 2- Hábitos de Leitura

6– Com que frequência você lê?

- ☐ Todos os dias
- ☐ Algumas vezes por semana
- ☐ Raramente
- ☐ Não tenho hábito de leitura

7- Que tipo de leitura você realiza com mais frequência? (Pode marcar, mais de uma)

- ☐ Livros literários (romance, fantasia, etc.)
- ☐ Livros acadêmicos
- ☐ Fanfics
- ☐ Artigos/ textos online
- ☐ Mangás/HQs
- ☐ Outros: _____

8- Qual formato você utiliza mais para leitura?

- ☐ Físico (livros impressos)
- ☐ Digital (celular, tablete, computador)
- ☐ Ambos

9- O que mais motiva você a ler? (pode marcar mais de uma)

- ☐ Interesse pessoal
- ☐ Estudos
- ☐ Indicação de amigos
- ☐ Influência de artistas /fandom
- ☐ Redes sociais
- ☐ Outros: _____

Secção 3- Influência do BTS na leitura

10- Você acredita que o BTS influencia seus hábitos de leitura?

- ☐ Sim, muito
- ☐ Sim, um pouco
- ☐ Não influencia

11- Você já teve interesse em ler algum livro do BTS?

☐ Sim

☐ Não

12- O integrante Kim Namjoon(RM) influencia você a ler mais?

☐ Sim, muito

☐ Sim, um pouco

☐ Não influencia

☐ Não conheço essa influência

13- Você conhece o conceito de “Namjooning”(prática de contemplação, leitura e apreciação cultural)?

☐ Sim

☐ Já ouvi falar

☐ Não conheço

14- O Namjooning Club contribuiu para aumentar sua frequência de leitura?

☐ Sim

☐ Não

☐ Parcialmente

15- Após entrar em contato com conteúdo do BTS, você:

☐ Passou a ler mais

☐ Passou a se interessar por leitura

☐ Não houve mudança

☐ Passou a ler menos

Secção 4- Questões abertas

16- De que forma o BTS influenciou sua relação com a leitura?

(Resposta aberta)

17- O que significa “Namjooning” para você?

(Resposta aberta)

18- Você pode citar algum livro ou tipo de leitura que passou a consumir por influência do BTS?

(Resposta aberta)

19- Como você percebe a relação entre o fandom ARMY e a leitura?

(Resposta aberta)