

BOOKSTAGRAM, LITERATURA E ESTATÍSTICA

Byanca Nayra Mamedes Guido (IFTO)

byanca.guido@estudante.ifto.edu.br

Misleine Andrade Ferreira Peel (UBI e IFTO)

misleine.peel@ifto.edu.br

Luiz Roberto Peel Furtado de Oliveira (UFNT)

luizpeel@uft.edu.br

RESUMO

A experimentação literária é um dos desafios da educação contemporânea, principalmente no mundo tecnológico, por quase não existirem vivências estéticas singulares; e, também, pelo paradoxo que se instaurou entre abordagens quantitativas digitais e abordagens estéticas no nível das sensações humanas. Esse artigo é resultado de um trabalho escolar de estatística realizado no primeiro ano do Ensino Técnico em Informática, do Instituto Federal do Tocantins, no Campus de Araguaína. Apresentamos um relato da experiência docente e discente, e investigamos como o *Bookstagram*, comunidade digital via *Instagram*, promove e incentiva a leitura de obras literárias, sendo, também, uma ferramenta de divulgação do mercado editorial e de compartilhamento de experiências literárias. O embasamento teórico principal vem do trabalho de Catanho (2020). A metodologia utilizada na pesquisa foi quantitativa, e o levantamento de dados se deu pelo instrumento questionário, que foi divulgado nas redes sociais da estudante, obtendo 86 respostas. As questões aplicadas aludem, dentre outras coisas, à relação da leitura com o *Bookstagram*, se ele influencia, ou não, nos hábitos de leitura. Foi realizado um trabalho de iniciação à pesquisa científica durante as aulas, para que os alunos obtivessem condições metodológicas e teóricas para a construção da investigação; assim, além de mostrarem uma apropriação das técnicas da pesquisa científica na educação básica, foram empoderados em relação à formação científica crítica.

Palavras-chave:

Bookstagram. Literatura. Experimentação literária.

ABSTRACT

Literary experimentation is one of the challenges of contemporary education, especially in the technological world, as there are hardly any unique aesthetic experiences; and also because of the paradox that was established between digital quantitative approaches and aesthetic approaches at the level of human sensations. This article is the result of school statistics work carried out in the first year of Technical Education in Informatics, at the Federal Institute of Tocantins, on the Araguaína campus. We present an account of the teaching and student experience, and investigate how *Bookstagram*, a digital community via *Instagram*, promotes and encourages the reading of literary works, being also a tool for disseminating the editorial market and sharing literary experiences. The main theoretical basis comes from the work of Catanho (2020). The methodology used in the research was quantitative, and the data

collection took place through the questionnaire instrument, which was disseminated on the student's social networks, obtaining 86 responses. The questions applied allude, among other things, to the relationship between reading and Bookstagram, whether or not it influences reading habits. An initiation work to scientific research was carried out during classes so that students could obtain methodological and theoretical conditions for the construction of the research; thus, in addition to showing an appropriation of scientific research techniques in basic education, they were empowered in relation to critical scientific training.

Keywords:

Bookstagram. Literature. Literary experimentation.

1. Introdução

“Quem não lê, aos 70 anos terá vivido apenas uma vida. Quem lê, terá vivido 5 mil anos. Ler é uma imortalidade retroativa.” (Umberto Eco)

Esse trabalho é resultado de uma atividade proposta na aula de matemática, no conteúdo de estatística, os alunos tiveram a oportunidade de fazer uma experimentação científica com a metodologia quantitativa; abordamos tópicos de iniciação científica, para que os alunos tivessem condições metodológicas e teóricas. Assim, além do conhecimento estatístico, os alunos puderam escolher o tema de seu interesse para a pesquisa, estabelecendo objetivos, levantando hipóteses, coletando dados e, por fim, fazendo um relatório de pesquisa e sua apresentação. Aqui, neste texto, apresentamos o trabalho que trata dos novos meios de divulgação e compartilhamento de leituras pela rede social do *Instagram*.

O mundo tecnológico em que vivemos, principalmente no que se refere ao uso do celular, contribui para que as pessoas se afastem cada vez mais do hábito tradicional da leitura, do prazer de ler um bom livro, de desfrutar de uma boa história. Em meio a toda essa tecnologia, os espaços físicos em que se pode falar abertamente e confortavelmente se tornam poucos.

Reconhecendo a importância dos livros e da leitura, e do compartilhar das vivências e das experiências com eles, surge o *Bookstagram*, uma comunidade literária digital via *Instagram* que visa a compartilhar e desenvolver conteúdos relacionados à leitura. Essa comunidade, em crescimento constante, já soma mais de 67 milhões de publicações com

ahashtag “#bookstagram”, o que a solidifica como uma grande ferramenta de marketing editorial.

Realizamos uma pesquisa quantitativa para investigar como o *Bookstagram* promove e incentiva a leitura, através de um questionário digital via *Google Forms*, contendo sete questões que buscaram verificar a frequência da leitura no cotidiano; a preferência literária de cada envolvido; bem como se já leu alguma obra por indicação de um membro da comunidade; além de outros pontos importantes para a pesquisa, com o intuito de conhecer melhor os aspectos que permeiam o mundo da leitura, com os seguidores do *Bookstagram*.

O formulário digital foi escolhido como instrumento de coleta, pois é uma ferramenta de fácil preenchimento e de rápida divulgação. O questionário foi aplicado dentro da comunidade com os membros seguidores do *Bookstagram* da estudante, tendo a aluna uma participação ativa nesse espaço, falando frequentemente sobre aspectos ligados a leitura, indicação de livros, resenhas críticas, dicas de como se programar para fazer uma boa leitura, dentre outros assuntos que pudessem estimular seus colegas.

Estabelecemos, assim, duas hipóteses: a primeira é que a maior parte do público não consome obras nacionais; e a segunda é que o *Bookstagram* é uma ferramenta que incentiva e promove a leitura.

2. A leitura e o Bookstagram

A leitura é algo importante na vida do ser humano, ler estimula a criatividade, trabalha a escrita, exercita a memória, contribui com o crescimento do vocabulário, além de outros benefícios. Sobre a importância da leitura, Keliange Mamedes (2012) fez a seguinte afirmação:

A leitura de livros aumenta a oportunidade para a mente ganhar introspecção, discernimento e sabedoria. Ler e discutir sobre o que é lido fornecem condições propícias para a aquisição dessas qualidades mentais favoráveis. (MAMEDES, 2012, p. 8)

As redes sociais têm mudado o comportamento das pessoas, por se caracterizarem por um imediatismo e uma leitura rápida; segundo Mora, a internet “requer um foco de atenção muito curto e que está em constante mudança” (MORA *apud* PAIS, 2021, [s.p.]). A leitura pede uma atenção cuidadosa; por isso, entendemos como uma contribuição

relevante que plataformas de redes sociais tenham espaços de incentivo à leitura.

A criação de um perfil no *Bookstagram* oportuniza o compartilhamento da experiência e da paixão pela leitura individual em um espaço coletivo, assim engaja mais pessoas no mundo literário. Cláudia Catanho (2020), em sua dissertação de mestrado: *Bookstagram: uma nova forma de cativar leitores: Os casos dos Estados Unidos da América e Portugal*, afirma que “[o] grande propósito é, desde o início, incentivar as pessoas a ler, principalmente a geração mais jovem que é a faixa etária que mais utiliza a rede social *Instagram*” (CATANHO, 2020, p. 32). Ou seja, o objetivo do *Bookstagram* é incentivar as pessoas a lerem.

Com esse principal objetivo traçado, o *Bookstagram* cresceu de forma exponencial e surpreendente, com milhares de usuários e perfis participantes da comunidade, sendo que alguns *Bookstagrammers* mais famosos somam mais de 80 mil seguidores. Atualmente, a quantidade de perfis que são patrocinados por editoras e autores não para de crescer. As publicidades de livros, agora pagas, dominam a comunidade. Dessa forma, observamos que o poder de divulgação e influência do *Bookstagram* é concreto e funcional. As parcerias entre autores e perfis da rede social são cada vez mais frequentes dentro da comunidade. Outras formas de parceria, como o *link* associado a site ou editora, também fazem sucesso no *Bookstagram*.

O *Bookstagram* ainda desempenha um papel social, ao unir os leitores como grupo social, pois como diz Danielle Brito:

I. A leitura não se constitui em um ato solitário, nem em atividades individuais, o leitor é sempre parte de um grupo social, certamente carregará para esse grupo elementos de sua leitura, do mesmo modo que a leitura trará vivências oriundas do social, de sua experiência prévia e individual do mundo e da vida. (BRITO, 2010, p.3)

O *Bookstagram* permite o compartilhamento de ideias, de vivências e de experiências, sendo que tais ações são de extrema importância para a formação social dos jovens, pois a troca de experiência permite aprender através das vivências de outras pessoas. O encontro de experiências literárias gera estímulos, incentivando as outras pessoas a lerem. Procurando entender melhor esse movimento, apresentamos os nossos resultados.

2. Resultados

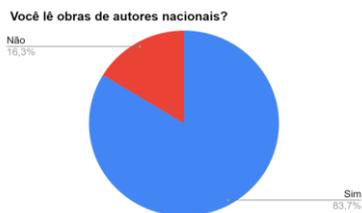
A nossa metodologia é do tipo quantitativa e contou com a participação de 86 pessoas que responderam voluntariamente e anonimamente a um questionário que foi divulgado na rede social *Instagram*, dentro da comunidade do *Bookstagram* da estudante pesquisadora.

Dessas 86 pessoas entrevistadas, 76 eram mulheres, o que corresponde a 88, 6% da nossa amostra, e 12 pessoas eram homens. O que já prevíamos por existir uma maior representatividade feminina nessa comunidade literária.

Uma das questões abordadas inquiria sobre a quantidade de livros que eram lidos anualmente, sendo levantado que mais de 75% das pessoas leram mais de 7 livros por ano, também questionamos se liam diariamente, e 51, 2% afirmaram que sim.

Acreditávamos que boa parte dos participantes da comunidade não se interessava por obras literárias nacionais, o que foi refutado por nossos dados, pois eles mostram que mais de 83% dos participantes afirmaram que consomem obras literárias nacionais, conforme dado apresentado no gráfico um:

Gráfico 1: resultado da questão sobre leitura de obras literárias nacionais.

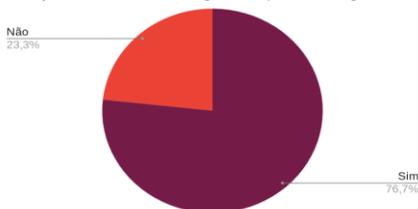


Fonte: Autores.

Uma outra pergunta que elaboramos foi para saber se o *Bookstagram* já influenciou diretamente na leitura de algum determinado livro, e obtivemos a resposta de que 76,7% do público leram determinado livro por influência da comunidade. Apresentamos os dados no gráfico dois.

Gráfico 2: A influência do *Bookstagram* na leitura de livros.

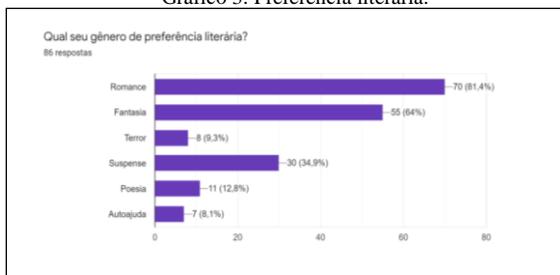
Você já foi influenciado a ler algum livro pelo bookstagram?



Fonte: Autores.

Perguntamos também sobre a preferência do gênero literário: a questão era de múltipla escolha, e os inquiridos podiam escolher mais de uma opção. Estabelecemos seis gêneros literários: romance, fantasia, suspense, poesia, terror e autoajuda; o mais votado foi romance, com 70 votos, o que representa 81,4%, da preferência literária dos participantes. O resultado das outras categorias está apresentado no gráfico três:

Gráfico 3: Preferência literária.



Fonte: Autores.

Outro ponto abordado questionava se o *Bookstagram* ajudou os membros da comunidade a lerem mais livros; recebemos os resultados de que 64% dos entrevistados afirmaram que houve um aumento do seu volume de leitura por conta da participação na comunidade.

De fato, a participação nessa comunidade tem influenciado diretamente nas escolhas e nos hábitos literários dos participantes. Essa influência fica clara ao analisar os dados obtidos através da pesquisa, os quais foram apresentados acima.

3. Considerações finais

A era digital trouxe à tona uma nova espécie de leitor, caracterizado pelo imediatismo e pela preferência por leituras rápidas. A leitura de obras literárias nos meios digitais encontra espaços de incentivo à leitura nas redes sociais, que contribuem diretamente para o encontro entre leitores e para a divulgação editorial. Em uma era onde a informação está sempre disponível, a existência desses lugares é de grande importância, pois aproximam e aumentam o contato das pessoas com a leitura.

Esta pesquisa procurou mostrar o que é o *Bookstagram* e como ele tem influenciado as pessoas que participam da comunidade dentro da rede social do *Instagram*. Apesar de ser um trabalho inicial pudemos observar que a influência é real e que o grande número de pessoas que participam da comunidade revela como a leitura se faz importante na formação dos sujeitos dentro dos meios digitais.

Havíamos elencado duas hipóteses, a primeira não se confirmou: sugerimos que a maioria dos participantes da comunidade não consumia obras nacionais, e os nossos dados revelaram o oposto, que mais de 83% das pessoas leem as obras do nosso país, o que consideramos ser muito bom, pois, apesar de muitas das postagens serem de divulgação de livros internacionais, isso não diminui o interesse dos leitores por obras produzidas por autores brasileiros.

A nossa segunda hipótese era de que o *Bookstagram* é uma ferramenta que incentiva a leitura, e os nossos dados confirmaram isso, pois 76,7% dos entrevistados afirmaram que já leram algum livro por influência da comunidade.

Assim, alcançamos o nosso objetivo, entendemos que há muito mais a ser feito e pensado sobre as comunidades de leituras nas redes sociais, e que, apesar do mundo tecnológico mudar os nossos hábitos e costumes, a leitura de obras literárias pode fazer parte das redes sociais, pois é um lugar aberto para que sejam realizados encontros, agenciamentos e compartilhamento do prazer da leitura, e para que tudo isso aconteça e seja vivenciado coletivamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CATANHO, Cláudia. *Bookstagram: uma nova forma de cativar leitores: Os casos dos Estados Unidos da América e Portugal*. Dissertação de mestrado. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2020.

MAMEDES, Keliange O. *A importância da leitura para a produção de textos*. Artigo para a conclusão de curso de pós-graduação. Araguaína: Faculdade Antônio Propício Aguiar Franco, 2012.

BRITO, Danielle S. A importância da leitura na formação social do indivíduo. *REVELA- Periódico de divulgação científica da FALS*, Ano IV, n. VII, p. 32. Junho, 2010.

PAIS, Ana. Por que este texto pode mudar seu cérebro — as descobertas da neurociência sobre a leitura? *BBC News*, 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59129496>.