



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CAMPUS PROFESSOR ALBERTO CARVALHO
DEPARTAMENTO DE LETRAS DE ITABAIANA**

KAYLAINE VASCONCELOS GOIS

BOOKREDES E EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS NO INSTAGRAM
@KAYLEITURAS

Itabaiana/SE

2026

KAYLAINE VASCONCELOS GOIS

BOOKREDES E EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS NO INSTAGRAM
@KAYLEITURAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Sergipe (UFS), curso de Licenciatura em Letras – Língua Portuguesa, como requisito parcial ao título da graduação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Gabriela Lopes Vasconcellos de Andrade.

Itabaiana/SE

2026

KAYLAINE VASCONCELOS GOIS

BOOKREDES E EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS NO INSTAGRAM
@KAYLEITURAS

Aprovada em: ____/____/____.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Sergipe (UFS) à seguinte
Banca Examinadora.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Gabriela Lopes Vasconcellos de Andrade (UFS)
Orientadora

Prof.^a Dr.^a Sara Rogéria Santos Barbosa (UFS)
Examinadora

Dedico este trabalho a Matilda, personagem que me ensinou que os livros têm poder de acolher. Foi por meio deles que encontrei conforto em dias difíceis, respostas em momentos de dúvida e companhia quando me senti sozinha. Com Matilda, aprendi que a literatura pode nos lembrar de que sempre há um lugar ao qual podemos pertencer.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, que me manteve forte diante de tantos desafios e me mostrou que sou capaz de conquistar tudo aquilo que almejo.

Aos meus pais, que, com muito trabalho e noites perdidas, sempre fizeram de tudo para que eu tivesse o melhor na minha vida.

À Luísa, simplesmente por ter nascido. Você é a melhor parte da minha vida; tão pequena e, ainda assim, capaz de me ensinar sobre o amor todos os dias. Seu sorriso ilumina até os meus dias mais difíceis.

À minha orientadora, Gabriela, por tornar o processo de escrita mais leve e por me mostrar que eu sou capaz. Obrigada pela paciência, pelas orientações e pela confiança depositada no meu trabalho.

Às minhas amigas da faculdade, que dividiram comigo o peso da graduação, os momentos de ansiedade, o cansaço e também as boas risadas. A caminhada foi mais leve porque vocês estavam ao meu lado.

Aos professores que passaram pela minha trajetória, por cada ensinamento, incentivo e contribuição para a construção de quem sou hoje. Em especial, Sara, Fábio e Márcia; à minha professora do ensino médio, Claudiane, com quem mantenho uma amizade e contato até hoje pelas redes sociais; e à Andreza, uma professora muito querida do ensino fundamental.

E aos livros: toda leitora precisa encontrar um refúgio para acalmar a mente agitada, e os livros me salvaram, e continuam me salvando, todos os dias. Entre páginas, encontrei compreensão, acolhimento e a certeza de que nunca estive sozinha.

RESUMO

Nesta pesquisa, busco compreender como as *bookredes* e os clubes de leitura contribuem para a formação de leitores, a partir da minha experiência como criadora do perfil literário @kayleituras no Instagram e como mediadora do Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça. O trabalho possui abordagem qualitativa, de caráter bibliográfico, reflexivo e pessoal, articulando experiências com discussões sobre literatura, cultura da participação nas redes, letramento e mediação da leitura. Ao longo da pesquisa, apresento minha trajetória como leitora e produtora de conteúdo, refletindo sobre a construção das *bookredes*, as relações estabelecidas entre leitores e a influência dos algoritmos e das plataformas digitais, em diálogo com Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2015), Paula Sibilia (2016), Carlos D'Andréa (2020), Angela Kleiman (2008) e Byung-Chul Han (2015). A partir dessas discussões, foi possível perceber que o perfil @kayleituras e o Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça se constituem como espaços de compartilhamento de experiências literárias, pertencimento e construção coletiva de sentidos, favorecendo a formação de leitores e ampliando as possibilidades de acesso à literatura.

Palavras-chave: Bookredes. Formação de leitores. Mediação da leitura. Letramento. Cultura da participação nas redes. Clube de Leitura.

ABSTRACT

In this research, I seek to understand how booknetworks and reading clubs contribute to the formation of readers, based on my experience as the creator of the literary profile *@kayleituras* on Instagram and as a mediator of the Reading Club of the Pedro Paes Mendonça Foundation. The work has a qualitative approach, of a bibliographic, reflective and personal nature, articulating experiences with discussions about literature, the culture of participation in networks, literacy and reading mediation. Throughout the research, I present my trajectory as a reader and content producer, reflecting on the construction of booknetworks, the relationships established between readers and the influence of algorithms and digital platforms, in dialogue with Henry Jenkins, Sam Ford and Joshua Green (2015), Paula Sibilia (2016), Carlos D'Andréa (2020), Angela Kleiman (2008) and Byung-Chul Han (2015). From these discussions, it became clear that the *@kayleituras* profile and the Pedro Paes Mendonça Foundation's Reading Club constitute spaces for sharing literary experiences, fostering a sense of belonging, and collectively constructing meaning, thus promoting reader development and expanding access to literature.

Keywords: Booknetworks. Reader development. Reading mediation. Literacy. Culture of participation in networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(A).....	13
Figura 2 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(B).....	14
Figura 3 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i>	
(A).	15
Figura 4 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(C).....	16
Figura 5 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i>	
(B).	17
Figura 6 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(D).....	17
Figura 7 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(E).....	18
Figura 8 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(F).	18
Figura 9 – Captura de tela do story arquivado na conta do <i>Instagram @kayleituras</i>	
(G).....	19
Figura 10 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i> (métricas).	23
Figura 11 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i> (C).	24
Figura 12 – Captura de tela de perfil literário no <i>Instagram</i> (D).	24
Figura 13 – Pintura <i>Salão de Madame Geoffrin</i> , de Anicet Charles Gabriel Lemonnier	37

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO: “ELA DESCOBRIU QUE OS LIVROS SÃO UMA MANEIRA DE SE VIVER MILHARES DE VIDAS DIFERENTES — OU DE ENCONTRAR FORÇAS PARA VIVER UMA MUITO LONGA.”	9
2 MINHA TRAJETÓRIA E A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO	12
2.1 “...LIVROS ME LEVAVAM A LUGARES QUE NUNCA PODERIA IR DE OUTRA MANEIRA...”	12
2.2 “...É NECESSÁRIO SAIR DA ILHA PARA VER A ILHA, NÃO NOS VEMOS SE NÃO SAÍMOS DE NÓS.”	21
2.3 A LITERATURA É, ANTES DE TUDO, UMA FORMA DE QUESTIONAMENTO E DE AMPLIAÇÃO DO OLHAR SOBRE O MUNDO.	28
3 “...O IMEDIATISMO É NOSSO MAIOR INIMIGO: ELE SÓ NOS LEVA A FRUSTRAÇÕES. COISAS VERDADEIRAMENTE BOAS REQUEREM TEMPO E MUITA PACIÊNCIA PARA SEREM CONSTRUÍDAS; REQUEREM A HUMILDADE DE SER INICIANTE...”	32
3.1 “...AVANÇO PELA LITERATURA ASSIM, PROCURANDO OS ENCONTROS CERTEIROS. NÃO ACREDITO NO DESTINO DA VIDA, MAS ACREDITO NO DESTINO DA LITERATURA.”	36
4 CONCLUSÃO	41
REFERÊNCIAS	44
ANEXO A: Entrevista transcrita via <i>site</i> TurboScribe.	46

1 INTRODUÇÃO: “ELA DESCOBRIU QUE OS LIVROS SÃO UMA MANEIRA DE SE VIVER MILHARES DE VIDAS DIFERENTES — OU DE ENCONTRAR FORÇAS PARA VIVER UMA MUITO LONGA.”

A literatura sempre esteve presente na minha trajetória pessoal e acadêmica. Desde pequena, sou leitora, e minha mãe, embora não tivesse o hábito da leitura, sempre me incentivou nesse caminho. Esse incentivo transformou minha relação com os livros, que passaram a ocupar um espaço de acolhimento, descoberta e formação, tornando-se não apenas uma forma de lazer, mas também uma maneira de compreender o mundo e a mim mesma. Com o passar do tempo, esse vínculo com a literatura ultrapassou o espaço privado e passou a integrar também minha presença nas redes sociais, especialmente por meio do meu perfil literário no *Instagram* @kayleituras, criado como um espaço de compartilhamento de experiências literárias e pessoais.

Ao longo dessa trajetória, passei também a refletir sobre os motivos pelos quais muitas pessoas não se sentem motivadas às práticas leitoras nas escolas, visto que me atentava, enquanto estudante de Letras, à dificuldade de leitura tanto por parte dos colegas, na Graduação, quanto pelo que observei na escola, que contradizia a minha experiência online, em que as pessoas me seguiam porque gostavam de ler. Em diversos contextos, os livros ainda são apresentados apenas como obrigação ou como dever escolar, sem que seja mostrado ao estudante que eles também podem representar prazer, identificação e entretenimento. Quando um aluno que ainda não possui hábito leitor é obrigado, por exemplo, a ler obras clássicas sem mediação prévia, é natural que se sinta desmotivado, já que a linguagem e o contexto dessas produções exigem uma maturidade leitora construída gradualmente. Nesse sentido, considero importante que as escolas ampliem as possibilidades literárias apresentadas aos estudantes, incluindo diferentes gêneros e permitindo que distintos perfis de leitores se reconheçam nas obras.

É justamente nesse contexto que a internet e as redes sociais passam a ocupar um papel significativo. Os criadores de conteúdo literário atuam como mediadores ao apresentarem diferentes possibilidades de livros para pessoas que ainda não possuem familiaridade com o universo literário, mostrando que a literatura pode ser acessível, prazerosa e integrada ao cotidiano. No meu perfil, procuro indicar obras, compartilhar experiências pessoais e apresentar estratégias que possam auxiliar na

construção do gosto pelos livros. Ao mesmo tempo, percebi que as redes sociais, especialmente o *Instagram*, vêm se consolidando como importantes ambientes de circulação literária, de incentivo à formação leitora e de construção de comunidades de leitores. Nesse contexto, as chamadas *bookredes* possibilitam práticas de interação, recomendação e compartilhamento de experiências literárias, aproximando leitores e ampliando o acesso a diferentes repertórios culturais. Simultaneamente, a experiência como mediadora do Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça permitiu observar como a leitura coletiva pode promover vínculos, trocas de experiências e formação crítica.

Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo analisar o meu perfil literário @*kayleituras* e o Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça como práticas de letramento, considerando as relações entre literatura, redes sociais, mediação de leitura e cultura digital. Busca-se compreender de que maneira as *bookredes* contribuem para a formação de leitores, como os algoritmos e as dinâmicas das plataformas interferem na produção de conteúdo literário e de que forma os clubes de leituras se constituem como espaços de construção coletiva de sentidos e de pertencimento.

A escolha desse tema surge da minha própria experiência como leitora, criadora de conteúdo literário e mediadora de leitura. Assim, este trabalho possui também um caráter de análise crítica da minha própria prática, utilizando a escrita em primeira pessoa como forma de reflexão sobre minha imersão nesse universo das *bookredes* e dos clubes de leitura. A pesquisa aproxima-se de uma perspectiva autobiográfica, uma vez que parte das experiências vividas para compreender fenômenos sociais e culturais mais amplos relacionados ao letramento e à cultura da conexão, como afirmam Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2015).

Na seção dois, discuto minha trajetória como leitora e produtora de conteúdo literário nas redes sociais, analisando o processo de construção do perfil @*kayleituras*, as dinâmicas das *bookredes*, a influência dos algoritmos e as tensões entre autenticidade, performance e engajamento nas plataformas digitais, a partir de Paula Sibília (2008) e Carlos D'Andréa (2020). Na terceira seção, abordo a experiência como mediadora do Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça, analisando-o como espaço de letramento literário, social e político, além das práticas coletivas de leitura e da formação de vínculos entre os participantes, fundamentado nos estudos de Angela Kleiman (2008). Por fim, o trabalho busca

refletir sobre as possibilidades da literatura em ambientes digitais, considerando tanto os aspectos positivos das redes sociais enquanto espaços de incentivo à formação leitora quanto as pressões produzidas pela lógica do desempenho, da visibilidade e da performatividade.¹

¹ Conceito através dos estudos da Paula Sibília, no seu livro *Show do Eu*.

2 MINHA TRAJETÓRIA E A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO

2.1 “...LIVROS ME LEVAVAM A LUGARES QUE NUNCA PODERIA IR DE OUTRA MANEIRA...”

No livro *Príncipe Mecânico*, da trilogia *As Peças Infernais*, de Cassandra Clare (2021), há um trecho que me toca profundamente: “Foram os livros que fizeram com que eu sentisse que não estava completamente sozinho. Eles podiam ser honestos comigo, e eu podia ser honesto com eles” (Clare, 2021, p. 372). Durante boa parte da minha vida, e, de certa forma, até hoje, os livros têm sido um refúgio para a minha alma. Quando cheguei ao Ensino Médio, algumas pessoas me chamavam de “a garota dos livros”, porque eu estava sempre com um exemplar nas mãos. Outras perguntavam por que eu não criava uma conta no *Instagram* para compartilhar minhas leituras. Naquela época, eu acreditava que ainda não possuía repertório suficiente como leitora, já que lia histórias em quadrinhos do Sesinho e romances de autoras como Paula Pimenta, Isabela Freitas e Kiera Cass. Por isso, não imaginava que as pessoas poderiam se interessar por esse tipo de conteúdo. Ainda assim, decidi tentar.

Em 2018, criei meu *Instagram* e o denominei *@meus_resumos_em_uma_estante*. Com o passar do tempo, resolvi mudar o nome para *@agarotadoslivros*, justamente porque eu vivia lendo na escola e as pessoas frequentemente diziam que eu era “a garota dos livros”. A mudança também aconteceu por meio de uma enquete realizada no próprio *Instagram*, na qual os seguidores puderam escolher entre os dois nomes.

Figura 1 – Captura de tela do story arquivado na conta do Instagram @kayleituras (A)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Fazendo uma análise das duas figuras apresentadas, é possível notar uma diferença estética de como era o meu perfil até chegar na identidade visual apresentada hoje na minha conta. Quando dei início às postagens, comecei a compartilhar algumas leituras e minhas opiniões sobre elas. Com o passar do tempo, achei interessante mostrar também um pouco da minha rotina e, assim, fui ampliando o conteúdo que produzia na rede social. Entretanto, é importante ressaltar que fazer parte de uma comunidade literária nem sempre é uma experiência totalmente prazerosa.

Apesar de ser um espaço de troca e de incentivo à leitura, também é um ambiente onde existe muita comparação. Alguns produtores de conteúdo gostam de expor o número de livros lidos no ano, às vezes oitenta ou mais, como se isso fosse algo simples ou acessível para todos. Eu me cobrava bastante nesse sentido, sentia que precisava ler mais para ser “relevante” no meio, o que acabava tirando um pouco do prazer da leitura. Inclusive, eu já fui essa influenciadora de querer mostrar a quantidade sem fazer uma reflexão crítica sobre isso.

Figura 2 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram @kayleituras* (B)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Naquela época, eu tinha pouquíssimos livros, e boa parte das leituras que realizava era de exemplares emprestados, seja por amigos ou pela biblioteca da escola. Mesmo assim, fui me esforçando para me atualizar sobre esse universo, que é bastante amplo e cheio de termos e discussões próprias.

Ao trabalhar com redes sociais, percebi que outro ponto importante: o número de seguidores. Durante muito tempo, eu acreditava que esse era o principal objetivo de ter um perfil literário: crescer, alcançar milhares de pessoas e ser reconhecida por isso. Eu realmente achava que, se não conseguisse atingir grandes números, meu conteúdo não teria valor. Com o tempo, porém, aprendi que a qualidade do conteúdo e a interação genuína com o público valem muito mais do que simples métricas.

Entretanto, nem tudo tem um início bonito. Acabei desanimando do *Instagram*, principalmente por causa da rotina intensa de estudos, o que me levou a desativar a conta. Em 2020, retornei, mas ainda não me considerava uma criadora de conteúdo. Apenas compartilhava frases de livros, o que, para mim, já era suficiente. Mesmo assim, algumas pessoas me incentivaram a mostrar mais do meu verdadeiro gosto literário e o que havia por trás da “garota dos livros”.

Em 2021, consegui uma parceria com a Editora Madrepérola. Recebi alguns livros em casa e tinha o dever de criar *posts* e *stories* para divulgá-los (Figura 3). No

entanto, o estilo das obras dessa editora não me cativou e percebi que não dialogavam com o meu público. Por conta disso, a parceria acabou sendo desfeita.

Figura 3 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram* (A)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Logo após, meu perfil no *Instagram* se tornou apenas um espaço com fotos aleatórias de livros, sem muita motivação ou inspiração. Em 2022, criei um grupo de promoções no *WhatsApp* chamado “Caçadores de Promoções”, em parceria com uma amiga, também criadora de conteúdo. O objetivo era incentivar as pessoas a comprarem livros com descontos. A cada compra realizada com o nosso link, recebíamos uma pequena comissão. Era uma forma de obter um ganho extra e, ao mesmo tempo, de continuar incentivando o público à leitura.

Figura 4 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram* @kayleituras (C)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Em 2023, decidi me afastar completamente do *Instagram*. A faculdade havia começado e eu queria me dedicar integralmente a ela. Em julho de 2024, minha motivação para ler voltou com força total. Resolvi me dedicar novamente ao *Instagram* e mudei o nome da conta para @kayleituras, marcando uma nova fase da minha trajetória. Queria que o perfil refletisse mais sobre mim e não apenas sobre os meus livros. Decidi compartilhar também minha rotina, meus desafios e aprendizados na faculdade, acreditando que outras pessoas poderiam se identificar com isso.

No dia vinte e dois de janeiro de 2026, fiz um post com o título “O que eu gostaria de ter entendido no curso de Letras e tudo o que aprendi sozinha, quase na reta final” (Figura 5). Nesse post, compartilhei diversas orientações que considerei relevantes para calouros e estudantes de Letras. Abordei a ideia de que o curso não se limita ao gosto pela leitura, destacando que a escrita é uma habilidade construída por meio da prática constante. Além disso, ressalttei que nem todo o aprendizado ocorre em sala de aula, sendo necessário que o estudante busque uma formação para além da universidade. Também enfatizei a importância da aproximação com os professores, da participação em projetos e programas institucionais (como PIBID e PIBIC) e da construção de vínculos ao longo da trajetória acadêmica. O post apresentou um alcance significativo, o que reforça o interesse do público por esse tipo de conteúdo.

Figura 5 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram* (B)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

A partir daí, comecei a enxergar o *Instagram* como um espaço de trabalho, e não apenas de lazer. Otimizei meu tempo, planejei meus conteúdos e passei a postar o que realmente fazia sentido para mim. Com o tempo, comecei a interagir mais com meus seguidores: postava caixinhas de perguntas, sanava dúvidas e compartilhava experiências.

Figura 6 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram* @kayleituras (D)



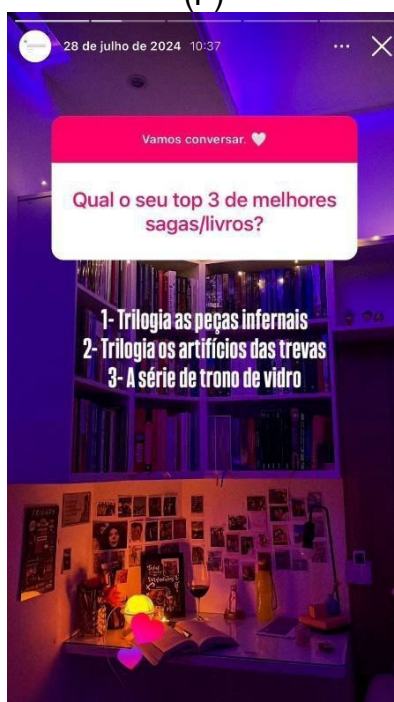
Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Figura 7 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram @kayleituras* (E)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Figura 8 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram @kayleituras* (F)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Essa troca criou um vínculo genuíno e eu percebi que não precisava falar apenas sobre livros, mas poderia, também, abordar temas relacionados à faculdade,

à rotina e ao universo da leitura de forma mais ampla. Em maio de 2025, recebi um convite muito especial da Fundação Pedro Paes Mendonça, localizada no povoado Serra do Machado, município de Ribeirópolis. Eles haviam acompanhado meu trabalho e ficaram interessados na proposta dos meus conteúdos. Com o aumento do engajamento, comecei a perceber o impacto real disso: as pessoas passaram a seguir minhas indicações de leitura.

Figura 9 – Captura de tela do story arquivado na conta do *Instagram* @kayleituras (G)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Algumas até publicavam no *Instagram* e me marcavam, mostrando que chegaram às obras através do perfil @kayleituras.

Hoje, considero meu perfil bastante diverso: compartilho leituras de romance, fantasia, clássicos e até distopias. Consigo misturar diferentes gostos e expressar minhas opiniões de forma honesta. Acredito que é essa sinceridade, aliada à minha paixão pelos livros, que faz com que as pessoas se identifiquem comigo e com a imagem que transmito através das telas. Ainda que as redes sociais valorizem a ideia de autenticidade, essa noção também é atravessada pela lógica algorítmica, que transforma o “ser genuíno” em uma estratégia de visibilidade e de aproximação com o público. Assim, o sentimento de pertencimento produzido nas *bookredes* ocorre simultaneamente como experiência afetiva real e como mecanismo incentivado pelas

dinâmicas das plataformas digitais. No início, para alcançar um engajamento maior, os vídeos falados (*reels*) pareciam ajudar bastante o algoritmo na entrega do conteúdo. No entanto, carrosséis com conteúdo educacional e crítico, como mostrado na imagem (post 22/01/2026), também geram engajamento.

Contudo, eu nunca quis transformar minha vivência digital em algo exaustivo ou que ultrapassasse meus limites. Por isso, prefiro, ironicamente, focar em fotos bonitas e chamativas, que transmitam paz e reflitam minha essência, mas que também demonstram um pouco das contradições da vida na esfera algorítmica. Aprendi que criar uma identidade visual é tão importante quanto produzir vídeos, pois é ela que faz o público reconhecer o seu trabalho. No meu caso, a estética leve e harmônica é parte fundamental da minha presença online. Ainda assim, às vezes me arrisco em vídeos curtos e diretos, buscando encontrar um equilíbrio entre o que o público gosta e o que me faz sentir confortável.

Assim como a estética do *@kayleituras* mudou, é natural que, gradualmente, o gosto literário se transforme. Na adolescência, eu não suportava ler um clássico; achava difícil, distante e, muitas vezes, complicado de compreender. No entanto, ao ingressar na faculdade de Letras, fui desafiada a olhar para a literatura de outra forma: como arte, cultura, reflexão e, acima de tudo, como expressão da experiência humana. Na crônica “A literatura, coitada”, de Bruna Martioli (2025), ela aborda a influência do *TikTok* na leitura, tratando de como algumas pessoas criticam a leitura por prazer. Segundo a autora, é um grande feito fazer com que os jovens leiam e demonstrem interesse pela literatura, mesmo que seja apenas por prazer. Ela cita, então:

Tudo o que fazemos está carregado de cultura e política, as roupas que vestimos, as músicas que consumimos, os filmes e séries que assistimos. Até nossa maquiagem faz parte da nossa forma de praticar o mundo. Por isso, quem acredita que a leitura é somente lazer desenraizado é apenas um ser humano ainda ingênuo, de fato. (Martioli, 2025).

Todavia, ao levar essa experiência leitora para o ambiente digital, percebi que outros fatores passaram a interferir diretamente na forma como me relaciono com a leitura e com o conteúdo que produzo, especialmente a lógica algorítmica das redes sociais e a cultura da participação que nelas se estabelece. É sobre essa influência e suas consequências que irei refletir na próxima subseção.

2.2 “...É NECESSÁRIO SAIR DA ILHA PARA VER A ILHA, NÃO NOS VEMOS SE NÃO SAÍMOS DE NÓS.”

Fazer parte de uma comunidade literária é, muitas vezes, adaptar-se às dinâmicas e às expectativas daquele meio, aos lançamentos e às opiniões em primeira mão, como também ajustar-se ao público e entregar o que ele gosta de consumir, além de aprender as novas linguagens e expressões daquele espaço. As *bookredes* também produzem mudanças no vocabulário e nas formas de interação, pois designam comunidades *on-line* em que fãs de livros, denominados *bookstans*¹ compartilham conteúdo sobre literatura e promovem o hábito da leitura.

Por exemplo: o *Booktube*, presente no *YouTube*, é uma junção do conteúdo literário em formato de vídeos; o *Bookstagram*, no *Instagram*, resulta da união entre o termo *book* (livro) e a própria rede social; o *Booktok*, no *TikTok*, segue a mesma lógica. Essa área da comunidade de influenciadores vem ganhando força a cada dia e se expandindo nas redes sociais.

A comunidade das *bookredes* vem crescendo significativamente e, com isso, o número de leitores aumenta. Quanto mais transparente o influenciador for em relação às suas indicações, melhor será o desempenho com seus seguidores. Cria-se, assim, uma dinâmica de recomendação baseada na identificação e na confiança entre influenciador e público. A pessoa simpatiza com a sua divulgação e decide ler. Com isso, gera-se um ciclo de conversas e de sugestões. É um bate-papo que vai chegar a outras pessoas, sejam leitores ou não. Sobre isso, os autores Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2015, p. 30), no livro *Cultura da Conexão*, afirmam que “[...] recomendações boca a boca e compartilhamento de conteúdo de mídia são impulsos que há muito tempo mobilizam as interações entre as pessoas. Talvez nada seja mais humano do que dividir histórias”.

Esse fenômeno, impulsionado por decisões sociais, é o que os autores também descrevem sobre a cultura conectada em rede:

Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena se engajar nesse conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim

¹ União das palavras em inglês *book* (livro) e *stan* (termo da internet para fã).

ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? (Ford; Green; Jenkins, 2015, p. 51)

Fica claro, portanto, que a cultura conectada em rede, tal como definida pelos autores, demonstra ser essencial para manter uma ligação verdadeiramente humanizada nas publicações. Isso faz com que o leitor se sinta influenciado, replicando o efeito das recomendações boca a boca, um fenômeno de engajamento social amplamente conhecido e praticado muito antes do surgimento das redes. Assim, as *bookredes*, não apenas divulgam livros, mas também conseguem criar uma comunidade de leitores fundamentada na troca e na identificação de diferentes experiências literárias.

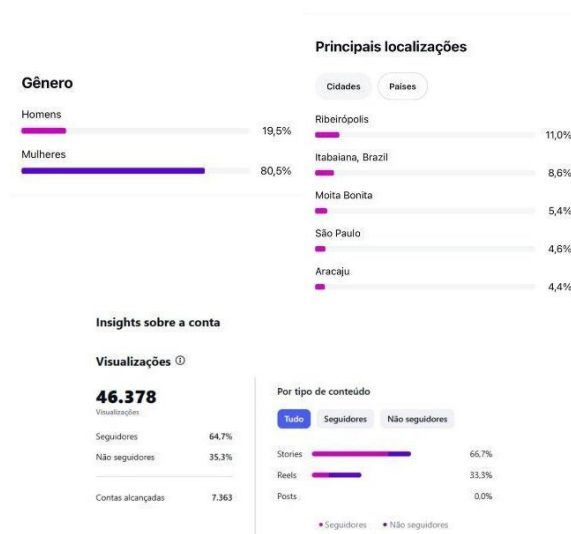
Ao ingressar nesse mundo digital, é normal se deparar com mais termos literários e sentir-se um pouco perdido. Boa parte dos termos são em inglês, e isso pode fazer com que as pessoas não se adaptem tão rápido ou não seja acessível.

Com o avanço das *bookredes*, iniciou-se a necessidade de uma nomenclatura universal para categorizar um livro. Assim, alguns termos em inglês funcionam como hashtags; o TBR (to be read), por exemplo, é uma lista de leitura a ser lida. Isso permite que o público encontre instantaneamente o tipo de conteúdo que deseja consumir. Termos como *enemies to lovers* (“de inimigos a amantes”), que se refere a livros em que os protagonistas se odeiam inicialmente e depois se apaixonam; *friends to lovers* (“amigos a amantes”), que abordam personagens que são amigos antes de se apaixonarem; *fake dating* (“namoro falso”), em que os personagens iniciam um namoro falso até se apaixonarem de verdade, exemplificam a inacessibilidade e ao mesmo tempo a lógica das plataformas que usam o inglês como língua hegemônica.

Fazendo um panorama do meu perfil e analisando as métricas, meu público é composto por 80,5% de mulheres e 19,5% de homens. A principal faixa etária é de 25 a 34 anos (32,3%), seguida de 18 a 24 (26,0%), 35 a 44 (19,6%) e 45 a 54 (11,1%).

São números significativos e que têm boa relação com o conteúdo que compartilho. Outro ponto interessante é que meu público é bastante diverso em termos de localização: a maior concentração de pessoas está em Ribeirópolis (SE), município do meu povoado, que faz parte da minha comunidade, mas também há seguidores de Itabaiana, Moita Bonita, Aracaju e de outras cidades sergipanas e, a mais distante, São Paulo. Na figura 10, é possível analisar as métricas desses resultados apresentados.

Figura 10 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram* (métricas)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

O vídeo com maior alcance do meu perfil foi um *Reels* que alcançou 33,1 mil visualizações, além de 45 salvamentos e 16 compartilhamentos. Tratava-se de um vídeo sobre o livro *É tempo de morangos*, da autora Bruna Martioli (2026), já mencionada na seção anterior. O conteúdo foi publicado em colaboração com o perfil da autora, que possui 463 mil seguidores (@brunamartioli, no *Instagram*), no qual recitei um trecho da obra e estabeleci uma associação com a canção “Vienna”, de Billy Joel (1977). Esse resultado representou um avanço significativo para mim enquanto produtora de conteúdo, especialmente por ter sido notada por uma figura pública que admiro e que integra a comunidade de profissionais da área de Letras.

Figura 11 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram* (C)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

Outro vídeo de destaque no perfil, considerando o número de salvamentos e de compartilhamentos, foi um *Reels* que alcançou 15,9 mil visualizações (até o momento da análise realizada nesta pesquisa – 02/04/2026), além de 170 salvamentos e 150 compartilhamentos. Tratava-se de um vídeo simples, no qual registrei um momento durante uma aula do PIBID, acompanhado da seguinte frase: “Ninguém fala o quão difícil é ser professor iniciante, enfrentar o novo todos os dias com coragem no olhar e dúvidas no coração.”

Figura 12 – Captura de tela de perfil literário no *Instagram* (D)



Fonte: Elaboração da própria autora (2026).

A partir dessas experiências, considero o *Instagram* uma plataforma de comportamento imprevisível, na qual conteúdos simples, por vezes, alcançam maior visibilidade do que produções mais elaboradas. Tal dinâmica parece estar relacionada a múltiplos fatores, como o uso de músicas em alta, o alcance de entrega do algoritmo e, principalmente, o grau de identificação do público com o conteúdo.

Meu maior nicho de leitura atualmente é o de romances contemporâneos, formado por autoras como Abby Jimenez, Taylor Jenkins Reid e, no gênero fantasia, Cassandra Clare e Sarah J. Mas, entre outros. Quando penso em criar conteúdo e indicar alguns livros, posso perceber que as pessoas se interessam por legendas chamativas e linguagem acessível. Em relação ao conteúdo, o que gera mais engajamento são indicações de livros com leitura rápida e romantasia.

A lógica dos algoritmos, na maioria das vezes, faz com que o criador de conteúdo tenha uma enorme preocupação com seu engajamento, com estar atualizado em relação aos novos lançamentos e até mesmo com a possibilidade de monetizar aquele conteúdo. Atualmente, ter uma conta no *Instagram* é lidar com a pressão estética: *story* sem uma estética padronizada? Não faz parte desse mundo. As pessoas procuram postagens perfeitas, *stories*, *feeds* e tudo de uma forma impecável. Hoje tudo é voltado para a perfeição; não existe mais rede social movida apenas pelo humor ou pelo hobby, sem um planejamento por trás.

É interessante perceber que as mídias nos fazem acreditar que números não são nada e, ao mesmo tempo, tudo. Atualmente, tenho mais de mil seguidores no *Instagram*, e quando comparo esse número a influenciadores como Pam Gonçalves (103 mil seguidores), Paola Aleksandra (249 mil) ou Livros da Ludi (37,5 mil seguidores). Penso: em que momento mil pessoas passaram a ser “pouco”? Quando imagino uma sala de aula, já que sou professora em formação, com essa quantidade, sei que ficaria lotada. Números são relativos. Tudo depende do ponto de vista e daquilo que somos influenciados a acreditar.

Sendo assim, é importante perceber como as redes sociais modificam a forma como enxergamos reconhecimento e relevância. Muitas vezes, os números deixam de ser apenas quantidade e passam a representar valor social dentro do ambiente digital. Curtidas, seguidores e compartilhamentos acabam funcionando como formas de validação, fazendo com que as pessoas façam uma associação de alcance *versus* importância. Dessa forma, mesmo que mil pessoas seja um número extremamente

significativo fora das redes sociais, dentro das plataformas ele pode parecer insuficiente diante de perfis com centenas de milhares de seguidores.

Essa sensação de que nunca é suficiente também está ligada à constante comparação proporcionada pelas mídias digitais. Ao entrar nas redes sociais diariamente, os usuários são expostos a perfis que acumulam números cada vez maiores, o que altera a percepção sobre aquilo que seria “muito” ou “pouco”. Assim, as plataformas contribuem para a construção de expectativas irreais e para uma busca contínua por visibilidade e reconhecimento.

No entanto, ainda que a cultura da conexão permita essa relação entre os sujeitos, as redes sociais ainda estão ligadas à lógica das plataformas e dos algoritmos. No livro *Pesquisando Plataformas Online: Conceitos e Métodos*, Carlos D'Andréa (2020), o autor desmistifica algumas nuances sobre as plataformas *online* e como funciona cada rede social. Ao diferenciar os conceitos, o autor explica que, enquanto o primeiro termo enfatiza uma dimensão interacional, a perspectiva das plataformas busca ressaltar como as trocas são moldadas pelos aspectos computacionais, econômicos e políticos da conectividade online. Sobre a metáfora da rede, D'Andréa aponta:

Para além de termos como “rede de computadores” ou “sociedade em rede”, a metáfora da rede se destaca nos estudos em internet principalmente por ressaltar a possibilidade sociotécnica de perfis formalizarem suas interligações através de recursos como seguir, curtir, compartilhar. Se voltarmos para o início dos anos 2000, vamos lembrar que, no tempo do Orkut, as redes sociais eram chamadas de “sites de relacionamento”, justamente porque as discussões estavam centradas em como esses artefatos mediavam – e ressignificavam os vínculos interpessoais... (D'Andréa, 2020, p. 17).

Dessa forma, o autor esclarece que o termo plataforma abrange uma camada mais profunda de controle e de estratégia comercial, indo além da simples interação. Isso faz perceber que as redes sociais não funcionam apenas como espaços de interação entre pessoas, mas também como ambientes organizados por interesses econômicos e por estratégias de visibilidade. Os algoritmos determinam quais conteúdos terão mais alcance e quais permanecerão invisíveis, influenciando diretamente a forma como os usuários consomem conteúdos e interagem dentro das plataformas.

Assim, a busca por curtidas, seguidores e engajamento também passa a fazer parte dessa lógica. As plataformas incentivam constantemente a produção de

conteúdo e a permanência dos usuários nesses espaços, transformando interações em dados e fazendo com que a visibilidade se torne uma espécie de valor. Isso ajuda a compreender por que números tão grandes podem parecer pequenos: as redes sociais criam uma sensação constante de comparação e de insuficiência, em que sempre existe alguém com mais alcance, mais seguidores e mais reconhecimento. Como afirma D'Ándrea:

Em outras palavras, as plataformas se apropriam das lógicas de conexão e as potencializam como parte de uma estratégia – comercial sobretudo – que visa incentivar usuários a deixar rastros de suas relações, preferências etc. Considerando essa concepção, parece-nos que é grande o risco de, ao usarmos automaticamente o termo “rede social”, enfatizarmos apenas a dimensão relacional das plataformas, inviabilizando os aspectos materiais, econômicos, políticos etc. da conectividade online. (D'Ándrea, 2020, p. 18)

Sobre os algoritmos, ele cita o seguinte:

A centralidade da datificação para as plataformas *online* fica mais evidente se associada aos contínuos processamentos desses dados por algoritmos. Em termos funcionais, um algoritmo é muitas vezes definido como uma sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas, ou seja, para transformar dados em resultados. (D'Ándrea, 2020, p. 31)

Essa definição indica que os conjuntos de dados gerados pelas ações dos usuários, como curtidas, comentários, compartilhamentos e tempo de permanência nas publicações, são continuamente processados com o objetivo de organizar e priorizar o conteúdo. Os algoritmos são os códigos pré-determinados que dizem o que terá maior visibilidade na plataforma, a partir da coleta de dados dos usuários. O engajamento depende de entender como esse código funciona e o criador tende a fazer isso. Se tais dados dependem da preferência dos usuários, eles se retroalimentam e não são neutros. Isto é, o usuário diz o que o algoritmo deve priorizar, mas antes o algoritmo priorizou o conteúdo que seria mostrado. Algumas vezes, busco pensar no algoritmo e nas métricas para produzir conteúdo, em outras, não, tento ser espontânea, como já falei na subseção anterior.

2.3 A LITERATURA É, ANTES DE TUDO, UMA FORMA DE QUESTIONAMENTO E DE AMPLIAÇÃO DO OLHAR SOBRE O MUNDO

Ser espontâneo faz parte, também, de uma certa performatividade do eu. Por exemplo, quando se trata de conseguir parcerias, as editoras sempre terão um olhar mais atento para esses grandes influenciadores, justamente, porque querem manter o alcance do algoritmo, não dando oportunidade para quem está começando no momento e até mesmo para quem faz um trabalho de qualidade. Essa cultura de seleção ocorre desde o início das redes de leitores (ou *bookredes*), como observa Paula Sibilia (2016) em seu livro *O Show do Eu*. A autora discute como as editoras escolhem os influenciadores para conduzir as propagandas e como tudo se resume ao número de seguidores.

Uma vez superada a perplexidade inicial, tanto a grande mídia como as editoras resolveram capitalizar a novidade; entre outras maneiras em que isso está ocorrendo, destaca-se a contratação dos *booktubers* com maior número de seguidores, para que eles operem como assessores de marketing dessas empresas na conquista dos enigmáticos jovens leitores da era digital. (Sibilia, 2016, p. 36)

O mercado editorial conseguiu engajar suas empresas por meio desses influenciadores e continua, até hoje, embarcando nesse novo mundo. Foi um jogo de interesse por parte desses editores, pois representou uma oportunidade de crescer, aumentar o número de novos leitores e, conseqüentemente, as vendas. Para os influenciadores, foi a chance de trabalhar de casa, recebendo livros e fazendo a divulgação. O lamentável disso tudo é que os critérios continuam os mesmos: sempre resumidos ao número. Essa temática é almejada pelos jovens influenciadores: a grande meta é ser notado por essas empresas. Embora algumas editoras divulguem questionários para a inscrição e relatem que o número de seguidores não precisa ser necessariamente um ponto alto, é perceptível que isso importa, e muito.

Muito antes da concepção do que é hoje o *Instagram* e a sua influência, era muito comum e viralizado o uso do *Facebook* e do *YouTube*, nos quais já existiam o que conhecemos hoje como os digitais influencers da literatura. Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2015), em seu livro *Cultura da conexão* (2015, p. 47), discutem acerca da importância do *YouTube* no meio digital e do *marketing*, além de exemplificar outras redes como o *Twitter*: “Sites como o *YouTube* tornam fácil incluir

material em blogs ou compartilhá-lo por meio dos sites das redes sociais... Plataformas como o Twitter e o Facebook facilitam o compartilhamento instantâneo das conexões sociais de cada pessoa”.

Esse teor da facilidade tecnológica mostra o quanto o compartilhamento está ligado para propagar algum conteúdo. Jenkins, Ford e Green (2015) discutem sobre o caso da cantora britânica Susan Boyle e como ela viralizou na sua primeira apresentação no *Britain's Got Talent*. Ela alcançou mais de 77 milhões de visualizações no *YouTube*, tendo em vista que essa plataforma é algo que remete muito à repetição. As pessoas do mundo todo baixaram vídeos da sua audição, o que gerou, assim, ações individuais de compartilhamento. A entrada da cantora no meio digital foi moldada pelos fãs através do que Jenkins, Ford e Green (2015), chamam de propagabilidade.

O fenômeno Susan Boyle não teria se desenvolvido do mesmo modo se não fosse pelos relacionamentos e pelas comunidades facilitados pelos sites de redes sociais, pelas ferramentas de compartilhamento de mídia e pelas plataformas de *microblogs*. (Jenkins; Ford; Green, 2015, p. 47)

Tudo isso que propagou os vídeos da cantora fez parte de uma fundamentação denominada como “cultura ligada em rede”, que são práticas sociais e culturais em que as pessoas interagem por meio do compartilhamento em rede, como afirmam Jenkins, Ford e Green (2015). Quando eu penso em tipos de *influencers* literários para seguir e confiar nas recomendações, sempre vou procurar em perfis “pequenos”, em comparação com os famosos desse mundo virtual.

Os *bookstans* com contas menores tendem a ser mais sinceros em suas indicações, e isso reflete muita confiança em quem está acompanhando. É uma espécie de cultura de nicho. Talvez, por eu ser uma influenciadora pequena, acabo tendo esse olhar diferente para quem está começando agora ou se esforçando para crescer significativamente. *Influencers* como Maria (@mensagensliterárias), a Claudiane (@umapequenaestantedelidos) e Bruna (@depoisdaspaginas) são criadoras de conteúdo autênticas e fiéis ao seu público. Eu me identifico muito com os conteúdos delas e com a nossa troca na internet.

Paula Sibilia (2016) mostra a jornada de sites presentes na internet até chegar ao momento da “revolução da Web 2.0²” e como o papel dos influenciadores e das pessoas comuns se desenvolve a cada dia:

Além de todas essas ferramentas – que constantemente se espalham e dão à luz inúmeras atualizações, imitações e sucessoras –, existem ainda outras áreas da internet onde os usuários não são apenas os protagonistas, mas também os principais produtores do conteúdo, tais como os fóruns e os grupos de notícias (Sibilia, 2016, p. 24)

A autora debate acerca de como se adequar a este novo mundo que está sempre em modificações e sempre alimentado por novidades, e como somos influenciados na forma de ser e de estar no mundo. Portanto: “A experiência de cada um se vê fortemente influenciada pela interação com os outros e com o mundo; por isso não se pode negar o papel primordial da cultura na conformação do que se é” (Sibilia, 2016, p. 24)

Com tantos avanços, as redes decidiram monetizar os usuários pelo seu uso, de forma que houvesse muito benefício para as *Big Techs*³. Viver através da *internet* é entender que, às vezes, você está vendendo o seu produto de graça para essas empresas em troca de divulgações, como o caso do *Facebook*:

Por exemplo, o popular site de relacionamentos Facebook, também resolveu compensar monetariamente aqueles usuários que desenvolvessem ‘recursos inovadores e surpreendentes’ para incorporar ao sistema, e isso já desde seus primórdios em 2007 (Sibilia, 2016, p. 35).

Com isso, *O show do Eu* mostra as nuances do “eu” na ficção, na internet e o “eu” real, fora dela, e como nós moldamos a coexistência. Quando se trata desse “eu” na internet, Sibilia discute nossa subjetividade, o nosso modo de ser e de estar no mundo e como ele é influenciado por esses dois contrastes. É como se as pessoas dividissem as suas personalidades: uma moldada para as redes sociais e outra totalmente diferente fora delas. A internet permite viver essa ficção como se fosse uma troca de personagem e de cenários. Muitas vezes, é comum deparar-se com digitais influencers que performam de diferentes formas na internet e fora dela. Como Sibilia

² A Web 2.0 corresponde à fase da internet caracterizada pela participação ativa dos usuários na produção, compartilhamento e circulação de conteúdos, possibilitando novas formas de interação social e troca de dados em plataformas digitais.

³ *Big Techs* são grandes empresas de tecnologia que controlam plataformas digitais, infraestruturas de dados e serviços online, exercendo forte influência econômica, tecnológica e social em escala global.

afirma, essa vivência nas redes sociais é um verdadeiro filme, com vários enredos, no qual vendemos a nossa imagem o tempo inteiro.

Essa necessidade constante de performar, de apresentar uma imagem sempre ativa e positiva, encontra paralelo nas reflexões de Byung-Chul Han (2015, p. 18), que observa em *Sociedade do Cansaço*, no capítulo “O tédio profundo”, que “[...] o excesso de positividade se manifesta também como excesso de estímulos, informações e impulsos”. A superexposição do “eu” nas redes sociais e a pressão por manter uma performance contínua refletem essa lógica de excesso, fragmentando a atenção e exigindo do sujeito uma hiperatividade constante, muitas vezes prejudicando o tempo de contemplação e de atenção profunda necessária para experiências mais autênticas e reflexivas.

Han ainda diferencia a sociedade disciplinar da sociedade de desempenho, relendo Michel Foucault, mostra que, na contemporaneidade, os sujeitos são orientados à produção e a si mesmos, desvinculados da negatividade e guiados por uma lógica de autoafirmação contínua, resumida na expressão motivacional “yes, we can”⁴. O problema com isso é a exaustão de um sim e um sucesso que nunca chega, justificando apenas a autoexploração através da positividade ao alcançar um padrão de vida que não existe fora das redes sociais.

Dessa forma, o estudo do “eu” nas redes sociais evidencia não apenas como construímos identidades digitais, mas também como essas práticas interagem com os modos de atenção, percepção e experiência na contemporaneidade, destacando as tensões entre a presença online e a possibilidade de vivências mais profundas e reflexivas fora do ambiente digital. Esse entendimento permite a constatação de que a subjetividade contemporânea é simultaneamente performativa, mediada digitalmente e constantemente tensionada pelo excesso de estímulos e pela lógica do desempenho.

⁴ Traduz-se como “sim, nós podemos”.

3 “...O IMEDIATISMO É NOSSO MAIOR INIMIGO: ELE SÓ NOS LEVA A FRUSTRAÇÕES. COISAS VERDADEIRAMENTE BOAS REQUEREM TEMPO E MUITA PACIÊNCIA PARA SEREM CONSTRUÍDAS; REQUEREM A HUMILDADE DE SER INICIANTE...”

Em maio de 2025, fui convidada para atuar como mediadora de um projeto voltado ao incentivo à leitura: um clube do livro, promovido pela Fundação Pedro Paes Mendonça. O convite surgiu, em especial, por meio de Zalberto Lima, coordenador de Comunicação e Cultura⁵, que passou a acompanhar meu trabalho pelo *Instagram*. A partir disso, estabeleceu-se um diálogo entre nós sobre a possibilidade de desenvolver um projeto que incentivasse as pessoas, de alguma forma, a adquirir o hábito da leitura. Foi assim que nasceu o Clube de Leitura, tendo como principal meio de divulgação o meu *Instagram*. Além disso, o fato de eu residir no povoado Serra do Machado, local diretamente beneficiado pelas ações da Fundação, fortaleceu ainda mais a proposta.

De acordo com o site oficial da instituição, FPPM, a origem do nome da Fundação está ligada a Pedro Paes Mendonça, patriarca da família Paes Mendonça e fundador do Grupo JCPM. A Fundação Pedro Paes Mendonça iniciou suas atividades em 1989, com a inauguração do Lar Dona Conceição, um espaço de acolhimento para idosos. Essa ação marcou o início de uma série de iniciativas sociais do grupo, inclusive para jovens. Atualmente, mais de 100 profissionais atuam diariamente no atendimento a cerca de duas mil pessoas, por meio de projetos nas áreas de Educação, Saúde, Cultura, Juventude, Cidadania e Sustentabilidade.

Os encontros do Clube de Leitura passaram a ocorrer mensalmente, tendo como regra para os participantes o prazo de um mês para a leitura integral da obra selecionada. A escolha das obras é realizada de forma coletiva, por meio de votação entre os leitores, a partir de uma curadoria previamente organizada por mim. Essa curadoria segue dois critérios principais. O primeiro está diretamente relacionado ao meu *Instagram*: procuro incluir no clube, livros que já li e divulgo na plataforma, promovendo, assim, uma interação mútua entre a rede social e os participantes, muitos dos quais já acompanham meu trabalho.

⁵ Entrevista transcrita através do site TurboScribe.

O segundo critério baseia-se nas sugestões dos próprios integrantes do clube. Quando surge a indicação de um livro que ainda não li, realizo pesquisas prévias, analisando o conteúdo, a faixa etária recomendada e a opinião de outros influenciadores digitais do meio literário. Sendo assim, o universo dos *bookstans* está constantemente presente na minha formação como leitora, uma vez que também confio no trabalho desses mediadores.

Segundo Angela Kleiman (2008, p. 11), “[...] as práticas letradas [...] são práticas coletivas, em que o conhecimento sobre a escrita é construído pela colaboração”. Nesse sentido, o contato e a dinâmica entre os participantes mostram-se fundamentais tanto para a escolha das obras quanto para a ampliação do repertório e do senso crítico dos leitores.

Antes do início oficial do clube, desenvolvi um período de planejamento e de pesquisa, com o objetivo de compreender o público e estruturar estratégias que favorecessem a participação dos leitores. Inicialmente, definiu-se a faixa etária a partir dos 12 anos; no entanto, ao longo dos encontros, percebi a necessidade de ajustá-la para a partir dos 14 anos. Essa mudança ocorreu devido à complexidade de alguns conteúdos, às exigências interpretativas das obras e à dificuldade de selecionar livros que atendessem, simultaneamente, a leitores de 12 e 18 anos, por exemplo. Ainda que simples, essa alteração representou um avanço significativo, contribuindo para escolhas mais adequadas e contemplando melhor os participantes.

Outro ponto relevante a ser destacado é que, atualmente, o Clube do Livro estabelece parceria com o Centro de Educação Básica Auxiliadora Paes Mendonça, integrando-se ao contexto da educação básica e contemplando estudantes em idade escolar tanto da instituição quanto de comunidades vizinhas. Nesse sentido, a iniciativa deixa de ser apenas uma atividade extracurricular de incentivo à leitura e passa a configurar-se como uma prática pedagógica articulada ao ambiente escolar.

A partir dessa inserção, o clube contribui para o desenvolvimento de diferentes dimensões do letramento, especialmente o letramento literário, social e político, ao possibilitar que os estudantes não apenas leiam obras, mas também reflitam criticamente sobre elas, relacionando-as às suas próprias vivências e ao contexto em que estão inseridos. Além disso, ao ser incorporado como atividade vinculada à escola, o projeto amplia as formas de mediação da leitura, promovendo a formação de leitores mais críticos e participativos.

Para compreender as práticas de leitura no clube, é importante destacar que, conforme Kleiman (2008), o livro e a escrita precisam assumir um papel significativo nas interações sociais. Nesse contexto, a dinâmica do clube evidencia que a leitura não se restringe ao texto escrito, mas envolve também a oralidade, a interpretação e a troca de experiências, constituindo-se como uma prática integrada, em que diferentes dimensões do letramento se articulam.

O primeiro encontro oficial ocorreu em 4 de julho de 2025, momento em que apresentei a proposta do clube e busquei compreender o histórico de leitura dos participantes. Os encontros são realizados no miniauditório do Lar Dona Conceição, localizado no povoado Serra do Machado. Trata-se de um espaço provisório, enquanto ainda não há um local definitivo para que os nossos momentos aconteçam. Por isso, procuro torná-lo o mais acolhedor possível: chego com antecedência, organizo as cadeiras, preparo a televisão com os slides do encontro, coloco uma música ambiente e deixo o espaço do lanche organizado para o momento posterior ao debate.

Considerando esse primeiro contato, a escolha da obra inicial foi feita apenas por mim: *A biblioteca da meia-noite*, cuja temática aborda as escolhas individuais e a saúde mental. Em 16 de agosto de 2025, realizou-se o primeiro debate do clube, com a participação da psicóloga Mirella Matos, convidada por sugestão de Zalberto Lima, o coordenador de Comunicação e Cultura. Sua presença contribuiu significativamente para a discussão da obra, especialmente ao destacar a importância da saúde mental em diferentes fases da vida.

Na mesma ocasião, foi definida a segunda leitura do clube, *Fahrenheit 451*. Durante o debate, observou-se um menor engajamento dos participantes, bem como dificuldades de adaptação à linguagem – talvez pela idade e densidade da obra. O terceiro encontro foi dedicado ao livro *Mentirosos*, que apresentou maior envolvimento por parte do grupo, especialmente entre os leitores interessados no gênero de suspense e teve a participação da professora Letícia Santos.

Para o encerramento das atividades em 2025, trabalhou-se a obra *O ódio que você semeia*, em diálogo com sua adaptação cinematográfica. O encontro ocorreu em novembro, articulando a leitura à temática da consciência negra, o que possibilitou reflexões sobre as diferenças entre a obra literária e sua versão audiovisual.

Segundo Kleiman (2008), em *Os significados do letramento*, a formação de leitores também sofre influência direta do mediador, sendo que “o suporte do adulto

[ou mediador] nesses eventos de letramento é essencial” (Kleiman, 2008, p. 11, grifo da autora). Nesse sentido, o papel do mediador consiste em apresentar a prática leitora, orientar os participantes e promover a articulação entre leitores mais experientes e aqueles que ainda estão em processo de formação.

Dessa forma, o clube configura-se como um espaço de letramento que articula diferentes práticas sociais da leitura, ultrapassando a ideia da leitura como uma atividade exclusivamente individual ou escolarizada. Trata-se de um ambiente de interação, diálogo e compartilhamento de experiências, no qual os sujeitos constroem sentidos coletivamente a partir das obras lidas e das vivências que atravessam essas leituras. Nesse contexto, a leitura passa a ser compreendida como uma prática cultural e socialmente situada, relacionada às formas de participação dos indivíduos na sociedade. Como afirma Kleiman: “Podemos definir hoje o letramento como um conjunto de práticas sociais que usam a escrita, enquanto sistema simbólico e enquanto tecnologia, em contextos específicos, para objetivos específicos” (2008, p. 19).

A partir dessa perspectiva, o clube de leitura contribui não apenas para o desenvolvimento da competência leitora, mas também para a formação de sujeitos críticos e participativos, capazes de interpretar, questionar e compartilhar diferentes visões de mundo, que são, justamente, possíveis objetivos específicos do letramento. Além disso, esses espaços favorecem a construção de identidades leitoras, uma vez que os participantes passam a reconhecer-se como leitores por meio das trocas coletivas, do sentimento de pertencimento e das experiências compartilhadas em comunidade.

Em 31 de janeiro de 2026, realizou-se o primeiro encontro do ano, com a leitura do conto “A ilha desconhecida”, de José Saramago. Na ocasião, ocorreu também a dinâmica do “amigo chocolate”, sorteada no encontro anterior, o que contribuiu para o fortalecimento dos vínculos entre os participantes, evidenciando o clube como um espaço não apenas de mediação de leitura, mas também de convivência e de troca simbólica. Nesse encontro, apresentei novas propostas para o funcionamento do clube, com o objetivo de ampliar o engajamento dos participantes. Entre elas, destacam-se a criação de desafios de leitura, nos quais, a cada duas ou três obras concluídas, o participante recebe uma recompensa, como um vale-livro ou um vale em estabelecimentos locais, financiado pela Fundação Paes Mendonça. Ao final do ano, o participante com maior número de leituras será premiado com um Kindle. Essas

estratégias visam incentivar a continuidade da prática leitora, especialmente entre os jovens. Na mesma ocasião, foi escolhida a obra "Amêndoas" como próxima leitura do clube.

Um ponto importante a ser destacado é que parte significativa dos participantes já acompanhava meu trabalho nas redes sociais, especialmente no *Instagram*, o que favoreceu tanto a adesão ao projeto quanto a confiança no processo de mediação. Esse percurso evidencia que a consolidação do clube do livro resulta de um processo contínuo de planejamento, construção e divulgação, voltado à formação de leitores.

3.1 "...AVANÇO PELA LITERATURA ASSIM, PROCURANDO OS ENCONTROS CERTEIROS. NÃO ACREDITO NO DESTINO DA VIDA, MAS ACREDITO NO DESTINO DA LITERATURA."

Em um país marcado por baixos índices de letramento, participar de um clube de leitura e manter a constância de ler ao menos um livro por mês configura-se não apenas como uma prática cultural, mas como um gesto de resistência. Tal afirmação ganha ainda mais relevância quando observada à luz dos dados apresentados na 6ª edição do levantamento *Retratos da Leitura no Brasil*. Realizada pelo Instituto Ipec (uma das pesquisas mais abrangentes sobre o comportamento leitor no país), a investigação ouviu 5.504 entrevistados em 208 municípios, por meio de visitas domiciliares, entre 30 de abril e 31 de julho de 2024. O próprio título dessa edição já evidencia um cenário alarmante: "O Brasil que lê menos: pesquisa aponta perda de quase 7 milhões de leitores em 4 anos".

O levantamento considera tanto a leitura de livros impressos quanto digitais, sem restrição de gênero, incluindo obras didáticas, a Bíblia e outros textos religiosos. Ainda assim, os resultados revelam um dado expressivo: ao considerar apenas os livros lidos integralmente, a média de leitura é de apenas 0,82 livro por entrevistado, o que reforça o distanciamento entre a população brasileira e a prática leitora contínua. Nesse contexto, torna-se relevante compreender a trajetória histórica dos clubes de leitura. De acordo com a *Folha de S. Paulo*, com raízes no século 18, clubes de leitura atraem cada vez mais adeptos, suas origens remontam ao século XVIII, podendo ser identificadas tanto em grupos puritanos norte-americanos, que se reuniam para o estudo da Bíblia, quanto em encontros promovidos por aristocratas e burgueses franceses, realizados em salões privados, nos quais a leitura e o debate

de obras literárias, filosóficas e ideias intelectuais ocupavam papel central. Esses espaços, considerados indissociáveis do Iluminismo, desempenharam papel fundamental na circulação de ideias que influenciaram profundamente a sociedade europeia, especialmente no contexto da Revolução Francesa. Uma das representações mais emblemáticas desses encontros encontra-se em uma pintura de Anicet Charles Gabriel Lemonnier (1743–1824), que retrata uma reunião com mais de quarenta participantes, entre eles Montesquieu e Denis Diderot, assistindo à leitura de uma tragédia de Voltaire.

Figura 13 – Pintura *Salão de Madame Geoffrin*, de Anicet Charles Gabriel Lemonnier



Fonte: Escola e Educação.

O desenvolvimento dos clubes de leitura, contudo, também esteve ligado às questões sociais, como a exclusão de determinados grupos. Em 1868, por exemplo, jornalistas mulheres foram impedidas de participar de um evento literário nos Estados Unidos em razão de seu gênero. Como resposta, uma dessas mulheres fundou o Sorosis, um clube feminino voltado para estudos e leituras. A iniciativa pioneira inspirou a criação de diversas associações semelhantes na segunda metade do século XIX, muitas das quais contribuíram para a formação de bibliotecas comunitárias. Estima-se que cerca de 75% das bibliotecas públicas desse tipo nos Estados Unidos tenham origem nessas iniciativas.

Com o passar do tempo, e a partir de pequenas transformações em sua organização, esses clubes femininos contribuíram para a consolidação do modelo de clubes de leitura tal como os conhecemos atualmente. Dados de uma pesquisa realizada pelo instituto Pew, em 2013, indicam que 82% das mulheres e 69% dos homens liam ao menos um livro por ano nos Estados Unidos, evidenciando uma maior adesão feminina à prática leitora.

No entanto, ao observar o contexto brasileiro contemporâneo, percebe-se uma tendência de queda entre ambos os públicos. De acordo com a sexta edição de *Retratos da Leitura no Brasil*, entre 2019 e 2024, o percentual de mulheres leitoras caiu 5%, atingindo 49%, enquanto entre os homens a redução foi de 6%, chegando a 44%. Segundo matéria publicada pela revista Veja, intitulada “Jovens e mulheres negras impulsionam consumo de livros no Brasil” (2026), baseada na pesquisa “Panorama do Consumo de Livros”, houve um crescimento significativo no consumo de livros em 2025, com cerca de 3 milhões de novos compradores. A pesquisa destaca especialmente a participação de jovens e mulheres negras nesse processo, evidenciando como determinados grupos sociais vêm contribuindo ativamente para a circulação da literatura e para a formação do pensamento crítico e político brasileiro. Nesse contexto, as redes sociais e os clubes de leitura digitais também exercem papel relevante ao criarem espaços de identificação, compartilhamento de experiências leitoras e incentivo ao hábito da leitura.

Já na década de 1920, surgiu um modelo distinto de clube de leitura, que não envolvia encontros presenciais, mas estimulava a leitura coletiva por meio do envio de livros pelo correio aos assinantes. Esse formato evidencia a capacidade de adaptação dessas práticas ao longo do tempo e se relaciona com as práticas de clube de leitura virtuais contemporâneos.

Assim, os clubes de leitura passaram por transformações significativas, assumindo diferentes formatos e configurações: desde encontros informais, acompanhados de chá e de conversas, até reuniões mais elaboradas, como jantares literários; de grupos privados a programas televisivos; e, mais recentemente, de eventos presenciais a espaços virtuais de discussão. Em geral, caracterizam-se por serem iniciativas gratuitas, reunindo, em média, entre 15 e 20 participantes, número que pode se expandir consideravelmente em ambientes *on-line*, alcançando até centenas de milhares de leitores.

Na contemporaneidade, os clubes de leitura também passaram a ocupar espaço significativo nas redes sociais, sendo impulsionados por figuras públicas e por celebridades que utilizam suas plataformas digitais para incentivar a formação de leitores. Segundo matéria publicada no Jornal da PUC-Rio, “Clubes do Livro de Celebridades Impulsionam o Hábito da Leitura em Meio a Era Digital”, a atriz Reese Witherspoon foi uma das pioneiras nesse movimento ao criar, em 2017, o Reese’s Book Club, projeto voltado à indicação mensal de obras com protagonismo feminino para milhões de seguidores nas redes sociais. Além da recomendação literária, a atriz também contribui para ampliar a circulação dessas obras por meio de adaptações audiovisuais realizadas por sua produtora, fortalecendo ainda mais o alcance das narrativas literárias.

Nesse mesmo contexto, a cantora Dua Lipa também passou a incentivar a leitura através da plataforma Service95, criada em 2022, que também pode ser considerada uma plataforma que se insere no que chamei aqui de *bookredes*. Conforme destaca a reportagem, o projeto reúne sugestões culturais diversas, incluindo indicações literárias e entrevistas com autores, proporcionando aos leitores uma experiência mais próxima das obras e de seus processos de criação. O texto ainda aponta que livros divulgados pela cantora registraram crescimento expressivo nas vendas após serem mencionados em sua plataforma digital.

No Brasil, esse movimento também ganhou força com influenciadores e personalidades públicas que utilizam as redes sociais para promover práticas de leitura. Entre esses nomes, destacam-se Gabriela Prioli e Sophia Abrahão, que passaram a desenvolver clubes do livro e conteúdos voltados ao incentivo da leitura, aproximando especialmente o público jovem do universo literário. Dessa forma, percebe-se que os clubes de leitura continuam reinventando-se e acompanhando as transformações tecnológicas e culturais da sociedade contemporânea.

Nesse percurso histórico, o meu clube de leitura também se insere como parte dessas novas formas de mediação literária possibilitadas pelas redes sociais. Através do meu perfil, a leitura deixa de ser uma prática individual e passa a ser compartilhada coletivamente por meio de resenhas, indicações, discussões e interações com outros leitores. Assim como os clubes de leitura promovidos por celebridades e por influenciadores digitais, o perfil busca aproximar os leitores da literatura de maneira mais acessível e afetiva, utilizando as ferramentas das *Bookredes* para incentivar o interesse pelos livros e fortalecer o hábito da leitura. Além disso, o clube de leitura

desenvolvido no perfil evidencia como as redes sociais podem funcionar como espaços de formação de leitores, especialmente entre os jovens, ao transformar a literatura em um tema presente no cotidiano digital. Dessa maneira, percebe-se que as *bookredes* não apenas divulgam obras literárias, mas também criam comunidades de leitores que compartilham experiências, opiniões e afetos em torno da leitura, reafirmando o potencial das mídias digitais como importantes mediadoras culturais na contemporaneidade.

4 CONCLUSÃO

Ao longo desta pesquisa, busquei compreender de que maneira as bookredes e os clubes de leitura podem atuar como práticas de fomento à leitura na contemporaneidade, considerando as relações entre literatura, cultura digital, mediação de leitura e formação de leitores. Partindo da análise do meu perfil literário no *Instagram*, @kayleituras, e da experiência como mediadora do Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça, foi possível perceber que a leitura, quando atravessada pelas redes sociais e pelas práticas coletivas, ultrapassa a ideia de atividade individual e passa a ocupar também um espaço de troca, pertencimento e construção de identidades. Nesse sentido, a pesquisa evidenciou que os ambientes digitais podem funcionar tanto como espaços de incentivo à leitura quanto como ambientes atravessados por lógicas de desempenho, visibilidade e consumo.

No primeiro capítulo, ao refletir sobre minha trajetória como leitora e criadora de conteúdo literário, compreendi que minha relação com os livros sempre esteve diretamente ligada à construção da minha subjetividade e da minha formação acadêmica. O percurso do perfil @kayleituras demonstrou que as bookredes não se limitam à divulgação de livros, mas constituem espaços de interação, identificação e compartilhamento de experiências leitoras. Ao mesmo tempo, a análise das dinâmicas das plataformas digitais possibilitou perceber como os algoritmos, as métricas e a busca por engajamento influenciam diretamente a produção de conteúdo e a percepção de reconhecimento nas redes sociais. Assim, ficou evidente que a autenticidade, frequentemente valorizada nesses espaços, também se transforma em uma performance constantemente atravessada pelas exigências do ambiente digital.

No segundo capítulo, a discussão sobre cultura da conexão, performatividade e capitalismo de plataforma permitiu ampliar a compreensão sobre as relações entre literatura e redes sociais. A partir das reflexões de autores como Henry Jenkins, Paula Sibilia, Carlos d'Andréa e Byung-Chul Han, foi possível compreender que as plataformas digitais não funcionam apenas como espaços neutros de interação, mas como ambientes organizados por interesses econômicos, algoritmos e estratégias de visibilidade. Nesse contexto, as bookredes aparecem simultaneamente como espaços de pertencimento e como ambientes marcados pela lógica da performance e da constante necessidade de exposição. Ainda assim, mesmo atravessadas por essas contradições, as redes sociais continuam desempenhando um papel importante na

circulação de obras literárias, na formação de comunidades leitoras e no incentivo à leitura, especialmente entre os jovens.

No terceiro capítulo, a experiência como mediadora do Clube de Leitura da Fundação Pedro Paes Mendonça possibilitou compreender a leitura como prática coletiva, social e afetiva. Os encontros, debates e trocas entre os participantes evidenciaram que o clube de leitura vai além da simples discussão de livros, tornando-se também um espaço de convivência, escuta e construção compartilhada de sentidos. A aproximação entre o clube e a escola reforçou ainda mais seu potencial enquanto prática de letramento literário, social e político, contribuindo para a formação de leitores mais críticos e participativos. Além disso, o fato de muitos participantes já acompanharem meu trabalho nas redes sociais demonstra como as práticas de leitura contemporâneas estão cada vez mais conectadas entre os ambientes digitais e presenciais, estabelecendo novas formas de *mediação* leitora.

Dessa forma, esta pesquisa permitiu compreender que tanto as bookredes quanto os clubes de leitura possuem papel significativo na formação de leitores na contemporaneidade. Ainda que as redes sociais estejam inseridas em uma lógica algorítmica e mercadológica, elas também possibilitam o surgimento de comunidades construídas a partir do afeto, da identificação e do compartilhamento de experiências literárias. Da mesma maneira, os clubes de leitura reforçam a ideia de que a leitura não se constrói apenas individualmente, mas também em comunidade, através da troca de interpretações, vivências e perspectivas sobre o mundo.

Entretanto, é importante reconhecer que esta pesquisa não esgota as discussões acerca das relações entre literatura, redes sociais e práticas de letramento. Muitos aspectos ainda podem ser aprofundados em estudos futuros, como a influência dos algoritmos na circulação de determinados livros, a atuação das editoras nas bookredes, a formação de leitores em outras plataformas digitais e os impactos das práticas de leitura coletiva em diferentes contextos sociais e educacionais, desenvolvendo mais o conceito de letramento nesses contextos. Além disso, seria interessante investigar mais profundamente a recepção dos seguidores e participantes do clube, analisando como essas experiências influenciam efetivamente seus hábitos leitores e suas relações com a literatura.

Por fim, compreendo esta pesquisa como parte de um percurso ainda em construção. Assim como minha trajetória como leitora, mediadora e criadora de conteúdo continua em constante transformação, também as reflexões sobre leitura,

literatura e cultura digital permanecem abertas a novas experiências, questionamentos e possibilidades. Em um contexto no qual ler ainda é, muitas vezes, um privilégio e um desafio, continuar criando espaços de mediação, troca e incentivo à leitura torna-se não apenas uma prática cultural, mas também uma forma de resistência e de construção coletiva de sentidos.

REFERÊNCIAS

A LITERATURA, coitada. *Ensaio*, [s.d.]. Disponível em: <https://ensaio.pt/a-literatura-coitada/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

ALEKSANDRA, Paola. @paola.aleksandra. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/paola.aleksandra>. Acesso em: 9 jun. 2026.

APAM GONÇALVES. @apamgoncalves. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/apamgoncalves>. Acesso em: 9 jun. 2026.

D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020. [Coleção Cibercultura]. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em: 9 jun. 2026.

DEPOIS DAS PÁGINAS. @depoisdaspaginas. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/depoisdaspaginas>. Acesso em: 9 jun. 2026.

DIDEROT: filósofo iluminista francês e organizador da Enciclopédia. *Escola Educação*, [s.d.]. Disponível em: <https://escolaeducacao.com.br/diderot/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

FOLHA DE S.PAULO. Clubes de leitura atraem cada vez mais os que querem manter o hábito de ler. *Ilustríssima*, São Paulo, 27 ago. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/08/1908987-clubes-de-leitura-atraem-cada-vez-mais-os-que-querem-manter-o-habito-de-ler.shtml>. Acesso em: 9 jun. 2026.

FUNDAÇÃO PEDRO PAES MENDONÇA. *Fundação Pedro Paes Mendonça*. Disponível em: <https://fppm.com.br/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

G1. O Brasil que lê menos: pesquisa aponta que país perdeu quase 7 milhões de leitores em 4 anos; veja raio-x. *G1*, 19 nov. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2024/11/19/o-brasil-que-le-menos-pesquisa-aponta-que-pais-perdeu-quase-7-milhoes-de-leitores-em-4-anos-veja-raio-x.ghtml>. Acesso em: 9 jun. 2026.

HADDAD, Beatriz. *Jovens e mulheres negras impulsionam consumo de livros no Brasil*. *Veja*, 26 mar. 2026. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/jovens-e-mulheres-negras-impulsionam-venda-de-livros-no-brasil/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço*. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Tradução de Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2015. E-book.

KAYLEITURAS. @kayleituras. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/kayleituras>. Acesso em: 9 jun. 2026.

KLEIMAN, Angela B. *Modelos de letramento e as práticas de alfabetização na escola*. In: KLEIMAN, Angela B. (org.). *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 2008.

LACERDA, Luiza. Clubes do livro de celebridades impulsionam o hábito da leitura em meio à era digital. *Jornal da PUC-Rio*, 15 maio 2025. Disponível em: <https://jornaldapucespecial.com.puc-rio.br/clubes-do-livro-de-celebridades-impulsionam-o-habito-da-leitura-em-meio-a-era-digital/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

LIVROS DA LUDI. @livrosdaludi. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/livrosdaludi>. Acesso em: 9 jun. 2026.

MARTIOLLI, Bruna. @brunamartilli. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/brunamartilli>. Acesso em: 9 jun. 2026.

MENSAGENS LITERÁRIAS. @mensagensliterarias. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/mensagensliterarias>. Acesso em: 9 jun. 2026.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

UMA PEQUENA ESTANTE DE LIDOS. @umapequenaestantedelidos. *Instagram*. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/umapequenaestantedelidos>. Acesso em: 9 jun. 2026.

ANEXO A: Entrevista transcrita via *site TurboScribe*

[Palestrante 1] Oi, pessoal, me chamo Kaylaine e eu estou aqui com o Zalberto. Queremos falar um pouco sobre o nosso Clube do Livro.

Zalberto, então conta pra gente o que te motivou a criar esse Clube do Livro aqui em Serra do Machado?

[Palestrante 2] Kaylaine, eu acho que a motivação nasce a partir do momento que a gente observa suas postagens na rede social, sua produção de conteúdo relacionado à literatura e também o momento em que estamos vivendo, onde cada vez mais o brasileiro lê menos e ao mesmo tempo a gente tem essa necessidade de conexão e de desconexão das telas. A conexão que eu falo que é o do real, de estar com pessoas, trocar ideias, aprender com outras experiências. Então o Clube do Livro nasce com esse propósito, valorizar uma pessoa que é da Serra do Machado, no caso você, que se transformou em letras e que tem essa paixão, carrega essa paixão pela literatura e também é hoje uma inspiração para outras pessoas, para que elas também passem a ler, criem esse hábito e se conectem com outras histórias e com outras pessoas também.