



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO  
CURSO DE JORNALISMO

Maria Fernanda da Silva Honório

**“Quando o livro vira post: como conteúdos literários nas redes sociais  
impactam hábitos de leitura”**

Florianópolis

2025

Maria Fernanda da Silva Honório

**“Quando o livro vira post: como conteúdos literários nas redes sociais  
impactam hábitos de leitura”**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Jornalismo do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Disciplina JOR6803 - Trabalho de Conclusão de Curso, professora Dra. Melina de la Barrera Ayres

Orientador: Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima

Florianópolis

2025

Honório, Maria Fernanda da Silva

Quando o livro vira post : como conteúdos literários nas redes sociais impactam hábitos de leitura / Maria Fernanda da Silva Honório ; orientador, Samuel Pantoja Lima, 2025.

43 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2025.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Reportagem. 3. Hábitos de Leitura. 4. Redes sociais. 5. Influenciadores digitais. I. Lima, Samuel Pantoja. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Jornalismo. III. Título.

Maria Fernanda da Silva Honório

**“Quando o livro vira post: como conteúdos literários nas redes sociais  
impactam hábitos de leitura”**

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado, em 5 de dezembro de 2025, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima  
Orientador

Profa. Dra. Valentina da Silva Nunes  
Avaliadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

Marina Soares da Silva  
Avaliadora

Certificamos que esta é a versão original e final do Trabalho de Conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo,

---

Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima  
Orientador

---

Maria Fernanda da Silva Honório  
Autora do trabalho

Florianópolis, 2025.

Aos amados Vitor, Gesilani e Felipe, por me mostrarem que o que acontece nas histórias dos livros pode acontecer na vida real.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Gesilani e Felipe, pois sem eles, eu realmente não teria chegado até aqui. Também gostaria de agradecer a toda minha família, especialmente Brenda, Duda e Pietra, minhas parceiras de festas familiares e de vida. Sem vocês, eu não seria quem eu sou hoje e não teria sido, ou continuaria vivendo, tão feliz.

Agradeço ao meu amado namorado, Vitor, por tudo que já fizeste por mim. Seu amor incondicional e apoio em todos os momentos são o que me move todos os dias. Mal posso esperar para passar o resto da minha vida ao seu lado, com um amor que só cresce mais a cada dia. Te amo com todo meu coração. Também preciso agradecer meus sogros, por me incluírem em sua família com tanto carinho.

Dedico um agradecimento especial a Júlia e Lohana, pela amizade de anos. Nosso trio é imbatível e sua amizade me move demais mesmo. Obrigada por todo o apoio nesta vida e parceria incrível.

Aos meus amigos e colegas de profissão Danielly, Marcelo, Pedro G., Sofia e Victor L., agradeço por toda a parceria nesses quatro anos. Além deles, nosso jornalista agregado Yohan também não seria esquecido. Vou carregar a amizade dos “Fofoqueiros OR OR O OR” para sempre no meu coração.

Quero agradecer Juliana, Arthur, Lucas F., Guilherme, Pedro A., Victor F., Ian, Bernardo e Nyla, por mostrarem que as amizades da escola podem perdurar e nunca vão perder o brilho. Agradeço também Helena e Luiza, pela parceria desde a infância.

Obrigada à Marina, Duda, Yuri e Gustavo. Ter me aproximado de vocês foi uma das coisas mais especiais da vida. Agradeço a toda a família da NSC e à Carol, por me auxiliarem não só na vida profissional, mas em como me tornar uma pessoa melhor. Obrigada à Nina, por me incentivar no estudo de uma língua estrangeira que mudou a minha vida para sempre.

Ao Jay e à Bia, por me acolherem e me ajudarem a me conhecer melhor.

Um agradecimento muito especial ao professor Rogério, por ter me inspirado, me acolhido e me auxiliado tanto neste trabalho. Sem o senhor, com certeza eu não teria conseguido sozinha. Agradeço também ao professor Samuel, por ter embarcado na viagem junto comigo e por ser um dos profissionais mais incríveis que já conheci. Quero agradecer a minha banca, por terem aceitado fazer parte desse momento tão especial.

A todas as pessoas que entrevistei ou que auxiliaram na produção deste trabalho, meu muito obrigada. Vocês foram essenciais para tirar este TCC do papel e fazer com que eu tivesse tanto orgulho de produzir o texto.

Preciso agradecer à Universidade Federal de Santa Catarina e o Curso de Jornalismo, por terem sido minha casa nesses quatro anos. Além disso, agradeço a todos os amigos que fiz no curso, os corredores do Jor foram mais felizes com vocês.

Como prometido desde criancinha, quero agradecer aos meus ídolos, principalmente ao One Direction, o BTS e o Stray Kids. Sem suas músicas, eu não teria conseguido passar por muitos obstáculos que apareceram na minha vida. Vocês mostraram que existe um tipo de amor diferente e super especial, que pode transformar toda uma trajetória.

Por fim, quero agradecer a mim mesma. Sinto que nesses 23 anos, muita coisa mudou e eu com certeza aprendi a me conhecer melhor e a acreditar mais na minha pessoa. Sem isso, não seria possível chegar aqui.

“A leitura nos dá prazer. É um prazer complexo e um prazer difícil; varia de época para época e de livro para livro. Mas ele é suficiente. Na verdade, o prazer é tão grande que não se pode ter dúvidas de que sem ele o mundo seria um lugar muito diferente e muito inferior ao que é. Ler mudou, muda e continuará mudando o mundo.”

**Virginia Woolf (O sol e o peixe, 2015)**

## RESUMO

Entre 2018 e 2024, o mercado editorial brasileiro passou por uma transformação significativa pela influência das redes sociais. Segundo dados da Nielsen BookData, o faturamento das editoras com conteúdos digitais cresceu 158% nesse período. Apesar disso, o estudo Retratos da Leitura no Brasil 2024 revelou que 53% da população é composta por não-leitores. Neste contexto, plataformas como TikTok e Instagram passaram a atuar como vitrines para a literatura, gerando novas formas de consumo literário. Esta reportagem em texto investiga como as publicações sobre livros nas redes sociais impactam os hábitos de leitura e como moldam a relação entre influenciadores, leitores, autores e mercado editorial. O trabalho busca compreender como influenciadores literários produzem seus conteúdos, de que maneira o público interage com essas postagens e quais efeitos esse modo de consumo provoca na experiência de leitura na atualidade.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Reportagem; Redes sociais; Hábitos de Leitura; Influenciadores digitais.

## ABSTRACT

Between 2018 and 2024, the Brazilian publishing market went through a significant transformation driven by the influence of social media. According to data from Nielsen BookData, publishers' revenue from digital content grew 158% during this period. Despite this, the 2024 edition of *Retratos da Leitura no Brasil* revealed that 53% of the population consists of non-readers. In this context, platforms such as TikTok and Instagram have become showcases for literature, generating new forms of literary consumption. This text investigates how book-related content on social media impacts reading habits and shapes the relationship among influencers, readers, authors, and the publishing industry. The work seeks to understand how literary influencers produce their content, how audiences interact with these posts, and what effects this mode of consumption has on the contemporary reading experience.

**Keywords:** Journalism; Reporting; Social media; Reading habits; Digital influencers.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tabela de acompanhamento de fontes	20
Figura 2 – Diagramação da reportagem no <i>Shorthand</i>	26
Figura 3 – Link nos nomes citados na reportagem	26
Figura 4 – Ilustração de capa	27
Figura 5 – Ilustração da retranca “Como trabalham os influenciadores”	27
Figura 6 – Ilustração da retranca “Leitura como atividade coletiva”	28
Figura 7 – Ilustração da retranca “Do prazer à obrigação”	28
Figura 8 – Ilustração da retranca “Economia da leitura”	29
Figura 9 – Biografias dos influenciadores	29
Figura 10 – Explicações dos termos com ferramenta do <i>Shorthand</i>	30
Figura 11 – Citações em destaque	30
Figura 12 – Foto da sessão “TikTok” em livraria	31

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>16</b>
<b>2 PROCESSO DE REALIZAÇÃO DO TCC</b>	<b>19</b>
2.1 PRÉ-APURAÇÃO E ESCOLHA DO TEMA	19
2.2 ENTREVISTAS COM AS FONTES	20
2.3 PROCESSO DE ESCRITA DA REPORTAGEM	23
2.4 EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO DA REPORTAGEM	25
2.5 DIVULGAÇÃO DA REPORTAGEM	32
2.6 ORÇAMENTO E RECURSOS USADOS	32
<b>3 DIFICULDADES, SOLUÇÕES E APRENDIZADOS</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>37</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>38</b>
APÊNDICE A – FONTES USADAS NA REPORTAGEM	38
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM LEITORES	39
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM INFLUENCIADORES	40
APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM AUTORES	41
APÊNDICE E – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM PESQUISADORES	42
APÊNDICE F – ROTEIRO DE ENTREVISTAS DO MERCADO EDITORIAL	43
<b>ANEXOS</b>	<b>44</b>
ANEXO A – FICHA DE TCC	44
ANEXO B – DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE	46

## 1 INTRODUÇÃO

As transformações nos modos de ler e produzir conteúdo literário no Brasil se intensificaram na última década, em um contexto de forte presença das redes sociais digitais. Plataformas como Instagram e TikTok, com comunidades de leitores nomeadas como *Bookstagram* e *Booktok*, se tornaram espaços de mediação cultural, em que leitores e influenciadores compartilham experiências de leitura e constroem comunidades literárias. Segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2024)<sup>1</sup>, embora 53% da população se declare não leitora, o contato cotidiano com textos digitais nunca foi tão intenso, e as redes têm desempenhado papel relevante no estímulo à leitura entre jovens e adultos.

As redes sociais ajudaram a transformar o livro em objeto de conversa, identidade e pertencimento. Os vídeos curtos, os *reels* e as resenhas rápidas inserem a leitura em um ambiente de circulação constante, no qual o leitor se torna também produtor de conteúdo sobre o assunto. Como observa Fraga (2022, p. 12), “os *bookstagrammers* têm como objetivos compartilhar suas experiências literárias com seus seguidores, incentivar e propagar mais a leitura no país”, utilizando uma linguagem informal e visual que aproxima o conteúdo do público. Essa dinâmica cria um espaço de troca simbólica, em que leitores, autores e editoras se reconhecem mutuamente, um tipo de sociabilidade que Cirino (2021, p. 4) define como uma rede de apoio à leitura, em que os leitores compartilham seus atos de leitura uns com os outros.

O crescimento dessas comunidades digitais evidencia que, apesar da crise na leitura tradicional, há possibilidade de ainda se ler e falar sobre literatura no país. Essa perspectiva orienta o presente trabalho, cujo objetivo principal é produzir uma reportagem em texto que busca compreender como os conteúdos sobre livros nas redes sociais impactam nos hábitos de leitura de quem os consome. Além disso, a reportagem busca entender como funciona o processo da criação de publicações literárias e o trabalho dos influenciadores do nicho. O texto também busca mostrar como esses conteúdos aproximam produtores de conteúdo, leitores, autores e editoras.

Para cumprir com esse objetivo, a reportagem é construída a partir da análise de dados sobre o mercado editorial no Brasil e de entrevistas com os públicos citados. Por meio desse material, o texto analisa a rotina de produção de conteúdo dos influenciadores e como estes lidam com o trabalho nas redes sociais. A reportagem também investiga como os leitores,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://bit.ly/retratos-leitura-2024>.

autores e editoras interagem com os produtores de conteúdo e como percebem sua atuação nesse cenário. A reportagem é focada em um público-alvo de pessoas de 20 a 40 anos que consome conteúdos sobre literatura nas redes sociais.

A relevância da pauta está na interseção entre cultura digital e práticas de leitura, fenômenos que hoje se transformam mutuamente. O ambiente digital tornou-se espaço de sociabilidade e de expressão, onde a leitura é vivida coletivamente. A escolha de realizar uma reportagem se justifica pelas características do gênero, que permite maior liberdade na construção textual e na abordagem do tema. Lage *apud* Borges (2022) afirma que

A distância entre reportagem e notícia estabelece-se, na prática, a partir da pauta [...]. O estilo da reportagem é menos rígido do que o da notícia: varia com o veículo, o público, o assunto. Podem-se dispor as informações por ordem decrescente de importância, mas também narrar a história, como um conto ou fragmento de romance (Lage, 1993 *apud* Borges, 2022, p. 56).

Essa flexibilidade é essencial para abordar um tema que envolve experiências pessoais, rotinas e percepções subjetivas sobre a leitura, como é o objetivo deste trabalho. Lage também destaca a relação entre reportagem e literatura, afirmando que “a realidade deveria ser tão fascinante quanto a ficção e, se não fosse, era preciso fazê-la ser” (Lage, 2006 *apud* Borges, 2022, p. 57). Isso reforça a ideia de que a reportagem pode ser construída com sensibilidade, criatividade e atenção aos detalhes do cotidiano. Como ele mesmo aponta, “muitas reportagens resultam da observação de fatos que geralmente passam despercebidos [...], na construção do conteúdo” (Lage, 2006 *apud* Borges, 2022, p. 58). O estilo narrativo permite captar o cotidiano de forma ampliada, transformando pequenas cenas em momentos de reflexão e de visibilidade. Lage (1993) reforça que a reportagem “pode narrar a história como um conto ou fragmento de romance”, mostrando que a forma como o assunto é tratado não necessariamente precisa se desvincular dos sentimentos dos entrevistados e da forma como eles próprios contam suas histórias e rotinas.

O jornalismo literário é utilizado como referência para a construção da narrativa escolhida para a reportagem. Segundo Martinez (2022), esse tipo de jornalismo permite uma imersão no cotidiano dos entrevistados, possibilitando “uma conexão densa com as questões sociais, econômicas e históricas nas quais os entrevistados estão envolvidos” (Martinez, 2022, p. 1). Isso é importante para este projeto, que busca mostrar como a leitura e a produção de conteúdo literário fazem parte da rotina do público geral, sejam eles os leitores ou os influenciadores. Por sua vez, Pena (2006) reforça que o jornalismo literário deve “ultrapassar

os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade [...] e garantir perenidade e profundidade aos relatos” (Pena, 2006, p. 6). É a partir desses princípios que a reportagem utiliza elementos literários para construir cenas, ambientes e percepções que ajudem a contextualizar as experiências narradas, sem perder o caráter informativo.

Assim, a escolha do formato busca trazer informação a quem lê a reportagem e incorporar a subjetividade das experiências de leitura. A linguagem do texto não se torna totalmente literária, mas recorre a recursos desse campo especialmente na reconstrução das cenas vividas pelos entrevistados. Por se tratar de um texto sobre o processo de leitura, o uso de trechos mais descritivos faz sentido ao aproximar a experiência do leitor da lógica de uma obra literária. Ao acompanhar a história dos entrevistados, o público poderá interagir com a narrativa de forma mais envolvida, como se estivesse acompanhando personagens, sem que isso comprometa o caráter jornalístico da reportagem.

A publicação do texto final, realizada na plataforma digital *Shorthand*<sup>2</sup>, permite a integração de texto, imagens e outros elementos de forma visualmente atrativa. A ferramenta é usada por veículos como BBC, Guardian, Time e Fundação Thomson Reuters, e é recomendada para reportagens extensas e detalhadas. Steve Sapienza, do Centro Pulitzer, destaca que a ferramenta é “uma maneira visualmente impressionante de apresentar uma matéria de jornalismo”, especialmente quando há recursos visuais e narrativas que envolvem jornadas ou cronologias. Por se tratar de um tema diretamente relacionado ao ambiente audiovisual das redes sociais, publicar a reportagem em um formato digital e um pouco mais interativo ajuda a afastá-la da formalidade de um documento estático em PDF e a torná-la mais envolvente para o público. Assim, o *Shorthand* oferece uma experiência de leitura mais próxima da lógica visual das plataformas digitais, ampliando o interesse pelo conteúdo.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://shorthand.com/>.

## 2 PROCESSO DE REALIZAÇÃO DO TCC

### 2.1 PRÉ-APURAÇÃO E ESCOLHA DO TEMA

A ideia para o trabalho começou a tomar forma entre o final de 2024 e início de 2025, quando comecei a perceber o quanto o *BookTok* e o *Bookstagram* estavam ganhando espaço nas conversas sobre literatura. Eu já acompanhava vários perfis de influenciadores literários e, como leitora ativa, percebia que as redes estavam mudando a forma como as pessoas se relacionavam com os livros de alguma forma, tanto na hora de escolher o que ler quanto na maneira de falar sobre o que estavam lendo. Foi a partir dessa observação cotidiana que surgiu a pergunta que guiou toda a reportagem: de que forma as publicações sobre literatura nas redes sociais impactam os hábitos de leitura hoje?

Nessa fase inicial, durante a matéria de Planejamento de TCC, mergulhei em pesquisas para entender melhor o cenário. Documentos como o Retratos da Leitura no Brasil (2024), do Instituto Pró-Livro, e o Panorama do Consumo de Livros no Brasil (2024), da Nielsen BookData começaram a me guiar na apuração. As pesquisas mostravam duas tendências que pareciam se contradizer. De um lado, o número de leitores no país diminuiu, mas, de outro, o faturamento das editoras cresceu. Esses dados confirmaram que algo estava acontecendo entre as redes sociais e o mercado editorial, e que esse era um assunto atual e relevante para ser explorado.

A escolha pelo uso de elementos da linguagem literária e pelo formato de reportagem em texto veio logo depois. Sempre me interessei por narrativas mais sensíveis, que aproximam o leitor das pessoas e das histórias por trás dos dados. Eu queria que o texto carregasse algumas emoções, mas sem perder o cuidado jornalístico. Além disso, desde o início da minha graduação, em abril de 2022, o formato textual era algo que impulsionava o meu amor pelo jornalismo. Durante o curso, me encontrei em outras áreas, como o áudio e as redes sociais, mas o texto sempre teve meu carinho.

Durante essa etapa de pré-apuração, também comecei a observar de perto como esses conteúdos circulavam. Passei um bom tempo acompanhando vídeos, comentários e tendências no TikTok e no Instagram, anotando nomes de influenciadores, autores e editoras que se destacavam nas discussões literárias. Foi um processo de observação para entender quem movimenta as conversas, quais temas geram engajamento e de que forma o público participa dessas trocas.

Essa preparação me ajudou a estruturar o planejamento de entrevistas, que começou a ser colocado em prática nos meses seguintes. A partir do mapeamento feito nessa etapa, organizei as primeiras listas de fontes e, em junho de 2025, tracei um esboço das retrancas que iriam estruturar o texto: o cenário da leitura no Brasil; a atuação dos influenciadores literários; o impacto nas escolhas de leitura; a visão de autores e profissionais do mercado; os desafios; e perspectivas futuras. Com base no planejamento feito durante a matéria, no primeiro semestre de 2025, dei início ao processo de entrar em contato com as fontes.

## 2.2 ENTREVISTAS COM AS FONTES

A fase de entrevistar os “personagens” da minha reportagem começou oficialmente em julho de 2025, mas o processo de busca por fontes já vinha sendo feito desde março. Eu queria que as vozes da reportagem representassem todo o ecossistema que envolve o fenômeno das leituras nas redes: leitores, criadores de conteúdo, autores, editoras e pesquisadores. Assim, procurei nomes que se encaixavam com a pauta proposta ao mesmo tempo que fui atrás de pessoas já conhecidas por mim, principalmente influenciadores e autores. Após esse mapeamento, registrado em uma planilha do Excel, iniciei o contato por e-mail e redes sociais.

**Figura 1 – Tabela de acompanhamento de fontes**

	A	B	C	D	E
14	PRODUTOR DE CONTEÚDO	Amábile	@readwithmab / +55 48 9847	Estudante de jornalismo / produz conteúdos para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
15		Mariana Araújo	@itsmaraujo / mar@oilupi.cc	Jornalista que produz conteúdos sobre entretenimento nas redes sociais -> visão mais ampla	ENTREI EM CONTATO
16		Beatriz Paludetto	@beatrizpaludetto / bia.palod	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
17		Tiago Valente	@otiagovalente / contato.vaki	Produção de conteúdo para redes sociais e autor	ENTREVISTA FEITA
18		Patrick Torres	@patzic / contato.patzic@g	Produção de conteúdo para redes sociais e autor	ENTREI EM CONTATO
19		Karine Leôncio	@kabooktv / kabooktv@gmail	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
20		Leticia	@biblioteca / leticia.bonetti	Bibliotecária e produz conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
21		Myreia Liduário	@_pequenabiblioteca / pei	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
22		Nanna	livraneios	Produção de conteúdo para redes sociais e possui clube do livro	ENTREI EM CONTATO
23		Rodrigo de Lorenzi	rodrigo.delorenzi / vinoseriea	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
24		Beatriz Glion	biaglion / biaglion@sejacrea	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
25		Books da Luli	booksdaluli	Clube do livro no instagram	ENTREI EM CONTATO
26		Julia	livrosdaludi / contato@livrosd	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREVISTA FEITA
27		Adriel Bispo	livrosdodrii / Adriel@vvox.plus	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
28		Bel Rodrigues	belarodriga / comercialbelrod	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
29		Alice Aquino	alicesaquino / contatoaliciaqu	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
30		Maidy Lacerda	dearmaidy / comercial@maid	Produção de conteúdo para redes sociais e autora	ENTREI EM CONTATO
31		Liv	livresenhais / liv@sideco.com	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
32		Renière	palavras_radioativas / palavr	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
33		Alexandre Linck	qnsarjeta / qnsarjeta@gmail	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
34		Iris	divulgacionalficial / contal	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREI EM CONTATO
35		Lai Cavalcante	multiliterario / layccava@gmz	Produção de conteúdo para redes sociais	ENTREVISTA FEITA
36		Karonline Mandu	<a href="https://www.instagram.com/k">https://www.instagram.com/k</a>	Escritora, seu livro "Não conta pra ela" é publicado pela Se Liga Editorial, voltado para narrativas LGBTQIA+, trazer a representatividade na escrita e na produção de conteúdo para a reportagem	ENTREVISTA FEITA
37		Fernando Bueno Neve		"Millennial de 1994 e florianopolitano orgulhoso, morei um ano na Escócia, de 2015 a 2016, graças ao programa Ciências sem Fronteiras. Em 2019, aos vinte e cinco, mudei-me para a Alemanha, onde resido até hoje", Professor titular de redação no Einstein Floripa, curso pré-vestibular social composto por voluntários da Universidade Federal de Santa Catarina (2017)  Contrato de publicação com a Choice of Games, editora americana de ficções interativas e finalistas do Nebula Awards (2021)  Membro pleno da Science Fiction & Fantasy Writers Association (2024)  <a href="https://www.instagram.com/f">https://www.instagram.com/f</a>	ENTREVISTA FEITA
38		Amanda Turola	<a href="https://www.instagram.com/a">https://www.instagram.com/a</a>	Segundo colocado no concurso de poesias da Biblioteca Pública de Santa Catarina (2024) Escritora de romances e produtora de conteúdo sobre livros nas redes	ENTREI EM CONTATO

Fonte: Elaborado pela autora. Disponível em: <https://bit.ly/tabela-fontes-tcc-maria-honorio>.

A maioria das entrevistas e conversas com as fontes aconteceram de forma *online*, por Google Meet, ligações de áudio, mensagens de WhatsApp ou e-mails. Isso facilitou o contato com pessoas de diferentes regiões do Brasil e permitiu um volume maior de fontes. No total, entre julho e setembro, conversei com mais de 35 pessoas, tanto presencial quanto de forma *online*, para entender melhor os caminhos que eu poderia seguir na reportagem. Vinte pessoas foram parte de entrevistas mais aprofundadas, após analisar como os leitores se sentiam em relação aos influenciadores. Esses 20 entrevistados são as fontes citadas na reportagem. Também foram realizadas algumas trocas complementares para confirmação de informações e atualização de dados, de forma *online*. A transcrição das entrevistas foi feita de forma preliminar pela plataforma *Pinpoint* e, depois, revisada por mim.

As entrevistas com os influenciadores literários foram uma das partes mais ricas do processo. Cada um deles revelou um modo diferente de enxergar a criação de conteúdo sobre livros. Tiago Valente, por exemplo, falou sobre como transformou o hábito de ler em um trabalho com o propósito de tirar o “preconceito” de que apenas “pessoas cultas” devem ter acesso à literatura. Yasmin Brossi compartilhou detalhes sobre a profissionalização do seu trabalho, explicando o funcionamento de seu mídia kit e a relação com marcas e editoras. Iza Castro mostrou a realidade dos influenciadores menores, que conciliam o conteúdo com outros empregos e ainda enxergam o perfil como um *hobby*. Já Júlia Garcia compartilhou sobre como concilia a produção de conteúdo com outro trabalho e detalhes sobre a precificação de seu trabalho.

Os leitores foram outro grupo essencial. Entrevistas com pessoas como Letícia Castelli, Maíra Gonzaga e Mariana Ramos ajudaram a compreender como o conteúdo literário das redes chega ao público e influencia suas escolhas de leitura. Muitos deles falaram sobre a sensação de pertencimento nas comunidades literárias *online* e sobre a pressão gerada pelas metas de leitura e recomendações constantes.

Entre os autores, a conversa com Karoline Mandu foi especialmente significativa. Ela contou como usou o TikTok para divulgar seu livro “Não conta pra ela” e conseguiu transformá-lo em sucesso editorial, passando do e-book independente para o lançamento físico pela Se Liga Editorial. Já Leblon Carter, autor e criador de conteúdo, falou sobre o desafio de equilibrar escrita, divulgação e presença digital, revelando o quanto as redes se tornaram parte do trabalho criativo.

As editoras e especialistas completaram o quadro de fontes. Thatiane Salgueiro, da Se Liga Editorial, explicou o impacto dos influenciadores nas estratégias de marketing de

obras independentes e LGBTQIA+. Pesquisadores como Bruno Sérvulo, Ione Araújo e Letícia Gantzas Abreu trouxeram uma visão crítica sobre o papel das redes como novas mediadoras da leitura, o que trouxe um tom teórico importante para equilibrar o texto.

Para registrar todas as entrevistas realizadas apenas em áudio e presencialmente, utilizei o smartphone Samsung Galaxy S25+ e gravei o áudio para posterior transcrição. Já as entrevistas em vídeo foram gravadas usando o gravador de tela do próprio notebook. Os arquivos foram organizados no Google Drive e catalogados em uma planilha com informações sobre data da entrevista, importância da fonte e principais trechos relevantes. Essa etapa foi essencial para visualizar e identificar recortes temáticos que iriam compor o texto, como a questão da monetização, o papel do algoritmo e a leitura como experiência coletiva para os leitores.

Algumas entrevistas, como a de Tiago Valente, precisaram ser agendadas com antecedência devido à mediação com assessorias. Outras aconteceram de forma mais espontânea, principalmente com leitores e criadores de conteúdo que responderam rapidamente via mensagem direta ou com leitores entrevistados em locais relacionados à literatura em Florianópolis, como as livrarias espalhadas pela cidade.

Durante as entrevistas, também fiz anotações sobre rotinas e acontecimentos específicos relatados pelas fontes. Esses detalhes ajudaram na hora da escrita, principalmente por se tratar de uma reportagem com linguagem literária. A observação de falas descontraídas, pausas e risadas, por exemplo, ajudou a construir cenas mais naturais e próximas da realidade dos entrevistados.

As entrevistas planejadas terminaram oficialmente no fim de setembro, quando o volume de entrevistas já parecia suficiente para sustentar os temas até então planejados. A partir daí, comecei a organizar o material, selecionando trechos e agrupando falas por tema. Esse processo funcionou quase como uma escrita de uma história, conectando experiências pessoais, dados e reflexões sobre o ato de ler no ambiente digital.

No fim, todas as transcrições de entrevistas e trocas de mensagens com as fontes sobre a pauta foram armazenadas em uma pasta compartilhada no Google Drive. Assim, tive acesso aos materiais em qualquer dispositivo.

## 2.3 PROCESSO DE ESCRITA DA REPORTAGEM

A etapa de redação começou logo depois que finalizei as entrevistas, entre o final de setembro e o início de outubro de 2025. Foi o momento de transformar o volume de informações — áudios, anotações, dados e observações — em um texto coerente. Eu já tinha o material dividido em alguns blocos temáticos, o que facilitou a organização das retranscrições. Ainda assim, o texto foi ganhando forma aos poucos, à medida que as falas das fontes se encaixavam nas ideias principais.

Desde o começo, a intenção foi escrever uma reportagem em texto sem que ela perdesse o ritmo narrativo. Eu queria que o leitor tivesse a sensação de acompanhar uma história viva, como se estivesse, de fato, lendo um livro. A estrutura foi pensada em cinco grandes blocos: a contextualização do tema com alguns dados e experiências, a apresentação do trabalho dos influenciadores, a questão da leitura como uma atividade compartilhada nas redes sociais, a pressão para ler ao ver as outras pessoas postando suas metas de leituras e, por fim, alguns dados e depoimentos sobre o mercado editorial.

O processo de escrita foi feito no Google Docs, com versões revisadas pelo meu orientador. Eu escrevia, recebia os *feedbacks* pelos comentários da própria ferramenta e incluía ou alterava as solicitações. Por se tratar de uma reportagem que usa elementos da linguagem literária, as descrições tiveram um papel central. Algumas cenas foram construídas a partir das entrevistas, priorizando detalhes visuais e sensoriais, como o gesto de ligar a câmera do celular ou o consumo de um vídeo por uma leitora.

Esses elementos ajudaram a situar o leitor e a dar corpo à narrativa, sem se prender apenas à dados numéricos. Em vez de apresentar esses dados isoladamente, optei por inseri-los dentro das falas e contextos, para que eles reforçassem o argumento sem interromper o fluxo da leitura. Por exemplo, ao citar que o livro de Karoline Mandu foi esgotado na Bienal do Rio de Janeiro, relatei com dados sobre interesse dos leitores em consumir livros.

Muitas entrevistas e parágrafos ficaram de fora da versão final, mesmo sendo bons conteúdos. Era preciso garantir que o texto mantivesse uma linha narrativa coerente, com começo, meio e fim. A cada revisão, o foco era entender se cada trecho contribuía para responder à pergunta principal do trabalho.

A última retranscrição foi a parte mais desafiadora. Ao tentar fechar tudo o que havia sido apresentado, surgiram dois medos principais. O primeiro era o de soar repetitiva,

considerando que muitas falas e dados atravessam mais de uma parte da reportagem. O segundo era o de não conseguir costurar todas essas discussões de forma que fizessem sentido juntas. Quebrei a cabeça e pensei em várias formas. Um final mais “subjetivo” também passou pela minha cabeça, mas depois percebi que ele não funcionava tão bem da forma como eu estava imaginando.

A solução surgiu depois de uma conversa com o meu orientador. Ele destacou que, em uma reportagem longa, algumas ideias precisam aparecer mais de uma vez, não como repetição desnecessária, mas como forma de fechar a narrativa e lembrar o leitor dos pontos que sustentam o texto. Isso me ajudou a entender que retomar certas informações era parte do processo, não um erro.

Com essa orientação, voltei à última retranca buscando elementos que ainda estavam pouco explorados ou não tinham aparecido, especialmente dados do mercado editorial e falas de autores e editores que poderiam reforçar o panorama geral. Em vez de tentar criar um encerramento excessivamente literário, como era a ideia inicial, optei por concluir retomando os principais temas e conectando-os às discussões apresentadas ao longo da reportagem.

Assim, o final passou a cumprir o papel de sintetizar o conteúdo sem abrir mão do tom adotado no restante do texto. Retomar certas ideias foi o que permitiu construir uma conclusão coerente, que fecha a reportagem de forma natural e consistente. Sobre o processo de escrita, creio que ele foi muito positivo e me rendeu diversos aprendizados. Em todos os momentos, estive em conversa com meu orientador sobre o que estava sendo escrito e o que eu pretendia “dizer” ao longo de toda a reportagem.

Em nenhum momento senti que minhas ideias não foram ouvidas ou que o texto não fazia sentido. O professor me auxiliou, claro, em muitos momentos para incluir informações e alterar algumas frases, mas sempre com muita delicadeza e de um jeito cuidadoso, que nunca me fez me sentir incapaz de completar a escrita do texto.

Após a finalização da escrita, eu e meu orientador passamos a refletir sobre o processo de edição do texto e diagramação na plataforma *Shorthand*. Apesar de a inclusão na ferramenta não ser extremamente necessária para a leitura do trabalho, creio que ela foi essencial para deixar a reportagem mais interessante.

## 2.4 EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO DA REPORTAGEM

A etapa de edição da reportagem aconteceu pelo Google Docs, mesmo lugar onde foi escrita. Todo o texto foi desenvolvido diretamente na plataforma, o que permitiu que meu orientador acompanhasse cada avanço, fizesse sugestões em tempo real e apontasse ajustes necessários, desde questões de estrutura e clareza até detalhes específicos, como trechos que poderiam ser aprofundados ou informações que ainda precisavam aparecer.

As devolutivas eram feitas pelos comentários do próprio documento, e esse “vai-e-volta” foi essencial para lapidar o texto. Muitas vezes, ele identificava trechos que poderiam ganhar mais precisão, partes que estavam se repetindo sem necessidade ou pontos que precisavam de mais contexto. Outras vezes, os comentários funcionaram como perguntas abertas, que me ajudaram a refletir sobre escolhas de escrita, de formas de abordar determinados assuntos e, além disso, questões mais estéticas sobre o texto.

Além das correções por escrito, realizamos reuniões *online* para discutir dúvidas e decidir ajustes mais estruturais da reportagem. Essas conversas foram importantes para organizar o pensamento, revisar a coerência entre as retrancas e garantir que o texto mantivesse unidade ao longo de todas as etapas. Em vários momentos, saí dessas reuniões com novas ideias, com segurança para cortar parágrafos ou frases que já não se encaixavam e com orientações sobre como reforçar certos trechos sem perder o ritmo narrativo.

Esse processo conjunto foi determinante para que a reportagem ganhasse consistência. A edição da escrita não aconteceu de forma isolada, mas em diálogo constante entre mim, o texto e o meu orientador.

Uma outra etapa no processo de edição foi a mudança dos títulos das retrancas. A princípio, os nomes estavam mais genéricos apenas para ilustrar o que eu pretendia apresentar em cada uma das “etapas” do texto. Após finalizar o processo de escrita, meu orientador sugeriu que pensássemos em títulos mais interessantes e que chamassem mais a atenção do público-leitor da reportagem. Fui dando ideias que me surgiam na cabeça e o professor foi me ajudando a escolher os mais interessantes e que fariam mais sentido.

Ao finalizar o processo de escrita e edição de texto, foi o momento de colocar a reportagem na plataforma *Shorthand*<sup>3</sup>. Como eu já tinha trabalhado com ela durante a graduação, eu já conhecia a forma como funcionava. Então, não precisei aprender como mexer nela “do zero”.

---

<sup>3</sup> Link da reportagem na plataforma: <https://preview.shorthand.com/wkuWO9leofssiYoX>.

Ao pensar na forma que eu gostaria de montar a reportagem na plataforma, queria que ela remetesse a um livro de certa forma. Por isso, troquei o fundo do “site” para uma cor mais amarelada, escolhi uma fonte serifada, que é uma tipografia comumente usada em livros. Segundo White, uma fonte com serifa é mais fácil de ser lida (White, 2006, p. 95). Também coloquei uma capitular no início de cada retranscrição, um elemento que aparece em grande quantidade nas primeiras páginas dos capítulos de obras literárias. Para White, esse elemento “chama a atenção, acrescenta alguma força visual à página e pode ajudar a personalizar a publicação” (2006, p. 127).

### Figura 2 – Diagramação da reportagem no *Shorthand*

**N**o trem lotado, uma jovem segura um livro de quase oitocentas páginas. As lágrimas escorrem discretas, mas não o suficiente para passar despercebidas. O título é *Uma Vida Pequena*, de Hanya Yanagihara, romance conhecido por provocar emoções intensas, principalmente, a tristeza. A cena não ficou restrita aos passageiros do vagão. Foi registrada e compartilhada pela leitora na rede social TikTok. Em poucas horas, alcançou milhares de pessoas, gerando comentários, curtidas, compartilhamentos e, sobretudo, novas leituras. Vitória Caetano, programadora de 26 anos, estava entre esse público.

Fonte: Elaborado pela autora.

Para “dar rosto” aos nomes de pessoas públicas da reportagem, também coloquei *links* para os perfis de influenciadores e autores que citei ao longo do texto. Coloquei como *hiperlink* nos nomes de cada uma das personalidades conforme elas apareciam pela primeira vez ao longo do trabalho.

### Figura 3 – Link nos nomes citados na reportagem

conteúdo digital sobre literatura interfere também no espaço físico, e não só nas redes sociais. Para o influenciador literário paulistano **Tiago Valente**, de 27 anos, que começou a criar conteúdo sobre livros desde a chegada do TikTok, em 2017, essa novidade foi algo positivo.

Fonte: Elaborado pela autora.

Em algumas partes da matéria, também incluí algumas fotos. Por exemplo, usei uma foto autoral para ilustrar o momento em que se fala sobre as sessões de livros do TikTok.

Também incluí uma galeria de fotos da autora Karoline Mandu em sua primeira Bienal do Livro, para ilustrar a parte da reportagem que se fala sobre isso.

Além disso, usei ilustrações feitas por uma amiga para compor a estética de cada uma das retrancas e da capa da reportagem. Cada desenho representa uma temática da reportagem.

**Figura 4 – Ilustração de capa**



Fonte: Elaborado por Luiza Bainy.

**Figura 5 – Ilustração da retranca “Como trabalham os influenciadores”**



Fonte: Elaborado por Luiza Bainy.

**Figura 6 – Ilustração da retranca “Leitura como atividade coletiva”**



Fonte: Elaborado por Luiza Bairy.

**Figura 7 – Ilustração da retranca “Do prazer à obrigação”**



Fonte: Elaborado por Luiza Bairy.

**Figura 8 – Ilustração da retranca “O mercado da leitura”**



Fonte: Elaborado por Luiza Bainy.

Também achei interessante a ideia de colocar pequenas biografias sobre cada um dos influenciadores citados na reportagem. Creio que a escolha seja algo que chame a atenção em meio a uma grande quantidade de texto.

**Figura 9 – Biografias dos influenciadores**

**SAIBA MAIS SOBRE OS INFLUENCIADORES**

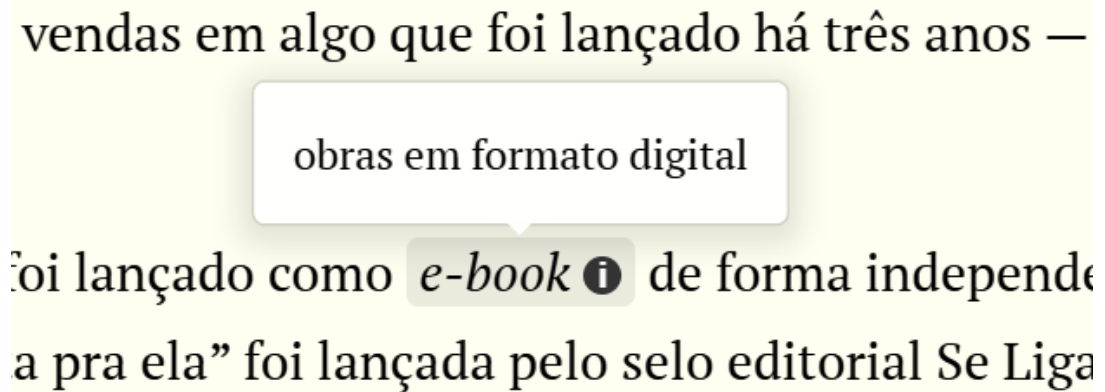
---

 <p><b>IZA CASTRO</b></p> <p>Residente em Florianópolis, Iza tem 23 anos e é estudante de Educação Física na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Em seu perfil, foca em produzir conteúdos sobre obras de romance voltados ao público adulto.</p>	 <p><b>JÚLIA GARCIA</b></p> <p>Júlia tem 27 anos, mora em Ribeirão Preto (SP) e é formada em Biologia Marinha pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Além de produzir conteúdo sobre literatura, a influenciadora também traz jogos e filmes em seu Instagram.</p>	 <p><b>YASMIN BROSSI</b></p> <p>Yasmin, de 23 anos, é atriz, dançarina e produtora de conteúdo digital. Formada em Teatro pela Universidade Anhembi Morumbi, a influenciadora traz em seu perfil publicações sobre livros, séries, filmes e sobre seus gostos pessoais.</p>	 <p><b>TIAGO VALENTE</b></p> <p>Natural de São Paulo, Tiago é Mestre em Letras pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). Também é ator e escritor e publicou 'Expresso Fantasma' em novembro de 2024. Fala sobre literatura e gostos pessoais em seu perfil.</p>
--	---	---	---

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar de a reportagem ter como público-alvo pessoas entre 20 e 40 anos que sejam usuárias das redes sociais, outras pessoas terão acesso ao texto. Por isso, alguns termos podem não ser tão familiares para todos, então usei um recurso do próprio *Shorthand* para colocar explicações sobre as palavras.

**Figura 10 – Explicações dos termos com ferramenta do *Shorthand***



vendas em algo que foi lançado há três anos —

obras em formato digital

foi lançado como *e-book* ⓘ de forma independente  
a pra ela” foi lançada pelo selo editorial Se Liga

Fonte: Elaborado pela autora.

Um outro recurso que fiz para “chamar mais a atenção do leitor” foi o de colocar algumas citações das fontes em destaque, também com um recurso do *Shorthand*.

**Figura 11 – Citações em destaque**

---

— *Nós esgotamos um livro lésbico na Bienal, é quase inacreditável. Creio que muito disso aconteceu por causa da minha boa relação com meu público nas minhas redes sociais.*

Karoline Mandu, Escritora

---

Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, também utilizei uma foto autoral para ilustrar a reportagem. Nela, aparece a sessão “TikTok” em uma livraria localizada em Florianópolis.

Figura 12 – Foto da sessão “TikTok” em livraria



(Fonte: Elaborado pela autora)

## 2.5 DIVULGAÇÃO DA REPORTAGEM

Além de colocar a reportagem na plataforma *Shorthand*, o trabalho estará disponível no repositório da Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU/UFSC). Após apresentar à banca e enviar a reportagem para o repositório, eu teria interesse de publicá-la em veículos relacionados à literatura. A ideia inicial era publicar o texto na revista Quatro Cinco Um<sup>4</sup>. Creio que meu trabalho combina com muitos dos textos que já li na revista, que misturam uma linguagem informativa com elementos do jornalismo literário, algo que faço de forma semelhante na minha reportagem.

Mas, em conversa com duas egressas do curso que fizeram um portal de literatura em seu TCC, pensei que seria uma ideia interessante de publicar no Portal Sága<sup>5</sup>. Creio que, além de estar contribuindo com um projeto que nasceu no Jornalismo da UFSC, também estarei fortalecendo um “jornalismo local” ao publicar em um portal fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo. A reportagem não estará completa na íntegra no site, mas sim dividida em algumas partes em “diferentes matérias”.

## 2.6 ORÇAMENTO E RECURSOS USADOS

A produção desta reportagem contou principalmente com recursos próprios e com o apoio da estrutura institucional da Universidade Federal de Santa Catarina. Para realizar a pesquisa, a apuração e a redação, utilizei um notebook Lenovo Yoga Slim 6i, adquirido antes do início do trabalho, no valor de R\$ 4.763,23. O equipamento foi essencial para escrever o texto, organizar e fazer as entrevistas, editar trechos em áudio e manejar as diferentes plataformas necessárias. Também utilizei um smartphone Samsung Galaxy S25+, adquirido por aproximadamente R\$ 5.000,00, que serviu para gravação de entrevistas presenciais, realização de fotografias e acompanhamento de *trends* e publicações sobre o mercado literário nas redes sociais, elemento central da reportagem.

As entrevistas *online* foram feitas pelo Google Meet, serviço gratuito. Todos os arquivos foram armazenados em pastas do Google Drive, em que pago cerca de R\$ 100 para obter maior armazenamento da plataforma. A redação e a edição da reportagem ocorreram diretamente no Google Docs, gratuito, o que possibilitou que meu orientador acompanhasse o

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://quatrocinco.um.br/>.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://portalsaga.com.br/>.

processo e fizesse observações em tempo real. Os comentários funcionaram como orientação contínua para ajustes de estrutura, clareza, coesão e aprofundamento de determinadas informações. Além disso, realizamos reuniões *online* também pelo Google Meet ao longo da produção da reportagem.

Para a publicação final, utilizei a plataforma digital *Shorthand*, que possibilita integrar texto, imagem e elementos visuais de maneira mais interativa. Para a produção deste trabalho, optei pela versão gratuita da plataforma, que ofereceu todas as ferramentas que precisei para a diagramação e publicação do texto.

Os deslocamentos necessários para entrevistas e atividades presenciais em Florianópolis foram cobertos, em grande parte, pelo vale-transporte que eu recebia mensalmente do meu estágio na época, no valor aproximado de R\$ 273,00. Em situações específicas, utilizei transporte por aplicativo, com custos que variaram entre R\$ 10,00 e R\$ 30,00 por trecho. No total, foram cerca de cinco deslocamentos desse tipo, resultando em uma média entre R\$ 120,00 e R\$ 150,00 durante a apuração.

A identidade visual da reportagem contou com a colaboração de uma amiga minha, que é ilustradora, a qual produziu todas as artes da capa e de abertura das retrancas. O conjunto completo de ilustrações teve um custo total estimado entre R\$ 350,00 e R\$ 500,00.

Para estimar o valor profissional de uma reportagem desse porte, utilizei como referência a Tabela de Freelancers do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina. Segundo o documento, uma reportagem com quatro ou mais fontes é remunerada em R\$ 547,00 por lauda (1.400 caracteres com espaços). A minha reportagem possui 44.517 caracteres com espaços, o que equivale a cerca de 32 laudas, resultando em um valor estimado de R\$ 17.504,00 somente pela produção do texto. A tabela indica ainda que a edição de texto custa R\$ 116,79 por página, o que corresponderia a R\$ 2.335,80, considerando as 20 páginas do documento no Google Docs. A revisão de texto teria o valor aproximado de R\$ 2.400,00, considerando R\$ 75,00 por lauda. Já o serviço de diagramação da reportagem é estimado em cerca de R\$ 194,64.

Esses valores não foram pagos, pois a edição, a revisão e a organização visual foram realizadas por mim, com acompanhamento do meu orientador. Ainda assim, a estimativa permite dimensionar o valor profissional equivalente a um projeto de reportagem longa, considerando todas as etapas de produção.

O custo profissional estimado para a reportagem varia entre R\$ 27.717,67 e R\$ 27.867,67. Esse montante reúne:

- A produção, revisão e edição do texto da reportagem (32 laudas);
- Diagramação do texto no *Shorthand*;
- Deslocamentos e equipamentos necessários durante o processo de produção; e
- Criação das ilustrações usadas.

### **3 DIFICULDADES, SOLUÇÕES E APRENDIZADOS**

Ao longo da produção desta reportagem, diferentes desafios surgiram e demandaram soluções ajustadas ao processo. O primeiro deles aconteceu antes mesmo do início da apuração, que foi a escolha do orientador. O professor com quem eu gostaria de trabalhar estava afastado durante o período de realização do TCC e não poderia assumir a orientação oficialmente. Após conversas com a professora da disciplina de TCC e com docentes, outro professor do curso aceitou auxiliar na parte institucional e acompanhar o processo burocrático, enquanto meu professor original pôde participar de forma efetiva na orientação de conteúdo. Essa solução conciliou o meu próprio interesse de orientador com as exigências formais do trabalho.

Durante a apuração, outra dificuldade que apareceu foi o formato das entrevistas. A maior parte dos influenciadores literários, pesquisadores e profissionais do mercado editorial entrevistados não reside em Florianópolis, o que tornou inviável a realização presencial da maioria dos encontros. Mesmo algumas entrevistas com fontes da cidade precisaram acontecer *online* por incompatibilidade de agendas. Apesar disso, o formato remoto não prejudicou a profundidade das conversas. Consegui explorar os temas com cuidado, obter praticamente todas as informações necessárias e manter um contato próximo com as fontes, precisando apenas confirmar alguns detalhes específicos posteriormente.

A cobertura de eventos literários também apresentou limitações. O adiamento da Bienal de Curitiba impediu que eu utilizasse a feira como espaço para ampliar a coleta de entrevistas e observar práticas de divulgação e consumo literário. Além disso, não pude comparecer à Bienal do Livro no Rio de Janeiro ou em São Paulo, eventos que concentrariam autores, leitores e editores relevantes ao tema. Ainda assim, participei da Bienal de São José, na Grande Florianópolis, onde conversei com autores independentes sobre suas rotinas de venda e circulação de livros. Essas conversas contribuíram para completar a perspectiva do mercado literário local, apesar de não focar tanto nessas entrevistas ao longo da reportagem.

Outra dificuldade foi perceber, ao avançar na escrita, que não seria possível abordar absolutamente todos os temas mencionados nas entrevistas. O volume de material era grande, maior do que caberia de forma equilibrada dentro da reportagem, e precisei fazer escolhas, priorizando aquilo que dialogava diretamente com o recorte proposto. Esse processo também me fez ajustar minha ideia inicial de produzir uma reportagem multimídia. Eu desejava integrar elementos audiovisuais, mas não havia material suficiente para compor um produto multimídia consistente, e o tempo de produção também não permitiria criar esse conteúdo do zero. Assumi, então, a necessidade de ser realista com o processo. Ao fazer esse movimento, percebi que, ao focar apenas no texto, poderia entregar um trabalho mais coeso e elaborado. No final, não senti perda. Pelo contrário, senti que o texto ganhou força justamente por concentrar energia em uma única linguagem.

Houve também dificuldades relacionadas ao acesso aos dados. Influenciadores literários de grande porte raramente divulgam seus valores ou mídia kits publicamente, o que dificulta mapear a estrutura financeira do nicho. Ainda assim, duas criadoras compartilharam seus valores de forma transparente durante as entrevistas, o que tornou possível ilustrar de maneira concreta a profissionalização desse tipo de conteúdo.

Uma outra complicação durante a produção do trabalho foi conciliar um trabalho CLT com os momentos finais da reportagem. Iniciei no trabalho no início de novembro, mês extremamente utilizado para aperfeiçoar e finalizar muitas etapas do TCC. Foi uma fase bem desafiadora para mim, mas sinto que me ajudou muito a me organizar no tempo e a aprender a ter mais calma, tanto nas minhas decisões em relação ao trabalho quanto paciência produzindo o texto e a diagramação.

Por fim, um desafio pessoal importante aconteceu durante a produção do TCC. Eu nunca havia escrito uma reportagem tão extensa. Mesmo tendo afinidade com o texto e preferindo esse formato desde o início da graduação, o máximo que eu havia produzido eram textos de cerca de dez páginas. Construir uma narrativa longa, com mais de quarenta mil caracteres, exigiu atenção redobrada ao ritmo, à coesão e à progressão dos argumentos. Precisei aprender a abrir e fechar blocos narrativos, equilibrar descrição com informação, e manter o leitor dentro da lógica da reportagem do início ao fim. Apesar do esforço, essa foi uma das partes mais enriquecedoras do processo, pois escrever algo tão grande confirmou meu gosto pela linguagem escrita e me mostrou que consigo lidar com projetos mais extensos, ambiciosos e trabalhosos.

No conjunto, as dificuldades encontradas ao longo da produção não apenas moldaram o percurso do trabalho, mas também ampliaram meu repertório profissional. Cada ajuste necessário, seja na orientação, nas entrevistas, nas escolhas narrativas ou na própria escrita, foi acompanhado por aprendizados que fortaleceram a reportagem e a minha prática como jornalista.

Em relação ao que eu aprendi na produção desta reportagem, preciso pontuar que aprendi a ser compreensiva comigo mesma. É claro que eu percebia a necessidade de produzir pelo menos um pouquinho por dia do TCC. Mesmo assim, houve dias que eu não consegui avançar tanto quanto eu gostaria. Na hora, eu ficava frustrada, mas percebi que eu precisava desses momentos de descanso para conseguir produzir um trabalho que eu me orgulhasse e ficasse satisfeita com o resultado. E foi exatamente o que aconteceu, pois estou muito feliz com o resultado de algo que eu mesma produzi.

Além disso, aprendi mais a ouvir *feedbacks*, principalmente do meu orientador. Ao produzir a reportagem, eu tinha minhas ideias de como queria fazer, o que queria falar e como executar os passos. Óbvio que muitas mudanças foram feitas ao longo do processo e isso só foi possível graças a ajuda do professor, que me deu orientações sobre todas as etapas de realização da reportagem. Apesar de eu querer fazer algumas coisas na produção do texto, às vezes elas não seriam de tão fácil entendimento para quem estivesse lendo. Então, tive de deixar algumas ideias de lado, como a questão de a reportagem ser multimídia ou de finalizar o texto de uma forma muito subjetiva.

Sinto que também aprendi mais sobre o mercado literário. É claro que já acompanho o *Bookstagram* e o *Booktok* há bastante tempo, mas foi muito rico trocar ideias com quem está “dentro” desses temas. Conheci muitas histórias e vivências interessantes, que eu não esperava ver até dar início à apuração desta reportagem. Além disso, alguns movimentos que eu percebia na internet, como a pressão para ler, se confirmaram conversando com outros consumidores de livros e de conteúdos literários. Creio que isso me auxiliou a ficar mais imersa no mercado da literatura.

Finalmente, sinto que todo o processo de apuração me ensinou a colocar o que aprendi no curso em prática. Entrevistas, escutar as fontes, recolher informações, escrita, diagramação, entre outras atividades. Tudo isso me fez exercitar o que eu vinha aprendendo desde o início da graduação, o que faz com que o processo de produção do TCC tenha feito todo o sentido no final.

## REFERÊNCIAS

- BORGES, Rogério Pereira. Notícia e reportagem: perenidade de Nilson Lage no ensino de gêneros básicos do jornalismo. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 13–24, 29 jun. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2022.e86226>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- CIRINO, Ana Carolina da Silva Barbosa. Bookstagram: experiência material e social do consumo literário. *In*: 4º ENCONTRO DE GRUPO DE TRABALHO DE GRADUAÇÃO – COMUNICON, São Paulo, 13 a 15 out. 2021. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo, 2021. Disponível em: [https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/GTGrad\\_CIRINO.pdf](https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/GTGrad_CIRINO.pdf). Acesso em: 19 jun. 2025.
- FRAGA, Gabrielle Dantas de Lima. **Bookstagram: o incentivo da leitura através de perfis literários**. Orientador: Fabiano Couto Corrêa da Silva. 2022. 64 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Biblioteconomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/240622>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- INSTITUTO PRÓ LIVRO (IPL). 6ª edição Retratos da Leitura no Brasil. **IPL**, 2024. Disponível em: [https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_2024\\_13-11\\_SITE.pdf](https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf). Acesso em: 15 out. 2025.
- MARTINEZ, Mônica. Reflexões sobre Jornalismo literário e cotidiano. **Mídia E Cotidiano**, v.16, n.1, p. 248-267, jan-abr de 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/rmc.v16i1.51633>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- NDHLOVU, Lungelo. Shorthand: uma ferramenta multimídia completa para jornalismo investigativo. **International Journalists' Network (IJNET)**, 30 de out de 2018. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/shorthand-uma-ferramenta-multim%C3%ADdia-completa-para-jornalismo-investigativo>. Acesso em: 2 nov. 2025.
- PENA, Felipe. O jornalismo Literário como gênero e conceito. *In*: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM. **Anais eletrônicos**. 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1506-1.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- WHITE, Jan. **Edição e design**. São Paulo: JSN Editora, 2006.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A – FONTES USADAS NA REPORTAGEM

TIPO DE FONTE	NOME
<b>LEITORES</b>	Vitória Caetano
	Letícia Castelli
	Maíra Gonzaga
	Laura Benedetti
	Catarina Simioni
	Ana Luísa
	Mariana Ramos
<b>PRODUTOR DE CONTEÚDO</b>	Tiago Valente
	Iza Castro
	Júlia Garcia
	Yasmin Brossi
<b>AUTORES</b>	Karoline Mandu
	Leblon Carter
	Fernando Bueno Neves
	Koda Gabriel
<b>PESQUISADORES/OUTROS PROFISSIONAIS</b>	Letícia Gantzias Abreu
	Bruno Sérvulo
	Ione Araújo dos Santos
	Jay Freire Gama
<b>MERCADO EDITORIAL</b>	Thatiane Salgueiro
	Nathan Magalhães

## APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM LEITORES

- Você consome conteúdos sobre literatura nas redes sociais? Com que frequência?
- Você acha que consumir conteúdos sobre literatura te incentiva a querer manter um hábito de leitura? Se sim/não, por quê?
- Quais tipos de conteúdos relacionados à literatura você consome?
- Em quais redes sociais você mais consome conteúdos sobre literatura?
- Você acha que lê mais livros agora do que no passado?
- Você já se sentiu pressionado a ler mais por causa das redes sociais?
- Você acha que falta algum tipo de conteúdo que você normalmente não encontra no Instagram ou no Tiktok?
- Quem você mais gosta de acompanhar nas redes?
- Você já comprou ou leu um livro por recomendação de um influenciador digital? Se sim, quem recomendou e como você foi convencido(a)?
- O que mais te atrai em um influenciador que fala sobre literatura?
- Você costuma confiar nas opiniões literárias dos influenciadores que acompanha? Por quê?
- Já deixou de ler um livro por causa de uma crítica negativa feita por um influenciador?
- O que diferencia um influenciador literário que você realmente acompanha de outros que você só vê ocasionalmente?
- Na sua opinião, os influenciadores digitais contribuem para tornar a leitura mais acessível ou mais elitizada? Por quê?
- Você sente que os influenciadores te ajudam a descobrir novos gêneros, autores ou editoras que você não conheceria de outra forma?

## APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM INFLUENCIADORES

- Como você começou a produzir seus conteúdos?
- Como é sua rotina de produção?
- Qual a parte mais difícil de produzir conteúdo literário nas redes sociais?
- Como você seleciona os livros que aparecem nos seus conteúdos? Existe uma linha editorial pessoal ou você prioriza tendências?
- Quando você recomenda um livro, o que é mais importante de ser dito nessa recomendação?
- Como o público recebe seus conteúdos? O que eles mais gostam de consumir?
- O que você busca com a sua produção de conteúdo?
- Você sente que influencia as pessoas no consumo literário? Como?
- Você se sente pressionado a produzir conteúdos em algum momento?
- Já aconteceu de um conteúdo seu influenciar diretamente na popularidade de um livro ou autor?
- Em quem você se inspira para produzir seus conteúdos?

## APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM AUTORES

- Quando você começou a escrever?
- Você precisou se adaptar às redes sociais durante seu processo como escritor? Como isso aconteceu?
- (Se produzir conteúdos) Como você se sente em produzir conteúdos sobre literatura nas redes sociais?
- Você acha que as pessoas estão consumindo mais livros quando consomem conteúdos sobre literatura nas redes sociais?
- Qual é a parte negativa de trabalhar com escrita nas redes sociais?
- Seu público interage com você nas redes sociais? Como é essa interação?
- Como você vê o cenário da produção de conteúdo literário nas redes sociais?
- O mercado ainda privilegia quem já tem selo de editora? Como as redes ajudam com isso?
- A forma de lançar livros mudou? Você acredita que hoje um bom desempenho nas redes pode ser mais importante que outras maneiras de divulgação?
- Você acredita que o aumento do conteúdo literário nas redes está promovendo uma descentralização do mercado editorial, com autores autopublicados ganhando mais espaço?

## APÊNDICE E – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM PESQUISADORES

- Como você vê o crescimento da produção de conteúdo literário nas redes sociais?
- Como essas produções impactam no hábito de leitura dos leitores?
- Você já percebeu uma “competição” entre os leitores por causa das redes sociais?
- Você acha que esses conteúdos literários são uma forma acessível de incentivar à leitura?
- Existe algo negativo no consumo de conteúdos literários para o hábito de leitura?
- Que tipo de leitor você acha que as redes sociais estão formando hoje?
- Existe um risco de que o consumo rápido de resenhas e indicações substitua a leitura profunda e reflexiva dos livros?
- Como você imagina que será a relação entre literatura e redes sociais nos próximos cinco anos?
- Na sua opinião, as editoras estão realmente entendendo o funcionamento das redes sociais ou ainda há uma defasagem nas estratégias de comunicação?
- Autores iniciantes têm mais chances de ganhar visibilidade se investirem nas redes, mesmo sem apoio editorial? Ou o mercado ainda privilegia quem já tem selo de editora?
- Você acredita que o aumento do conteúdo literário nas redes está promovendo uma descentralização do mercado editorial, com autores autopublicados ganhando mais espaço?
- Você sente que os influenciadores literários moldam ou influenciam o que está em alta no mercado editorial?
- Na sua opinião, os influenciadores digitais contribuem para tornar a leitura mais acessível ou mais elitizada? Por quê?

## **APÊNDICE F – ROTEIRO DE ENTREVISTAS DO MERCADO EDITORIAL**

- Como você enxerga o papel dos influenciadores digitais nas estratégias de divulgação de livros?
- Já houve algum título cuja procura aumentou significativamente após ser divulgado por um influenciador? Como você reagiu?
- A produção de conteúdo literário nas redes sociais já influenciou, na sua percepção, decisões editoriais como reedições, capas ou lançamentos?
- Você acredita que o aumento do conteúdo literário nas redes está promovendo uma descentralização do mercado editorial, com autores autopublicados ganhando mais espaço?
- Você sente que os influenciadores literários moldam ou influenciam o que está em alta no mercado editorial?
- Quais características você considera mais importantes ao escolher influenciadores para campanhas?
- Os criadores de conteúdo influenciam a formação de novos leitores? Ou apenas reforçam o hábito em quem já lê?
- Você acredita que os influenciadores estão contribuindo para tornar o mercado editorial mais democrático ou mais concentrado?

## ANEXOS

## ANEXO A – FICHA DE TCC

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO  
COORDENADORIA DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

<b>FICHA DO TCC</b>	<b>Trabalho de Conclusão de Curso JORNALISMO UFSC</b>	
<b>ANO</b>	<b>2025.2</b>	
<b>ESTUDANTE/S</b>	Maria Fernanda da Silva Honório	
<b>TÍTULO</b>	“Quando o livro vira post: como conteúdos literários nas redes sociais impactam hábitos de leitura”	
<b>ORIENTADOR/A</b>	Prof. Samuel Pantoja Lima	
<b>MODALIDADE</b>	<b>X</b>	<b>Prática editorial jornalística</b>
		<b>Prática de projetos comunicacionais e jornalísticos</b>
		<b>Prática de pesquisa</b>
<b>FORMATO</b>	<b>X</b>	<b>Impresso (grande reportagem/livro/revista/jornal)</b>
		<b>Áudio/Rádio</b>
		<b>Vídeo/ TV</b>
		<b>Foto</b>
		<b>Multimídia</b>
<b>Local de apuração</b>		<b>Florianópolis</b>
		<b>Santa Catarina</b>
	<b>X</b>	<b>Brasil</b>
		<b>Internacional / País: _____</b>
<b>PRODUTO JORNALÍSTICO INTEIRO</b>	Sim [ ] Não [ <b>X</b> ]	
	<b>Em caso negativo indique o suporte técnico/serviço contratado para o trabalho</b>	Uma ilustradora foi contratada para desenvolver as artes da reportagem, utilizadas como apoio visual nas retrancas e capa do texto.

**RESUMO**

Entre 2018 e 2024, o mercado editorial brasileiro passou por uma transformação significativa pela influência das redes sociais. Segundo dados da Nielsen BookData, o faturamento das editoras com conteúdos digitais cresceu 158% nesse período. Apesar disso, o estudo Retratos da Leitura no Brasil 2024 revelou que 53% da população é composta por não-leitores. Neste contexto, plataformas como TikTok e Instagram passaram a atuar como vitrines para a literatura, gerando novas formas de consumo literário. Esta reportagem em texto investiga como as publicações sobre livros nas redes sociais impactam os hábitos de leitura e como moldam a relação entre influenciadores, leitores, autores e mercado editorial. O trabalho busca compreender como influenciadores literários produzem seus conteúdos, de que maneira o público interage com essas postagens e quais efeitos esse modo de consumo provoca na experiência de leitura na atualidade.

**ANEXO B – DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE****DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE**

Eu, Maria Fernanda da Silva Honório, aluna regularmente matriculada no Curso de Jornalismo da UFSC (JOR/CCE/UFSC), matrícula 22104346, declaro para os devidos fins que o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “Quando o livro vira post: como conteúdos literários nas redes sociais impactam hábitos de leitura” é de MINHA AUTORIA e NÃO CONTÉM PLÁGIO.

Estou CIENTE de que em casos de trabalhos autorais em que houver suspeita de plágio será atribuída a nota 0,0 (zero) e que, adicionalmente, conforme orientação da Ouvidoria e da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), “em caso de suspeita ou verificação de plágio, o professor deverá notificar o Departamento no qual está lotado para as providências cabíveis”.

Autorizo a publicação do TCC no Repositório Digital da UFSC.

Florianópolis, 05 de dezembro de 2025

**Maria Fernanda da Silva Honório**

**132.765.399-00**