



A INFLUÊNCIA DOS BOOKTUBERS NAS BIBLIOTECAS DE BELO HORIZONTE

Frederico Cesar Mafra Pereira

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Professor da Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil.
E-mail: professorfredericomafra@gmail.com

Raíssa Michalsky Martins

Mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Bibliotecária da Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil.
E-mail: raissa.eci@gmail.com

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.

THE INFLUENCE OF BOOKTUBERS ON THE LIBRARIES IN THE CITY OF BELO HORIZONTE

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 nos canais digitais 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 (Preteel 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). Lluch (2014) considera que o *booktube* é uma comunidade virtual de leitura, tornando o jovem leitor um líder de opinião consolidado dentro da comunidade de leitores da qual sente pertencimento e afeto.

A origem dos primeiros *booktubers* ainda é incerta. Jiménez (2014) aponta que esses surgiram no Reino Unido; outros autores, como Paiva e Souza (2017) e Preteel Jiménez; De Frutos; Sánchez-Valle (2019), trazem que os primeiros *youtubers* a falarem sobre livros são dos Estados Unidos.

No Brasil, segundo Jeffman (2017), a primeira pessoa a falar sobre livros no *Youtube* foi Mari Santarem, em 2009, uma *youtuber* cujo tema central do canal é moda e maquiagem. Mas Tatiana Feltrin, com o canal *Tiny Little Things*, é considerada a primeira *booktuber* brasileira, pois seu primeiro vídeo deu início a um canal dedicado à cultura literária, e seu primeiro vídeo com tema literário também foi postado em 2009 (Jeffman, 2017).

Silva (2016) aborda que a primeira referência ao termo *booktube* apareceu em 2011, apesar dos livros já serem um assunto abordado no *Youtube* antes desta data, mas apenas em 2012 as características dos *booktubers* começaram a se delinear e a se propagar de forma mais

intensa, primeiro em canais em língua inglesa e, posteriormente, em diversas línguas.

Paiva e Souza (2017) comentam que a palavra *booktube* faz um trocadilho com a palavra da plataforma *Youtube*, que significa algo como “você na tela”, para *booktube*, que seria “livro na tela”. Esse termo se popularizou em 2013 e a comunidade espalhou-se pelo mundo, sendo possível identificar grupos que se definem como *booktubers* na Inglaterra, Portugal, México, Chile, Argentina, Brasil, dentre outros.

O 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 a Biblioteconomia e a 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.

Esta pesquisa é um recorte dos resultados obtidos da dissertação de mestrado da autora, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Escola de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Minas Gerais. O trabalho completo pode ser consultado no Repositório Institucional da universidade, através do link (<http://hdl.handle.net/1843/72771>).

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 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.

Para as 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

Bibliotecas Públicas	Bibliotecas de Escolas Particulares
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 (Quadro 2), sendo as entrevistas realizadas de modo virtual e/ou presencial.

Quadro 2 – Roteiro semiestruturado para entrevista junto aos bibliotecários

Pergunta 1	Para iniciar nossa entrevista, gostaria que se apresentasse de forma livre e espontânea.
Pergunta 2	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?
Pergunta 3	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?
Pergunta 4	Quais as fontes e critérios a sua biblioteca utiliza para escolher/selecionar os livros que deseja adquirir para o desenvolvimento de seu acervo/coleção?
Pergunta 5	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?
Pergunta 6	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> ?
Pergunta 7	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?
Pergunta 8	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?
Pergunta 9	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 nos canais de *booktubers* e dos livros indicados por eles e sua presença nos catálogos das bibliotecas pesquisadas. Entretanto, para este artigo em específico, priorizou-se apresentar os achados a partir das entrevistas realizadas junto aos bibliotecários. A pesquisa na íntegra pode ser encontrada na dissertação disponibilizada no Repositório Institucional da UFMG.

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 - 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, a unidade BP6, com Instagram e Facebook, além de *site*. As demais possuem um centro cultural ou organização diretamente superior que possui uma rede social, na qual são postados conteúdos referentes à biblioteca, em sua maioria com perfil de Instagram e Facebook, mas nem todos utilizados tão frequentemente. Algumas bibliotecas relataram que há *sites* mantidos pela organização mantenedora onde são publicados conteúdos sobre a biblioteca ou feitos pela biblioteca. A unidade BP3 relatou o uso de *WhatsApp Business* para comunicação com os usuários da biblioteca. A BP5 falou do uso de perfil em rede social particular, mas utilizado de modo público para divulgar as ações da biblioteca.

As bibliotecas de escolas particulares pesquisadas não possuem perfil em rede social, mas apontam o perfil da escola onde são publicados conteúdos da biblioteca. Relataram que, às vezes, a biblioteca procura o responsável pela rede social para a divulgação de publicações da biblioteca, mas em outras ocasiões, é a própria escola que está de olho nas atividades realizadas pela biblioteca.

Pelo fato das bibliotecas públicas de Belo Horizonte estarem vinculadas a um Centro Cultural, elas mostraram em comum o fato de não possuírem uma rede social própria, mas esta ser vinculada à escola, ao centro cultural ou à organização mantenedora. Apenas uma delas possui rede social própria, a BP6.

3.2 Verba para desenvolvimento de coleções

Em relação à verba para aquisição de livros para o desenvolvimento de coleções, as bibliotecas públicas demonstraram variação em suas respostas. Algumas relataram que possuem orçamento anual com verba vindo 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.

A maior parte das bibliotecas de escolas particulares possuem verba anual para compra de livros, apesar da unidade BE2 ter relatado que também utiliza os valores arrecadados com multas e impressões para compra de livros, e a BE4 sempre consegue adquirir os livros que são solicitados. As doações também foram indicadas como formas de aquisições de livros.

Neste item percebe-se a diferença em relação à verba disponível entre as bibliotecas públicas e as de escolas particulares. As bibliotecas públicas não possuindo regularidade em

suas verbas, ficam dependentes das doações da comunidade, sendo que apenas poucas possuem um orçamento mais certo. Já as bibliotecas de escolas particulares possuem formas diferentes de verbas, mas todas conseguem realizar a compra dos livros desejados.

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, a qual é responsável pela lista final de seleção e compra dos livros, e que em variados momentos recebem sugestões das bibliotecas e, em outros momentos, não, mas orientados também por uma política de desenvolvimento de coleções. No geral, citaram que utilizam como fontes: indicação do usuário, livros já muito desgastados no acervo, revistas e jornais e blogs de literatura, *sites* de editoras, catálogos das editoras, fontes literárias *online* e livros vencedores de prêmios.

Quanto às bibliotecas de escolas particulares, todas comentaram a respeito das sugestões de alunos e professores, que são consideradas para a seleção. Os livros que são adotados pelas escolas e que costumam constar na lista de materiais também foram mencionados como fontes para a lista de aquisição. Duas bibliotecas citaram, espontaneamente neste tópico, os influenciadores digitais literários e os *booktubers* como fontes utilizadas para a seleção, as unidades BE1 e BE2.

Os dois tipos de bibliotecas se diferenciam um pouco em relação às fontes e critérios para seleção, sendo que a biblioteca escolar fica mais direcionada à recomendação dos professores, livros adotados pela escola e aos alunos. Já a biblioteca pública tem um público mais amplo a considerar e fontes gerais nas quais pesquisar. Para os fins da pesquisa, foi interessante já identificar neste momento a menção espontânea aos influenciadores digitais literários, *booktubers* e às fontes literárias *online*.

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. Três entrevistados relataram seguir alguns em nível pessoal, sendo que as unidades BP3 e BP4 citaram o canal da Isabella Lubrano, de nome 'Ler antes de morrer'. A unidade BP5 relatou utilizar mais o Instagram. Outros comentaram que, apesar de não seguirem nenhum influenciador digital literário, entendem a importância dos *booktubers* para o incentivo à leitura. A unidade BP4 comentou conhecer o canal no *booktube* chamado 'Biblioteca Fantástica', de propriedade de uma das autoras deste artigo.

Também as bibliotecas de escolas particulares demonstraram ter conhecimento da existência dos influenciadores digitais literários e dos *booktubers*, e algumas os acompanham mais em nível pessoal, enquanto outras, como já mencionadas no tópico anterior, os acompanham para a realização das tarefas na biblioteca. Foram citados os seguintes influenciadores e/ou canais digitais como aqueles mais conhecidos: 'Dica de Bibliotecária', 'Biblioteca Híbrida', 'Paola Aleksandra', 'Ler Antes de Morrer', 'Bookster', 'Gabsthebrarian', 'Camila Moura', 'Bibliozone' e 'Biblioeducador'. Duas bibliotecas não citaram nenhum nome específico de influenciador (BE4 e BE5).

Percebe-se uma familiaridade nas respostas, tanto das bibliotecas públicas, quanto das bibliotecas das escolas particulares, sobre os influenciadores digitais literários e os *booktubers*, sendo que a maioria os acompanha mais em nível pessoal. Os perfis citados são tantos de profissionais da área de biblioteconomia como de influenciadores de modo geral, presentes nas plataformas Youtube e/ou Instagram.

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

Em algumas bibliotecas públicas é mais comum do que em outras um usuário solicitar o empréstimo de algum livro a partir de uma recomendação de algum influenciador digital literário ou *booktuber*. Em nenhuma das unidades os usuários se expressam muito a ponto de citar nomes dos influenciadores. A unidade 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 pela unidade BP6 como bastante procurado.

As bibliotecas de escolas particulares também tiveram contato com usuários solicitando livros de influenciadores e *booktubers*, e apenas a unidade 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, e que movimentou os alunos na escola. O livro "A biblioteca da meia-noite" foi citado como o mais procurado na unidade BE2.

A maior parte das bibliotecas pesquisadas demonstrou já ter contato com os usuários solicitando livros que viram e que foram indicados via Internet, mas nenhuma citou nomes específicos de influenciadores digitais literários ou *booktubers*.

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 como critério para a aquisição de livros em seu acervo. As unidades BP5 e BP6 se expressaram mais nesse tópico, no sentido de não confiarem 'cegamente' nestes influenciadores, mas que verificariam aqueles recomendados pelos usuários e os que conhecem para entender melhor de onde vem as recomendações e pesquisarem mais sobre os livros em si. A BP2 indicou que prefere outras fontes, mas que também consideraria o *booktuber* como uma delas. A unidade BP6 destacou que os influenciadores digitais são bons em apresentar os lançamentos.

Também todas as bibliotecas de escolas particulares considerariam as recomendações dos *booktubers* e influenciadores digitais literários na aquisição de livros para sua coleção. A unidade BE1 informou que utiliza o próprio conteúdo dos *booktubers* para conhecer melhor algum livro recomendado por um aluno. A BE4 alertou que, seguindo a recomendação de livros pelos influenciadores, pode haver aumento da demanda (presença de usuários) na biblioteca. Esse aspecto corrobora com o comentário da unidade BE3, de que não possuindo tais livros, há chance de se perder o usuário.

No geral, percebe-se que as bibliotecas se mostraram abertas a considerarem as recomendações dos *booktubers* e influenciadores digitais literários para aquisição e desenvolvimento de suas coleções.

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 unidade BP2 destacou que seria uma boa forma de conseguir novos leitores, e a BP3 salientou que talvez fosse necessária uma autorização para que isso ocorresse, por se tratar de um órgão público. A unidade BP4 evidenciou algumas características percebidas acerca do *booktuber*, de que seria um leitor mais qualificado e expressivo, e que tais parcerias seriam vantajosas 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. E duas bibliotecas concordaram com ambas as ideias. A unidade BP2 comentou que o *booktuber* divulgaria a biblioteca para todos, mas que gostaria que isso fosse feito apenas para sua comunidade (em uma comunicação mais direcionada, ou personalizada).

Verifica-se que a possibilidade de parceria com os *booktubers* para utilização de seus vídeos pelas bibliotecas agradou a todos os entrevistados. Já a parceria direta para divulgação da biblioteca e seu acervo foi mais ao encontro das bibliotecas públicas.

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, cujos dados podem ser encontrados no Quadro 3.

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

BP1	Me interesse muito por esse tema, e 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, mesmo que não tenhamos os livros que os <i>booktubers</i> estão falando, mas nos faltam recursos humanos para isso. Poderia ser diferente, principalmente por causa da facilidade que os leitores e adolescentes têm com o digital e o quão influenciáveis eles são, e o quanto isso ampliaria a possibilidade de acesso. Seria muito diferente se o leitor visse a resenha, achasse legal e tivesse acesso ao livro e pudesse realizar essa leitura. Isso talvez seria o caminho para a mudança nos hábitos de leitura no Brasil.
BP2	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.
BP3	Aqui possuímos um clube de leitura, que se reúne toda quarta-feira à tarde presencialmente, mas que costuma ter apenas 2 ou 3 pessoas, pois está difícil conseguir mais pessoas. Trabalhamos apenas textos curtos, de poucas páginas. (...) Nós convidamos a participarem aqueles que falam que não gostam de ler ou que leem muito mas não gostam de compartilhar as leituras, que gostam de ler apenas para si. (...) Tenho recomendado ao pessoal com dificuldade em leitura os audiolivros, talvez os <i>booktubers</i> também possam ser uma alternativa.
BP4	Temos uma ação que começou no período da pandemia, que deu muito certo e foi muito interessante, e a gente continuou, uma ação bem voltada para o público online. Temos um clube de leitura, com ações e interações e encontros também online. Foi uma atividade literária pensada para ser realizada enquanto estávamos em trabalho remoto. Uma vez por mês há o encontro para a discussão do livro e ao longo do mês os membros sugerem novos livros, sendo 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. (...) Fico feliz pela biblioteca ser lembrada para contribuir com uma pesquisa, com um estudo universitário da nossa área.
BP5	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, por isso eu preciso alimentar muito nosso estoque para fazer trocas.
BP6	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. Na época da pandemia tínhamos um quadro onde publicávamos trechos de livros, com o intuito de despertar o gosto pela leitura.

BE1	Achei muito bacana e interessante essa pesquisa, não sei se já tem muita coisa publicada a respeito, creio que não, mas esse conteúdo vai enriquecer muito.
BE2	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 gamificação. Um aluno que percorre todo o fundamental 1, do segundo ao quinto ano, sai tendo lido 120 livros. E agora estamos estendendo este projeto do sexto ano ao nono ano. (...) Temos um clube do livro dos professores e lançamos na reunião de pais um clube de livro para os pais de alunos.
BE3	Até o quinto ano eles têm o momento literário, o momento da biblioteca, eles são muito assistidos pelos professores, eles possuem o horário de ir à biblioteca e fazer empréstimo. Os maiores não têm isso, então quando eles se formam no fundamental 1, passam a ter diversos professores e disciplinas, e perdem esse momento de ir à biblioteca. Estamos fazendo na escola aqui um trabalho específico de ganhar esse leitor, você não pode perdê-lo.
BE4	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, rankeamos os livros que eles leram, e desses livros 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.
BE5	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, pois se sobra livros a biblioteca fica com aquilo que não tem, doamos para outras unidades ou funcionários. Mas funciona da seguinte forma, o aluno traz o livro para fazer a troca, e nós pagamos ele 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 mídias digitais foi uma questão abordada neste trabalho, e havia a expectativa de que uma biblioteca com perfil em alguma plataforma teria mais facilidade em acompanhar os influenciadores digitais literários e maior familiaridade com as possibilidades oferecidas por estas mídias. Apesar de verificar-se que apenas uma das bibliotecas pesquisadas possui rede social própria, as demais possuem presença digital através do perfil da escola, centro cultural ou órgão mantenedor aos quais estão vinculadas, ou via acesso particular (pelos próprios bibliotecários).

As redes digitais mais citadas foram o Instagram e o Facebook, plataformas que contam com a presença dos influenciadores digitais literários. O Youtube não foi citado como uma plataforma na qual as bibliotecas possuam um perfil, provavelmente por exigir um conteúdo mais trabalhoso e que necessita de edição de vídeos, mas foi lembrada como uma fonte consultada. Outra mídia digital citada foi o WhatsApp Business, utilizado como canal de divulgação de programação com os usuários através de grupos e comunicação de forma geral.

O destaque e objetivo para o uso das mídias digitais citadas pelas bibliotecas estão na possibilidade de divulgação dos espaços, atividades, ações, agenda e serviços, além de permitirem visibilidade para a biblioteca, agindo na aproximação com o usuário. Isso vai de

acordo com o que foi destacado por Trevisol Neto e Maciel (2019), pois o uso de mídias digitais deve caracterizar-se como uma ferramenta de comunicação para as bibliotecas, possibilitando divulgar serviços e relacionar-se com seus usuários.

Para as atividades concernentes ao desenvolvimento de coleções, principalmente relacionadas às verbas para a aquisição de novos livros e às fontes utilizadas para a seleção das novas compras, foi interessante abordar os dois ambientes, a biblioteca pública e a biblioteca de escola particular, para efeito de comparação das percepções e resultados obtidos.

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 para tal. A contribuição da comunidade é presente no que se refere às doações, as quais conseguem suprir, em grande medida, a falta de recursos para compras por estas bibliotecas.

Essa realidade não se aplica às bibliotecas de escolas particulares, que possuem um orçamento previsto por 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 alternativa de reverter tais valores em prol da própria biblioteca e, conseqüentemente, dos próprios usuários.

É lamentável observar essa diferença em relação às verbas entre as bibliotecas públicas e as de escolas particulares, sendo que as últimas conseguem um aporte melhor da instituição à qual estão vinculadas, enquanto as bibliotecas públicas, quando não conseguem ser incluídas no orçamento de suas instituições, ficam dependentes de editais e doações para suprirem as novidades no acervo, o que dificulta o trabalho de desenvolvimento de suas coleções de forma célere.

As fontes utilizadas para a seleção de novos livros variam de acordo com o tipo de biblioteca, e mesmo dentro do mesmo tipo de biblioteca. Dentre as bibliotecas públicas, observou-se o uso de diversas fontes tradicionais, como indicação dos usuários, 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. Não foram citados, de forma espontânea, pelas bibliotecas públicas, os influenciadores digitais literários e/ou *booktubers*.

Percebeu-se a dificuldade de algumas bibliotecas públicas em conseguirem indicar os livros que gostariam que fossem adquiridos, devido à existência de uma comissão de desenvolvimento de acervo, que é responsável pela aquisição de novos livros para as bibliotecas da rede, e que nem sempre recebe as indicações específicas das bibliotecas. Foi criticado também o fato desta comissão adquirir os mesmos livros para todas as bibliotecas da rede a cada vez que a compra é realizada, não permitindo uma variedade de títulos entre as bibliotecas. Entretanto, citaram existir uma política de desenvolvimento de coleções que guia as decisões tomadas pela comissão de desenvolvimento de acervo.

Para as bibliotecas das escolas particulares, as fontes giram em torno da escola, com os livros sendo solicitados pelos professores, os que foram adotados pela escola e as sugestões dos alunos. Espontaneamente, duas bibliotecas já citaram os *booktubers* como fontes para seleção de livros, já demonstrando que eles estão influenciando de alguma forma essas unidades no desenvolvimento de suas coleções.

Percebeu-se pelas respostas obtidas que as bibliotecárias possuem autonomia para decidirem em relação aos livros que irão compor a lista final de compras de obras para o acervo da biblioteca, mas principalmente embasadas nas fontes mencionadas anteriormente, como as indicações dos professores e livros adotados pela escola.

O desenvolvimento de coleções observados nas bibliotecas das escolas particulares pesquisadas está de acordo com Aguiar e Carvalho (2022), ou seja, alinhado com as

necessidades da escola e dos alunos, necessitando da colaboração entre professores e bibliotecários e em sintonia com a proposta pedagógica da instituição.

Antes do momento da entrevista no qual seriam feitas as perguntas mais específicas sobre os influenciadores digitais literários e *booktubers*, foi realizada uma breve explicação dos conceitos relativos a essas personalidades, para garantir que os bibliotecários estivessem alinhados com a temática. Os entrevistados não tiveram dúvidas sobre o termo e atuação desses, demonstrando familiaridade sobre sua existência.

O acompanhamento dos influenciadores digitais acontece de forma mais pessoal pelos bibliotecários, e não como uma atividade realizada para e/ou pela biblioteca. Apenas duas bibliotecas citaram mais diretamente o acompanhamento dos *booktubers* e influenciadores digitais literários. Pode-se afirmar que, mesmo aqueles que os acompanham apenas de forma pessoal, acabam sendo influenciados e influenciando indiretamente no trabalho exercido na biblioteca, pois os livros que viram sendo recomendados poderiam aparecer na lista de aquisições da biblioteca, potencializados pela sua indicação enquanto bibliotecário.

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

Nome	@ no Instagram	Link para o YouTube
Isabella Lubrano - Ler Antes de Morrer	@lerantesdemorrer	https://www.youtube.com/@LerAntesdeMorrer
Biblioteca Fantástica	@raissammartins	https://www.youtube.com/@BibliotecaFantastica
Elani Araújo - Dica de Bibliotecária	@dicadebibliotecaria	https://www.youtube.com/@dicadebibliotecaria
Andrielle - Biblioteca Híbrida	@bibliotecahibrida	https://www.youtube.com/@BibliotecaHibrida
Paola Aleksandra - Livros e Fuxicos	@paola.aleksandra	https://www.youtube.com/@PaolaAleksandra
Pedro Pacífico - Bookster	@book.ster	https://www.youtube.com/@bookster
Gabriella Santiago - Gabs the Librarian	@gabsthe librarian	https://www.youtube.com/@gabriellasantiago6967
Juliana Pereira - Bibliozone	@bibliozone	https://www.youtube.com/@bibliozone
Jonas - Biblioeducador	@biblioeducador	https://www.youtube.com/@biblioeducador
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, sendo estes cumpridos pelos *booktubers*, além dos bibliotecários e professores. Mas é interessante observar que esses espaços estão sendo ocupados por ambos, *booktubers* e bibliotecários, de acordo com os exemplos de influenciadores indicados pelas bibliotecas, a partir das entrevistas. Pode-se citar alguns canais, inclusive, que são geridos por bibliotecários: 'Biblioteca Fantástica', 'Dica de Bibliotecária', 'Biblioteca Híbrida', 'Gabsthe Librarian', 'Bibliozone' e 'Biblioeducador'.

Dentre os dez influenciadores digitais citados, o canal 'Ler antes de morrer' foi mencionado por três unidades; alguns bibliotecários não citaram nenhum nome de influenciador digital literário ou *booktuber*, apesar de afirmarem que acompanham alguns.

Também buscou-se verificar, nesta pesquisa, um pouco da perspectiva do usuário das bibliotecas, a partir da visão dos bibliotecários. Assim, como as entrevistas foram realizadas apenas com este público, tal questionamento foi direcionado a estes no sentido de consultar se os usuários solicitavam livros, para empréstimo ou aquisição, comentando serem recomendados por influenciadores digitais literários ou *booktubers*.

O resultado se mostrou positivo, sendo que na maioria das bibliotecas os usuários já haviam solicitado livros a partir da influência de personalidades da Internet. A regularidade desse tipo de solicitação varia em cada biblioteca, sendo que em algumas isso acontece com muita frequência, em outras muito raramente, e para outras, tal tipo de solicitação ainda não ocorreu.

Além do Youtube, as plataformas digitais Instagram e TikTok foram mencionadas pelos bibliotecários como aquelas mais comentadas pelos usuários, apesar de não terem relatado nenhum nome específico de influenciador citado por seu público. Esse fator pode estar relacionado aos próprios usuários que não chegam a comentar o nome do influenciador diretamente ao bibliotecário, dizendo apenas que foram influenciados por determinada plataforma ou pela Internet, de forma geral. Outro motivo também pode estar relacionado à falta de registro dessas recomendações, por parte dos bibliotecários (o que deveria ser, na visão destes autores, uma atividade importante de gestão acerca do relacionamento de sua unidade com seus usuários).

Os dois livros destacados pelos bibliotecários como os mais solicitados por influência da Internet foram: “Tudo é rio”, da autora Carla Madeira, brasileira, publicado pela editora Record, e “A biblioteca da meia-noite”, do autor Matt Haig, inglês, publicado pela editora Bertrand.

Todas as bibliotecas foram favoráveis em confirmar que considerariam os *booktubers* como critério para aquisição de livros para o desenvolvimento do acervo. Percebeu-se que, assim como outras fontes que são apuradas e passam pela análise do bibliotecário visando a aquisição de obras, o *booktuber* e/ou influenciador digital literário também poderia ser analisado, verificando também as fontes que ele utiliza ao recomendar um livro e que pudesse ser interessante para o acervo. Destaca-se que o *booktuber* ou influenciador digital literário poderia ser utilizado concomitantemente com outras fontes de seleção pela biblioteca.

O destaque dado aos *booktubers* por uma das unidades pesquisadas de que eles seriam bons canais para se conhecer os lançamentos, por sempre receberem e comentarem os livros mais recentes está de acordo com Torre-Espinosa (2020), o qual afirma que a indústria editorial utiliza os *booktubers* para promover as novidades nos seus catálogos editoriais.

Outras bibliotecas comentaram que, se o livro é recomendado pelo *booktuber*, pode haver um aumento na demanda dele na biblioteca e esta, não possuindo o livro, aumentaria a chance de perder o usuário, já que, segundo Pochmann e Menti (2020), os *booktubers* conseguem realizar essa influência em seus seguidores na escolha de uma próxima leitura.

Além de buscar perceber a relevância do *booktuber* para o desenvolvimento do acervo, buscou-se também verificar se a biblioteca faz proveito do conteúdo desses influenciadores ou aprovaram a ideia de realizarem uma parceria com este público. Observou-se que, principalmente as bibliotecas públicas, se mostram muito abertas à utilização do conteúdo dos *booktubers* e de possíveis parcerias diretas, apenas salientando que poderiam existir trâmites burocráticos para que isso pudesse acontecer pois, como são instituições públicas e respondem ao órgão superior do qual fazem parte, precisariam de autorização para tal iniciativa.

Alguns entrevistados caracterizam os *booktubers* como leitores mais qualificados e expressivos, e a estratégia de utilizarem do seu conteúdo seria interessante para a divulgação do acervo da biblioteca. Tal ponto se aproxima do que foi dito por Lluch (2014), de que a comunidade *booktube* conta com um leitor que é um líder de opinião consolidado dentro da comunidade de leitores. Também destacaram o aspecto comercial do *booktuber* e de que a biblioteca precisaria ser mais ampla do que as editoras que realizam os patrocínios.

Uma biblioteca destacou que já utiliza os vídeos dos *booktubers* no clube de leitura, para apresentar de forma mais completa os livros do próximo mês e que serão votados pelos

participantes. A parceria com os *booktubers* também foi destacada como uma forma de publicidade para a biblioteca e que seria possível alcançar novos leitores através dela.

Apesar de duas bibliotecas escolares terem gostado das ideias de utilização dos vídeos e da parceria direta com os *booktubers*, as demais gostaram apenas da ideia de utilizarem os vídeos destes. Isso foi justificado por uma das unidades que, devido à parceria direta com o *booktuber*, a divulgação da biblioteca seria realizada para todos aqueles que acompanham aquele *booktuber*, sendo que a biblioteca desejaria que essa divulgação fosse feita apenas para sua comunidade (de uma maneira mais focada e personalizada ao seu usuário-alvo).

O momento final da entrevista foi mais livre para que os bibliotecários pudessem falar sobre o tema da pesquisa ou sobre outros assuntos da biblioteca que consideravam pertinentes. Alguns elogiaram sobre a importância do tema dos *booktubers* e influenciadores digitais literários, destacando que esta pesquisa mostra um pouco de um ambiente digital onde a literatura está sendo comentada, o que ajudaria a desmentir o “senso comum que as pessoas não lêem, ou não gostam de ler”.

Foi interessante também observar os diversos projetos desenvolvidos pelas bibliotecas pesquisadas, 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, estante de recomendações. Destaca-se o projeto de clube do livro, que está presente em três bibliotecas, e que é realizado junto com a comunidade, professores e pais de alunos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, foi possível analisar, a partir das entrevistas realizadas com os bibliotecários, que ainda existe pouca influência dos *booktubers* no desenvolvimento de coleções nas bibliotecas públicas e de escolas particulares. A pouca influência dos *booktubers* ou dos influenciadores digitais literários se dá, ainda, pela atualidade do tema, visto que a maioria dos livros recomendados são lançamentos e, na maioria das vezes, não podem ser adquiridos pelas bibliotecas devido à falta ou carência de verbas frequentes para aquisições que acompanham lançamentos do mercado editorial em tempo real. Também verificou-se que os bibliotecários ainda não possuem confiança plena nos influenciadores como fontes de informação, muito por não terem encontrado um no qual confiem que suas recomendações não possuam viés mercadológico, patrocinado por uma editora ou autor.

Nas bibliotecas públicas, onde os processos burocráticos são maiores e as verbas menores para a aquisição de livros, os bibliotecários possuem maior dificuldade para acompanhar e adquirir os livros recomendados pelos *booktubers*.

Apenas dois bibliotecários disseram acompanhar os *booktubers* ou influenciadores digitais literários, e a maioria alegou que os acompanham por interesse pessoal. Quem não os acompanha conhece a comunidade *booktube* e acaba, em algum momento, sendo direcionado para o seu conteúdo. De forma geral, percebe-se que os bibliotecários conhecem a figura do *booktuber* ou influenciador digital literário e, direta ou indiretamente, podem trazer esse conteúdo para dentro das bibliotecas.

Entretanto, o acompanhamento dos *booktubers* pelos bibliotecários influencia pouco nas decisões de seleção e aquisição para os acervos de suas respectivas bibliotecas. Isso se dá pela burocracia para se recomendar e adquirir um livro em algumas unidades, pelo fato da maioria dos livros recomendados serem lançamentos, e pela falta de confiança em alguns influenciadores. Mas todas as unidades concordaram que considerariam as recomendações de um *booktuber* ou influenciador digital literário para a aquisição de novos livros para a biblioteca, sendo esta uma estratégia com potencial de uso no futuro.

Na maior parte das bibliotecas pesquisadas, os bibliotecários afirmaram que os usuários já solicitam livros recomendados por *booktubers* ou influenciadores digitais literários, mas eles não apresentam muitas informações sobre tais influenciadores. Assim, as bibliotecas não possuem estatísticas mais concretas a respeito dessas solicitações (o que pode ser remediado, ou minimizado, com a implementação de uma política de cadastro de indicações).

Mediante o exposto, considera-se que o objetivo geral deste artigo foi alcançado. Percebe-se a presença dos *booktubers* e influenciadores digitais literários próxima ao contexto das bibliotecas, ainda que de forma tímida, mas com grande potencial de se tornarem importantes fontes de informação e de decisão para o desenvolvimento de coleções, em um futuro próximo.

Espera-se que esta pesquisa possa despertar nas bibliotecas o interesse em acompanhar os *booktubers* e influenciadores digitais literários, em prol dos usuários, da biblioteca e do seu desenvolvimento de coleções. A listagem presente nesta pesquisa, de *booktubers* e influenciadores digitais literários, pode servir como primeiro passo para que conheçam melhor este ambiente digital de recomendação de livros, e que possa despertar a ideia de utilizarem os conteúdos dos *booktubers* para divulgar os acervos das bibliotecas.

Destaca-se que os bibliotecários também podem assumir o espaço das mídias digitais para atuar como *booktubers* e influenciadores digitais literários. Isso já vem acontecendo, pois os dados apresentados nesta pesquisa mostram que, dos 10 influenciadores citados nas entrevistas, 6 são bibliotecários, indicando que estes próprios profissionais gostam de acompanhar outros bibliotecários como influenciadores e que, de certa forma, já se percebem com um perfil adequado para o exercício deste tipo de atividade.

Em relação às limitações da pesquisa, atenta-se para a falta de aceitação por parte de alguns bibliotecários em participarem das entrevistas e em contribuir com este trabalho, o que acabou tornando a coleta de campo mais exaustiva e mais restrita do que poderia ser. Sobre este ponto, faz-se necessário alertar para que a categoria esteja mais aberta a participar das atividades realizadas por seus colegas, principalmente em se tratando de pesquisas cujos temas refiram-se à sua atuação, e cujos resultados possam contribuir para sua melhoria. Apenas como informação, foram realizados contatos com aproximadamente 30 bibliotecas em Belo Horizonte, sendo que apenas 11 se mostraram abertas a participarem da presente pesquisa. Também ocorreram dificuldades quanto ao acesso às informações das bibliotecas escolares, não sendo identificado um cadastro único com as informações desta categoria. Além disso, os respectivos *sites* das escolas possuem informações limitadas, algumas vezes sem o contato direto da biblioteca ou do bibliotecário.

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

Apesar de ter sido possível verificar que a influência dos *booktubers* e influenciadores digitais é baixa nas bibliotecas públicas e de escolas particulares na cidade de Belo Horizonte, sob a perspectiva dos bibliotecários, eles ainda prestam um serviço importante de incentivo à leitura dentro das mídias digitais, um espaço que poderia ser considerado, a princípio, como “distanciador” de uma pessoa a um livro, mas que, na prática, atua como uma ponte entre leitores e livros recomendados. Os influenciadores digitais demonstram que há muitos jovens e adultos dedicados a falarem sobre a leitura e que possuem uma comunidade de leitores que os acompanham. As bibliotecas podem identificar, dentre os *booktubers* existentes ou daqueles listados nesta pesquisa, os que recomendam livros mais próximos ao perfil de seus usuários. Outra opção seriam as bibliotecas consultarem seus usuários para verificar quais são os principais *booktubers* e influenciadores que eles acompanham e que gostariam que a

biblioteca acompanhasse também, para terem uma listagem de influenciadores indicada por seus usuários. Dessa forma, construiriam uma fonte de informação mais precisa e eficaz para o desenvolvimento de suas coleções e atendimento às demandas de seu público.

Torna-se fundamental, portanto, que os bibliotecários e bibliotecas acompanhem os *booktubers* e demais influenciadores digitais literários, que são um dos principais canais na contemporaneidade para se verificar quais livros são mais comentados, mais lidos e os lançamentos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Niliane Cunha de; CARVALHO, Telma de. Formação e desenvolvimento de acervos em biblioteca escolar como recurso para promover a competência informacional infantil: importância, desafios e perspectivas. **Biblioteca Escolar em Revista**, Ribeirão Preto, v. 8, n. 1, p. 22-41, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-5894.berev.2022.186811>. Acesso em: 13 dez. 2023.

BALABAN, Delia; MUSTĂŢEA, 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/rjcp.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, 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.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube**. 2017. 393 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6337>. Acesso em: 5 maio 2023.

JIMENEZ, Daniela. Booktubers, ¿es la nueva crítica en línea?. **La Opción**, 23 mar. 2014. Disponível em: <https://laopcion.com.mx/noticia/32757/>. Acesso em: 1 jul. 2023.

LLUCH, Gemma. Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. **Ocnos: Revista de estudios sobre lectura**, n. 11, p. 7-20, maio 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.18239/ocnos.2014.11.01>. Acesso em: 28 jul. 2023.

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

PAIVA, Sthéfani; SOUZA, Adriana Maria de. Booktube como instrumento de disseminação da informação para a geração digital. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, n. esp. CBBB, p. 978-1003, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/794>. Acesso em: 12 nov. 2022.

PALADINES, Lenin; ALIAGAS, Cristina. Literacy and literary learning on BookTube through the lenses of latina BookTubers. **Literacy**, 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**, v. 19, n. 1, p. 55-67, mar. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.18239/ocnos.2020.19.1.1975>. Acesso em: 11 nov. 2022.

POCHMANN, Pâmela da Silva; MENTI, Magali de Moraes Menti. Booktubers e a influência literária: um estudo de caso do vlog da Ju Cirqueira. **Revista Práxis**, Novo Hamburgo, v. 17, n. 3, set./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.25112/rpr.v3i0.2073>. Acesso em: 25 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**, n. 17, p. 9–18, 2019. Disponível em: <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/223>. Acesso em: 20 out. 2022.

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

SILVA, Renata Prado Alves. Booktube: livros e leitura em vlogs no Youtube. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: INTERCOM, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/nVNqYx>. Acesso em: 29 jul. 2023.

SUÁREZ, Maria del Mar; GONZÁLEZ ARGÜELLO, M. Vicenta. Becoming a good BookTuber. **RELC Journal**, 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**, n. 21, enero/junio 2020, p. 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.15645/Alabe2020.21.6>. Acesso em: 21 nov. 2022.

TREVISOL NETO, Orestes; MACIEL, Camila Emilia Catoni Custódio. Diretrizes para uso de mídias sociais nas bibliotecas universitárias da Associação Catarinense das Fundações Educacionais - ACAFE. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 15, n. 2, p. 388-409, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1222>. Acesso em: 3 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**, v. 80, p. 452-474, 2022. Disponível em: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1805>. Acesso em: 7 dez. 2022.

Recebido em/Received: 12/12/2024 | Aprovado em/Approved: 16/12/2025
