



**24° ENANCIB**  
Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação  
Perspectivas Contemporâneas na Ciência da Informação  
• Vitória - ES • Ancib • PPGCI/UFES



**XXIV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXIV ENANCIB**

**ISSN 2177-3688**

**GT 4 – Gestão da Informação e do Conhecimento**

**A INFLUÊNCIA DOS BOOKTUBERS NAS BIBLIOTECAS DE BELO HORIZONTE**

***THE BOOKTUBERS' INFLUENCE IN THE LIBRARIES IN BELO HORIZONTE***

**Raíssa Michalsky Martins** – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)  
**Frederico Cesar Mafra Pereira** – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

**Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** O uso da Internet trouxe mudanças significativas, e dentre elas, estão os influenciadores digitais, presentes nas mídias digitais, criando conteúdos com temáticas diversas e influenciando pessoas. Neste cenário, verificou-se a existência dos influenciadores digitais literários e, especificamente para esta pesquisa, aqueles presentes no YouTube, os booktubers. Esta pesquisa objetivou analisar a influência dos booktubers no desenvolvimento de coleções em algumas das bibliotecas públicas e de escolas particulares da cidade de Belo Horizonte. Optou-se por uma pesquisa qualitativa descritiva, a partir da realização de entrevistas individuais em profundidade junto a 11 bibliotecas públicas e de escolas particulares de Belo Horizonte. Como resultado, percebeu-se que existe pouca influência dos booktubers no desenvolvimento de coleções nas bibliotecas públicas e de escolas particulares em Belo Horizonte, apesar das mesmas estarem abertas a conhecerem mais o trabalho desses influenciadores, e considerá-los no desenvolvimento de seus acervos. Espera-se que esta pesquisa, de fato, desperte nas bibliotecas o interesse em acompanhar os booktubers e influenciadores digitais literários, em prol da biblioteca, seu desenvolvimento de coleções e o atendimento às demandas de seus usuários leitores.

**Palavras-chave:** Influenciador Digital; Booktuber; Leitura; Biblioteca Pública; Biblioteca Escolar.

**Abstract:** The use of the Internet has brought significant changes, and among them are digital influencers, present in digital media, creating content with different themes and influencing people. In this scenario, the existence of digital literary influencers was verified and, specifically for this research, those present on YouTube, the booktubers. This research aimed to analyze the influence of booktubers on the development of collections in some public libraries and private schools in the city of Belo Horizonte. We opted for a descriptive qualitative research, based on in-depth individual interviews with 11 public libraries and private schools in Belo Horizonte. As a result, it was noticed that there is little influence of booktubers in the development of collections in public libraries and private schools in Belo Horizonte, despite them being open to learning more about the work of these influencers, and considering them in the development of their collections. It is hoped that this research will, in fact, spark an interest in libraries in following booktubers and literary digital influencers, for the benefit of the library, its collection development and meeting the demands of its reader users.

**Keywords:** Digital Influencer; Booktuber; Reading; Public Library; School Library.

## 1 INTRODUÇÃO

A Internet influenciou significativamente não apenas a forma como as informações são disponibilizadas, mas as interações humanas a partir dela. Novas ferramentas e modos de entretenimento surgiram na web, sendo as plataformas de mídias digitais elementos significativos no consumo midiático da maior parte da população mundial (Balaban; Mustăţea, 2019). No contexto das mídias digitais, vem crescendo o nicho dos influenciadores digitais, conhecidos como criadores de conteúdo. Estes podem ser considerados como usuários de mídias e redes sociais que, por realizarem compartilhamento de informações e conteúdos, desempenham impacto nas ideias e ações de outros indivíduos/usuários, possuindo seguidores em suas redes sociais e estendendo sua influência a outras mídias digitais (Dantas, 2018). Tal perfil corrobora com Torre-Espinosa (2020), de que as pessoas não são mais simples usuários passivos, pois podem criar conteúdos próprios, canalizá-los para a web e compartilhá-los por meio de vídeos, *blogs* e postagens em grupo ou comunidade. Em comparação com celebridades ou figuras públicas presentes nas mídias tradicionais, os influenciadores são pessoas comuns e alcançaram popularidade ao usar sua marca pessoal e criar relacionamentos próximos e íntimos com seus seguidores, sobre os quais exercem forte influência, sendo especialistas em gerar conteúdos (Villegas-Simón *et al.*, 2022).

Diante desse cenário, há o que pode ser chamado de influenciadores digitais literários, que fazem indicações de livros e leituras nas mídias digitais, além de abordarem diversos assuntos do universo literário. Os influenciadores digitais literários estão presentes nas redes sociais como o YouTube, Instagram, TikTok, Twitch e Facebook. O caminho da maioria desses influenciadores se iniciou através de blogs literários, onde publicavam resenhas de livros. Dos blogs, migraram para as novas mídias digitais, as quais possibilitaram espaços mais dinâmicos e novos níveis de interação com seus seguidores. Dentre esses espaços utilizados pelos influenciadores digitais literários, destaca-se o YouTube, onde podem ser encontrados os *booktubers* e a comunidade *booktube*.

O *booktuber* é uma pessoa que cria conteúdos no YouTube, cujo principal objetivo é compartilhar o prazer da leitura, utilizando-se de uma linguagem reconhecível e simples, falando de frente a uma câmera e dando sua opinião pessoal sobre os livros que lê (Pretel

Jiménez; De Frutos; Sánchez-Valle, 2019). O *booktuber* se configura como um leitor ativo, que não apenas consome, mas também cria conteúdo a partir da leitura individual (Paladines-Paredes; Margallo, 2020), se caracterizando como produtor-consumidor e que compartilha suas leituras na forma de narrativas audiovisuais carregadas em seu próprio canal (Roig-Vila; Romero-Guerra; Rovira-Collado, 2021). Este tipo de influenciador digital literário se aproveita das possibilidades interativas oferecidas pelo YouTube, enquanto espaço virtual, para estabelecer relações com outros internautas, através do *booktube*, onde publica suas críticas de livros em vídeo (Paladines; Aliagas, 2023), reunindo espectadores interessados em partilhar, discutir e encontrar novas recomendações de livros neste espaço (Suárez; González Argüello, 2020).

Perante esta perspectiva, a biblioteca se torna um espaço onde os usuários, de forma mais acessível, poderiam encontrar os livros recomendados pelos *booktubers*. Mas qual a influência dos *booktubers* no ambiente das bibliotecas? Seus usuários procuram livros indicados pelos *booktubers*? As bibliotecas acompanham canais de *booktubers*? As bibliotecas consideram as recomendações de livros dos *booktubers* no desenvolvimento de coleções? Na intenção de responder tais questionamentos, realizou-se esta pesquisa com o objetivo de analisar a influência dos *booktubers* no desenvolvimento de coleções das bibliotecas, públicas e escolares, da cidade de Belo Horizonte (MG).

A escolha por pesquisar sobre os *booktubers* baseia-se na atualidade do tema e sua potencial implicação nas bibliotecas públicas e escolares sobre as demandas de livros indicados por eles. Sobre esses influenciadores, existem pesquisas nas mais diversas áreas, incluindo Biblioteconomia e Ciência da Informação, mas não com a abordagem proposta neste trabalho. Há também um interesse particular de um dos autores deste trabalho na temática desta pesquisa, por ser uma leitora recorrente e ser constantemente influenciada pelos *booktubers* nas escolhas de livros para suas próximas leituras.

## **2 METODOLOGIA**

Para alcançar o objetivo proposto, optou-se pela abordagem de pesquisa qualitativa e descritiva. As unidades de análise foram as bibliotecas públicas e de escolas particulares de Belo Horizonte, sendo as unidades de observação o bibliotecário chefe ou o bibliotecário relacionado à seleção e ao desenvolvimento de coleções de cada biblioteca. A seleção das

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

bibliotecas públicas e de escolas particulares foi realizada através de uma amostra do tipo não probabilística intencional por conveniência. No caso das bibliotecas públicas, estas foram identificadas através do *site* da Prefeitura de Belo Horizonte, e selecionadas aquelas que possuíam bibliotecário. Incluiu-se também na amostra a Biblioteca Pública Estadual de Minas Gerais e a Biblioteca do Centro Cultural SESIMINAS. No caso das bibliotecas de escolas particulares, foi feita uma pesquisa a partir da relação de escolas particulares localizadas na cidade de Belo Horizonte que possuíam bibliotecas estruturadas e o profissional bibliotecário. No total, foram selecionadas 11 bibliotecas, sendo 6 públicas e 5 de escolas particulares.

**Quadro 1 – Amostra de Bibliotecas Públicas e de Escolas Particulares**

<b>Bibliotecas Públicas</b>	<b>Bibliotecas de Escolas Particulares</b>
Biblioteca do Centro Cultural Pampulha	Colégio Bernoulli Lourdes
Biblioteca do Centro Cultural São Geraldo	Colégio Logosófico
Biblioteca do Centro Cultural Venda Nova	Colégio Santo Antônio
Biblioteca do Centro Cultural Usina da Cultura	Escola SESI Gameleira - Mariza Araújo
Biblioteca Pública Estadual de Minas Gerais	Escola SESI Madre Gertrudes - Emília Massanti
Biblioteca SESIMINAS	

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2024)

A coleta de dados foi realizada através de entrevista em profundidade, a partir de um roteiro semiestruturado, utilizando-se do modo virtual e presencial.

**Quadro 2 – Roteiro semiestruturado para entrevista junto aos bibliotecários**

<b>Pergunta 1</b>	Para iniciar nossa entrevista, gostaria que se apresentasse de forma livre e espontânea.
<b>Pergunta 2</b>	Sua biblioteca possui perfil em alguma mídia digital/rede social? Se sim, qual(is)? E qual objetivo sua biblioteca busca com esse perfil? Se não, por que ainda não utiliza essa forma de mídia?
<b>Pergunta 3</b>	Sua biblioteca possui verba destinada à aquisição de novos livros e/ou desenvolvimento de sua coleção? Se sim, qual a fonte desse recurso, com que frequência tal verba é disponibilizada para uso? Se não, como é feita a aquisição de novos livros?
<b>Pergunta 4</b>	Quais as fontes e critérios a sua biblioteca utiliza para escolher/selecionar os livros que deseja adquirir para o desenvolvimento de seu acervo/coleção?
<b>Pergunta 5</b>	A partir do conceito apresentado, sua biblioteca acompanha algum influenciador digital literário ou <i>booktuber</i> ? Se sim, quais e por que? Se não, por que não acompanha?
<b>Pergunta 6</b>	Sua biblioteca já recebeu solicitações de empréstimo ou aquisições de livros por conta de algum comentário do usuário sobre uma indicação ou recomendação de algum influenciador digital ou <i>booktuber</i> ?
<b>Pergunta 7</b>	Considerando que sua biblioteca (acompanhe OU acompanhasse) algum <i>booktuber</i> ou outro influenciador digital literário, suas indicações de leitura (são OU seriam) utilizadas como critérios para aquisição de livros e/ou desenvolvimento do acervo para a biblioteca?
<b>Pergunta 8</b>	Qual a sua opinião sobre a possibilidade de parcerias das bibliotecas com <i>booktubers</i> ou outros influenciadores digitais, para aproveitarem seus conteúdos e indicações, ou mesmo para que estes divulguem os acervos disponíveis nas bibliotecas?
<b>Pergunta 9</b>	Você teria mais algum comentário a respeito do tema da nossa conversa? Fique à vontade para complementar, criticar ou comentar sobre qualquer assunto que queira enfatizar sobre o que conversamos.

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2024)

Posteriormente, as entrevistas foram transcritas e analisadas a partir da metodologia de análise das falas dos entrevistados, explorando-se as opiniões e as atitudes em relação ao tema (Gil, 2002), e considerando o conceito de ‘saturação das falas’, frequentemente empregado para coleta de informações na área de estudos organizacionais (Minayo, 2010).

Por fim, vale ressaltar que, além das entrevistas, foi feito levantamento documental sobre canais de *booktubers* e de livros indicados nos catálogos das bibliotecas pesquisadas. Entretanto, para este artigo em específico, priorizou-se apresentar os achados a partir das entrevistas realizadas junto aos bibliotecários.

### **3 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS**

As bibliotecas públicas foram identificadas como BP, numeradas de um a seis, e as bibliotecas de escolas particulares como BE, numeradas de um a cinco. Em uma das bibliotecas pesquisadas foi necessário entrevistar mais de uma pessoa, dada a sua estrutura organizacional dividida por setores, mas para a análise, ambos foram considerados como uma única unidade. Quanto aos 11 entrevistados, 9 são do sexo feminino e 2 do sexo masculino, sendo que, dentre as bibliotecas de escolas particulares, todas são mulheres. Todos são bibliotecários com formação na área. Foram variados os relatos sobre o tempo de experiência profissional, variando entre 25 anos (o maior tempo) e 4 anos (o menor tempo), e também na biblioteca específica (14 anos o maior tempo) e 1 ano (o menor tempo).

#### **3.1 Perfil em rede social**

Dentre as bibliotecas públicas pesquisadas, apenas uma possui rede social própria (BP6), com Instagram e Facebook, além de *site*. As demais possuem um centro cultural ou organização superior que possui uma rede social, na qual são postados conteúdos sobre a biblioteca (em sua maioria, com perfil no Instagram e Facebook). Algumas bibliotecas relataram que há *sites* mantidos pela organização mantenedora onde são publicados conteúdos sobre os feitos da biblioteca. A BP3 relatou o uso do *WhatsApp Business* para comunicação com seus usuários. A BP5 falou do uso de perfil em rede social particular, mas utilizado de modo público para divulgar as ações da biblioteca.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

As bibliotecas de escolas particulares pesquisadas não possuem perfil em rede social, mas os conteúdos das bibliotecas são publicados no perfil das respectivas escolas. Relataram que às vezes a biblioteca procura o responsável pela rede social para divulgação de ações da biblioteca, mas normalmente é a própria escola que monitora e verifica as atividades da biblioteca e que serão publicadas nas redes.

### **3.2 Verba para desenvolvimento de coleções**

Em relação à verba para aquisição de livros e o desenvolvimento de coleções, as bibliotecas públicas demonstraram opiniões variadas. Algumas relataram possuir orçamento anual com verba advinda do órgão mantenedor, apesar de haver períodos em que não conseguiram orçamento; outras não possuem ou não conseguem orçamento há algum tempo, mas conseguem realizar algumas compras através de editais e convênios. Todas disseram que recebem muitas doações da comunidade, o que acaba suprimindo a falta de verba para aquisições. Já a maior parte das bibliotecas de escolas particulares possuem verba anual para compra de livros, e a unidade BE2 relatou que também se utiliza dos valores arrecadados com multas e impressões para compra de livros. As doações também foram indicadas como formas de aquisições de livros por parte destas bibliotecas.

### **3.3 Fontes e critérios para seleção e compra de livros**

Algumas bibliotecas públicas informaram que são subordinadas a uma comissão de desenvolvimento de acervo, responsável pela política de desenvolvimento de coleções e pela lista final de seleção e compra dos livros (a qual, em alguns momentos, recebe as sugestões das bibliotecas, e em outros, não). Mas, no geral, citaram que utilizam fontes como: indicação do usuário, livros já muito desgastados no acervo, revistas e jornais e blogs de literatura, *sites* e catálogos das editoras, fontes literárias *online* e livros vencedores de prêmios.

No caso das bibliotecas de escolas particulares, todas comentaram que as sugestões de alunos e professores são considerados para a seleção. Os livros adotados pelas escolas e que costumam constar na lista de materiais também foram mencionados como fontes para a lista de aquisição. Duas bibliotecas citaram, neste tópico, os influenciadores digitais literários e os *booktubers* como fontes que são utilizadas para a seleção (unidades BE1 e BE2).

### 3.4 A biblioteca acompanha um *booktuber*?

As bibliotecas públicas demonstraram ter conhecimento da existência dos influenciadores digitais literários e dos *booktubers*, mas para os fins da biblioteca, não acompanham nenhum deles. Três entrevistados relataram seguir alguns em nível pessoal, sendo que as unidades BP3 e BP4 citaram o canal da Isabella Lubrano, intitulado “Ler Antes de Morrer”. A unidade BP5 relatou utilizar mais o Instagram. Outros comentaram que, apesar de não seguirem, entendem a importância dos *booktubers* para o incentivo à leitura. A unidade BP4 comentou conhecer o canal no *booktube* “Biblioteca Fantástica” (de um dos autores deste artigo). Também as bibliotecas de escolas particulares mostraram ter conhecimento da existência dos influenciadores digitais literários e dos *booktubers*, sendo que algumas os acompanham mais em nível pessoal e outras, como já mencionadas no tópico anterior, apenas para a realização das tarefas na biblioteca. Foram citados os seguintes influenciadores: “Dica de Bibliotecária”, “Biblioteca Híbrida”, “Paola Aleksandra”, “Ler Antes de Morrer”, “Bookster”, “GabstheLibrarian”, “Camila Moura”, “Bibliozone”, “Biblioeducador”. Duas bibliotecas não citaram nenhum nome específico (BE4 e BE5).

### 3.5 Solicitação de livros pelos usuários, indicados pelos *booktubers*

Já é comum, em algumas das bibliotecas públicas pesquisadas, um usuário solicitar o empréstimo de algum livro comentando ou recomendado por algum influenciador digital literário ou *booktuber*. Entretanto, em nenhuma dessas unidades os usuários se expressaram a ponto de citar nomes dos influenciadores. A BP5 informou que os usuários muitas vezes já vão direto à estante, então não saberia informar suas fontes para a escolha das leituras. O livro “Tudo é rio”, da autora Carla Madeira, foi citado como um dos procurados (unidade BP6).

As bibliotecas de escolas particulares também tiveram contato com usuários solicitando livros de influenciadores e *booktubers*, e apenas a BE3 mencionou não ter recebido essa solicitação diretamente. Foram citadas plataformas como Instagram e TikTok, além de uma reportagem que saiu no programa Fantástico, da emissora Globo, falando dos influenciadores digitais literários, o que movimentou os alunos na escola. O livro “A Biblioteca da Meia-Noite” foi citado como um dos mais procurados, na unidade BE2.

### 3.6 O *booktuber* como critério para aquisição de livros

Todas as bibliotecas públicas afirmaram que considerariam as indicações dos *booktubers* e influenciadores digitais literários em futuros desenvolvimentos de suas coleções. As unidades BP5 e BP6 se expressaram quanto a não confiarem cegamente nas indicações, mas que verificariam os influenciadores recomendados pelos usuários e aqueles que conhecem, para entender melhor de onde vem a recomendação e pesquisar mais sobre o livro em si. A BP2 indicou que prefere outras fontes, mas que também consideraria o *booktuber*. A BP6 destacou que os influenciadores são bons em apresentar os lançamentos.

Também todas as bibliotecas de escolas particulares considerariam as recomendações dos *booktubers* e influenciadores digitais literários nos seus trabalhos de desenvolvimento de coleções. A BE1 informou que utiliza o próprio conteúdo dos *booktubers* para conhecer melhor um livro recomendado por um aluno. A BE4 indicou que, se há uma recomendação de livro pelos influenciadores, pode haver demanda na biblioteca. Com isso, confirma-se o comentário da BE3, que apontou para o caso da não existência de tais livros e a consequente perda do usuário por falta de atendimento à sua demanda.

### 3.7 Parceria entre as bibliotecas e os *booktubers*

As bibliotecas públicas foram unânimes em concordar que a parceria com um *booktuber* seria interessante, tanto para o uso de seus vídeos, quanto para a divulgação da própria biblioteca. A BP2 destacou que seria uma boa forma de conseguir novos leitores, e a BP3 salientou que talvez seria necessária uma autorização, por ser um órgão público. A BP4 evidenciou que o *booktuber* seria um leitor mais qualificado e expressivo, o que seria vantajoso para a biblioteca, apesar do aspecto comercial. Em relação às bibliotecas de escolas particulares, a ideia de aproveitarem os conteúdos dos *booktubers* e influenciadores agradou mais do que a ideia de uma parceria para divulgação do acervo. As unidades BE1 e BE3 concordaram com ambas as ideias. A BP2 comentou que o *booktuber* divulgaria a biblioteca para todos, mas gostaria que isso fosse feito apenas para sua comunidade.

Por fim, os entrevistados ficaram livres para comentar qualquer tema relacionado ao assunto pesquisado. Alguns falaram mais livremente sobre os *booktubers* e o incentivo à leitura, e outros trouxeram detalhes de atividades realizadas nas bibliotecas, esses dados podem ser encontrados no Quadro 3.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

**Quadro 3 – Comentários finais sobre o tema da pesquisa, pelos bibliotecários**

<b>BP1</b>	Me interessa muito por esse tema, também por ser muito atual, sinto que deixo a desejar em acompanhar o que eles têm falado, o virtual tem muito a oferecer às bibliotecas
<b>BP2</b>	É legal ter um trabalho que faça esse contraponto, de ver onde a literatura está sendo comentada, para tirar essa conversa de que as pessoas não estão lendo.
<b>BP3</b>	Aqui possuímos um clube de leitura, que reúne toda quarta-feira à tarde presencialmente, mas que costuma ter apenas 2 ou 3 pessoas, está difícil conseguir mais pessoas. Trabalhamos apenas textos curtos, de poucas páginas. (...) Tenho recomendado ao pessoal com dificuldade em leitura os audiolivros, talvez os <i>booktubers</i> também possam ser uma alternativa, para entenderem melhor o livro
<b>BP4</b>	Temos uma ação que começou no período da pandemia, que deu muito certo e foi muito interessante, e que a gente continuou, uma ação bem voltada para o público on-line. Temos um clube de leitura, com ações e interações acontecendo de forma on-line, encontro também on-line. Foi uma atividade literária pensada para ser realizada enquanto estávamos em trabalho remoto. Uma vez por mês há o encontro com a discussão do livro e ao longo do mês os membros sugerem novos livros, é feita a votação para o livro seguinte. São todos livros de domínio público, para que ele seja enviado no grupo e não haja problemas com qualquer divulgação que for feita.
<b>BP5</b>	Nós temos o maior acervo da rede, temos um acervo que todo mundo gosta muito de pegar livros emprestados, outras bibliotecas também pedem, temos uma variedade boa literária, recebemos muitos pedidos de malotes de outras bibliotecas das escolas. (...) Já tivemos aqui campanha para doação de livros e ingresso social para eventos com o valor da doação de um livro. Assim temos muitas doações aqui, o que é bom pois temos projetos do livro circulante e de troca de livros que teremos agora no domingo, por isso eu preciso alimentar muito nosso estoque para fazer trocas.
<b>BP6</b>	A biblioteca em si já fez um trabalho nesta linha, não utilizando a plataforma YouTube, mas pelo seu próprio Instagram, criando vídeos ou no site, criando resenhas. Aqui na época da pandemia tínhamos um quadro que publicamos trechos de livros, com o intuito de despertar o gosto pela leitura.
<b>BE1</b>	Achei muito bacana e interessante essa pesquisa sua, não sei se já tem muita coisa publicada a respeito, creio que não, mas esse conteúdo vai enriquecer muito. (...) Eu e um grupo de bibliotecárias da rede fomos homenageadas pelo CRB, eles fizeram uma homenagem para gente no auditório da ECI. Tenho muita saudade desse espaço.
<b>BE2</b>	O projeto do <i>reading time</i> é uma parte do trabalho de incentivo à leitura, temos projetos de literatura, temos contação de história para o infantil, empréstimo semanal, projetos de leitura bem focados para as crianças do segundo ao quinto ano, com acervo bem escolhido para a faixa etária, com atividades específicas e gameificação. Um aluno que percorre todo o fundamental 1, do segundo ao quinto ano, ele sai tendo lido 120 livros (...) Temos um clube do livro dos professores e lançamos na reunião de pais um clube de livro para os pais de alunos.
<b>BE3</b>	Até o quinto ano eles têm o momento literário, o momento da biblioteca, eles são muito assistidos pelos professores, eles possuem os horários de ir à biblioteca e fazer empréstimo, os maiores não tem isso, então quando eles formam no fundamental 1, eles passam a ter diversos professores e disciplinas, eles perdem esse momento de ir à biblioteca.
<b>BE4</b>	Procuramos dar muito o suporte didático, para que eles consigam ter esse suporte de estudo, e também a questão do literário, a gente sempre tenta ter os livros da moda, que eu costumo brincar que é o chocolate, se não tivermos o Harry Potter, Percy Jackson, eles não vão chegar no Machado de Assis, Guimarães Rosa. (...) No ano passado fizemos um trabalho com o quinto ano fantástico, nós rankeamos os livros que eles leram, nós temos 250 alunos, então deu para fazer um ranking legal, e desses livros nós fizemos um álbum de figurinhas. A figurinha era a capa do livro, ao lado uma pequena história e um espaço para ele colocar se ele leu, se gostou, e a biografia do autor com espaço para o aluno completar. Mas entregamos as figurinhas misturadas, então eles tinham que trocar entre eles.

<b>BE5</b>	Em nossa feira de livros, a gente consegue fazer bastante troca de livros e aquilo que nós não temos às vezes conseguimos manter na biblioteca (...) Mas funciona da seguinte forma, o aluno traz o livro para fazer a troca, e nós pagamos eles com um dinheiro virtual do colégio, com esse dinheiro ele vai comprar um livro no dia da feira. Pois primeiro fazemos o recolhimento dos livros e o pagamento e depois há os dias de exposição da feira. E é fantástico, um sucesso.
------------	---

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

#### 4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presença das bibliotecas nas redes sociais foi uma questão abordada neste trabalho, pois tinha-se como um dos pressupostos que tais bibliotecas teriam maior familiaridade com as mídias digitais e a prática de acompanhar os influenciadores digitais literários. Apesar de verificar que apenas uma das bibliotecas pesquisadas possui rede social própria, as demais possuem presença nas redes sociais através do perfil das suas respectivas escolas, centro cultural ou órgão mantenedor. As redes sociais mais citadas foram o *Instagram* e o *Facebook*, plataformas que contam com forte presença dos influenciadores digitais literários. O *YouTube* não foi uma plataforma citada pelos entrevistados no qual as bibliotecas possuem perfil, provavelmente por exigir um conteúdo mais trabalhoso e que necessita de edição dos vídeos, mas foi citada como uma das consultadas por eles. Outra mídia digital citada foi o *WhatsApp Business*, utilizado como canal de divulgação com usuários. O principal objetivo para o uso das mídias digitais citadas pelas bibliotecas está na divulgação dos espaços, atividades, ações, agenda e serviços, dando visibilidade à biblioteca e agindo na aproximação com o usuário.

Sobre o desenvolvimento de coleções, nas bibliotecas públicas foi possível verificar que a escassez de verba é presente, pois nem sempre conseguem incluir a compra de livros no orçamento anual do seu órgão mantenedor, muitas vezes dependendo de editais e convênios de outras instituições. Mas a contribuição da comunidade é presente no que se refere às doações, permitindo que as bibliotecas consigam suprir a falta de compras das bibliotecas. Essa realidade não se aplica às bibliotecas de escolas particulares, que possuem um orçamento mais garantido, dentro de suas escolas, para a aquisição de novos livros para o acervo. Verificou-se que uma delas também realiza as aquisições através dos valores arrecadados com multas e impressões realizadas dentro da biblioteca, uma forma de reverter os valores em prol da própria biblioteca.

As fontes utilizadas para a seleção de novos livros variam. Dentre as bibliotecas públicas, observou-se o uso de diversas fontes tradicionais, como indicação dos usuários,

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

catálogos de editoras, resenhas em revistas e jornais, colunas de literatura em revistas e jornais, livros vencedores e indicados a prêmios. Mas também já são encontradas as fontes *online*, como *blogs* de literatura, *sites* das editoras, *podcasts* de literatura, e bibliotecárias com perfis no *Instagram*. Os influenciadores digitais literários e *booktubers* não foram citados, espontaneamente, pelos entrevistados das bibliotecas públicas.

Ainda com relação às bibliotecas públicas, percebeu-se a dificuldade de algumas em conseguirem indicar livros para aquisição, devido à existência de uma comissão de desenvolvimento de acervo, que é responsável pela aquisição de livros para as bibliotecas da rede, e que nem sempre recebe as indicações específicas das bibliotecas. Foi criticado também o fato desta comissão comprar livros iguais para todas as bibliotecas da rede, não permitindo uma variedade de títulos entre as bibliotecas. De qualquer forma, valorizam a existência de uma política de desenvolvimento de coleções que guia as decisões tomadas pela comissão.

Quanto às bibliotecas das escolas particulares, as fontes giram em torno daqueles adotados pela própria escola, dos livros solicitados pelos professores e das sugestões dos alunos. Espontaneamente, duas bibliotecas citaram os *booktubers* como fontes para seleção de livros, já demonstrando que eles estão influenciando de alguma forma essas unidades.

O acompanhamento dos influenciadores acontece mais de forma pessoal pelos bibliotecários e não como uma atividade realizada para a biblioteca; apenas duas bibliotecas citaram mais diretamente o acompanhamento dos *booktubers* e influenciadores digitais literários. Mas pode-se dizer que, mesmo aqueles que acompanham apenas de forma pessoal, acabam influenciando indiretamente na biblioteca, pois os livros que observaram sendo recomendados poderiam aparecer na lista de aquisições futuras da biblioteca.

No Quadro 4 são expostos os 10 influenciadores digitais literários e *booktubers* mais citados pelos bibliotecários, a partir das entrevistas realizadas.

**Quadro 4 – Os 10 influenciadores digitais literários / *booktubers* mais citados**

<b>Nome</b>	<b>@ no Instagram</b>	<b>Link para o YouTube</b>
Isabella Lubrano - Ler Antes de Morrer	@lerantesdemorrer	<a href="https://www.youtube.com/@LerAntesdeMorrer">https://www.youtube.com/@LerAntesdeMorrer</a>
Biblioteca Fantástica	@raissammartins	<a href="https://www.youtube.com/@BibliotecaFantastica">https://www.youtube.com/@BibliotecaFantastica</a>
Elani Araújo - Dica de Bibliotecária	@dicadebibliotecaria	<a href="https://www.youtube.com/@dicadebibliotecaria">https://www.youtube.com/@dicadebibliotecaria</a>
Andrielle - Biblioteca Híbrida	@bibliotecahibrida	<a href="https://www.youtube.com/@BibliotecaHibrida">https://www.youtube.com/@BibliotecaHibrida</a>
Paola Aleksandra - Livros e Fuxicos	@paola.aleksandra	<a href="https://www.youtube.com/@PaolaAleksandra">https://www.youtube.com/@PaolaAleksandra</a>
Pedro Pacífico - Bookster	@book.ster	<a href="https://www.youtube.com/@bookster">https://www.youtube.com/@bookster</a>

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

Gabriella Santiago - Gabs the Librarian	@gabsthe librarian	<a href="https://www.youtube.com/@gabriellasantiago6967">https://www.youtube.com/@gabriellasantiago6967</a>
Juliana Pereira - Bibliozone	@bibliozone	<a href="https://www.youtube.com/@bibliozone">https://www.youtube.com/@bibliozone</a>
Jonas - Biblioeducador	@biblioeducador	<a href="https://www.youtube.com/@biblioeducador">https://www.youtube.com/@biblioeducador</a>
Roberta Martinelli	@roberta_martinelli	Não possui

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2024).

Segundo Fialho e Neves (2022), as tecnologias possibilitaram novas apropriações dos papéis de mediadores de leitura, como no caso dos *booktubers*, além dos bibliotecários e professores. Mas é interessante observar que esses espaços estão sendo ocupados por ambos, *booktubers* e bibliotecários. Apesar dos 10 influenciadores mais citados, o canal “*Ler Antes de Morrer*” foi citado por 3 unidades, e alguns bibliotecários não citaram nenhum nome de influenciador digital literário ou *booktuber*, apesar de relataram que acompanham alguns.

Em relação aos usuários procurarem livros recomendados pelos influenciadores digitais literários ou *booktubers*, o resultado se mostrou muito positivo, sendo que na maioria das bibliotecas, os usuários já haviam solicitado livros a partir da influência da Internet.

Além do *YouTube*, as plataformas *Instagram* e *TikTok* foram mencionadas pelos bibliotecários como aquelas mais comentadas pelos usuários acerca da indicação de livros para leitura. Entretanto, não conseguiram relatar nenhum nome específico de influenciador digital literário ou *booktuber*, a partir dos usuários. Esse fator está relacionado aos próprios usuários afirmarem que apenas foram influenciados por determinada plataforma ou pela Internet como um todo. Entretanto, também pode estar relacionado à falta de registro dessas demandas, por parte dos próprios bibliotecários.

Os dois livros destacados pelos bibliotecários, como solicitados por influência dos *booktubers*, foram: “*Tudo é rio*”, da autora brasileira Carla Madeira, da editora Record, e “*A Biblioteca da Meia-Noite*”, do autor inglês Matt Haig, da editora Bertrand.

Todas as bibliotecas participantes da pesquisa foram favoráveis em considerarem os *booktubers* como critério para aquisição de livros visando o desenvolvimento do acervo. Percebeu-se que, assim como outras fontes passam pela análise do bibliotecário, um *booktuber* ou qualquer influenciador digital literário assim também seria analisado.

Um destaque interessante dado aos *booktubers* por uma das unidades é de que eles seriam bons canais para se conhecer os lançamentos, pois eles sempre recebem os livros mais recentes. Tal percepção corrobora com Torre-Espinosa (2020), que diz que a indústria editorial utiliza os *booktubers* para promover as novidades nos seus catálogos editoriais.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

Sobre a utilização do conteúdo dos influenciadores digitais literários ou futuras parcerias com estes, observou-se que, principalmente as bibliotecas públicas, se mostraram muito abertas à utilização do seu conteúdo e de parcerias diretas, apenas salientando que poderiam existir trâmites burocráticos para que isso pudesse acontecer, de fato, pois como são instituições públicas e estão ligadas ao nome de seu órgão superior, como a prefeitura ou o estado, precisariam de autorização para tais acordos.

Outro ponto de destaque em relação aos *booktubers*, por parte dos bibliotecários entrevistados, foi caracterizá-los como leitores mais qualificados e expressivos, e utilizar seu conteúdo seria interessante e reconheceria tal perfil junto ao público usuário. Apesar de abordarem sobre o aspecto comercial dos *booktubers*, consideram que a biblioteca precisaria ser mais ampla do que as editoras no que tange à realização dos patrocínios. Uma biblioteca destacou que já utiliza vídeos dos *booktubers* no seu clube de leitura para apresentar, de forma mais completa, os livros do próximo mês que serão votados pelos participantes.

Apesar de duas das bibliotecas escolares terem gostado das ideias de utilização dos vídeos e de uma potencial parceria direta com os *booktubers*, as demais gostaram apenas da ideia de utilizarem os vídeos dos mesmos. Isso foi justificado por uma das unidades, que desejaria essa divulgação apenas voltada para a sua comunidade, e não para o público geral que acompanha aquele *booktuber*.

No momento final da entrevista, os bibliotecários puderam falar sobre o tema da pesquisa e/ou sobre outros assuntos que consideravam pertinentes. Alguns expressaram mais suas considerações sobre a importância do tema dos *booktubers* e influenciadores digitais literários, destacando que esta pesquisa demonstra o ambiente digital onde a literatura está sendo comentada, o que ajudaria a desmentir a opinião geral (de ‘senso comum’) de que as pessoas não lêem. Foi também interessante observar os diversos projetos desenvolvidos pelas bibliotecas, buscando atrair os usuários e incentivar a leitura, como: clube de leitura, feira do livro com a presença de autores, feira de troca de livros, campanha de doação de livros, momento da leitura, contação de histórias, momento da biblioteca, álbum de figurinha dos livros lidos, exposição de novas aquisições e estante de recomendações.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível analisar, a partir das entrevistas realizadas com os bibliotecários, que ainda existe pouca influência dos *booktubers* e/ou influenciadores digitais literários no desenvolvimento de coleções, tanto nas bibliotecas públicas, como nas de escolas particulares, apesar de que, em duas destas, eles já foram citados espontaneamente como uma das fontes utilizadas para a aquisição e atualização de seus acervos. Assim, considera-se que o objetivo geral proposto foi devidamente atingido. A pouca influência dos *booktubers* e/ou dos influenciadores digitais literários se dá pela atualidade do tema, devido à maior parte dos livros recomendados serem lançamentos e, na maioria das vezes, as bibliotecas (principalmente as públicas) não possuem verbas frequentes para aquisições acompanhando lançamentos do mercado editorial. Acrescenta-se a estes aspectos o fato dos próprios bibliotecários ainda não possuírem alta confiança nos influenciadores como fontes de informação, por conta do seu viés mercadológico (já que são, muitas vezes, patrocinados por uma editora ou pelo próprio autor da obra).

Quanto às limitações da pesquisa, percebeu-se a dificuldade dos bibliotecários em participar da entrevista e contribuir com o trabalho. Sobre este ponto, faz-se necessário alertar para que a categoria seja mais aberta a participar principalmente de pesquisas cujos temas refiram-se à sua atuação, e cujos resultados possam contribuir para sua melhoria. Também ocorreram dificuldades quanto ao acesso às informações das bibliotecas escolares, sem um cadastro único com informações desta categoria, e os respectivos *sites* com informações limitadas, sem o contato direto da biblioteca ou do bibliotecário.

Como estudos futuros, sugere-se que a temática possa ser abordada sob a perspectiva do usuário ou dos *booktubers*, complementando a visão do bibliotecário, e com outros tipos de bibliotecas, como as de escolas públicas, ou sobre outros tipos de influenciadores digitais literários, como o *Bookstagram* e o *BookTok*, com foco em um gênero específico de literatura.

Apesar de ter-se verificado que a influência dos *booktubers* e influenciadores digitais é baixa nas bibliotecas pesquisadas, eles prestam um serviço importante de incentivo à leitura nas mídias digitais, espaço que, de fato, atua como uma ponte entre leitores e recomendações de livros. Os influenciadores digitais demonstram que há muitos jovens e adultos dedicados a falar sobre a leitura e possuem uma comunidade de leitores que os acompanham. Torna-se fundamental que bibliotecários e bibliotecas os acompanhem, pois são uns dos principais

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

canais na contemporaneidade para se verificar quais livros são mais comentados, mais lidos e os lançamentos. As bibliotecas podem identificar aqueles que recomendam livros mais próximos ao perfil de seus usuários e, dessa forma, terem uma fonte de informação mais precisa e eficaz no desenvolvimento de suas coleções e atendimento às demandas de seu público.

## **REFERÊNCIAS**

BALABAN, Delia; MUSTĂȚEA, Maria. Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, v. 21, n. 1, p. 31-46, apr. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2019.1.269>. Acesso em: 15 out. 2022.

DANTAS, Melina Simardel. **Desafios contemporâneos da Ciência da Informação: influenciadores digitais como objetos de investigação**. 2018. 121 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos-SP, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10499>. Acesso em: 24 abr. 2022.

FIALHO, Lia Machado Fiuza; NEVES, Vanusa Nascimento Sabino. *Booktubers* brasileiros: canais literários de incentivo à leitura. **Texto Livre**, [S. l.], v. 16, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.39079>. Acesso em: 09 nov. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. 51p.

PALADINES, Lenin; ALIAGAS, Cristina. Literacy and literary learning on BookTube through the lenses of latina BookTubers. **Literacy**, [S. l.], v. 57, n. 1, p. 17-27, jan. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/lit.12310>. Acesso em: 30 jan. 2023.

PALADINES-PAREDES, Lenin-Vladimir; MARGALLO, Ana-Maria. Los canales booktuber como espacio de socialización de prácticas lectoras juveniles. **Ocnos: Revista de estudios sobre lectura**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 55-67, mar. 2020. Disponível em: [https://doi.org/10.18239/ocnos\\_2020.19.1.1975](https://doi.org/10.18239/ocnos_2020.19.1.1975). Acesso em: 11 nov. 2022.

PRETEL JIMÉNEZ, Marilé; DE FRUTOS, Belinda; SÁNCHEZ-VALLE, María. El influencer literario a través de YouTube: análisis de la estrategia comunicativa. **Obra digital: Revista de comunicación, estudios mediáticos y procesos sociales**, [S. l.], n. 17, p. 9–18, 2019. Disponível em: <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/223>. Acesso em: 20 out. 2022.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

ROIG-VILA, Rosabel; ROMERO-GUERRA, Héctor; ROVIRA-COLLADO, José. BookTubers as multimodal reading influencers: an analysis of subscriber interactions. **Multimodal Technol. Interact.**, [S. l.], v. 5, n. 39, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/mti5070039>. Acesso em: 20 nov. 2022.

SUÁREZ, Maria del Mar; GONZÁLEZ ARGÜELLO, M. Vicenta. Becoming a good BookTuber. **RELC Journal**, [S. l.], v. 51, n. 1, 2020, p. 158–167. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0033688220906905>. Acesso em: 20 nov. 2022.

TORRE-ESPINOSA, Mario de la. El fenómeno Booktube, entre el fandom y la crítica literaria. **Álabe: Revista de la Red de Universidades Lectoras**, [S. l.], n. 21, enero/junio 2020, p. 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.15645/Alabe2020.21.6>. Acesso em: 21 nov. 2022.

VILLEGAS-SIMÓN, Isabel *et al.* Radiografía de los micro-influencers en la economía de las plataformas digitales: insatisfacción, trabajo gratuito y desigualdad en la retribución. **Revista Latina de Comunicación Social**, Madrid, v. 80, p. 452-474, 2022. Disponível em: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1805>. Acesso em: 7 dez. 2022.