Resumo

“A leitura é um território em constante reinvenção, e nas redes digitais os livros ganham novas formas de existir, circular e emocionar” (Soares, 2025, p. 72). No século XXI, a leitura deixou de ser um ato solitário para tornar-se uma prática social digital. Este artigo analisa o impacto das redes sociais, com destaque para a comunidade BookTok no TikTok, nos hábitos de leitura dos jovens. Através de revisão de literatura recente (2024–2025) e abordagem qualitativa, investigam-se os modos como a cultura digital molda práticas leitoras, a formação de comunidades virtuais e o comportamento do mercado editorial. Os resultados indicam que o BookTok funciona como mediador cultural, despertando interesse por obras literárias entre jovens, ainda que enfrente críticas sobre diversidade e influência algorítmica. Assim, propõe-se uma reflexão sobre o equilíbrio entre entusiasmo digital e crítica literária.

Palavras-chave

BookTok; cultura digital; leitura juvenil; redes sociais; mediação literária; mercado editorial

1. Introdução

“Ler é sonhar pela mão de outrem” (Pessoa, 1935). No entanto, no cenário contemporâneo, o sonho da leitura ganhou novos contornos, moldado por vídeos curtos, hashtags virais e comunidades digitais. A emergência do BookTok — movimento de leitores no TikTok — resinifica a leitura juvenil como prática estética, performativa e social (Zindacta, 2025; Machado, 2024).

Este artigo propõe compreender o papel desta cultura digital nos hábitos de leitura de jovens, explorando como os algoritmos, a estética digital e o envolvimento social transformam o modo como os livros são lidos, recomendados e consumidos.

2. Revisão de Literatura

A leitura não apenas reflete a cultura de uma época, mas também participa ativamente da sua transformação (Chartier, 1999, p. 17*).* Com base nesse pressuposto, esta secção analisa:

2.1 Leitura e Juventude

“No ecossistema digital, os livros não se calam — ecoam em rede, reinventando o modo de ler e sentir” (Soares, 2025, p. 75).

A leitura é uma construção histórica e cultural, profundamente influenciada pelos meios que a suportam (Chartier, 1999; Silva, 2024). Jovens leitores do século XXI demonstram preferências por narrativas dinâmicas e interativas, que combinam texto, imagem e som (Machado, 2024; Oliveira & Ramos, 2025).

Segundo Castells (2021), os jovens são nativos digitais que desenvolvem formas de leitura hipertextual, fragmentada, porém afetiva. Esta leitura é menos linear e mais social, marcada por recomendações de pares e influenciadores (Soares, 2025).

2.2 Cultura Digital e Algoritmos

A cultura digital caracteriza-se por redes de participação, convergência e personalização algorítmica (Jenkins, 2009; Pariser, 2022). O TikTok, em especial, usa sistemas preditivos que maximizam o tempo de permanência e envolvimento, influenciando diretamente os conteúdos literários promovidos (Sage Journals, 2024; Costa, 2025).

Os criadores de conteúdo tornam-se curadores informais de leitura, democratizando o acesso a obras antes invisibilizadas, mas também reforçando padrões de consumo baseados em popularidade e estética (Zindacta, 2025; G1, 2025). Essa nova mediação exige um olhar crítico sobre o papel dos algoritmos na escolha dos livros e na formação do gosto literário (Santos & Ferreira, 2024).

2.3 BookTok e o Mercado Editorial

Com mais de 20 bilhões de visualizações em 2025, a hashtag BookTokBrasil gerou um novo paradigma editorial (G1, 2025). Editoras reformularam suas estratégias de marketing, autores independentes obtiveram visibilidade inédita e eventos literários passaram a incorporar influenciadores digitais nas suas programações (Monteiro, 2025; Machado, 2024).

Segundo Vieira e Lopes (2024), o BookTok desafia o modelo tradicional de mediação literária, deslocando a autoridade do crítico para o leitor-influenciador. Isto afeta não apenas a curadoria editorial, mas também o design gráfico das obras, as capas, os géneros priorizados e os formatos de publicação (Silva & Matos, 2025).

2.4 Críticas e Desafios

Apesar dos avanços na promoção da leitura, o BookTok é criticado por promover uma

homogeneização dos géneros, privilegiando romances young adult, fantasia e distopias (Sage Journals, 2024; Oliveira & Pimenta, 2025). Há também a preocupação com a superficialidade da leitura, muitas vezes reduzida a frases de efeito ou reações emocionais em vídeo (Castilho, 2024).

Vieira (2025) alerta que a valorização de métricas digitais pode eclipsar a diversidade literária, marginalizando obras menos populares, clássicos ou literatura de minorias. Ainda assim, muitos autores defendem que o BookTok constitui uma porta de entrada para o hábito da leitura, com potencial de aprofundamento posterior (Machado, 2024; Zindacta, 2025).

3. Metodologia

"Compreender a leitura no século XXI exige mergulhar nas práticas culturais em seus contextos digitais e performativos" (Creswell & Poth, 2018, p. 45). Neste sentido optou-se por uma abordagem qualitativa (Creswell & Poth, 2018), realizou-se:

- Análise de 50 vídeos populares da hashtag BookTokBrasil entre março e maio de 2025, utilizando análise de discurso (Fairclough, 2003);
- Entrevistas semiestruturadas com 10 criadores de conteúdo literário e 5 editores;
- Observação participante na Bienal do Livro Rio 2025.

A triangulação dos dados visou aumentar a confiabilidade dos achados (Yin, 2018).

4. Discussão

"A leitura não é apenas decodificação de palavras, mas produção coletiva de sentidos em contextos sociotécnicos em constante mutação" (Soares, 2025, p. 74). Desdobrando-se em três ramos:

4.1 Dinâmica Participativa e Estética da Leitura

Os dados revelam que o BookTok cria uma experiência partilhada de leitura: jovens são mobilizados não apenas pelo conteúdo dos livros, mas pelo sentimento de pertença à comunidade (Monteiro, 2025). A apresentação visual — iluminação, trilho sonoro, emoção — torna-se tão relevante quanto o próprio texto (Silva & Ramos, 2025).

As práticas observadas sugerem que a leitura é preformada como ato cultural, onde emoção, identidade e envolvimento coexistem (Soares, 2025). Como afirmam Jenkins e Green (2023),

“a cultura participativa transforma leitores em produtores de sentido”.

4.2 Mediação Algorítmica e Curadoria Literária

A ascensão do algoritmo como mediador literário traz implicações complexas. Por um lado, facilita o acesso a obras que dificilmente chegariam às prateleiras. Por outro, reduz a diversidade literária a padrões previsíveis de sucesso (Sage Journals, 2024; Costa, 2025).

Alguns editores entrevistados admitem que seguem tendências do BookTok para decidir reedições e traduções, enquanto criadores relatam a pressão para manter o envolvimento com títulos populares (Machado, 2024; Vieira & Lopes, 2024). Isto exige um equilíbrio ético entre performance digital e responsabilidade cultural.

4.3 Juventude Leitura e Comunidade

A leitura, antes individual, torna-se comunitária, emotiva e imediata. Jovens relatam sentir-se menos sós ao partilhar suas leituras e emoções online. Isto ressoa com a ideia de “comunidade interpretativa” de Fish (1980), em que o sentido é cocriado.

Contudo, a repetição de fórmulas pode limitar a expansão do repertório literário. Como propõem Oliveira & Ramos (2025), o desafio está em transformar o BookTok de “tendência” em “porta de entrada duradoura para a literatura”.

5. Conclusão

“Ler continua a ser um ato de resistência, mesmo quando feito em vídeo de 15 segundos” (Monteiro, 2025). A cultura digital não substitui o valor do livro, mas reconfigura sua circulação, receção e impacto.

O BookTok representa uma poderosa forma de mediação juvenil, com capacidade de envolver milhões. No entanto, o seu potencial crítico depende de uma pedagogia da mediação que reconheça os limites dos algoritmos e valorize a diversidade literária.

A integração entre leitura tradicional e cultura digital pode promover não apenas novos leitores, mas também leitores mais críticos, ativos e conectados. Cabe aos educadores, editores e criadores de conteúdo promoverem este equilíbrio.

Referências Bibliograficas

Castells, M. (2021). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

Castilho, J. A. (2024). Leitura digital e juventude: Entre algoritmos e subjetividades. *Revista Brasileira de Leitura e Escrita*, 10(1), 33–49.

Chartier, R. (1999). *A aventura do livro: Do leitor ao navegador*. UNESP.

Costa, R. (2025). Algoritmos e leitura: Os riscos da mediação automatizada. *Revista Educação & Tecnologia*, 21(2), 77–91.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE.

Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.

Fish, S. (1980). *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Harvard University Press.

G1. (2025, junho 1). *Bienal do Livro surfa na onda do BookTok*. https://g1.globo.com/guia/guia-rj/noticia/2025/06/01/bienal-do-livro-surfa-na-onda-do-booktok.ghtml

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Jenkins, H., & Green, J. (2023). Participatory culture and literacy: Rethinking textuality. *Media Studies Journal*, 35(2), 55–70.

Machado, S. (2024). *BookTok: como o TikTok está transformando jovens em leitores*. G1. https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2024/01/16/booktok

Monteiro, G. V. (2025). *A leitura nas redes: Influência, comunidade e mercado*. Forbes Educação. https://www.forbespt.com/a-leitura-nas-redes

Oliveira, F., & Pimenta, L. (2025). Juventude, leitura e cultura algorítmica: Uma análise crítica do BookTok. *Cadernos de Comunicação e Cultura Digital*, 7(1), 102–120.

Oliveira, R., & Ramos, M. J. (2025). Leitores em rede: Transformações no consumo literário juvenil. *Revista Lusófona de Educação*, 54(1), 89–106.

Pariser, E. (2022). *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Zahar.

Sage Journals. (2024). Algorithmic bias in BookTok recommendations. *Journal of Digital Media Literacy*, 6(3), 48–62. https://journals.sagepub.com

Santos, T., & Ferreira, M. (2024). A curadoria digital da leitura: Entre a autonomia e a prescrição. *Revista Crítica de Educação e Leitura*, 15(2), 65–81.

Silva, P., & Matos, C. (2025). Design, mercado e literatura: As capas como estratégia no BookTok. *Revista de Design Editorial*, 4(1), 22–38.

Silva, T. (2024). Práticas culturais juvenis e leitura digital. *Cultura e Sociedade*, 12(2), 115–129.

Soares, M. (2025). Leitura em rede: Emoção, comunidade e algoritmo. *Letras e Redes*, 9(1), 70–88.

Vieira, D. (2025). Influência ou influência? BookTok e o paradoxo da popularidade literária. *Estudos em Cultura Digital*, 8(2), 44–63.

Vieira, D., & Lopes, C. (2024). O papel do influenciador na mediação da leitura. *Comunicação e Sociedade*, 36(1), 55–74.

Zindacta, V. (2025). *BookTok e a revolução do mercado editorial*. Post Literal. https://www.postliteral.com.br/2025/04/booktok