



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES  
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM LETRAS – LÍNGUA PORTUGUESA

CLEYSON RODRIGUES DE MORAIS  
**EM TORNO DOS *BOOKSTAGRAMMERS*: LEITURA E COMPARTILHAMENTO  
DE EXPERIÊNCIA EM REDES SOCIAIS**

CAMPINA GRANDE, PB  
2018

CLEYSON RODRIGUES DE MORAIS

**EM TORNO DOS *BOOKSTAGRAMMERS*: LEITURA E COMPARTILHAMENTO  
DE EXPERIÊNCIA EM REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Curso de Licenciatura Plena em Letras – Português, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em Letras – Português.

Orientador: Prof. Dr. Diógenes A. V. Maciel.

CAMPINA GRANDE, PB  
2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

M827e    Morais, Cleyson Rodrigues de.  
          Em torno dos *bookstagrammers* [manuscrito] : leitura e compartilhamento de experiências em redes sociais / Cleyson Rodrigues de Morais. - 2018.  
          28 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2018.

"Orientação : Prof. Dr. Diógenes Andre Vieira Maciel ,  
Coordenação do Curso de Letras Português - CEDUC."

1. Instagram literário. 2. Bookstagrammers. 3. Leitura.

21. ed. CDD 372.4

CLEYSON RODRIGUES DE MORAIS

**EM TORNO DOS *BOOKSTAGRAMMERS*: LEITURA E COMPARTILHAMENTO  
DE EXPERIÊNCIA EM REDES SOCIAIS**

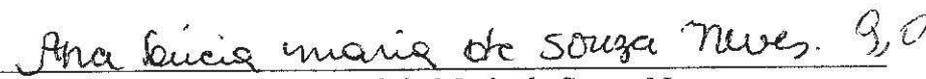
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado ao Curso de Licenciatura Plena em  
Letras – Português, da Universidade Estadual da  
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título  
de Licenciado em Letras – Português.

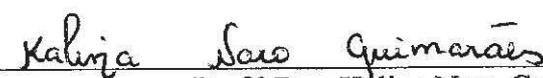
Orientador: Prof. Dr. Diógenes A. V. Maciel.

Aprovado em 13 / 06 / 2019

BANCA EXAMINADORA

 9,0  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Diógenes André Vieira Maciel (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

 9,0  
\_\_\_\_\_  
Prof.ª Dra. Ana Lúcia Maria de Souza Neves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

 9,0  
\_\_\_\_\_  
Prof.ª Dra. Kalina Naro Guimarães  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao meu Deus, dono de toda glória e honra, e à minha mãe, por sempre me incentivar a ser uma pessoa melhor, DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao meu Deus por sempre estar comigo, ouvindo-me nas horas que mais precisei. Toda honra e glória é dele e para ele;

A minha mãe por estar sempre comigo, me incentivando a estudar e garantir um futuro mais digno de ser vivido. Por ter me sustentado durante toda a minha fase escolar, desejando de mim apenas uma coisa: que estudasse;

Ao meu professor e orientador, Diógenes André Vieira Maciel, por ser um canal de conhecimento e amadurecimento durante toda a minha jornada acadêmica enquanto graduando. Por ter aberto meus olhos para realizar este trabalho em torno de coisas que fazem parte da minha vida;

Aos meus amigos de sala, desde o primeiro período até o fim, em especial a Cleytson Silva de Oliveira, Marcilane de Oliveira Andrade e Miriam Soares Raimundo, que foram anjos que me ajudaram em toda a minha caminhada;

A Universidade Estadual da Paraíba por oferecer um curso que é digno de ser cursado e por ter, em seu quadro de professores, pessoas competentes e que nos inspiram a cada dia;

As minhas amigas, Amanda Melo e Maria Clara, pelas palavras de apoio e por se prontificarem a me ajudar em qualquer situação;

Ao meu amigo de anos, Aristóteles Gomes, por sempre ter me dado apoio em todos os aspectos da minha vida, e por ser o amigo que é;

E a todos os meus professores, que tiveram uma participação importantíssima na escolha da profissão que trilhei para mim.

“Uma mente necessita de livros da mesma forma  
que uma espada necessita de uma pedra de  
amolar se quisermos que se mantenha afiada.”

(MARTIN, George R. R.)

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	9
2 CONSIDERAÇÕES SOBRE LEITURAS .....	11
2.1 Literatura, leitura, cultura .....	12
3 VELHAS E NOVAS MÍDIAS .....	14
3.1 Bookstagrammers – leituras a partir do gosto pessoal.....	16
3.2 Mercado editorial ligado aos bookstagrammers.....	22
3.3 Instagram Literário e outras plataformas midiáticas .....	24
4 CONCLUSÃO .....	26
ABSTRACT .....	26
REFERÊNCIAS .....	27

## EM TORNO DOS *BOOKSTAGRAMMERS*: LEITURA E COMPARTILHAMENTO DE EXPERIÊNCIA EM REDES SOCIAIS

Cleyson Rodrigues de Morais\*

### RESUMO

Com o advento da tecnologia e com o surgimento das redes sociais, a comunicação está muito mais acessível e instantânea, pondo em conexão a nossa sociedade. Este trabalho trata-se da análise de duas contas de usuários inseridos em uma rede social específica, o *Instagram*, as quais transformaram este espaço em uma estratégia de compartilhamento de leituras. Analisa-se também as diferenças de leituras e as estratégias de compartilhamento de experiências com seus seguidores, em relações com o mercado editorial, incluídas as leituras de *best sellers* e de obras canônicas, veiculadas pelos chamados *bookstagrammers*, que têm a finalidade de emitir opinião crítica sobre determinada obra ao qual leu. Utilizou-se, como fundamentação teórica, em torno do objetivo da literatura, o pensamento de Antoine Compagnon (2009), além dos apontamentos de Márcia Abreu (2006) a respeito da cultura letrada, e, também, as considerações de Antônio de Pádua D. da Silva (2016) sobre o ensino da literatura, tudo isso posto em perspectiva com as reflexões em torno da cultura da conexão aludidas por Henry Jenkins (2009).

**Palavras-Chave:** Instagram Literário. Bookstagrammers. Leitura.

### 1 INTRODUÇÃO

Podemos considerar que o Brasil é um país de leitores? Em uma pesquisa divulgada pelo Instituto Pró-Livro, em 2016, revelou que o Brasil conta com 56%<sup>1</sup> de leitores em sua população. O resultado, porém, não pode ser avaliado como positivo, tendo em vista que foram considerados leitores que leram um livro, mesmo que parcialmente, nos três meses anteriores ao período de coleta de dados, tendo sido considerados, também, os 42% que declararam ler apenas livros religiosos, como, por exemplo, a Bíblia Sagrada. Segundo dados de uma outra pesquisa, realizada pelo mesmo órgão em 2016, mostrou que o Brasil ocupa o 27º lugar no *ranking* mundial de leitura, com brasileiros que dedicam, em média, 5 horas e 12 minutos por semana para a leitura de livros. Esses dados nos indicam que a leitura é uma prática que não ocupa um espaço de prioridade na vida dos brasileiros, lê-se muito pouco em um período consideravelmente longo.

---

\* Aluno do Curso de Letras Língua Portuguesa da Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: cleysinhoo@gmail.com

<sup>1</sup> Ver site: < <https://www.opovo.com.br/jornal/opiniaio/2017/01/o-leitor-brasileiro-e-o-habito-dos-pais.html>>. Acesso em 10 de maio de 2018.

Segundo especialistas citados no Jornal O Povo, a leitura é uma prática que é passada de pais para filhos, existindo forte associação entre a formação de nossos leitores e o hábito de leitura de seus progenitores, isso segundo especialistas. O próprio ato de conversar com os filhos sobre livros já é benéfico, em razão de que a leitura se torna um hábito, a partir do momento em que há uma integração, troca de interpretações e de pontos marcantes em torno das descobertas literárias. Como exemplo, podemos citar o fato de que quando um pai lê uma história ou poesia e dialoga com seu filho sobre os aspectos tratados nela, essa interlocução clareia a mente da criança deixando a leitura mais clara e aberta, possibilitando a formação de um leitor assíduo.

Com o surgimento da tecnologia, mais jovens são vistos com celulares, *tablets* e entre outros aparelhos eletrônicos, se distraíndo com informações que não formam este hábito leitor. Mas, não devemos relacionar a tecnologia como os vilões da escassez de leitura no Brasil. Nosso principal objetivo neste trabalho é, justamente, apontar que a tecnologia, especificamente as conexões em redes, como peças importantes para a construção de um leitor, notadamente diante das novas formas de usar, por exemplo, uma conta do Instagram,<sup>2</sup> garantindo a inovação em torno do debate e da divulgação de obras literárias ou não literárias.

Como *corpus* deste trabalho, analisaremos separadamente dois perfis constantes do Instagram: o do paraibano José Pedro da Silva, 23 anos, administrador do *Instagram Literário De Cara nas Letras* - @decaranasletras; e o da catarinense Nicolý Mafra, 26 anos, administradora do Instagram Literário *Nick Mafra* - @nickmafra. Avaliaremos, assim, como cada um desses *bookstragrammers* aborda as leituras em suas respectivas páginas, tomando a identidade visual construída por eles para chamar a atenção dos seus seguidores, o que, ao mesmo tempo, colabora para a formação de uma sociedade com mais leitores. Nesta direção, os objetivos específicos consistem em analisar a real importância da literatura e seu impacto na sociedade conectada em redes.

Para a abordagem deste ponto, utilizaremos as contribuições de Antoine Compagnon (2009), como também a reflexão travada por Márcia Abreu (2006) sobre as instâncias de legitimação da leitura e do literário. Consideraremos, ainda, a relação entre literatura e vida, leitura e cidadania, conforme afirma Antônio de Pádua Dias da Silva, quando ele afirma que o “[...] desenvolvimento e domínio de habilidades que tornem leitores potencialmente em cidadãos que transformem a si, o mundo ao seu redor e reconstruam o mundo de forma mais

---

<sup>2</sup> O *Instagram* é uma rede social online criada pelos brasileiros Mike Krieger e Kevin Systrom em outubro de 2010. Tem por objetivo o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

humanizada, menos preconceituosa e mais respeitadora dos modos de cada um viver, ser e estar no mundo” (SILVA, 2016, p.20). Por fim, ressaltaremos que as mídias influenciam o mercado editorial, na medida em que a comunicação promove essa convergência, relacionando produtor e consumidor.

## 2 CONSIDERAÇÕES SOBRE LEITURA(S)

A leitura é uma arma poderosa, ela não é algo banal, nem merece falta de atenção, pois podemos relacionar aquilo que lemos com a nossa vida. Ler, assim, vai além de decodificar signos. Como afirma Bacon (1996 *apud* COMPAGNON, 2009, p.36), “a leitura torna o homem completo, a conversação torna o homem alerta e a escrita torna o homem preciso” – A leitura literária, assim, se distancia de algo falso, dissimulado, nos tornando homens verdadeiros e até melhores: aquele que lê pouco, assim, pode se tornar um indivíduo sem pensamento e criticidade.

Além de ser algo prazeroso, a leitura instrui os bons costumes, que para Compagnon é uma prestação de serviços ao público. Ao mesmo tempo em que instrui, diverte. Conforme Compagnon (2009), a literatura não tem apenas o poder de instruir deleitando, mas serve também como uma forma de remédio, libertando o indivíduo do obscurantismo religioso, e instaurando uma experiência de autonomia, que liberta e promove a responsabilidade no indivíduo. Para este mesmo autor, a literatura também poderia ajudar a corrigir os defeitos da linguagem, pois a “literatura fala a todo mundo, recorre à língua comum, mas ela faz desta uma língua particular – poética ou literária” (COMPAGNON, 2009, p. 45). Neste sentido, se faz da literatura uma filosofia, ultrapassando-se os limites da linguagem ordinária: “Brincando com a língua, a poesia ultrapassa suas submissões, visita suas margens, atualiza suas nuances e enriquece-a violentando-a” (COMPAGNON, 2009, p.47).

Para este autor, devemos fazer novamente elogio a literatura, protegê-la da depreciação, na escola e no mundo:

As coisas que a literatura pode procurar e ensinar são pouco numerosas mas substituíveis, prognosticava ainda Italo Calvino: a maneira de ver o próximo e si mesmo, [...] de atribuir valor às coisas pequenas ou grandes, [...] de encontrar as proporções da vida, e o lugar do amor nela, e sua força e seu ritmo, e o lugar da morte, a maneira de pensar e de não pensar nela, e outras coisas “necessárias e difíceis”, como “a rudeza, a piedade, a tristeza, a ironia, o humor”. (COMPAGNON, 2009, p.56-57).

Portanto, a leitura literária tem o poder de ultrapassar os limites da linguagem e de se reconstruir, pois, analisa as relações particulares que reúnem as crenças, as emoções, a imaginação e a ação, o que faz com que ela encerre um saber insubstituível e não resumível sobre a natureza humana, um saber de singularidades (COMPAGNON, 2009). Então, para o francês, a literatura deve ser lida e estudada porque oferece um meio de preservar e transmitir a experiência dos outros, aqueles que estão distante de nós em tempo e espaço, ou que se diferenciam de nós, de acordo com suas condições de vida, pela dimensão da alteridade: ao lermos determinada obra somos tragados para aquele ambiente representado no livro, somos seduzidos pela história, pelos personagens e, a partir disso, nossas emoções estão voltadas para uma representação de vida ficcional, nos desconcertando, incomodando, desorientando, desnorteando, porque a leitura faz apelo às emoções e à empatia. Assim, ela percorre objetivos que outros discursos negligenciam, mas que a ficção reconhece em seus detalhes, conforme afirma Compagnon (2009). Ensinando-nos a sentir, ela jamais se conclui, ficando aberta: “Há, portanto, um pensamento da literatura. A literatura é um exercício de pensamento; a leitura, uma experimentação dos possíveis.” (COMPAGNON, 2009, p.66). Ao lermos um livro colocamos em evidência tudo que está sendo dito para refletirmos e assimilarmos algo vinculado a nossa forma de pensarmos e agirmos.

## 2.1 Literatura, leitura, cultura

Márcia Abreu, em seu livro *Cultura Letrada – Literatura e leitura*, nos permite enxergar que a definição de literatura não é objetiva e universal, mas sim algo cultural e histórico. Destaca que quem considera o que literatura é ou não são as *instâncias de legitimação*. Quem foi que disse que Machado de Assis é um autor literário? São os estudiosos da área (instâncias legitimadoras) que definem o que é ou não literário, qual autor é ou não um autor literário. Mas o que um leitor comum acha das obras de Machado de Assis? Seria relevante para a formação de um aluno ler suas obras? Sem sombra de dúvidas, Machado foi um grande autor brasileiro, com obras reconhecidas no mundo todo e com um nome que introduz o realismo no Brasil, mas isso não é o suficiente para que suas obras sejam apreciadas pelos alunos.

Esta autora cita uma lista,<sup>3</sup> feita pela *Folha de São Paulo*, em 1999, com aquelas obras que passariam a ser consideradas as melhores obras do século XX, do Brasil e do Mundo. As

---

<sup>3</sup> Márcia Abreu cita: A Folha de São Paulo em 1999 lançou uma lista com as melhores obras do século XX do Brasil e do Mundo. Vejamos: Mundo: 1º Ulisses – James Joyce, 2º Em Busca do Tempo Perdido – Marcel Proust, 3º O Processo – Franz Kafka, 4º Doutor Fausto – Thomas Mann, 5º Grande Sertão Veredas – Guimarães Rosa, 6º O Castelo – Franz Kafka, 7º A Montanha Mágica – Thomas Mann, 8º O Som e a Fúria – William Faulkner, 9º O

obras citadas como as melhores obras do século XX do mundo, certamente, várias pessoas não tiveram acesso, bastando considerar que o “Finnegans Wake” ainda não possuía tradução no Brasil, naquele momento, só final de 1999 que o professor Donald Schüler começou a publicar capítulos de tradução para o português e ainda afirmou que a leitura não seria fácil. Diante disso, ela afirma que a lista não é pra causar qualquer desconforto e sim para mostrar que não há consenso quando se trata de gosto e, especificamente, do gosto literário. Na lista poderiam estar inclusos outros autores que consideramos importantes, mas eles simplesmente não estão lá, mostrando-nos que o gosto literário não é algo universal e sim algo cultural e histórico.

É assim que precisamos entender o que é definido como *cânone*. Segundo o dicionário de termos literários (DUARTE, 2009), o cânone veio do grego “kanon” que designava uma espécie de vara com funções de instrumento de medida; mais tarde, o termo se aplicou como um modelo ou norma a ser seguida. A primeira utilização generalizada do cânone, em termos etimológicos, foi no século IV, quando a Igreja cristã validou a lista de livros sagrados transmitindo a palavra de Deus, logo, simbolizando a única verdade a ser seguida por um grupo que, então, passaria a utilizar estes escritos como forma de manual e estilo de vida. Após a rejeição de certos livros denominados falsos, o cânone bíblico tornou-se fechado e inalterável. Isso é importante para a história posterior do conceito de cânone, quando se considera uma seleção de textos e/ou indivíduos escolhidos como leis por uma comunidade, reproduzindo valores ditos universais e garantindo o poder de exclusão e inclusão.

Nesta direção, Silva propõe:

[...] um modo diferente de perceber a atividade de leitura, sobretudo, a Literária, e acomoda a frequência e necessidade de leituras dos alunos em um mesmo ritmo e paradigma em que se joga, atua sem as distinções dos gêneros, das formas, dos discursos, mas possibilita-se o diverso, a dialogia e o respeito aos gostos, aos estilos, às necessidades de cada leitor. (SILVA, 2016, p.19).

---

Homem Sem Qualidades – Robert Musil, 10º Finnegans Wake – James Joyce. Já a lista do Brasil é a seguinte: Brasil: 1º Grande Sertão Veredas – Guimarães Rosa, 2º Dom Casmurro – Machado de Assis, 3º Memórias Póstumas de Brás Cubas – Machado de Assis, 4º Macunaíma – Mário de Andrade, 5º Triste Fim de Policarpo Quaresma – Lima Barreto, 6º Quincas Borba – Machado de Assis, 7º Memórias de um Sargento de Milícias – Manuel Antônio de Almeida, 8º Vidas Secas – Graciliano Ramos, 9º São Bernardo – Graciliano Ramos, 10º Memórias Sentimentais de João Miramar – Oswald de Andrade. A questão é que, dentre as obras citadas como as melhores obras do século XX do mundo, certamente várias pessoas não tiveram acesso, como é o caso do “Finnegans Wake”, quer, àquela altura, não havia tradução no Brasil – só no final de 1999 é que o professor Donald Schüler começou a publicar capítulos de tradução para o português e ainda afirmou que a leitura não seria fácil. As obras reconhecidas como as melhores do mundo e do Brasil são obras de grandes autores aclamados pelos críticos. Quanto às pessoas que não leram a metade do que está nesta lista pode causar certo desconforto. Por outro lado, a *Isto É* fez uma lista com os melhores escritores do século, excluindo as obras e o resultado foi: 1º Machado de Assis, 2º Carlos Drummond de Andrade, 3º Monteiro Lobato, 4º Jorge Amado, 5º Érico Veríssimo, 6º Guimarães Rosa, 7º Graciliano Ramos, 8º Cecília Meireles, 9º Rachel de Queiroz, 10º Euclides da Cunha. Como se percebe, a lista fica ainda mais confusa, pois nela está inseria alguns autores que muitas pessoas não tiveram contato, que muitos leram e gostaram, não gostaram, não compreendem etc.

Este autor, por sua vez, discute literatura como sendo a “arte das palavras”, como ficção, registros, escritas e abre três adendos para inserir a discussão teórico-conceitual feitos aos modos de abordagem do texto: humanização, potência/devir e o “prazer de ler”, incluindo até uma reflexão sobre o Belo, a partir de Todorov:

O belo não pode ser estabelecido objetivamente, uma vez que provém de um juízo de gosto e reside, portanto, na subjetividade dos leitores ou espectadores; mas ele pode ser reconhecido pela harmonia dos elementos da obra e tornar-se objeto de consenso. (TODOROV 2014 apud SILVA 2016, p.83).

Pensando na teoria de Todorov, Silva (2016) aponta que a objetividade está para as ciências, de outro lado, o belo está vinculado às conotações abstratas, individuais. O estudioso questiona que se a leitura provém de juízo de gosto e caracteriza-se pela sua subjetividade, quem define e estabelece esse juízo? São os leitores? Se a resposta for afirmativa, a que classes sociais pertencem, quem são essas pessoas que tiveram contato com obras e autoras e a partir dela definiram um (bom) gosto?

### 3 VELHAS E NOVAS MÍDIAS

A tecnologia enforma uma nova mídia: a internet, especificamente nas construções de *blogs* e redes sociais. Deixamos bem claro que é um erro pensar que com o surgimento das novas mídias, as consideradas velhas mídias deixam de existir. Há funções específicas para cada uma delas, e abrir mão dos velhos espaços de comunicação enfraquece, por exemplo, uma mídia popularmente conhecida, a saber, o livro impresso, por exemplo.

Se desconsideramos as velhas mídias e vivermos em prol apenas das novas, nossa função política seria apenas a de ocupar os espaços de *web*. Essa proposta não obteria um resultado satisfatório, tendo em vista que a propagação de informações deve estar contida nas ruas, nos muros e papéis, assim como na televisão e no rádio. Com o advento da internet, as velhas mídias não são anuladas e nem reduzidas, a internet é mais um caminho para que possamos retomar os espaços públicos de difusão – espectro de tv e rádio, por exemplo. – para quem tem direito sobre eles – o povo. Ou seja, os livros físicos, *cd's*, *dvd's*, tv, rádio, etc., não deixaram de existir: nossa relação com eles é que vem deixando de existir, diante de uma época de transformações grandiosas, e todos temos três opções: tê-las, ignorá-las ou aceitá-las. A partir da aceitação dessas transformações teremos mais capacidade de entender quem somos e o papel que podemos cumprir enquanto construtores dessa nova mídia e, com ela, de uma nova

sociedade. As novas e velhas mídias<sup>4</sup> colidem, a mídia corporativa e a mídia alternativa se ligam, e o poder do produtor da mídia e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisíveis (JENKINS, 2009, p.30).

Jenkins (2009) ressalta três definições a respeito das mídias: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Por convergência o autor entende:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p.30).

O autor explica que, no mundo da convergência, toda história importante é contada, as marcas são vendidas e o consumidor é adulado por múltiplas plataformas de mídia. E a circulação de conteúdo depende fortemente da participação ativa de seus consumidores. O argumento de Jenkins é contrário à ideia de que a convergência deve ser compreendida como um processo tecnológico que unifica diversas funções dentro dos mesmos aparelhos: para ele, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Sobre cultura participativa nos meios de comunicação Jenkins aborda:

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30-31).

É assim que ele explica que os consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos. Em sua terceira definição, denominada inteligência coletiva, Jenkins afirma:

O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte de alternativa de poder midiático. (JENKINS, 2009, p. 31).

---

<sup>4</sup> No livro do Jenkins (2009), o termo mídia é utilizado como sinônimo para meios de comunicação.

Nesta direção, a inteligência coletiva se refere à capacidade de comunidades virtuais para alavancar o conhecimento e a especialização de seus membros, normalmente pela colaboração e discussões em larga escala (Cf. JENKINS, 2009, p.390), certamente é isso que verificamos na atuação dos *bookstagrammers*, cujos perfis serão analisados mais adiante.

### 3.1 *Bookstagrammers* – leituras a partir do gosto pessoal

Segundo dados da UOL e Portal Ig<sup>5</sup>, nos últimos anos, as vendas dos livros da literatura internacional e nacional vêm tendo um alcance positivo no Brasil e, assim, a procura por estes livros está fazendo com que o mercado editorial alavanque suas vendas. Mais ainda: novas opções surgem para suprir a necessidade do leitor, como os chamados de *e-books*, livros digitais que surgem como uma alternativa em relação à mídia impressa. Portanto, hoje, o volume da leitura em papel ou no suporte digital está bastante dividida, mas há aqueles que utilizam ambos os recursos, intercalando suas leituras, porque percebem que ambas têm sua função e características. O *e-book*, por exemplo, é uma excelente opção quando a falta de livros na mídia física acontece, devido às edições esgotadas, por exemplo. Percebemos que esse fato se dá como uma convergência de mídias, simbolizando mais que uma mudança tecnológica.

A convergência das mídias é mais do que uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (JENKINS, 2009, p.43).

Diante dessa afirmação, Jenkins (2009) afirma que os processos midiáticos estão em constante processo, e que graças à proliferação de canais das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando em uma área onde encontraremos mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vamos viver em um dia, quando tivermos banda larga o suficiente ou quando descobrirmos a configuração dos aparelhos, querendo ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência, em que se cria valor e significado por meio da mídia propagável, o que nos permite enxergar que os consumidores não são apenas receptores passivos, mas grupos de pessoas que estão participando, moldando e reconfigurando conteúdos de mídias de uma maneira como não poderíamos imaginar antes: “E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que

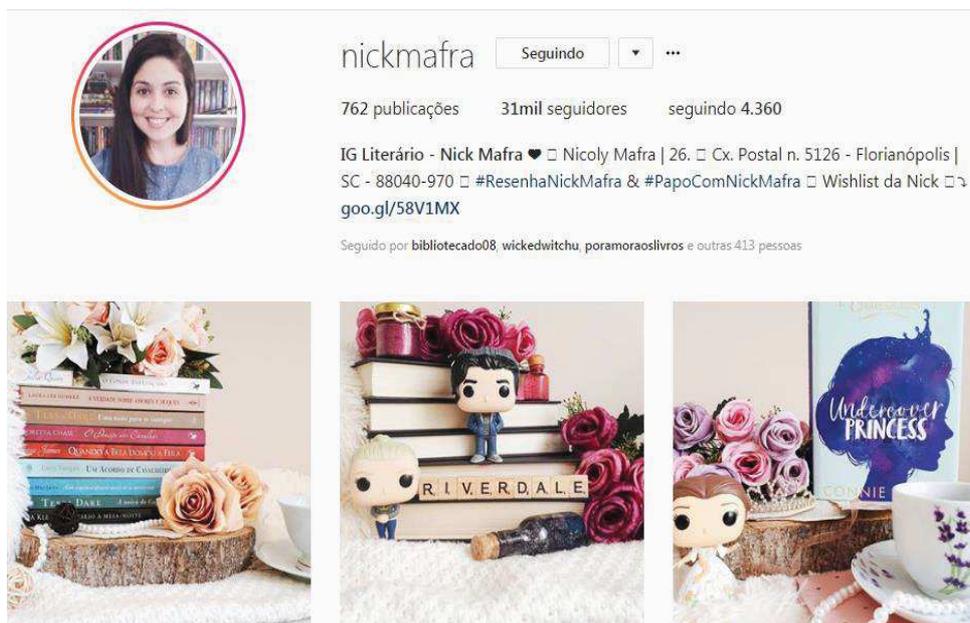
<sup>5</sup> Ver sites: <<http://jcrs.uol.com.br/conteudo/2018/02/economia/612816-vendas-de-livros-no-brasil-inicia-2018-com-crescimento.html>>; <<http://gente.ig.com.br/cultura/2017-01-23/livros-e-revistas.html>>. Acesso em 13 de maio de 2018.

lhe permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica.” (JENKINS, 2014, p.24). Como exemplo de uma cultura participativa proposta por Jenkins (2009) e relacionando a leitura com as novas mídias existentes, podemos citar os *instagrams* denominados literários, nos quais seus administradores relatam suas experiências de leitura e as compartilham com seu público.

O primeiro *Instagram* Literário que iremos analisar é o da catarinense Nicolý Mafra.<sup>6</sup> Este *instagram* é um dos perfis literários que possui uma enorme quantidade de seguidores, atualmente mais de trinta mil outros perfis<sup>7</sup> a seguem e são receptivos ao conteúdo postado na página. Para a construção desse perfil, Nicolý Mafra se acerca de conceitos que tornam a leitura pessoal mais prazerosa e satisfatória. “Escolho minhas leituras de acordo com o que desejo ler no momento. Geralmente, fico entre fantasias e romances contemporâneos voltados para o público jovem adulto”<sup>8</sup>.

Vejamos uma imagem deste perfil:

Imagem 1



Fonte: <https://www.instagram.com/nickmafra/>

<sup>6</sup> Nicolý Mafra nasceu em Florianópolis – Santa Catarina, tem 26 anos. Exerce o cargo de secretária executiva. Graduada em secretariado executivo bilingue pela Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>7</sup> O termo perfis é utilizado, pois, seus seguidores não são compostos apenas por pessoas físicas, mas, empresas de livros, outros *blogs*, etc.

<sup>8</sup> No ramo da literatura dos *Instagrams* Literários o termo também é muito utilizado por *Young Adult* (YA). Esta fala nos foi concedida por meio de uma entrevista via *Whatsapp*.

Em seu perfil, esta *bookstagrammer* preza pela qualidade das fotos do livro, sempre mantendo um perfil agradável de se ver, com fotos claras e limpas. Construir uma identidade visual nesse tipo de propagação de mídia é fundamental para que o alcance seja satisfatório para ambas as partes.

As empresas editoriais analisam os perfis mais criativos e interativos e fornecem livros para que os *bookstagrammers* resenhem e indiquem a leitura, gerando interação entre fãs, e aumentando, certamente, o volume de vendas. Podemos perceber que quando lemos um livro e nos conectamos àquela história, podemos propagá-la através das mídias em plataformas como o *instagram*. Esse é um dos principais objetivos dos *instagrans* literários, e de seus criadores, os *bookstagrammers*. A experiência de ler um livro se torna, assim, algo compartilhado e que pode, inclusive, dividir opiniões, mas todos têm o direito de exercer seu papel crítico perante o conteúdo implantado por determinada produtora, neste caso, as editoras.

É por isso que Jenkins (2009) ressalta que o entretenimento não é a única coisa que flui pelas mídias, mas nossa vida, desejos, relacionamentos também fluem pelos canais de mídia. O *instagram* literário, então, é uma ferramenta que propaga conteúdos que são relevantes para determinado grupo de pessoas, construídos diante das particularidades e singularidades que o *bookstagrammer* possui através de suas experiências com a leitura. Isso é convergente à afirmação de Abreu (2006), ao afirmar que os livros que lemos e as opiniões que nós expressamos sobre eles compõem uma parte da nossa imagem social.

Vejamos a seguir uma imagem do livro *É assim que acaba* da autora americana Colleen Hoover, publicado em 2018, pela Editora Galera Record. Na postagem, a *bookstagrammer* resenhou<sup>9</sup> a obra de acordo com suas emoções, gerando uma crítica impressionista e pouco

---

<sup>9</sup> Resenha publicada em 23 de abril de 2018: “Lily Bloom passou por muitas situações difíceis em sua vida. A garota presenciou conflitos intensos, morava em um lar turbulento, teve um relacionamento cheio de amor que não acabou nada bem, e, em muitos momentos, sua melhor amiga e confidente era uma pessoa que ela nunca conheceu; porém, essas dificuldades deram forças para que a garota lutasse para sair daquela situação. Alguns anos depois, Lily Bloom chega à Boston pronta para realizar todos os seus sonhos, como, por exemplo, abrir a sua própria floricultura. Porém, quando a garota conhece Ryle Kincaid, um neurocirurgião lindo, confiante e intenso, Lily sente que talvez a sorte esteja sorrindo para ela, e o amor também. Quando alguém do seu passado volta a fazer parte de sua vida, Lily sente que seu relacionamento, sua felicidade e seus sonhos estão em jogo. A garota lutou tanto da tormenta, mas seus fantasmas voltam a assombrá-la. As palavras escritas por Colleen Hoover têm poder. Os livros da autora são intensos, abordam assuntos que precisam ser discutidos e são chocantes, dolorosos, porém, muito importantes. *É assim que acaba* não é diferente, acredito que esse seja o livro mais intenso da autora, mais cru e mais real; não é uma leitura fácil, mas é uma leitura essencial. Fiquei horas e horas pensando neste livro após ter concluído a leitura, e durante esses meus devaneios que percebi que a única coisa que me incomodou neste livro foi o final corrido e um pouco injusto em uma das partes, mas não entrarei em detalhes – nada de spoilers aqui! Os livros da CoHo possuem algumas características que gosto muito de ler, por exemplo: tantos os personagens principais como os secundários são importantes e muito bem desenvolvidos; a escrita é viciante, leve e intensa – é impossível largar o livro depois que começa. Porém, a característica mais marcante dos livros da autora é: você vai sofrer, mas você vai amar. Se você é fã da autora, ou mesmo se você nunca leu algo da CoHo, dê uma chance para este livro. É uma leitura intensa, necessária, e mesmo que te deixe em pedacinhos, vale muito a pena!”

apegada a critérios mais densos de análise, enfatizando muito mais sua recepção positiva em relação à leitura. Assim, fica claro o objetivo de propagar esta experiência e, conseqüentemente, difundir aquele produto que, afinal, compõe o catálogo de uma grande editora.

Imagem 2



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bh7ZkWGntnK/?taken-by=nickmafra>

Para a composição desta foto, utilizou os recursos que julga necessários para deixar a postagem mais dinâmica e atrativa, chamando atenção de seus seguidores e os persuadindo a lerem a obra. A resenha é adaptada para a plataforma, portanto, não pode ultrapassar o limite de 2.200 caracteres, que é o limite máximo para legendas no *instagram*. Construir uma legenda para essa determinada postagem requer um breve resumo da obra e sua opinião, garantindo o conceito básico do termo “resenha”. Com essa postagem de indicação de livro, ela alcançou mais de 1.500 curtidas e cerca de 165 comentários, um saldo positivo comparado a outros tipos de postagem referentes a livros não tão conhecidos pelos jovens.

Como um segundo exemplo de *instagram* literário, analisaremos o perfil criado por José Pedro,<sup>10</sup> denominado De Cara Nas Letras, em que se promove também a divulgação de obras

<sup>10</sup> José Pedro da Silva Júnior nasceu em Campina Grande – Paraíba, tem 23 anos. Graduando em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba. Usuário: @decaranasletras. Esta fala é parte de uma entrevista concedida via Whatsapp.

lidas e opiniões distintas sobre elas. Para este *bookstagrammer*, o principal objetivo do seu instagram literário é “difundir a literatura, sem distinção de público alvo, com o intuito de incentivar a leitura por meio de nossas indicações.” Suas leituras, assim, são pautadas no seu gosto pessoal.

Imagem 3



Fonte: <https://www.instagram.com/decaranasletras/>

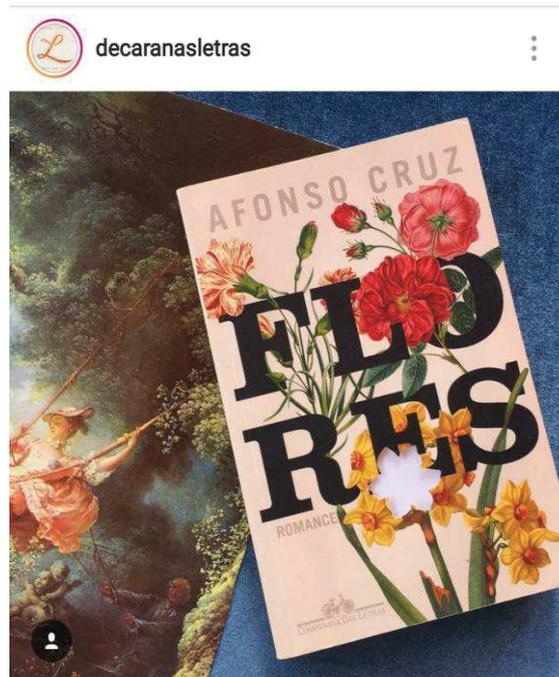
Diferente do perfil anterior, a identidade visual deste é centrada apenas no livro: ele não utiliza outros recursos para compor a foto, deixando em destaque apenas a obra. Esse *instagram* literário específico se diferencia por ser uma extensão do *Blog*<sup>11</sup> De Cara nas Letras. Então, o conteúdo serve como gancho para que os seguidores visitem o blog através do link anexado na descrição do perfil. Como exemplo da composição da resenha, apresentaremos o livro *Flores*,<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Ver site do blog: <<http://www.decaranasletras.com/>>

<sup>12</sup> Resenha postada em 14 de maio de 2018: “Afonso Cruz é um dos grandes nomes da literatura portuguesa contemporânea com uma obra vasta que passa o número de 25 livros publicados. Em *Flores*, ele traz uma narrativa envolvente, abordando a captura da memória que se perdeu. Seria possível fazer esse resgate e como introduzi-lo novamente em que se ausentou? De que forma isso pode contribuir para um idoso que já está a caminho da morte? São perguntas que permeiam nossa mente durante a leitura e que nos move ao longo do romance. Embora o livro não seja apenas isso, quando nos mostra relações amorosas que já não possuem o mesmo ardor que inicialmente... e as relações que se perderam, mas que nunca deixaram de inflamar um sentimento recíproco. Passa lá no blog e confere a resenha completa. Link na bio!”

do autor Afonso Cruz, publicado em 2016, pela editora Companhia das Letras, lido e indicado aos seus seguidores.

Imagem 4



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Biw8pbxnXMC/?taken-by=decaranasletras>

O gosto de leitura desse *bookstagrammer* não é constituído apenas pelos *best sellers*, o mesmo iniciou suas leituras através de uma biblioteca com um acervo não tão atualizado, lá tomava para si os livros que o agradassem pelas capas ou as sinopses. Com a revista *Avon* teve alguns contatos com autores conhecidos pelo seu sucesso, como Hannah Howell e seus romances de cunho erótico e fantástico, e também Harlan Coben com seus romances policiais. Na época de descobertas de novas leituras, o universo literário ainda era fechado e sem muito questionamento, pois estava satisfeito com as leituras que contribuíram com sua paixão pela literatura. No entanto, ao navegar por novos caminhos, como os autores contemporâneos, clássicos da literatura e principalmente os livros “fora da curva”,<sup>13</sup> passou a perceber que a fase de ler livros denominados *best sellers* passou e estes fizeram menos presença nas suas listas de desejados ou que despertassem interesse.

<sup>13</sup> O *bookstagrammer* conceitua a expressão “fora da curva” como livros não tão conhecidos. O primeiro parágrafo desta página são citações parafraseadas do *bookstagrammer* transmitidas em uma entrevista via WhatsApp.

Abreu (2006) afirma que o gosto literário varia conforme a época, o grupo social, a formação cultural, fazendo com que as pessoas apreciem de modo distinto os romances lidos. O gosto literário deste *bookstagrammer* variou conforme sua época, antes lia determinado gênero, hoje lê outro a partir de experiências que teve ao longo de sua vida. O administrador da página “De cara nas letras” ressaltou na entrevista que os *best sellers* ou livros *hypados*<sup>14</sup>, desde que desperte seu interesse e veja um diferencial. Mas, antes, procura muitas resenhas sobre a obra, pesquisa sobre o autor e suas origens. É um processo como aquele comentado por Abreu (2006), ao afirmar que não só a literatura canônica é capaz de provocar reflexão e o auto-aprimoramento. A autora também acredita que é um problema pensar que educação formal “deveria difundir as hierarquias literárias e o gosto literário culto.” (ABREU, 2006, p.85), para ela quem lê obras consideradas canônicas, aprecia os *best sellers* e faz deles leituras instigantes.

### 3.2 Mercado editorial ligado aos *bookstagrammers*

O mercado editorial brasileiro vem abrindo as portas para leitores que têm plataforma midiática como por exemplo, *blog*, *vlog*, *podcast*, *instagram* ou *facebook*. Para concretizar esse exemplo, citaremos uma das editoras mais bem-conceituadas do Brasil, a *Editora Intrínseca*,<sup>15</sup> que seleciona as melhores páginas para se tornarem suas parceiras. Obter parceria com a editora é resenhar sobre o livro enviado (sem nenhum custo) pela editora, a fim de convencer outras pessoas a adquirirem suas obras. A empresa avalia os candidatos de acordo com alguns critérios: qualidade e estrutura das resenhas (importante: a editora não avalia se o parceiro gostou ou não da obra, e sim a capacidade de expressar sua opinião); frequência de postagens; ortografias dos posts<sup>16</sup> e das resenhas; identidade visual e conteúdo, números de seguidores/visualizações e alcance do canal e número de visitas mensais.

Os *bookstagrammers* aqui apresentados têm parcerias com editoras. O “De cara nas letras” possui parcerias com Valentina, Companhia das Letras, Intrínseca e Martin Claret. Por outro lado, a Nicolý possui parcerias com as editoras: Plataforma 21, Galera Record, Grupo Editorial Record, Morro Branco, Globo Alt, Rocco, Companhia das Letras, Universo dos Livros e Gutenberg. Os dois perfis literários têm o objetivo de ler os livros enviados pelas editoras

<sup>14</sup> No âmbito do universo dos *bookstagrammers* o termo simboliza o exagero de algo, marketing para enfatizar determinado produto, neste caso, o livro.

<sup>15</sup> Intrínseca: Juventude e competência editorial. É uma editora jovem, não só na idade – fundada em dezembro de 2003, opta por publicar livros de ficção e não ficção sempre priorizando a qualidade, e não a quantidade de lançamentos. Essa é a marca da Intrínseca, cujo catálogo reúne títulos cuidadosamente selecionados, dotados de uma vocação rara: conjugar valor literário e sucesso comercial. EDITORA INTRÍNSECA. Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/a-editora-intrinseca/>> Acesso em 14 de maio de 2018.

<sup>16</sup> Posts é utilizado para se referir ao termo “postagens”.

parceiras e indicar aos seus seguidores. Essa visão podemos relacionar ao que Jenkins aborda em seu livro *Cultura da conexão*:

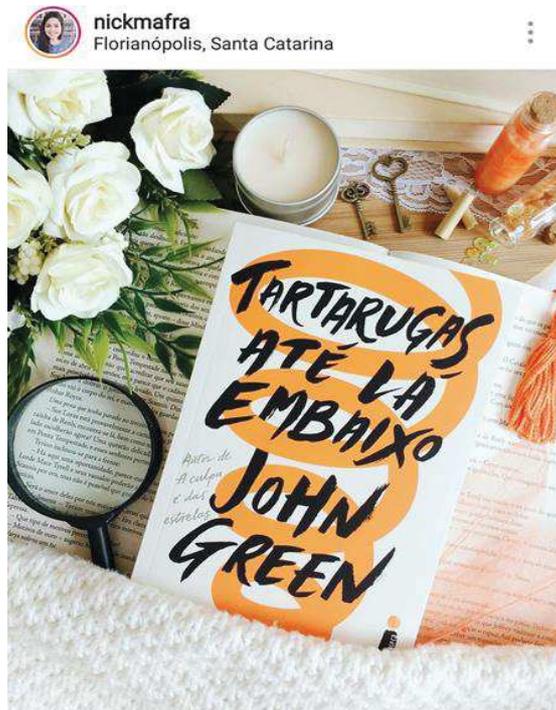
Segundo o modelo de aderência, as empresas ganham valor econômico ao oferecer mercadorias por meio de alguma espécie de catálogo de comércio eletrônico, cobrando pelo acesso à informação (através de uma assinatura ou taxa de serviço), ou por meio da venda da visualização do site dos visitantes para algum parceiro de fora, a maior parte destes sendo anunciantes. Esses acordos publicitários são vendidos pela justaposição de mensagens publicitárias a uma página ao lado do conteúdo, e os valores de anúncio se baseiam ao número de impressões que uma página gera, ou no número de cliques que um anúncio recebe. [...] (JENKINS, 2014, p.27-28).

Pensando nisso, as empresas compreendem a popularidade de um conteúdo *online*. E quais publicações prendem a atenção das pessoas por mais tempo. Em outubro de 2017, a Editora Intrínseca lança no Brasil o livro de um dos autores mais queridos pelos jovens e adolescentes, John Green, autor do *best seller A culpa é das estrelas*, após 6 anos sem publicar algo novo, lança o livro *Tartarugas até lá embaixo*. O livro está entre os 10 mais vendidos da editora durante do mês de maio<sup>17</sup> de 2018. E em sua época de lançamento a empresa contava com a divulgação de um dos livros mais aguardados por vários jovens leitores.

Imagem 5

---

<sup>17</sup> Lista dos 10 livros mais vendidos pela Editora Intrínseca em maio de 2018: 1º A sutil arte de ligar o f\*da-se - Mark Manson; 2º Extraordinário - R J Palacio; 3º Elon Musk – Ashlee Vance; 4º Mitologia Nórdica – Neal Gaiman; 5º O homem de giz – C. J. Tudor; 6º Com amor, Simon – Becky Albertalli; 7º Tartarugas até lá embaixo – John Green; 8º Como eu era antes de você – Jojo Moyes; 9ª Um breve história do tempo – Stephen King; 10º Leonardo Da Vinci – Walter Isaacson.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BcDWhFqHkB/?taken-by=nickmafra>

A imagem de número 5 faz parte do quadro de resenhas do instagram literário da Nicoly Mafra, onde a mesma resumiu e abordou sua opinião à cerca da obra considerada *best seller*. Esse fato é importante para a editora vender mais exemplares e crescer economicamente ao mesmo tempo que dedica seu trabalho a incentivar a leitura.

### 3.3 *Instagram* Literário e outras plataformas midiáticas

Em 2009, Linderberg Moreira criou uma rede social chamada *Skoob* (*books*, de trás pra frente) na qual é possível montar uma estante virtual: livros lidos, os que pretender ler, os que estão sendo lidos, os que têm, os abandonados, etc. A rede liga um leitor a outro, formando uma grande cadeia de comunicação com o objetivo de compartilhar experiências literárias com quem está distante. Segundo a própria rede, eles se denominam a maior rede social para leitores do Brasil, onde os usuários além de organizar sua estante têm a vantagem de fazer trocas, participar de sorteios, ganhar cortesias e muito mais.

Podemos dizer que o *Instagram* e o *Skoob* são duas plataformas midiáticas que se convergem, ambas com funções distintas, mas com o mesmo propósito: difundir os livros publicados pelas editoras brasileiras e influenciar as pessoas a adquirirem o produto, seja ele

no suporte tradicional (papel) ou digital (*e-book*). Segundo Jenkins (2016),<sup>18</sup> “o engajamento tornou-se um valor monetário essencial, que a indústria utiliza para medir o sucesso”, tendo em vista que o público está fragmentado em várias plataformas de mídia. Observemos a imagem abaixo:

Imagem 6

**Tartarugas Até Lá Embaixo**

4.2 ★★★★☆ 5.167 avaliações

LERAM	LENDO	QUEREM LER	RELENDO	ABANDONOS	RESENHAS
6.892	764	8.686	7	52	340

♥ Favoritos (1.471) 📌 Desejados (2.354) 🔄 Trocaram (39) ★ Avaliaram (5.167)

Depois de seis anos, milhões de livros vendidos, dois filmes de sucesso e uma legião de fãs apaixonados ao redor do mundo, John Green, autor do inesquecível *A culpa é das estrelas*, lança o mais pessoal de todos os seus romances: *Tartarugas até lá embaixo*.

A história acompanha a jornada de Aza Holmes, uma menina de 16 anos que sai em busca de um bilionário

[ver mais](#)

Tartarugas Até Lá Embaixo  
John Green

🛒 R\$ 21,40 até R\$ 31,40

Fonte: <https://www.skoob.com.br/livro/704294ED705413>

A *Editora Intrínseca* possui cadastro no *Skoob* e, por meio dessa outra opção da plataforma, ela mede o alcance que o livro está obtendo. A avaliação<sup>19</sup> do livro é considerada boa. Como afirma Jenkins, é importante para a empresa que o livro que ela publica tenha uma avaliação positiva no *Instagram* e/ou *Skoob*, pois as avaliações positivas centralizam o interesse do consumidor para a compra do produto. Não se pode esquecer que o *Skoob* está conectado às grandes livrarias e a outras empresas que comercializam livros como *Amazon*, *Livraria Cultura*, *Lojas Americanas*, etc. Ao pesquisar por determinada obra, a margem de preço surge por outra janela para que o usuário tenha noção de valores e assim fazer sua compra. Com isso, temos em mente que o *Skoob* tem cunho não apenas interativo, mas também comercial.

Há também *rankings*<sup>20</sup> de usuários que leram mais livros em determinado tempo. O *Skoob* está conectado com outras redes como o *Facebook* e *Twitter*. Esse fato se relaciona com o que Jenkins (2009) aponta, afirmando que para as empresas é mais viável distribuir conteúdos através de vários canais, em vez de uma única plataforma de mídia. Hoje, o *Skoob* está presente em aparelhos telefônicos como *iOS* e *Android* desempenhando as mesmas<sup>21</sup> funções que no

<sup>18</sup> Entrevista concedida a Revista Intercom. Ver site: < <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0213.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2018.

<sup>19</sup> A avaliação máxima do *Skoob* dá-se por no máximo cinco estrelas.

<sup>20</sup> Esse tipo de *ranking* funciona como maratonas anuais. Onde o *Skoob* permite que os usuários adicionem seus livros a uma meta de livros que lerá durante um ano, no final, o usuário poderá saber em que colocação atingiu entre seus amigos adicionados e entre a posição geral de todos os usuários do *Skoob*.

<sup>21</sup> Exceto à função *Plus*, função esta que permite que realize trocas entre si.

site. Por promover *rankings*, paginômetro<sup>22</sup>, e outras funções que individualizam uma conta da outra, o *Skoob* torna-se uma rede exibicionista, na qual seus membros exibem o que está lendo, o quanto leu e o quanto alcançou em determinado tempo; também nos *instagrans* literários, os *bookstagrammers* aparecem na mesma categoria, ao mesmo tempo que influencia a leitura, se exibem com seus perfis criativos e modos de ressaltar determinado conteúdo.

#### 4 CONCLUSÃO

Neste artigo, podemos perceber que, na contemporaneidade, as redes sociais são importantes para a divulgação de um livro, pelo fato de conduzirem uma interação rápida, instantânea e precisa. Nesta direção, podemos atribuir ao *instagram*, rede social com a finalidade de compartilhar fotos e vídeos com legendas breves, a possibilidade de transformar experiência por determinado grupo, este chamado de *bookstagrammer*, em canais de comunicação para influenciar as pessoas a lerem obras diversas. Para isso, é necessário moldar uma identidade visual, traçar seus objetivos e alcançar o público.

Ter um *Instagram* Literário não quer dizer, necessariamente, que os livros ali inseridos, postados, são os livros de autores canônicos, pelo contrário: há muito mais as relações que se travam com o perfil do administrador, e nisso se dá por meio de leituras que fogem do cânone. Então, nos *Instagrans* Literários os livros que têm histórias que despertem curiosidade ou que sejam relevantes ler, segundo aquele perfil, são alvos de publicações, de opinião e questionamento para que outras pessoas possam concordar ou não com o que foi abordado. Todavia, cada pessoa tem um critério para avaliar um livro, e, às vezes, não estão interessadas no que a academia fala, no que os críticos pensam daquilo que é tomado ou não como literatura. Os *bookstagrammers* leem apenas pelo simples fato de gostar, conseqüentemente compartilhando esta experiência com seus seguidores. Cada grupo social, cultural tem sua maneira de avaliar o que deve ou não ler, como afirma Abreu (2006). Assim, podemos constatar que não há livros bons ou ruins, há livros que queremos ou não ler. As escolhas cabem apenas ao gosto individual de cada leitor.

#### ABSTRACT

---

<sup>22</sup> O paginômetro é um termo advindo do *Skoob*, que serve como contador que se encontra no canto superior direito da página do perfil do usuário. A numeração resulta na quantidade de páginas de livros lidos que estão na estante.

With the advent of technology and the emergence of social networks, communication is much more accessible and instantaneous, putting in connection our society. This work deals with the analysis of two user accounts inserted in a specific social network, Instagram, which turned this space into a strategy of sharing of readings. It also analyzes the differences in readings and the strategies of sharing experiences with their followers, in relation to the publishing market, including the best sellers and canonical works read by the so-called bookstagrammers, whose purpose is to express critical opinion about a particular work he/she has read. Antoine Compagnon's (2009) thought, as well as the notes of Márcia Abreu (2006) regarding literate culture were used as theoretical fundament around the objective of the literature, and also the considerations of Antonio de Pádua D. da Silva (2016) on the teaching of literature, all put in perspective with the reflections on the connection culture alluded to by Henry Jenkins (2009).

**Keywords:** Literary Instagram. Bookstagrammers. Reading.

## REFERÊNCIAS

### *Livros:*

ABREU, Márcia. **Cultura letrada:** literatura e leitura. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

COMPAGNON, Antoine. **Literatura para quê?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

SILVA, Antônio de Pádua Dias da. **O ensino da literatura hoje:** da crise do conceito à noção de escritas. Campina Grande: Editora ADUEPB, 2016.

### *Internet:*

ASSUNÇÃO, Flávio. **O leitor brasileiro e o hábito dos pais.** Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/jornal/opiniao/2017/01/o-leitor-brasileiro-e-o-habito-dos-pais.html>>. Acesso em: 10 de maio de 2018.

CAVALCANTI, Heloisa. **Exploração do online fortalece mercado editorial e dá opção ao consumidor.** Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/cultura/2017-01-23/livros-e-revistas.html>>. Acesso em 13 de maio de 2018.

DORNELLES, Claiton. **Vendas de livros no Brasil inicia 2018 com crescimento.** Disponível em: <[http://jcrs.uol.com.br/\\_conteudo/2018/02/economia/612816-vendas-de-livros-no-brasil-inicia-2018-com-crescimento.html](http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2018/02/economia/612816-vendas-de-livros-no-brasil-inicia-2018-com-crescimento.html)>. Acesso em 13 de maio de 2018.

DUARTE, João Ferreira: s.m. “Cânone”, E-Dicionário de Termos Literários (EDTL), coord. De Carlos Ceia, consultado em 14-05-2018.

FALCOSKI, Patrícia. **Mais de 100 milhões de brasileiros estão conectados nas redes sociais.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2017/07/mais-de-100-milhoes-de-brasileiros-estao-conectados-nas-redes-sociais.html>>. Acesso em: 10 de maio de 2018.

GONZATOO, Camila. **Mercado editorial brasileiro: crescimento e cultura digital.** Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/blogdabc/mercado-editorial-brasileiro/>>. Acesso em 10 de maio de 2018.

JACKSON, Dominique. **Conheça seus limites: o comprimento ideal de cada post em redes sociais.** Disponível em: <<https://sproutsocial.com/insights/contador-de-caracteres-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 13 de maio de 2018.

KALINKE, Priscila; ROCHA, Anderson. **Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0213.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2018.

MAFRA, Nicoly. **Resenha Tartarugas até lá embaixo.** Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/BcDWhFqHkB\\_/?taken-by=nickmafra](https://www.instagram.com/p/BcDWhFqHkB_/?taken-by=nickmafra)>. Acesso em 13 de maio de 2018.

**Intrínseca:** mais vendidos maio 2018. Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/mais-vendidos/>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

**Intrínseca:** parceiros: inscrições 2018 Intrínseca. Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/parceiros-2018/>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

**Significados:** significado de hype. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/hype/>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

SILVA, José Pedro da. **De cara nas letras.** Disponível em: <<http://www.decaranasletras.com/>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

SILVA, José Pedro da. Resenha Flores. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Biw8pbxnXMC/?taken-by=decaranasletras>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

**Skoob:** quem somos? Disponível em: <[https://www.skoob.com.br/inicio/quem\\_somos](https://www.skoob.com.br/inicio/quem_somos)>. Acesso em 15 de maio de 2018.

**Skoob:** tartarugas até lá embaixo. Disponível em: <<https://www.skoob.com.br/livro/704294ED705413>>. Acesso em 15 de maio de 2018.