

# O INSTAGRAM COMO ESPAÇO DE INCENTIVO A LEITURA: ANÁLISE DO PERFIL LITERÁRIO DOSES DE LIVROS

## INSTAGRAM AS A SPACE FOR READING ENCOURAGEMENT: ANALYSIS OF THE LITERARY PROFILE "DOSES DE LIVROS"

Marina da Silva Lima<sup>a</sup>  
Natanael Vitor Sobral<sup>b</sup>  
Antonio Souza da Silva Junior<sup>c</sup>

### RESUMO

**Objetivo:** Avaliar a influência do Bookstagram na promoção da leitura a partir do perfil literário Doses de Livros. **Metodologia:** A pesquisa foi realizada em três etapas, a saber: Etapa 1 – Levantamento bibliográfico, buscando nas bases científicas literatura sobre Bookstagram, promoção da leitura e redes sociais. Etapa 2 - Coleta de Dados: aplicou-se um questionário online via Google Forms, com perguntas de múltipla escolha sobre hábitos de leitura, impacto do Bookstagram “Doses de Livros” e percepções dos usuários. Também foi utilizada a netnografia para observar comportamentos e interações digitais. Etapa 3 - Análise dos dados para identificação de padrões, tendências e insights: as respostas dos questionários foram organizadas em planilhas para análise estatística e elaboração de gráficos sobre interação, motivação, tipos de conteúdo preferidos e contribuição do perfil para o aumento da leitura. **Resultados:** Os dados mostram que os participantes interagem com o perfil estudado com frequência, onde 40,5% dos respondentes afirmaram interagir diariamente. As principais motivações do engajamento são as recomendações literárias e as resenhas sobre livros, ambas correspondentes a 64,3% das respostas. Um dos pontos relevantes da pesquisa é a percepção dos seguidores em relação ao impacto do perfil em seus hábitos de leitura, onde 50% dos participantes acreditam que seguir o perfil contribui para lerem um pouco mais. **Conclusões:** Os dados analisados demonstram que o Bookstagram estudado nesta pesquisa tem incentivado usuários a se interessarem mais pelo hábito

---

<sup>a</sup> Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Estagiária no Laboratório de Tecnologia para o Conhecimento (Liber) na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Brasil. E-mail: marina.silva@ufpe.br

<sup>b</sup> Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Docente Departamento de Ciência da Informação (DCI) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Coordenador do curso de Bacharelado em Gestão da Informação. Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Brasil. E-mail: natanvsobral@gmail.com.br.

<sup>c</sup> Doutor em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Docente Departamento de Ciência da Informação (DCI) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Brasil. E-mail: silvajunior.as@ufpe.br.

da leitura, sendo as principais motivações para esse engajamento as recomendações literárias e as resenhas e opiniões sobre livros.

**Descritores:** Bookstagram. Promoção da leitura. Redes sociais. Hábitos da leitura.

## 1 INTRODUÇÃO

As mudanças nos hábitos de leitura impõem a educadores, bibliotecários e entusiastas da leitura o desafio de adotar estratégias inovadoras. Tais estratégias podem incluir a integração da leitura com tecnologias digitais, por meio do uso de plataformas e aplicativos que facilitem o acesso a livros, sejam eles e-books ou audiolivros, bem como a promoção da leitura em ambientes sociais, por meio da organização de clubes de leitura, tanto em formatos presenciais quanto virtuais.

Com o crescimento exponencial de sua popularidade nos últimos anos, o Instagram consolidou-se como uma das plataformas digitais mais utilizadas e influentes. Sua ênfase em imagens e interações visuais proporciona um ambiente propício para que milhões de pessoas compartilhem momentos, ideias e interesses. Nesse contexto, apresenta-se uma oportunidade singular: explorar o potencial do Instagram como uma ferramenta poderosa para o incentivo à leitura. As interações entre os consumidores de livros, as conversas, ou mesmo apenas o clique “like” das redes sociais conectam leitores em torno do consumo de experiências que é a própria leitura.

De acordo com Almeida (2023), em 2020, o movimento de produção de conteúdo literário nas redes sociais ganhou força, impulsionando o fenômeno denominado Bookstagram. As contas dedicadas ao compartilhamento de conteúdo literário passaram a influenciar leitores na escolha de determinados livros, ao mesmo tempo em que contribuíam, ainda que indiretamente, para a divulgação de obras e autores.

Embora esse nicho já existisse anteriormente, sua expansão foi intensificada durante a pandemia da Covid-19, período em que, devido ao isolamento social, muitas pessoas retomaram o hábito da leitura e passaram a compartilhar suas experiências literárias com outros leitores por meio das redes sociais. Adolescentes e jovens têm direcionado, cada vez mais, sua atenção às

mídias sociais, como Instagram e TikTok. Hanaver (2005) afirma que as pessoas estão deixando de sair de casa para se divertir com amigos, preferindo permanecer em frente ao computador interagindo virtualmente.

Assim, mais uma vez, a tecnologia transforma o convívio familiar e social, sendo incorporada como um elemento indispensável, presente em praticamente todos os contextos da vida cotidiana. O mundo virtual avança progressivamente, mesclando-se com o mundo real, ao passo que as tecnologias digitais modificam comportamentos e hábitos sociais de seus usuários. Essas plataformas, com formatos de conteúdo curtos e dinâmicos — como os reels (vídeos curtos do Instagram) —, oferecem aos usuários a possibilidade de conhecer novos títulos e autores de maneira prática e ágil.

No entanto, esse modelo de consumo rápido de conteúdo pode fomentar uma cultura de leitura superficial, distanciando-se dos métodos tradicionais de leitura. O elevado volume de dados recebidos pelo cérebro em formatos variados — texto, imagem e vídeo — pode provocar saturação da memória de trabalho e gerar sobrecarga cognitiva. Segundo Castells (2003), o simples acesso à informação não garante a construção do conhecimento, tampouco a aprendizagem. Para que isso ocorra, é necessário que os indivíduos sejam capazes de reelaborar o conhecimento a partir das informações apresentadas, promovendo novas construções cognitivas.

Esse processo deve estar fundamentado em parâmetros que envolvam autorregulação, aspectos motivacionais, reflexão e pensamento crítico diante de um fluxo informacional em constante atualização. Como consequência desse cenário, o número de pessoas que procuram livros em bibliotecas e livrarias tem diminuído.

Nesse contexto, as comunidades formadas no ambiente do Bookstagram assumem um papel essencial, pois permitem aos usuários vivenciar experiências de interação mesmo em meio a ambientes marcados pelo consumo rápido de informação. Foi a partir dessa percepção que surgiu o perfil “Doses de Livros”, criado com o objetivo de promover qualidade nos novos modos de consumo informacional. Dessa forma, ainda que em contextos de leitura breve, os usuários podem ter acesso a grandes clássicos, descobrir novas literaturas e

desenvolver habilidades de leitura analítica. A partir desse cenário, delineia-se a seguinte pergunta norteadora: Qual a influência do perfil literário “Doses de Livros”, enquanto Bookstagram, na promoção da leitura?

O objetivo geral é avaliar a influência do Bookstagram na promoção da leitura a partir do perfil literário “Doses de Livros”. O interesse profissional da autora surgiu a partir da constatação de que o Bookstagram pode representar uma valiosa ferramenta de apoio ao trabalho do bibliotecário, uma vez que os perfis literários podem funcionar como instrumentos de informação para o desenvolvimento de coleções em bibliotecas. Ao acompanhar as postagens desses perfis, o profissional da informação pode identificar os títulos que estão despertando maior interesse entre os leitores, auxiliando, assim, na seleção e atualização do acervo com base em tendências de leituras emergentes.

## **2 HÁBITOS DE INCENTIVO À LEITURA NO BRASIL: A INFLUÊNCIA DO BOOKSTAGRAM**

A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo Instituto Pró-Livro entre 2019 e 2020, revelou uma redução de 4,6 milhões de leitores no país entre 2015 e 2019. Atualmente, pouco mais da metade da população brasileira afirma ter o hábito de ler livros, totalizando 52% dos indivíduos - uma queda de 4% em relação a 2015, quando 56% se identificavam como leitores. Apesar da diminuição no número de leitores, a média anual de livros lidos integralmente permaneceu estável, com 4,2 livros por pessoa. A pesquisa aponta que a falta de domínio da habilidade de leitura é um dos principais desafios para a formação de leitores, destacando entre as dificuldades mais mencionadas “não ter paciência para ler” (24%) e “ler muito devagar” (20%).

Nesse contexto, os perfis literários no Instagram, conhecidos como Bookstagrams, vêm desempenhando um papel importante no estímulo à leitura, inclusive entre quem não tem esse hábito. O uso de recursos visuais atrativos, como fotos e vídeos bem produzidos, contribui para atrair novos leitores. Esses perfis mantêm sua influência ao diversificar publicações, como resenhas, clubes de leitura, sorteios e debates, promovendo o contato com novos autores, incentivando a experimentação de diferentes gêneros literários e possibilitando

a troca de opiniões e experiências.

Além disso, os Bookstagrams contribuem para a inclusão leitora ao desconstruir preconceitos associados a determinados gêneros, promovendo uma abordagem mais plural e acolhedora da leitura. Entretanto, observa-se que a expansão da ciberliteratura muitas vezes se limita à simples transferência de obras do papel para a tela, sem explorar adequadamente os recursos multimidiáticos e hipertextuais. Ainda há muito a avançar na criação de textos literários pensados exclusivamente para os novos suportes digitais, e não apenas convertidos para as telas (Guimarães, 2005).

O Bookstagram é um perfil do Instagram dedicado à leitura e ao compartilhamento de conteúdos relacionados ao universo literário. Morais (2018, p. 18) define o Instagram literário como “conteúdos relevantes para determinado grupo, construídos a partir das particularidades e experiências do Bookstagrammer com a leitura”. A plataforma permite que leitores se conectem e formem comunidades virtuais, possibilitando diálogos sobre livros e literatura, algo que antes dependia de encontros presenciais (Sá; Araújo, 2019).

Com o tempo, surgiram várias contas voltadas para livros, tornando o compartilhamento de leituras mais ágil e atraente, o que ajuda a captar novos leitores. Para quem já lê, esses perfis apresentam novos gêneros e autores, ampliando o universo literário. O termo Bookstagram combina “book” (livro) e “Instagram” e, segundo Macedo (2022), designa um espaço virtual onde amantes da literatura compartilham sua paixão por livros, por meio de resenhas, recomendações e fotos criativas. O Bookstagram consolidou-se como uma plataforma relevante para a comunidade literária, impactando positivamente os hábitos de leitura.

Diante do baixo índice de leitores no Brasil, o Bookstagram ganhou destaque como ferramenta para impulsionar a leitura, especialmente durante o isolamento da pandemia de Covid-19. Sua abordagem inovadora conecta pessoas e estimula o hábito de ler, promovendo interação entre criadores de conteúdo e público. O compartilhamento de informações nessa rede favorece a expansão do universo literário. Com o avanço da era digital, os métodos de leitura precisaram ser inovados.

A tecnologia possibilitou o surgimento de leitores digitais, como Kindle, Kobo e Lev. Silva e Martha (2010) afirmam que a leitura precisou se inserir no ciberespaço para conquistar mais leitores. O Instagram contribuiu para tornar a leitura menos formal e mais acessível, rompendo com o paradigma de que apenas leitores de clássicos são verdadeiros leitores. As análises dos Bookstagrammers demonstram sensibilidade crítica, independentemente do gênero ou título, valorizando a liberdade de escolha e desconstruindo a ideia de leituras ilegítimas.

O fenômeno Bookstagram também reduziu o receio de expor opiniões, promovendo um espaço onde leitores de diferentes perfis se sentem encorajados a compartilhar interpretações e reflexões, sendo reconhecidos como sujeitos ativos no universo literário. Farias (2013) destaca que as redes sociais aproximam indivíduos, mesmo distantes, por meio de ferramentas que expõem o cotidiano das bibliotecas de forma acessível e, por vezes, bem-humorada, humanizando profissionais e atividades e incentivando a visitação presencial.

A leitura passou por mudanças significativas com o avanço tecnológico. Nascimento e Nunes (2021, p. 126) observam que “o ato de ler tornou-se uma prática interativa”, levando ao surgimento de formatos como e-books e audiobooks, que ampliaram a inclusão digital e a captação de novos leitores. Apesar da preferência de muitos pelo livro físico, ferramentas como o Kindle facilitaram a adaptação ao digital, sendo hoje consideradas essenciais.

O incentivo à leitura mediada por redes sociais e o consumo acelerado de conteúdos digitais levantam questões sobre a qualidade e profundidade da experiência leitora. O formato fragmentado e efêmero de postagens tende a favorecer uma compreensão superficial dos temas. As redes sociais priorizam a viralização e o engajamento em detrimento da precisão e profundidade das informações, podendo comprometer sua qualidade.

Além disso, favorecem a formação de “bolhas informacionais”, restringindo a diversidade de perspectivas. Apesar desses desafios, as redes sociais promovem novas formas de interação com a leitura, permitindo ao leitor participar ativamente de discussões e reflexões. Villaça (2006, p. 3) destaca que

“acessar, em tempo real, informações sobre quase tudo e estabelecer contato direto com as fontes representa uma drástica mudança de paradigma na sociedade humana”.

### **3 PERFIL “DOSES DE LIVROS”**

O perfil “Doses de Livros” está situado no âmbito do Bookstagram, que é uma comunidade do Instagram voltado para leitores, que caracteriza por ser um espaço onde leitores e influenciadores compartilham suas experiências literárias, resenhas de livros, desafios de leitura, citações, e muito mais. Dentro desse contexto, o “Doses de Livros” se destaca como um perfil literário que utiliza o Instagram para se conectar com seus seguidores, promover a leitura e compartilhar conteúdo relevante sobre o universo literário, como resenhas, lançamentos e recomendações de novos gêneros e autores. Desta forma, o perfil se torna um canal de troca e de incentivo à leitura, conectando os seguidores com um universo literário mais vasto e permitindo que eles compartilhem suas próprias experiências de leitura.

O “Doses de Livros” não só promove a leitura, mas também contribui para o fortalecimento de uma comunidade literária ativa e engajada no Instagram, ajudando a cultivar o hábito de ler de uma forma divertida e interativa. O cenário atual do Bookstagram no pós-pandemia se tornou mais relevante porque muitos usuários começaram a buscar formas de se conectar com a literatura. Então os Bookstagrams começaram a utilizar uma estética visual atraente, apresentando fotos bem elaboradas de livros e ambientes de leitura, o que contribuiu para a sua popularidade, além de trazer maneiras de chamar a atenção para a leitura de forma envolvente e acessível.

A criação do perfil “Doses de Livros” ocorreu durante o período da pandemia da Covid-19. Embora a autora já cultivasse o hábito da leitura desde a infância, nunca havia considerado a possibilidade de compartilhar suas leituras publicamente. No entanto, com o isolamento social, surgiu a oportunidade de mostrar como a leitura poderia ser uma aliada em um momento de incertezas e caos. O que começou como uma forma de distração transformou-se em uma necessidade, já que manter a saúde mental tornou-se essencial naquele

contexto. Para a autora, a leitura sempre foi um recurso valioso no enfrentamento das crises de ansiedade — um verdadeiro remédio que proporcionava calma e tranquilidade à mente. Diante dos primeiros resultados positivos das postagens, a decisão de dar continuidade ao perfil foi consolidada. Novos conteúdos passaram a ser desenvolvidos com o intuito de atrair a atenção de leitores, tanto iniciantes quanto habituais. Aos poucos, a autora conseguiu demonstrar que a leitura poderia ser uma companheira importante para atravessar aquele período desafiador. Inclusive, para ela própria, foi um reencontro com o poder transformador da leitura. Ver que cada vez mais pessoas estavam adquirindo esse hábito foi o impulso necessário para que superasse a timidez e mantivesse o Instagram ativo da melhor forma possível.

Atualmente, o perfil conta com 5.334 seguidores e 440 publicações. Os conteúdos variam entre postagens informativas sobre datas comemorativas, dicas para aprimorar o hábito da leitura, resenhas, posts interativos, vídeos e reels (vídeos curtos de rápida visualização). O perfil foi criado em 28 de julho de 2021, inicialmente com um tema visual simples. Após alguns meses, a autora passou a experimentar diferentes paletas de cores, até adotar o vermelho como cor padrão dos posts — estética que permanece até o momento.

#### **4 METODOLOGIA**

A escolha do perfil “Doses de Livros” como objeto de estudo justifica-se pelo fato de ser administrado pela própria autora, o que proporcionou uma observação mais aprofundada sobre o impacto da página entre os seguidores e sobre o estímulo ao interesse pela leitura.

Para validar o instrumento de coleta de dados, foi realizado um pré-teste nos dias 30 e 31 de janeiro de 2025, com o objetivo de identificar possíveis inconsistências no formulário. O teste foi enviado via WhatsApp para seguidores da página que pertencem ao universo da pesquisa, resultando em três respostas. Como não foram identificados erros ou falhas no instrumento, a pesquisa avançou para a etapa seguinte, que consistiu no envio oficial do questionário ao público-alvo. O questionário é composto por seis perguntas, distribuídas entre formatos abertos, fechados e mistos, incluindo questões de escolha única,

múltipla escolha e campos de resposta discursiva.

O link para o formulário foi disponibilizado por meio dos stories do Instagram da autora, com o intuito de coletar informações sobre a frequência de interação dos usuários com as postagens do perfil, os fatores que os motivam a seguir e interagir com o conteúdo, se foram incentivados a adquirir livros, quais tipos de publicações mais lhes interessam e se a página contribuiu para o aumento da frequência de leitura. A tabulação das respostas foi organizada por meio do Google Planilhas, utilizando diferentes tipos de gráficos para representar visualmente os dados das questões fechadas. Com base na interpretação e análise dos resultados, foi possível identificar a influência do Bookstagram “Doses de Livros” na promoção da leitura.

#### Etapa 1 – Levantamento bibliográfico

A primeira etapa da pesquisa foi direcionada para o levantamento bibliográfico, a fim de construir o referencial teórico sobre o Bookstagram e o incentivo à leitura nas principais bases de dados e repositórios relacionados ao tema: Scielo (Scientific Electronic Library Online), Brapci (Base de Dados em Ciência da Informação), WoS (Web of Science), Scopus e o Google Acadêmico. Assim, levantaram-se informações científicas sobre o papel das mídias sociais no incentivo à leitura e todos os outros tópicos discutidos conceitualmente e discursivamente ao longo do estudo. Para os termos de busca foram utilizados termos combinados: Bookstagram; promoção da leitura; redes sociais; Instagram; hábitos de leitura. Tanto em inglês, como em espanhol e português. A busca foi realizada de maneira fluída, combinando operadores booleanos e pares específicos de palavras que permitiram levantar a literatura cotejada.

#### Etapa 2 - Coleta de Dados

Nesta etapa, foi aplicado um questionário como técnica de coleta de dados. Essa técnica consiste na utilização de um conjunto estruturado de questões, com o objetivo de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, interesses, valores, expectativas, temores, aspirações e comportamentos, tanto presentes quanto passados (Gil, 2008). De acordo com Cervo, Bervian e Da Silva (2007), a aplicação de questionários permite mensurar os resultados com maior precisão, especialmente quando se trata de dados de

natureza quantitativa. Além do questionário, utilizou-se também a abordagem da netnografia, uma vez que esta pesquisa se dedica a observar comportamentos e interações em ambientes digitais. O questionário online foi aplicado por meio do Google Forms, contendo perguntas de múltipla escolha sobre temas como hábitos de leitura, impacto do conteúdo do Bookstagram “Doses de Livros” e percepções dos usuários sobre como o perfil contribui para o incentivo à leitura e quais benefícios são percebidos.

**Etapa 3 - Análise dos dados para identificação de padrões, tendências e insights**

As respostas obtidas por meio dos questionários foram organizadas em uma planilha no Microsoft Excel®, com o intuito de gerar estatísticas que agrupassem os dados fornecidos pelos participantes. A partir disso, foram elaborados gráficos com o propósito de analisar os seguintes aspectos: I) Frequência de interação dos respondentes com as postagens do perfil “Doses de Livros”; II) Motivação para seguir e interagir com o perfil “Doses de Livros”; III) Tipos de conteúdo mais apreciados na página “Doses de Livros”; IV) Contribuição percebida do perfil para o aumento da frequência de leitura dos usuários. A análise, inicialmente de caráter quantitativo, buscou compreender como os seguidores da página respondem às ações do perfil no que se refere à promoção da leitura. Complementarmente, foi realizada uma abordagem qualitativa com base na literatura da área, com o objetivo de interpretar os dados numéricos e construir sínteses que aprofundem a compreensão do fenômeno investigado.

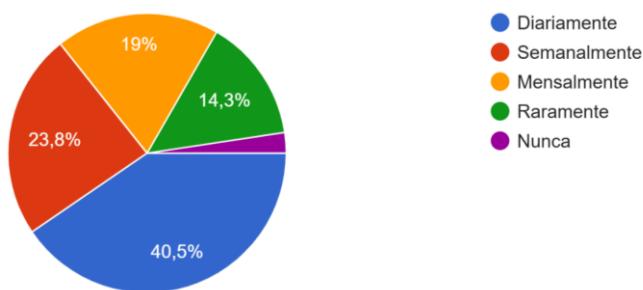
## **5 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Esta seção está estruturada em uma subseção, onde apresenta os resultados obtidos por meio do questionário, evidenciando as proporções que refletem a influência do perfil “Doses de Livros” na leitura a partir das percepções dos seguidores da página, acompanhadas de uma análise fundamentada na literatura da área.

## 5.1 INFLUÊNCIA DO PERFIL “DOSES DE LIVROS” NA LEITURA: PERCEPÇÕES DOS SEGUIDORES

O Gráfico 1, em formato de setores, apresenta os dados referentes à frequência de interação dos usuários com o *Bookstagram* “Doses de Livros”, a partir dos intervalos de tempo pré-definidos no questionário aplicado.

**Gráfico 1 – Frequência de interação dos respondentes com as postagens do perfil “Doses de Livros”**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2025)

Os dados do gráfico mostram que os participantes interagem com o perfil “Doses de Livros” com frequência à medida que 40,5% (n=17) dos respondentes afirmaram interagir diariamente, indicando um engajamento constante com o conteúdo publicado. A interação semanal também se mostra significativa, com 23,8% (n=10) dos participantes. Interações mensais representam 19% (n=8) da amostra, enquanto interações raras são de 14,3% (n=6) e nunca 2,4% (n=1), este último, provavelmente apenas segue a página, mas não acessa o conteúdo, seja por razões de interesse ou de entrega do algoritmo.

O perfil “Doses de Livros” é atualizado, em média, três vezes por semana. De acordo com a pesquisa de Nascimento (2020), observou-se que os *Bookstagrammers* entrevistados em seu estudo costumam atualizar seus perfis entre três e quatro vezes por semana, seguindo, na maioria dos casos, um cronograma pré-definido para evitar a repetição de conteúdos e garantir maior diversidade nas postagens. Nesse sentido, percebe-se que os usuários acessam as páginas com maior frequência do que os próprios criadores de conteúdo publicam. Isso ocorre porque a produção de conteúdo envolve diversas etapas,

como a escolha do tema, edição e preparação do material antes da publicação. Esse processo demanda mais tempo em comparação ao consumo do conteúdo pelo usuário, que frequentemente aguarda ansiosamente por novas postagens e as consome rapidamente assim que são disponibilizadas.

O comportamento dos jovens em relação às novas mídias é compreendido com base em noções como fragmentação, aleatoriedade, imediatismo, instantaneidade, não sequencialidade, não hierarquização, rapidez ou hedonismo; a recepção isolada, a inovação isolada, ligada à inspiração individual ou ao gênio momentâneo, não fazem mais sentido. A Internet é cada vez mais o reino da inteligência coletiva, do "gênio em grupo", e, portanto, a Net está se tornando uma prótese sensorial que "pré-domina" toda a arte cada vez mais globalizada que consumimos (Efron, 2010, p. 430).

Silva (2016) destaca que perfis literários que mantêm uma frequência regular de postagens recebem maior interação e engajamento, fidelizando os leitores que passam a acompanhar a página com assiduidade. Em contrapartida, perfis que não publicam regularmente tendem a perder interação e, consequentemente, seguidores. Com o crescimento da comunidade *Bookstagram*, essa questão tem sido minimizada, pois os usuários podem acompanhar diversas contas literárias, garantindo um fluxo constante e diversificado de conteúdos. Essa diversidade de perfis proporciona aos usuários a oportunidade de explorar diferentes perspectivas e estilos de apresentação de livros, o que contribui ainda mais para o engajamento e fortalecimento da comunidade *Bookstagram* como um todo.

O Gráfico 2, do tipo "barra", com rótulo de frequência e percentual, apresenta as motivações dos respondentes para seguir e interagir com o *Bookstagram* "Doses de Livros". Os dados estão ordenados de maneira descendente, em que as respostas com maior quantitativo encontram-se acima.

**Gráfico 2 - Motivação para seguir e interagir com o perfil “Doses de Livros”**



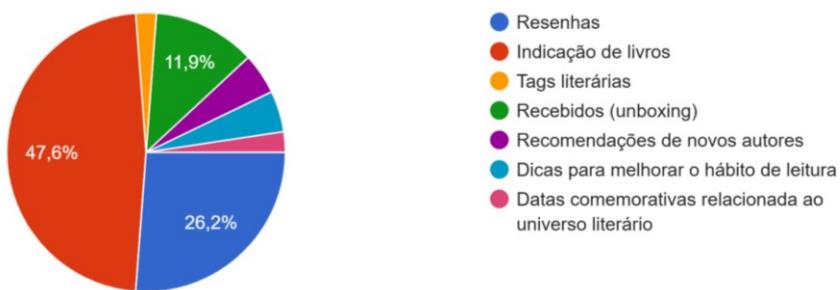
**Fonte:** Dados da pesquisa (2025)

As respostas apresentadas no Gráfico 2 são diversas, contudo, observa-se que as recomendações de livros e as resenhas e opiniões sobre obras literárias foram as motivações mais citadas pelos respondentes, ambas correspondendo a 64,3% (n=27) das respostas. De acordo com Alves e Monteiro (2013), a resenha de livro é um gênero textual cujo objetivo principal é a avaliação crítica de uma obra recém-lançada. No entanto, com o crescimento das mídias sociais, livros mais antigos frequentemente são redescobertos e passam a ganhar maior notoriedade entre os usuários, o que justifica a relevância de resenhas voltadas também para essas obras.

A identificação com o gosto literário da criadora de conteúdo e a motivação para manter ou começar o hábito da leitura também foram relevantes, representando 40,5% (n=17) e 45,2% (n=19) das respostas, respectivamente. Outras motivações, como a estética e qualidade das postagens, a possibilidade de interação com outros seguidores, a descoberta de livros e autores independentes, e a inspiração para ler novos gêneros, também foram mencionadas, embora com menor frequência.

O Gráfico 3 de setores ilustra os tipos de conteúdo mais apreciados pelos usuários na página “Doses de Livros”, destacando a distribuição percentual de cada categoria.

**Gráfico 3 - Tipo de conteúdo apreciado pelos entrevistados na página “Doses de Livros”**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2025)

O Gráfico 3, referente ao tipo de conteúdo mais apreciado, revela uma nítida preferência pelas indicações de livros, representando 47,6% (n=20) das respostas. Em segundo lugar, aparecem as resenhas, com 26,2% (n=11). Essas duas estratégias estão entre as principais ferramentas utilizadas pelos *Bookstagrammers* para interagir com seus seguidores, alinhando-se ao princípio fundamental do *Instagram* literário, que consiste em disseminar conteúdos relevantes para grupos específicos, produzidos a partir das particularidades e singularidades desenvolvidas pelos *Bookstagrammers* em suas próprias experiências com a leitura (Morais, 2018).

Araújo e Araújo (2015) reforçam que a resenha é um elemento importante na caracterização de blogs e perfis literários, pois compartilha diretamente com os leitores a experiência de leitura do autor. Os demais conteúdos, como “tags literárias”, “recebidos (unboxing)”, “recomendações de novos autores”, “dicas para melhorar o hábito de leitura” e “datas comemorativas relacionadas ao universo literário”, obtiveram percentuais menores, indicando que, apesar de relevantes, não constituem os principais atrativos do perfil.

Adiante, o Gráfico 4 ilustra em porcentagem a influência do perfil “Doses de Livros” sobre o comportamento de leitura dos usuários que responderam ao questionário aplicado, demonstrando especificamente a contribuição do perfil para a frequência de leitura desses usuários.

**Gráfico 4 - Porcentagem de contribuição do perfil para a frequência de leitura dos usuários**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2025)

Um dos pontos mais relevantes da pesquisa é a percepção dos seguidores em relação ao impacto do perfil “Doses de Livros” em seus hábitos de leitura. Os dados mostram que 50% (n=21) dos participantes acreditam que seguir o perfil contribui para que leiam um pouco mais do que antes, enquanto 35,7% (n=15) afirmam que a frequência de leitura aumentou muito. Apenas 14,3% (n=6) dos entrevistados relataram que a frequência de leitura permaneceu a mesma. Tal resultado está alinhado ao estudo de Soccavo, Mengual-Andrés e Moreno (2023), que demonstra que as novas tecnologias e os formatos digitais incentivam o consumo de leitura. A pesquisa foi feita com estudantes universitários, objetivando conhecer seus hábitos de leitura. A pesquisa foi composta por 185 participantes, todos estudantes universitários (n=33 homens e n=152 mulheres).

A idade dos sujeitos variou de 18 anos a 30 anos, com média de idade de 20 anos. O estudo mostrou que embora a predileção pelo impresso se mantenha em certos contextos, todos eles localizados no mundo acadêmico, observa-se uma permeabilidade ao formato digital, promovida e adquirida pelo uso e constante interação social com a tecnologia (Soccavo; Mengual-Andrés; Moreno, 2023). Sobre os *insights* do perfil, o *Instagram* permite que seja possível verificar o número de curtidas, seguidores, interações e engajamento que as postagens podem proporcionar para a página. Permitindo uma análise dos posts que o usuário mais consome, para assim deixá-los mais atrativos. “Por usar *hotspots*, mídias dinâmicas e comunidade de leitores, oferecem pontos relevantes no estímulo à prática de leitura literária [...]” (Furtado, 2019, p. 428). Por isso, o

*Bookstagram* pode ser um instrumento de contribuição para atrair usuários para o mundo literário.

Os dados apresentados evidenciam que perfis literários como “Doses de Livros” exercem um papel significativo no despertar de interesse para a leitura. Como a maioria dos seguidores relata no Gráfico 4, houve um aumento em sua frequência de leitura após acompanhar o conteúdo. O *Bookstagram*, ao combinar interação social, mídias dinâmicas e uma comunidade engajada, mostra-se uma ferramenta eficaz para atrair novos leitores, especialmente em um país como o Brasil, onde o consumo de livros ainda é baixo. Assim, iniciativas digitais voltadas para a literatura não apenas ampliam o acesso aos livros, mas também reforçam a importância da leitura em meio a um público cada vez mais conectado.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta pesquisa foi alcançado por meio da avaliação da influência do *Bookstagram* na promoção da leitura, com foco no perfil literário “Doses de Livros”, a partir da análise das percepções dos seguidores sobre a relevância das ações realizadas pelo perfil. A discussão sobre a influência dos perfis de *Bookstagram* no incentivo à leitura, destacando seus aspectos positivos, foi cumprido por meio de um levantamento bibliográfico, que buscou informações científicas sobre o papel das mídias sociais no incentivo à leitura. Por fim, a análise da repercussão das estratégias de promoção à leitura adotadas pelo “Doses de Livros” junto aos usuários foi atingida por meio da análise das respostas ao questionário aplicado aos seguidores.

Os dados coletados revelaram que as recomendações literárias e resenhas são as principais motivações para seguir e interagir com o perfil. Os dados analisados demonstram que o *Bookstagram* estudado nesta pesquisa tem incentivado usuários a se interessarem mais pelo hábito da leitura. Os dados do Gráfico 1 mostram que os participantes interagem frequentemente com o perfil “Doses de Livros”, sendo que 40,5% dos respondentes 51 afirmaram interagir diariamente. As principais motivações para esse engajamento são as recomendações literárias e as resenhas e opiniões sobre livros, ambas

correspondendo a 64,3% das respostas.

Um dos desafios enfrentados na pesquisa foi a limitação no número de respondentes. Apesar de o perfil “Doses de Livros” contar com 5.334 seguidores (dados de fevereiro de 2025), apenas 42 pessoas participaram da pesquisa, o que não constitui uma amostra estatisticamente representativa. No entanto, mesmo com essa limitação, os resultados obtidos são simbólicos e indicam tendências relevantes. A pesquisa foi conduzida em duas etapas e incluiu seis perguntas, formuladas de maneira objetiva para evitar a fadiga do público-alvo.

Para estudos futuros, sugere-se ampliar o escopo da pesquisa para incluir outros perfis de *Bookstagram*, possibilitando a obtenção de um volume maior de dados e uma análise comparativa entre diferentes abordagens dentro da comunidade literária digital. Isso permitiria verificar se os usuários interagem com diferentes perfis, consomem seus conteúdos e são incentivados a ler mais regularmente. Outra possibilidade seria a replicação da pesquisa com um período de coleta de dados mais extenso, de modo a alcançar um maior número de respondentes.

Com o crescimento contínuo do perfil, espera-se que novas interações e compartilhamentos ampliem o alcance da pesquisa, proporcionando um conjunto de dados mais abrangente e consistente. Com o crescente uso do *TikTok*, especialmente entre adolescentes e jovens, recomenda-se a realização de um estudo semelhante no contexto do *BookTok*. Tal pesquisa teria como objetivo compreender este fenômeno similar em outra plataforma social que apresenta um significativo potencial para a disseminação de conteúdos literários.

## REFERÊNCIAS

ALVES, I. P. C.; MONTEIRO, B. N. A concepção do gênero ofício presente nos manuais oficiais de redação. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 3, n. 2, p. 224-237, nov. 2013. ISSN 2237-6321. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/279>. Acesso em: 14 mar. 2025.

ALMEIDA, L. C. **Redes sociais para a indústria criativa**: as “bookredes” como forma de divulgação de autores nacionais independentes. 2023. 159 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2023.

ARAÚJO, R. L.; ARAÚJO, R. F. Ler, compartilhar e interagir: blogs como ferramentas de mediação de leitura. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 20, n. 2, p. 240-260, 2015. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5226876>. Acesso em: 26 fev. 2025.

CASTELLS, M. A. **Galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/EJ9ETC>. Acesso em: 31 nov. 2024.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

EFRON, G. **Juventude**: entre as culturas cibernéticas e a cultura letrada. Buenos Aires: FLACSO, 2010.

FARIAS, M. V. O uso das Redes Sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. In: 54 CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: FEBAB, 2013. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/2317>. Acesso em: 3 set. 2024.

FURTADO, C. C. Geração alpha e a leitura literária: os aplicativos de literatura – serviços incentivam a prática? **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, n. esp., p. 418-431. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, D. A. D. Novos paradigmas literários. **Alea: Estudos Neolatinos**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 185-198, dez. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/alea/a/hmS8dPwHhhm7nBWxx854SNN/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

HANAUER, FJ. **Impacto da informática nas relações humanas**. 2005. Disponível em: [http://www.usr.inf. ufsm.br/~fhanauer/elc1020/files/Artigo\\_Revisado\\_Felipe\\_Hanauer.pdf](http://www.usr.inf. ufsm.br/~fhanauer/elc1020/files/Artigo_Revisado_Felipe_Hanauer.pdf). Acesso em: 30 nov. 2024.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da Leitura no Brasil**. 5. ed. Disponível em: [https://www.prolivro.org.br/wpcontent/uploads/2020/12/5a\\_edicao\\_Retratos\\_da\\_Litura-\\_IPL\\_dez2020- compactado.pdf](https://www.prolivro.org.br/wpcontent/uploads/2020/12/5a_edicao_Retratos_da_Litura-_IPL_dez2020- compactado.pdf). Acesso em: 30 set. 2024.

MACEDO, A. G. Bibliotecários em mídias sociais: mediação e curadoria de leitura e a produção de conteúdo online. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, p. 01-28, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1525>. Acesso em: 26 abr. 2022.

MORAIS, C. R. **Em torno dos bookstagrammers**: leitura e compartilhamento de experiência em redes sociais. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2018.

NASCIMENTO, A. B. **Mediação de leitura através dos instagrans literários**. 2020. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (bacharelado em Biblioteconomia e Documentação) - Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2020.

NASCIMENTO, A. B.; NUNES, M. S. C. Mediação de leitura através dos instagrans literários. **Ciência da Informação em Revista**. Maceió, v. 8, n. 2, p. 121-134, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/165826#:~:text=Conclui%2Dse%20que%20os%20Instagrans,M%C3%ADdias%20sociais>. Acesso em: 2 set. 2024.

SÁ, J. P. S.; ARAÚJO, C. A. Á. Práticas Informacionais de blogueiros literários. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 132-160, jan/abr. 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/88287>. Acesso em: 02 set. 2024.

SILVA, C. C. O. da. **Blogs literários no incentivo à leitura**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia), Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.

SILVA, O. O.; MARTHA, A. Á. P. A interação na leitura em blogs e sua mediação na formação de jovens leitores. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE LEITURA E LITERATURA INFANTIL E JUVENIL, 2., 2010, Porto Alegre. **Anais** [...]. Porto Alegre: PUCRS, 2010. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/anais/IICILLIJ/5/OlgaOSilva.pdf>. Acesso em: 02 set. 2024.

SOCCAVO, A. M. V.; MENGUAL-ANDRÉS, S.; MORENO, A. M. Geração Z: leitores analógicos versus leitores digitais. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 62, n. 1, p. 347-373, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tl/a/wCtX69NcQKmVdqmw4d4QZXN/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

VILLAÇA, N. A comunicação e literatura contemporânea; espaços reais e virtuais. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, 2006. DOI: <https://doi.org/10.12957/contemporanea.2006.17568>. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/contemporanea/article/view/17568>. Acesso em: 17 nov. 2025.

## INSTAGRAM AS A SPACE FOR READING ENCOURAGEMENT: ANALYSIS OF THE LITERARY PROFILE "DOSES DE LIVROS"

### ABSTRACT

**Objective:** To evaluate the influence of Bookstagram on the promotion of reading based on the literary profile Doses de Livros. **Methodology:** The quantitative analysis aimed to understand how the page's followers respond to the profile's actions regarding the promotion of reading. Additionally, a qualitative approach was employed based on literature in the field, with the objective of interpreting the numerical data. **Results:** The data show that participants interact frequently with the studied profile, with 40.5% of respondents stating they interact daily. One relevant finding of the research is the followers' perception regarding the impact of the profile on their reading habits, with 50% of participants believing that following the profile helps them read a little more. **Conclusions:** The objective of the research was achieved through the analysis of followers' perceptions about the relevance of the actions carried out by the profile and the reading promotion strategies adopted by Doses de Livros among users, based on the analysis of the responses to the questionnaire applied to the followers.

**Descriptors:** Bookstagram. Reading promotion. Social networks. Reading habits.

## INSTAGRAM COMO ESPACIO DE FOMENTO A LA LECTURA: ANÁLISIS DEL PERFIL LITERARIO DOSES DE LIVROS

### RESUMEN

**Objetivo:** Evaluar la influencia de Bookstagram en la promoción de la lectura a partir del perfil literario Doses de Livros. **Metodología:** El análisis de carácter cuantitativo buscó entender cómo los seguidores de la página responden a las acciones del perfil relacionadas con la promoción de la lectura. Complementariamente, se realizó un enfoque cualitativo basado en la literatura del área, con el objetivo de interpretar los datos numéricos. **Resultados:** Los datos muestran que los participantes interactúan con el perfil estudiado con frecuencia, donde el 40,5% de los encuestados afirmaron interactuar diariamente. Uno de los puntos relevantes de la investigación es la percepción de los seguidores respecto al impacto del perfil en sus hábitos de lectura, donde el 50% de los participantes creen que seguir el perfil contribuye a que lean un poco más. **Conclusiones:** El objetivo de la investigación se alcanzó a partir del análisis de las percepciones de los seguidores sobre la relevancia de las acciones realizadas por el perfil y las estrategias de promoción de la lectura adoptadas por el perfil Doses de Livros entre los usuarios, mediante el análisis de las respuestas al cuestionario aplicado a los seguidores.

**Descriptores:** Bookstagram. Promoción de la lectura. Redes sociales. Hábitos de lectura.

**Recebido em:** 23.05.2025

**Aceito em:** 29.09.2025