



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

PÂMELLA CAMILO DA SILVA

**JORNALISMO CULTURAL E BOOKTOK: ESTRATÉGIAS DE  
COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DA LITERATURA NO TIKTOK**

GOIÂNIA  
2026

PÂMELLA CAMILO DA SILVA

## **JORNALISMO CULTURAL E BOOKTOK: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DA LITERATURA NO TIKTOK**

Trabalho apresentado a Pontifícia  
Universidade Católica de Goiás, como parte  
das exigências para a obtenção do título de  
bacharel em jornalismo.

Orientador (a): Profa. Ma.  
Sabrina Moreira de  
Moraes Oliveira

GOIÂNIA  
2026

PÂMELLA CAMILO DA SILVA

## **JORNALISMO CULTURAL E BOOKTOK: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DA LITERATURA NO TIKTOK**

Monografia apresentada à Pontifícia  
Universidade Católica de Goiás, como  
parte das exigências para a obtenção do  
bacharelado em jornalismo.

Data de aprovação: \_\_\_\_/ \_\_\_\_/\_\_\_\_.

---

Prof. Orientador(a) Sabrina Moreira de Moraes Oliveira

---

Prof. Antônio Carlos Borges Cunha

---

Prof. Rogério Pereira Borges

Dedico esse trabalho às minhas irmãs pelo apoio, minhas amigas por acreditarem em mim, e minha orientadora, Sabrina, por sempre enxergar um lado positivo em tudo.

## AGRADECIMENTOS

Finalmente os agradecimentos!! Essa era a única parte desse trabalho que eu sabia exatamente o que escrever. Minhas certezas a respeito desse trabalho eram a quem agradecer, e quem seria minha orientadora, então quero começar por ela. A Sabrina foi um encontro para mim nessa universidade, lá na pandemia, quando ela me deu aula de História do Jornalismo que eu soube que tinha que ser ela. Quem me conhece sabe que eu amo ler, mas pouca gente sabe que eu não fui uma criança nem uma adolescente com acesso a livros, eu lia pouco e era os livros que tinham nas bibliotecas das escolas em que estudei. Depois de terminar o ensino médio não li mais, não tinha o costume de comprar livros e sem acesso a uma biblioteca, a leitura foi esquecida, até uma aula da Sabrina, em que ela passou umas páginas do livro do Ailton Krenak, *Ideias para adiar o fim do mundo*, e eu pedi o nome do livro porque eu queria ler ele inteiro. Fui atrás do livro, com ele comprei outros três, entre eles o *Com amor, Simon*, meu primeiro livro de romance contemporâneo. A partir daí eu nunca mais parei de ler, nem de comprar livros. Contextualizei tudo isso para dizer que sou imensamente grata pela Sabrina ter despertado em mim a leitora que estava há alguns anos adormecida. Além disso quero reforçar o agradecimento a sua magia de sempre ver o lado bom nas coisas, mesmo nos piores dos cenários S2.

Agradeço de todo o meu coração as minhas irmãs Lucineide por acreditar e sempre reforçar “a minha inteligência” mesmo nos dias em que eu me sentia imune ao conhecimento kkkkk. A Miriam, por me incentivar a fazer o Enem, a iniciar o curso e a destrancar a matrícula (toda vez que eu me lembro de algum apoio que eu tive com meus estudos, seja financeiro, e até emocional, é sua imagem que eu vejo, desde o início lá na alfabetização, até agora. Obrigada por tudo!), e a Stefanny, a qual sem o apoio eu nem teria retornado à universidade (você tornou isso possível e eu sempre vou ser grata pelo seu apoio!).

Agradeço também as minhas amigas, Débora que foi uma das melhores coisas que a PUC me deu. Eu não sou religiosa, mas acredito que exista uma força maior e que há coisas destinadas a acontecer, e nosso encontro com certeza foi uma delas! (amo você em todos os universos e realidades existentes!!), a Priscila, por me indicar a Série 7 (mesmo chateada porque achou que eu ia falar mal dos livros que ela gosta

kkk) e por acreditar que eu seria capaz de finalizar esse trabalho (eu acredito que uma coisa boa desencadeia outras coisas boas, e encontrar a debs me fez encontrar você, então isso meio que explica tudo!), e a Kailane por sempre me ouvir, mesmo quando eu estava sendo chata e dramática, mesmo quando você não sabia o que dizer (seus silêncios são muito valiosos para mim!), obrigada por nunca soltar a minha mão (não vejo a hora de realizarmos nosso sonho, apesar de termos ficados em dias diferentes, saiba que eu vou vibrar nos dois dias, um por você e um por mim! Te amooo).

Por fim, um agradecimento especial, (OBVIAMENTE NÃO PODERIA FALTAR) ao BTS, por ter me encontrado no meu pior momento e me convencido a dar mais uma chance para a vida. Sou grata por suas músicas e suas letras de apoio que me confortaram e continuam me confortando mesmo depois de oito anos (eu disse que não era uma fase kkkkk). Ser fã do BTS é a minha maior característica, é a minha paixão (e *eu preferiria morrer a viver sem paixão* – BTS, Jungkook). Vejo vocês em outubro, APOBANGPO!!!

“Então obrigado, por se tornar a minha luz, por se tornar a flor dos meus momentos mais belos” – 2! 3!, BTS

## RESUMO

Esta pesquisa analisa as estratégias de comunicação utilizadas por book influencers e pelo jornalismo na divulgação de obras literárias entre jovens no ambiente digital. O estudo tem como foco a plataforma TikTok, investigando como diferentes perfis produzem conteúdos sobre literatura. A pesquisa consiste em uma análise qualitativa de três perfis, sendo um veículo jornalístico, o Estado de S. Paulo, e dois influenciadores literários com diferentes formas de atuação. Foram observadas as publicações relacionadas ao universo literário, considerando os formatos empregados, as estratégias de comunicação e a interação com o público. Os resultados indicam que os perfis jornalísticos apresentam uma abordagem mais formal e institucional, enquanto os influenciadores utilizam linguagens mais próximas das dinâmicas da plataforma. Observou-se ainda que o influenciador com formação jornalística tende a abordar temas sensíveis de forma mais crítica e contextualizada, ao passo que o criador de conteúdo orientado principalmente pelo engajamento prioriza tendências e formatos voltados ao entretenimento, o que pode limitar a mediação crítica das obras e das discussões literárias. Conclui-se que os *book influencers* desempenham um papel relevante na circulação e visibilidade da literatura entre os jovens, enquanto o jornalismo mantém uma função importante de contextualização e mediação das informações no ambiente digital.

**Palavras-chave:** book influencers; literatura; comunicação digital; jornalismo; redes sociais; TikTok.

## ABSTRACT

This study analyzes the communication strategies used by *book influencers* and journalism in the promotion of literary works among young audiences in digital environments. The research focuses on TikTok, investigating how different profiles produce content related to literature. The study consists of a qualitative analysis of three profiles: one journalistic outlet, Estado de S. Paulo, and two literary influencers with different approaches. Posts related to the literary universe were examined, considering the formats employed, communication strategies, and interaction with the audience. The results indicate that journalistic profiles adopt a more formal and institutional approach, while influencers use languages and formats more aligned with the dynamics of the platform. It was also observed that the influencer with a journalistic background tends to address sensitive topics in a more critical and contextualized manner, whereas the content creator primarily driven by engagement prioritizes trends and entertainment-oriented formats, which may limit the critical mediation of literary works and discussions. The findings suggest that book influencers play an important role in the circulation and visibility of literature among young people, while journalism maintains a relevant function in contextualizing information and promoting critical mediation in digital environments.

**Keywords:** book influencers; literature; digital communication; journalism; social media; TikTok.

## SUMÁRIO

|                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                   | <b>10</b> |
| <b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>                                                       | <b>13</b> |
| 2.1 O QUE É JORNALISMO .....                                                               | 14        |
| 2.2 CONTRUÇÃO DA NOTÍCIA E CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE .....                              | 17        |
| 2.3 JORNALISMO NA ERA DA INTERNET .....                                                    | 20        |
| 2.4 REDES SOCIAIS COMO MEDIAÇÃO CULTURAL .....                                             | 21        |
| 2.5 CIRCULAÇÃO DIGITAL DA LITERATURA.....                                                  | 23        |
| 2.6 CONSUMO DE LIVRO NO BRASIL.....                                                        | 24        |
| 2.7 OS FENOMENOS DARK ROMANCE E TABOO ROMACE .....                                         | 27        |
| <b>3 METODOLOGIA .....</b>                                                                 | <b>32</b> |
| <b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>                                          | <b>34</b> |
| 4.1 ANÁLISE DO ESTADÃO .....                                                               | 34        |
| 4.2 ANÁLISE DO PERFIL DO RODRIGO DE LORENZI (INFLUENCIADOR LITERÁRIO<br>E JORNALISTA)..... | 36        |
| 4.3 ANÁLISE DO PERFIL DO THEAGO NEIVA (INFLUENCIADOR LITERÁRIO).....                       | 39        |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                         | <b>42</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                    | <b>45</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos sete anos, o mercado editorial tem passado por transformações significativas impulsionadas pelo ambiente digital, pelas redes sociais e pelas novas dinâmicas de consumo cultural. Nesse contexto, dados da Nielson BookData indicam que cerca de 18% da população com 18 ou mais, adquiriu pelo menos um livro nos últimos 12 meses, evidenciando a presença, ainda que limitada, do consumo literário no país. Além disso, as obras de ficção aparecem como as principais responsáveis pelo crescimento do interesse desse público.

Entre os gêneros que ganharam destaque nesse cenário estão os chamados *dark romance* e *taboo romance*, subgêneros do romance que, embora relacionados, apresentam diferenças importantes. O *dark romance* é caracterizado por narrativas que envolvem relações amorosas marcadas por elementos sombrios, como obsessão, violência emocional e, em alguns casos, crimes, explorando dinâmicas psicológicas intensas entre os personagens. Já o *taboo romance* se refere a obras que abordam relações socialmente proibidas ou moralmente controversas, como relações incestuosas ou entre indivíduos com vínculos familiares próximos, tendo como foco principal o próprio tabu social.

A ampla circulação dessas obras, especialmente entre o público jovem, tem provocado debates nas redes sociais e colocado em questão sobre o que é realmente literatura e até onde vai a liberdade criativa da arte. Com a pluralização dessas narrativas em ambientes digitais, especialmente em plataformas como o TikTok, observa-se o surgimento de novos mediadores da leitura, como os chamados *book influencers*. Nesse ambiente, destaca-se o fenômeno conhecido como BookTok, uma comunidade formada por criadores de conteúdo e leitores que compartilham recomendações, opiniões, resenhas e discussões sobre as obras literárias. Por meio de vídeos curtos, tendências e interações entre usuários, essa comunidade tem contribuído para ampliar a visibilidade de livros e aproximar a literatura do público jovem. Hashtags como *BookTokBrasil* reúnem milhares de vídeos relacionados à leitura, evidenciando a força dessas comunidades digitais na formação de novos leitores.

Apesar do aumento positivo dos jovens pela literatura, impulsionado pelas redes sociais, com destaque para atuação dos *book influencers*, surgem diferentes questões acerca do tipo de conteúdo consumido por esse público. Com a crescente

popularização de obras que abordam temas moralmente controversos, levanta discussões sobre os limites entre ficção e realidade e sobre os possíveis impactos dessas narrativas na formação desses leitores. Também se questiona a confiabilidade das opiniões desses influenciadores e a responsabilidade envolvida na produção e divulgação desses conteúdos.

Nesse cenário, torna-se relevante refletir sobre o papel dos profissionais de jornalismo na mediação dessas discussões, especialmente no que diz respeito à produção de conteúdos informativos sobre literatura que sejam éticos, responsáveis e capazes de dialogar com o público jovem.

Assim, a presente pesquisa busca responder: **“quais são as diferenças entre as estratégias de comunicação utilizadas pelos *book influencers* e pelo jornalismo na divulgação de obras literárias no TikTok?”**

O estudo tem como objetivo, analisar o interesse dos jovens pela literatura, que cresceu consideravelmente no período de quarentena do Covid-19 e se mantém como uma tendência em ascensão atualmente. A pesquisa também considera o papel das redes sociais, como ferramentas essenciais para esse fenômeno, em especial a plataforma TikTok. Nesse contexto, destaca-se a atuação dos *book influencers* como uma nova forma de divulgação e recomendação de obras literária, utilizando diferentes linguagens e estratégias de comunicação para se aproximar do público. Busca-se compreender de que forma esses criadores de conteúdo atuam na circulação de informações sobre literatura e como suas práticas se relacionam com a atuação do jornalismo no ambiente digital.

Diante desse contexto, o fenômeno ultrapassa o campo estritamente literário e passa a se configurar como objeto de interesse de pesquisa. Levando em consideração que a pauta provoca diferentes opiniões, que o gênero está em constante expansão e estimula reflexões interessantes a serem consideradas sobre o futuro da literatura e a influência da mídia na formação de novos leitores. Nesse sentido, Jorge Pedro Souza (2005), afirma que o jornalismo deve dar espaço e falar sobre temas polêmicos, uma vez que o debate público é essencial em uma sociedade democrática, o que reforça a relevância da discussão proposta nesse trabalho.

De forma geral, os resultados indicam que o veículo jornalístico analisado, ainda apresenta dificuldade em criar uma conexão com jovens leitores. Ainda que produza conteúdos voltados para literatura, utiliza abordagens muito tradicionais que

não dialogam diretamente com esse público, o que pode gerar distanciamento e desinteresse.

Por outro lado, os *books influencers* analisados demonstram maior proximidade com os jovens, utilizando linguagem mais acessível e formatos mais atrativos.

Observa-se ainda uma diferença significativa em relação ao compromisso com a informação. Enquanto o influenciador com formação ou atuação jornalística tende a abordar temas sensíveis como *dark romance* e *taboo romance* de forma mais crítica e responsável, o outro influenciador prioriza o entretenimento, utilizando uma abordagem mais humorística e voltada para o engajamento, sem preocupação com a mediação crítica dos conteúdos.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os primeiros jornais surgiram na Alemanha no século XVII, logo depois apareceram jornais na Holanda e na França, (LAGE, 2006). O autor explica que nesse período a notícia era usada como ferramenta para o comércio, as informações divulgadas como região em seca, guerra ou expedições, ajudava comerciantes na tomada decisões para lucrar e obter mais oportunidades de negócios.

Posteriormente, a imprensa também passou a ser usada como arma política pela burguesia, que utilizava os jornais para criticar a monarquia e ampliar seu poder de influência. Esse processo levou à tentativa de controle por parte da Igreja e do Estado, que passaram a aplicar censura por meio de listas de conteúdos proibidos.

Mais tarde, a aristocracia também passou a produzir seus próprios impressos, mas eles não eram interessantes e não tinham força no debate público. De acordo com Lage, na Inglaterra até meados do século XVII, e na França no início do século XIX, os publicistas e panfletários sofriam pressão, controle e censura, mesmo que indireta, do Estado, como imposto do selo, taxaço de papel e monopólio de cartas.

Foi somente no final do século XIX que o jornalismo passou por transformações mais profundas, impulsionadas pelo crescimento da alfabetização de trabalhadores, a revolução tecnológica, com máquinas de impressão aumentando a produção barateando custos, e com a entrada da publicidade, em que os anúncios passam a custear a maior parte do jornal deixando de depender só do leitor:

O jornal-empresa pode, assim, abarcar vasta gama de opiniões, mas seu caráter não-revolucionário está assegurado por dois bons motivos: deve remunerar o capital apreciável nele e investido e tira sua renda basicamente da veiculação de bens materiais e ideológicos produzidos por entidades de característica semelhante. (LAGE, 2006, p. 13).

Por algum tempo, antes de popularizarem o rádio e o cinema, o jornal passou a incluir em suas páginas os horóscopos, os quadrinhos e os folhetins, com o objetivo ampliar sua circulação e atrair diferentes públicos. O que depois passou a ser chamado de “indústria cultural”, (LAGE, 2006). No entanto a notícia terminaria sendo o conteúdo principal e passa a seguir padrões de linguagem, estrutura e produção.

Esse processo de transformação da imprensa e de fortalecimento da lógica da indústria cultural pode ser compreendido a partir da análise histórica do desenvolvimento do jornalismo apresentada por Lage (2006), que evidencia a

consolidação do jornal como uma instituição também influenciada por interesses econômicos e pela necessidade de manutenção de audiência. A partir dessas transformações da imprensa, é possível compreender o surgimento do jornalismo cultural

Segundo Piza (2013), um dos marcos desses princípios pode ser identificado em 1711, com a revista *The Spectator*, que buscava aproximar temas filosóficos e culturais do cotidiano, tornando o conhecimento mais acessível e inserido na vida urbana. A partir dessa perspectiva, o autor compreende o jornalismo cultural como uma forma de mediação entre a produção intelectual e o público, voltado à circulação de ideias, obras artísticas e manifestações culturais. Nessa linha de reflexão, observa-se que a evolução da imprensa não se limita apenas à estrutura informativa do jornal, mas também à ampliação do seu papel como mediador cultural, contribuindo para a formação do repertório simbólico da sociedade e para a consolidação de práticas de consumo cultural.

## 2.1 O que é jornalismo

De acordo com Jorge Pedro Souza (2005), o jornalismo é uma forma de comunicação responsável pela difusão de informações de interesse público, e desempenha um papel fundamental nos estados democráticos de direito. Sua principal função está relacionada com a vigilância e fiscalização dos agentes de poder, por meio da divulgação pública de informações. O jornalismo expõe ao público temas socialmente relevantes que poderiam passar despercebidos, trazendo à tona questões que muitas vezes são ocultadas ou pouco discutidas. Porém, o autor explica que ele não se limita a unicamente vigiar poderes públicos:

O jornalismo deve ser comunicação útil. Informar, jornalisticamente falando, também significa noticiar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e problemáticas socialmente relevantes, estejam ou não relacionados com a ação dos agentes de poder. (SOUZA, 2005, p. 11).

O jornalismo tem por princípio, manter os leitores e/ou telespectadores informados. Para a comunicação ser feita de forma efetiva e responsável, deve-se seguir um conjunto de princípios destacados por Jorge Pedro Sousa (2005); Correção — O texto jornalístico deve obedecer às regras gramaticais e, as normas e estilo do jornal/ veículo, e acima de tudo, deve se ajustar a realidade; Clareza — O texto

jornalístico precisa ser organizado de forma a ser totalmente compreendido sem deixar dúvidas e ambiguidade; Simplicidade — A linguagem tem de ser simples, sempre optar por sinônimos mais comuns e respeitando a ordem sujeito - predicado - complemento; Funcionalidade — O texto jornalístico precisa se adaptar às necessidades do jornal ou revista. Respeitar os limites de caracteres que o veículo exige de maneira que não comprometa a informação principal; Concisão — O texto jornalístico tem de ser objetivo, sem a necessidade de detalhes desnecessários. É preciso tirar tudo que não contribui diretamente para a notícia; Precisão — O jornalista precisa ser cuidadoso e exato na forma em que escreve e informa, usar termos adequados e deixar claro quem disse o quê respeitando a ética profissional; Sedução — O texto deve cativar o leitor, a leitura tem de causar prazer e satisfação; Rigor — O texto jornalístico tem de ser fiel à realidade e evitar uso de palavras que possam causar ambiguidade. As análises devem partir de fatos concretos, auxiliando o leitor a entender o passo a passo; Eficácia — As informações precisam ser organizadas de forma clara e direta para que o leitor não precise de grande esforço para compreender; Coordenação — O texto precisa ter sequência e sentido, o jornalista precisa organizar o conteúdo com bases bem definidas mostrando o caminho entre eles, e é necessário justificar a conclusão baseando-se nas informações anteriormente apresentadas; Seletividade — é preciso filtrar o que vai entrar no texto, escolher o que é realmente relevante. Um bom profissional se destaca pela capacidade de saber organizar, enxugar o conteúdo deixando só o essencial para o entendimento da notícia; Utilidade — O texto jornalístico deve ter um conteúdo útil, informação que possa ser gratificante e que possa ser utilizada; Interesse — A informação deve ser importante, mas também precisa ser interessante.

“Não se pode dar apenas informação importante. Há que dar também informação interessante. E há que também tornar interessante a informação importante, mesmo aquela que seja árida pela sua própria natureza. (SOUZA, 2005, p. 92).”

Hierarquização — O jornalista precisa definir o que é mais importante, o que vem depois e o que é complementar. Organizar as informações por importância faz com que o texto fique mais claro, mais fácil para o leitor entender o que é principal e o que é secundário dentro da notícia.

Esses princípios dialogam com as reflexões de Nelson Traquina (2005), que compreende a notícia como resultado de um processo de seleção e construção realizado pelos jornalistas. Ao discutir os valores-notícia, o autor retoma uma observação de Pierre Bourdieu (1997), segundo a qual os jornalistas possuem "óculos particulares", através dos quais veem certas coisas e não outras, operando uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado. Dessa forma, a notícia não corresponde a uma reprodução automática da realidade, mas a uma construção orientada por valores-notícia compartilhados pela comunidade jornalística.

Para Traquina (2005), além dos valores-notícia de seleção, existem também os valores-notícia de construção, que orientam a elaboração do texto jornalístico. Ao retomar as contribuições de Mauro Wolf (1987), o autor estabelece uma distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Os primeiros dizem respeito aos critérios utilizados pelos jornalistas para selecionar os acontecimentos considerados relevantes, enquanto os segundos orientam a forma como esses acontecimentos são organizados e apresentados ao público.

Os valores-notícia de seleção podem ser divididos em critérios substantivos e critérios contextuais. Os critérios substantivos estão relacionados à importância e ao interesse dos acontecimentos, abrangendo aspectos como morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, conflito e inesperado. Já os critérios contextuais dizem respeito às condições de produção da notícia, envolvendo fatores como disponibilidade, concorrência, visualidade e o próprio dia noticioso.

Entre os valores-notícia de construção, destacam-se a simplificação, a relevância, a personalização, a dramatização e a consonância. A simplificação busca tornar a informação mais acessível e compreensível, aproximando-se dos princípios de clareza, simplicidade e eficácia apresentados por Jorge Pedro Sousa (2005). A relevância procura demonstrar a importância do acontecimento para o público e dialoga com os princípios de interesse e utilidade. Já a personalização aproxima a notícia dos leitores por meio das pessoas envolvidas nos fatos, enquanto a dramatização enfatiza aspectos emocionais e conflitivos presentes nos acontecimentos.

Traquina (2005) também ressalta que os valores-notícia não se encontram apenas nos acontecimentos em si, mas estão relacionados às rotinas produtivas das organizações jornalísticas. Aspectos como a política editorial, as relações entre jornalistas e fontes de informação e a disponibilidade de recursos exercem influência

sobre o processo de produção das notícias. Dessa forma, a atividade jornalística envolve não apenas a transmissão de informações, mas também processos de seleção, hierarquização e construção da realidade social.

Assim, os princípios defendidos por Jorge Pedro Sousa e os valores-notícia apresentados por Nelson Traquina demonstram que a prática jornalística envolve não apenas a transmissão de informações, mas também processos de organização, seleção e construção da realidade social, orientados por critérios profissionais que buscam garantir a compreensão e a relevância da notícia para o público.

## **2.2 Construção da notícia e critérios de noticiabilidade**

O jornalismo está em constante transformação e se adaptando a mudanças tecnológicas e a novas demandas do público. Jorge Pedro Souza, (2005), explica que ao longo do tempo, o jornalismo tem se reinventado principalmente para manter-se relevante e eficiente. Um exemplo disso é a internet, que se tornou uma ferramenta indispensável para os jornalistas, permitindo o acesso rápido a grande quantidade de informação, e a fontes que em outras épocas seria muito difícil, ou até mesmo impossível. Além disso, o avanço da tecnologia trouxe outras possibilidades de forma jornalística, como o infográfico e o jornalismo de precisão.

Nesse contexto de grandes transformações, não apenas as ferramentas e formatos do jornalismo sofreram alterações, mas também a forma de organização da própria notícia. Jorge Pedro Souza (2005), destaca que as formas atuais de produção de textos jornalísticos possuem raízes ancestrais, sendo o resultado contínuo de aprimoramento da forma de contar histórias. Elementos como surgimento da fotografia e diferentes meios de comunicação como telefone, rádio e internet, contribuíram significativamente para evolução da prática jornalística.

Com essas mudanças, é possível observar que a própria linguagem jornalística sofreu transformações. O autor explica que no século XIX era comum o uso de adjetivos e descrições mais detalhadas. Hoje há uma tendência à objetividade, com textos mais diretos e sem julgamentos de valor. Além disso, muitas técnicas utilizadas atualmente já existiam antes, como o *lead*, o parágrafo inicial que apresenta as informações mais importantes da notícia.

Segundo Nilson Lage (2006), a notícia no jornalismo moderno é organizada como relato de uma série de fatos, partindo do mais importante ou interessante, e deixando

os detalhes para depois, permitindo que o leitor entenda rapidamente o essencial do acontecimento. O autor também destaca que notícia não é uma narrativa que segue o começo, meio e fim. O objetivo no jornalismo é expor os fatos de forma direta, priorizando aquilo que é mais relevante ao leitor. Essa forma de organizar a notícia está diretamente ligada aos critérios de noticiabilidade.

Os critérios de noticiabilidade correspondem a um conjunto de técnicas usadas no processo jornalístico para escolher e ordenar fatos que se tornarão notícias, tendo em vista o grau de relevância, atualidade e interesse do público. Jorge Pedro Souza (2005), explica que os valores-notícia não são rígidos e universais e dependem da forma de operar do veículo. Além disso, eles podem mudar ao longo do tempo. O autor descreve que existe muitas listas de valores-notícias e destaca os principais critérios de noticiabilidade dentre eles; Proximidade — quanto mais próximo for um acontecimento, mais chance ele tem de se tornar noticiável. A proximidade pode ser compreendida de diferentes formas: geográfica, cultural, afetiva etc.; Momento do acontecimento — quanto mais recente, mais probabilidade de se tornar notícia; Significância — quanto maior a intensidade, relevância, número de pessoas envolvidas, maior dimensão, mais chances de ser noticiado; Proeminência social dos sujeitos envolvidos — quanto mais conhecidas forem as pessoas envolvidas no acontecimento maior chance de ser noticiado; Proeminência das nações envolvidas nas notícias — quanto mais influentes forem os países envolvidos no acontecimento, maior a chance de virar notícia (exemplo: Estados Unidos, China, Rússia etc.); Consonância — quanto mais agendável, mais interessante e mais adaptável ao veículo, mais fácil de ser noticiado; Imprevisibilidade — quanto mais inesperado ele for, mais chance de ser noticiado; Continuidade — novas informações de um acontecimento que já foi noticiado tem grandes possibilidades de virar notícia (exemplo: um desaparecimento com desdobramentos do resgate e atualizações sobre a vítima); Composição — um acontecimento tem mais chances de virar notícia se ele ajudar a manter o noticiário variado e equilibrado, sem repetições do mesmo tema; Negatividade — acontecimentos que envolvem problemas, conflito e tragédias tende a chamar mais atenção do público e ganhar destaque na mídia e tem mais probabilidade de ser noticiado.

Ao abordar os critérios de noticiabilidade, Mauro Wolf (2005) ressalta que os valores-notícia não atuam de maneira isolada, mas de forma complementar ao longo de todo o processo de produção jornalística. Para o autor, esses critérios funcionam

como referências que orientam tanto a seleção dos acontecimentos considerados relevantes quanto a forma como serão apresentados ao público. Assim, aspectos como proximidade, significância, continuidade, imprevisibilidade e negatividade são utilizados em conjunto, influenciando as escolhas realizadas nas rotinas produtivas das redações.

Wolf (2005) também destaca que os valores-notícia constituem conhecimentos compartilhados pelos profissionais do jornalismo, servindo como regras práticas que permitem organizar e administrar a grande quantidade de acontecimentos disponíveis diariamente. Dessa forma, os critérios de noticiabilidade contribuem não apenas para definir o que será transformado em notícia, mas também para estabelecer quais elementos receberão maior destaque na construção da narrativa jornalística.

Diante dessas razões, escolher, selecionar e hierarquizar são funções essenciais na atividade jornalística, segundo Jorge Pedro Souza (2005), um jornal não pode ser só um amontoado de informações sem nenhum critério. Dentre as tarefas do jornalista, buscar, separar e organizar informações possíveis de se tornar notícia, são as mais tradicionais. A hierarquização dos acontecimentos permite selecionar os fatos que serão noticiados, e ajuda na estruturação do texto. As informações selecionadas como mais importantes podem abrir a matéria, ir para o final, ou podem ser posicionadas estrategicamente ao longo do texto.

No processo de seleção de informações o jornalista exerce um papel decisivo na forma como os fatos serão apresentados ao público. Nesse contexto, Miquel Rodrigo Alsina (2009), ressalta que compreende a notícia como uma construção social produzida a partir da interação entre acontecimentos, jornalistas, fontes e público. Para o autor, a realidade jornalística não é resultado de uma simples reprodução dos fatos, mas de um processo de mediação em que as fontes exercem papel fundamental na definição dos acontecimentos que ganham visibilidade pública. Nesse sentido, as relações estabelecidas entre jornalistas e fontes influenciam diretamente a contextualização e a interpretação dos fatos, evidenciando que a produção da notícia está inserida em uma dinâmica de negociações e relações de poder.

Assim, a atividade jornalística envolve não apenas a seleção dos acontecimentos, mas também a interpretação e a contextualização das informações, exigindo dos profissionais responsabilidade ética e compromisso com a credibilidade das notícias divulgadas.

Nilson Lage (2006), aponta que a notícia não é uma simples reprodução da realidade, mas uma construção, já que o jornalista escolhe o que entra, o que fica e como essas informações serão apresentadas. Por isso, essas escolhas precisam ser feitas com responsabilidade. Não dá para selecionar ou destacar informações de qualquer forma, pois isso influencia diretamente a forma como o público compreende a notícia. Nesse sentido, entram a credibilidade, que é um dos pilares fundamentais no jornalismo, e está ligada diretamente na confiança que o público deposita nas informações divulgadas. Para preservar essa confiança, a prática jornalística deve ser guiada por princípios éticos como veracidade, responsabilidade e compromisso com o interesse público.

### **2.3 Jornalismo na era da internet**

O surgimento da internet representa uma mudança importante no campo da comunicação e do jornalismo, ao permitir a circulação de informações em ambientes digitais e a integração entre diferentes meios. Nesse contexto, o computador passa a ocupar um papel central na produção e distribuição de conteúdo, fazendo com que outros sistemas de comunicação funcionem de forma integrada.

Segundo Lage (2006), a internet amplia as possibilidades de comunicação ao permitir uma maior participação dos indivíduos na produção de mensagens. No entanto, essa participação não ocorre de maneira igual para todos, já que depende de acesso a equipamentos, conhecimento técnico e familiaridade com as linguagens digitais.

Com o desenvolvimento da internet, o jornalismo também passa a se adaptar a esse novo cenário, incorporando diferentes formatos como texto, áudio e vídeo. Isso faz com que a produção jornalística deixe de estar restrita a um único meio e passe a circular em diferentes plataformas ao mesmo tempo.

Ao mesmo tempo, a informação na internet passa a ser organizada de forma mais fragmentada e dinâmica, permitindo que o leitor navegue entre conteúdos por meio de links e diferentes níveis de profundidade. Essa mudança altera a forma tradicional de consumo da notícia, tornando o acesso mais rápido e menos linear.

Ainda assim, como aponta Lage, o jornalismo continua sendo uma atividade especializada, que exige critérios profissionais para selecionar, organizar e verificar

as informações. Mesmo com a ampliação da participação do público, a mediação jornalística ainda é essencial para garantir a qualidade e a confiabilidade das notícias.

Dessa forma, o jornalismo na era da internet é marcado por transformações importantes, como a convergência de mídias e a ampliação da interatividade, mas sem eliminar a necessidade de um trabalho profissional na produção da informação.

## **2.4 Redes sociais como mediação cultural**

As transformações recentes no campo do jornalismo cultural evidenciam uma ampliação significativa de seus formatos e espaços de circulação, especialmente a partir da popularização do ambiente digital. Nesse sentido, de acordo com Piza (2013), é possível observar que o jornalismo cultural deixa de estar restrito aos veículos tradicionais de imprensa e passa a se expandir para diferentes formatos e suportes, incluindo livros, coletâneas, sites, produções independentes e espaços digitais, ampliando as formas de produção e divulgação de conteúdos culturais.

Segundo Piza (2013), a internet consolidou-se como um importante canal para o jornalismo cultural, permitindo o surgimento de espaços digitais voltados à discussão de livros, artes e manifestações culturais. Esses ambientes ampliam as possibilidades de interação entre produtores e público, ao mesmo tempo em que modificam a lógica tradicional da circulação da crítica cultural, anteriormente concentrada em veículos impressos e em agentes especializados.

Na perspectiva apresentada pelo autor, as redes sociais passam a ocupar um papel central na mediação cultural contemporânea, uma vez que reorganizam profundamente a forma como as obras culturais são divulgadas, recomendadas e apropriadas pelo público. Diferentemente do modelo tradicional, em que agentes especializados exerciam maior influência sobre a formação do gosto e a validação das obras, o ambiente digital favorece uma circulação mais ampla, rápida e descentralizada dos conteúdos culturais, fortemente orientada pelas interações e pelo engajamento dos usuários.

Segundo Piza (2013), esse cenário também favorece o surgimento de novos mediadores culturais, que passam a compartilhar com os veículos tradicionais a função de selecionar, interpretar e recomendar produtos culturais. Esses novos agentes não se limitam à divulgação de obras, mas desempenham um papel ativo na

formação de opiniões e na construção de tendências culturais, influenciando diretamente a maneira como o público se relaciona com livros, autores e demais manifestações culturais.

Conforme as reflexões propostas por Piza (2013), a função de mediação, antes concentrada em críticos literários, jornais e revistas especializadas, torna-se mais descentralizada, sendo exercida também por influenciadores digitais e produtores de conteúdo inseridos em diferentes plataformas. Esse deslocamento contribui para uma reorganização da autoridade cultural, que passa a se apresentar de forma mais fluida e menos institucionalizada, acompanhando a lógica de funcionamento das plataformas digitais.

A partir das discussões apresentadas por Piza (2013), é possível compreender que o processo de mediação cultural no contexto contemporâneo se torna mais dinâmico, interativo e orientado por critérios de visibilidade e engajamento, fatores que impactam diretamente a circulação dos produtos culturais e a forma como eles são apropriados pelo público.

Nesse cenário, o jornalismo cultural não se limita apenas à divulgação de produtos culturais, mas exerce uma função de mediação e interpretação. Para Piza (2013), cabe ao jornalismo cultural selecionar, apresentar, comentar e analisar as produções culturais, oferecendo elementos que auxiliem o público na formação de opiniões e no desenvolvimento de uma visão crítica sobre as novas tendências culturais.

O autor destaca que a imprensa cultural possui como uma de suas funções avaliar as produções culturais para além dos interesses de mercado, observando também os significados simbólicos e os valores presentes nas obras. Dessa forma, o jornalismo cultural desempenha um papel que ultrapassa a simples promoção de lançamentos, atuando como um espaço de reflexão e socialização das produções artísticas e literárias.

A partir das reflexões propostas por Piza (2013), é possível compreender que, no contexto das plataformas digitais, essas funções passam a coexistir com novas formas de mediação exercidas por influenciadores e produtores de conteúdo. Entretanto, enquanto os criadores digitais frequentemente priorizam estratégias de engajamento e aproximação com o público, o jornalismo cultural mantém como uma de suas principais características a busca pela contextualização, pela análise crítica e pela responsabilidade na abordagem dos fenômenos culturais.

## 2.5 Circulação digital da literatura

A circulação da literatura no contexto contemporâneo passou por transformações significativas com a consolidação dos ambientes digitais. Diferentemente do modelo tradicional, em que a divulgação de obras dependia principalmente de livrarias, editoras e espaços críticos especializados, atualmente o processo de visibilidade e consumo literário também ocorre de forma intensa em plataformas digitais e redes sociais.

Nesse novo cenário, a recomendação de livros deixou de ser restrita a instâncias institucionais e passou a acontecer de maneira mais descentralizada, sendo mediada por leitores comuns, criadores de conteúdo e comunidades virtuais. No entanto, esse processo não é totalmente neutro, já que a circulação das obras também é influenciada por estratégias de marketing, parcerias comerciais e ações de divulgação realizadas em conjunto com editoras e plataformas.

Nesse sentido, muitos conteúdos de recomendação literária produzidos em redes sociais podem estar vinculados a parcerias pagas ou recebimento de exemplares, o que aproxima essas indicações de uma lógica de publicidade. Assim, a sugestão de leitura, em alguns casos, deixa de ser apenas uma experiência espontânea de leitura e passa a integrar uma dinâmica de mercado, na qual o livro também funciona como produto cultural promovido digitalmente.

Além disso, a credibilidade dessas recomendações pode variar conforme o tipo de vínculo estabelecido entre criadores de conteúdo e o mercado editorial, uma vez que nem sempre há transparência total sobre interesses comerciais envolvidos na divulgação. Isso não invalida necessariamente as indicações, mas evidencia que o consumo literário nas redes sociais está atravessado por diferentes níveis de influência, que vão desde opiniões pessoais até estratégias de visibilidade e promoção.

Outro elemento importante nesse cenário é o papel dos algoritmos das plataformas digitais, que contribuem para ampliar o alcance de determinados conteúdos e obras, favorecendo a viralização de títulos específicos em curtos períodos. Dessa forma, a visibilidade de um livro pode estar relacionada não apenas à sua qualidade literária ou recepção crítica, mas também à sua capacidade de circular dentro de tendências digitais.

A partir dessa dinâmica, torna-se possível compreender que o consumo de literatura na contemporaneidade está diretamente relacionado às formas de mediação presentes no ambiente digital, no qual influenciadores, algoritmos e estratégias de divulgação exercem papel central na construção da visibilidade das obras.

Nesse contexto, observa-se que o público que mais consome esse tipo de conteúdo é composto, em grande parte, por leitores jovens, especialmente adolescentes e jovens adultos, que entram em contato com essas obras por meio de redes sociais como TikTok e Instagram, além de plataformas digitais de leitura. Esse acesso constante a recomendações e conteúdos virais influencia diretamente as escolhas de leitura e a forma como determinados livros ganham popularidade.

Ainda que se trate de obras ficcionais, o fato de essas narrativas serem amplamente divulgadas em ambientes digitais, muitas vezes associados a estratégias de marketing e influência, levanta questões sobre a forma como os leitores interpretam essas obras e sobre o tipo de relação que se estabelece entre consumo, recomendação e confiança nas fontes de divulgação.

Assim, a problemática que se coloca não diz respeito apenas ao conteúdo das obras literárias, mas também à forma como elas são promovidas, circulam e são recebidas no ambiente digital, onde a fronteira entre recomendação espontânea e divulgação comercial pode se tornar cada vez mais difusa.

## 2.6 O consumo de livro no Brasil

Uma pesquisa da Nielson BookData<sup>1</sup>, apontou que em 2025, cerca de 18% dos brasileiros com 18 anos ou mais, adquiriram pelo menos um livro nos últimos 12 meses. Um aumento de 2 pontos percentuais em relação a 2024. As obras de ficção estão entre os principais responsáveis pelo crescente interesse desse público.

O estudo também mostra que o maior crescimento foi entre os jovens na faixa de 18 a 34 anos, que juntos avançaram cerca de 3,4 pontos em relação ao mesmo período do ano anterior. Além disso, entre as pessoas que compraram mais de 10 livros nos últimos 12 meses, 62% são mulheres.

---

<sup>1</sup> BOOKDATA, Nielson. **Panorama do consumo de livros**. Câmara brasileira dos livros, 2025. Disponível em: [https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2025/02/2024\\_Panorama-do-Consumo-de-Livros\\_Imprensa\\_V2-1.pdf](https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2025/02/2024_Panorama-do-Consumo-de-Livros_Imprensa_V2-1.pdf)

De acordo com a com a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil 2024, do Instituto Pró-Livro<sup>2</sup>, 49% das mulheres se declaram leitoras, uma diferença de 5% em relação aos homens. O protagonismo feminino também está presente no incentivo à leitura, a pesquisa revelou que 14% dos leitores tiveram o hábito influenciado pela mãe o um responsável do sexo feminino.

Em relação aos leitores que mais consomem livros digitais, destacam-se os jovens de 18 a 24 anos. Gêneros como romance contemporâneo e erótico estão entre os mais consumidos em serviços por assinatura. O avanço também se reflete na produção. O mercado digital impulsiona autoras independentes, muitas delas brasileiras, que conquistam leitores com tramas centradas em paixão, tensão emocional e temas ligados ao erotismo. Nesse cenário, ganham espaço obras do gênero *dark romance*, conhecido por abordar relações complexas e enredos de tom obscuro.

Em 2025, o ebook de ficção mais lido no Brasil pelo Kindle Unlimited<sup>3</sup> — serviço de assinatura Amazon, como a Netflix ou HBO, mas voltado para leitura — foi o *dark romance Desenfreados*, da Kelly M. A obra acompanha Ryen Rodríguez, que retorna à cidade cinco anos após uma tragédia que mudou completamente sua vida. Fria e cercada de segredos, ela reencontra Kellan Royal, melhor amigo de seu irmão e antigo amor, reacendendo uma relação marcada por tensão, mistérios e traumas do passado. Entre os autores mais lidos, além da Kelly M., também aparece Leonor Carvalho, autora brasileira com obras como *Incipit* e *Oblívio*, cujas obras igualmente se insere no gênero.

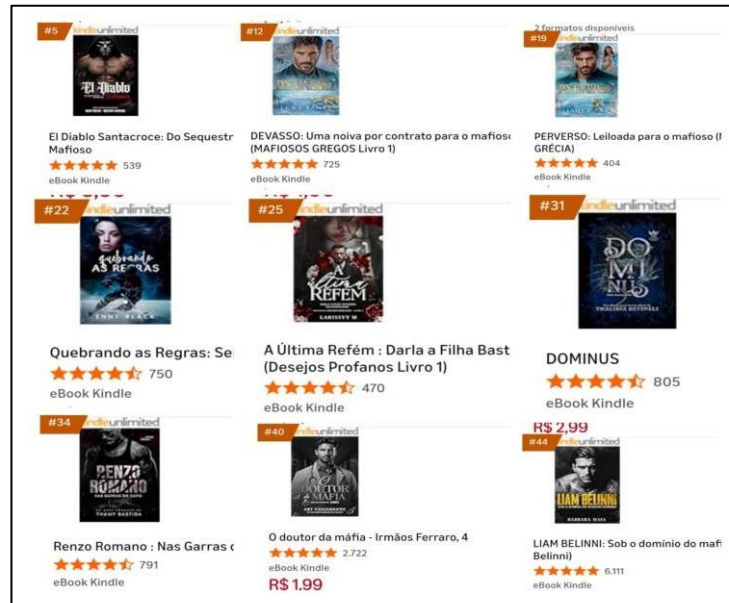
Atualmente, entre os 50 ebooks mais vendidos na Amazon<sup>4</sup>, pelo menos nove pertencem aos gêneros *dark romace* ou *taboo* romance, o que indica uma presença significativa desse tipo de obra no cenário de consumo digital. Esse dado pode ser observado na figura a seguir, que apresenta o ranking de títulos mais vendidos na plataforma no período analisado.

---

<sup>2</sup> PRÓ-LIVRO, Instituto. **Retratos da leitura no Brasil 2024**. Instituto Pró-livro, 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)

<sup>3</sup> AMAZON, Brasil. **Mais vendidos em ebooks kindle**. Amazon, 2026. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/digital-text/5475882011>

<sup>4</sup> AMAZON, Brasil. **Mais vendidos em ebooks kindle**. Amazon, 2026. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/digital-text/5475882011>



**Figura 1 – Ranking de livros mais vendidos no Kindle Unlimited**

**Fonte:** Amazon (2026). Adaptado pela autora.

Essa predominância pode ser visualizada na figura 1, que apresenta recortes do ranking do Kindle Unlimited, nos quais obras de *dark/taboo* romance ocupam posições variadas. Em 5º lugar destaca-se *El Diablo Santacroce: Do Sequestro Ao Coração do Mafioso*, de Sarah Fidélis e Gustavo Henrique, cuja narrativa envolve elementos como sequestro, relação conturbada entre os protagonistas, tensão emocional constante, atração proibida, segredos, violência e conflitos dentro do mundo do crime organizado. Já em 12º, observa-se a presença de *DEVASSO: Uma noiva por contrato para o mafioso (MAFIOSOS GREGOS Livro 1)*, de Luna Sants, obra que também se insere em nesse contexto ao abordar um casamento por contrato entre um mafioso e uma jovem em posição de submissão, marcado por diferença de idade, obsessão e dinâmicas de controle. Além disso, a presença de obras do gênero se estende ao longo do ranking, do 19º ao 44º lugar, indicando não apenas sua popularidade, mas também sua consolidação entre os títulos mais consumidos na plataforma.

## 2.7 Os fenômenos *dark romance* e *taboo romance*

Os *dark* e o *taboo* romance são subgêneros derivados do romance tradicional, o que os torna diferentes é que, contrariando o amor romântico clássico com cenas clichês e mocinhos perfeitos e irreais, é que os protagonistas não são nada fofos, bondosos e com gestos de amor grandiosos. Nesses subgêneros, as principais características dos protagonistas são sua personalidade irritadiça, má conduta, ações duvidosas e até mesmo sua crueldade. Os relacionamentos são marcados por conflitos, possessividade e até mesmo crimes, o que também pode incluir relações socialmente proibidas, como vínculos incestuosos ou relações consideradas moralmente controversas. A lista de gatilhos dessas obras costuma ser extensa; abordar temas sensíveis são um pré-requisito para enredo da trama.

Como aprofundamento no tema, foi selecionada a uma série de livros chamada “*Série 7*”, que até o momento é composta por três livros, *JUDAS*, *ANTICRISTO* e *APOCALIPSE*, a fim de analisar o enredo, a construção dos personagens e os temas abordados. A obra foi escolhida por reunir características tanto do *dark* quanto do *taboo* romance, além de ser bastante popular no meio digital, principalmente entre leitores do Kindle Unlimited.

A obra é uma popular série de *dark romance* nacional, da escritora Larissa Abreu, que gira em torno do relacionamento intenso e conturbado de uma noiva recém-ordenada, Jezebel Salerno, e o enigmático padre Daemon Demarco, ambientada em um monastério na Itália.

Em *JUDAS*, primeiro livro da série, autora apresenta previamente uma lista com gatilhos presentes na obra, incluindo: alto teor de sadismo e masoquismo psicológico e físico; relacionamento tóxico; violência gráfica; menção ao aborto; blasfêmia; estupro; assédio; suicídio; violência doméstica; abandono parental; mutilação genital; comportamento narcisista; abuso de poder; ansiedade e autoflagelação. A autora também explica que essa não é uma história de amor em que os personagens vivem “felizes para sempre” e que se o leitor for sensível é melhor evitá-la. Ao longo da leitura, observa-se que esses elementos são efetivamente incorporados à construção da história, compondo a base do conflito narrativo.

Os personagens são conflituosos, controversos e emocionalmente quebrados. A protagonista Jezebel foi criada vendo a mãe, Jean Salerno, sofrer violência doméstica do companheiro (padrasto de Jezebel) diariamente. Jean é supostamente

masoquista, a autora não a encaixa na categoria, apenas descreve de forma descuidada que ela cultivava uma certa apreciação pela dor, e que por isso, provoca o marido em busca de aliviar esse desejo obscuro pela degradação física.

“Jean Salerno faz sabendo qual será a punição para seus atos. É exatamente isso que ela quer de Dexter e faz porque simplesmente... *gosta da dor que o peso da mão dele causa.*” (ABREU, 2023, 143, grifo do autor).

Jean tem um importante papel para o desenvolvimento da história, nela é atribuída a “culpa” por Jezebel também ter apreciação pelo masoquismo. É colocado como algo inevitável, uma maldição herdada pelos genes da mãe. O primeiro contato da protagonista com a violência física acontece aos doze anos, causada por seu padrasto, Dexter, e a partir disso ela descobre sua afeição por flagelação.

É sobre a dor e eu. Seu punho me acerta incontáveis vezes, não sei se continuam sendo tapas, mas o que me importa não é a porrada, mas sim o que vem depois dela... o alívio. Sinto uma pulsação breve no meio de minhas pernas e, à medida que a consciência se esvai, ele então percebe, me joga contra a mesa ao lado da janela, ainda na cozinha, meu peito bate contra a quina, e meu corpo cai sobre o carpete da cozinha, dormente. (ABREU, 2023, p. 240)

Além do masoquismo, Jezebel também sofre de ansiedade e se autoflagela para aliviar o estresse. Mesmo depois de morar no convento e se tornar freira, ela não consegue superar seus desejos obscuros. Esses anseios ocasionam a relação dela com o padre Daemon Demarco (que além de padre, é integrante da máfia siciliana), sádico que percebe nela, sua afeição pela degradação e a arrasta para uma relação perigosa marcada por tentação e controle.

Daemon Demarco, ou também intitulado como Alessandro Constantini, nasceu e foi criado na máfia siciliana, Don da Cosa Nostra e líder da Omertá. Formado em Teologia, tornou-se padre para manter a parceria e a influência dos Constantini perante a igreja católica. Foi para Pávia em busca de vingança pela irmã, que foi abusada pelo bispo a frente do monastério, mas seus planos acabam sendo afetados por sua obsessão pela noviça, inocente e extremamente curiosa, Jezebel Salerno. Juntos eles conseguiram destruir o monastério de Pávia, mas isso acaba atraindo inimigos poderosos.

No segundo livro, *ANTICRISTO*, a lista de gatilhos consegue ter ainda mais temas sensíveis, a obra contém: alto teor de sadismo e masoquismo, menofilia, blasfêmia, estupro coletivo gráfico, depressão, ansiedade e autoflagelação, síndrome do pânico,

bullying, relações sexuais de consentimento duvidoso, tortura gráfica, relacionamento tóxico, asfixiofilia, canibalismo, menção ao incesto e à pedofilia e problemas psicológicos.

A continuação é ambientada em Palermo, na Sicília. Nessa obra, Larissa Abreu explora, com detalhes a história de Daemon como Alessandro Constantini, sua infância e os rituais de iniciação de extrema violência da Casa Nostra realizados com o intuito de moldar e apagar a humanidade dos integrantes da monarquia.

O homem com cinto faz questão de lançá-lo no dorso de minha mãe no chão, enquanto os outros lhe dão socos na costela e no rosto, transformando-a de um monumento angelical a uma massa vermelha. [...] Eles não param, mesmo quando ela desmaia. Eles não param, mesmo quando seus paus estão sujos de sangue. Eles não param, mesmo quando ela está dilacerada e eu estou destruído. Eles não param, nem mesmo quando eu suplico. Apenas quando meus olhos estão caídos e eu entendo que dali para frente, essa seria a cena mais leve que eu veria e a situação mais confortável à qual a Adriano começaria a me expor para moldar-me. (ABREU, 2023, p. 313)

A iniciação marca o que o livro descreve como o início do Alessandro e o fim do Daemon. O protagonista sofre do transtorno de dupla personalidade, desenvolvidos a partir dos traumas deixados pelos rituais de iniciação. Alessandro é o lado mais macabro do personagem, é retratado como cruel e impiedoso, por vezes até animalesco, assemelhando-se a uma fera presa no subconsciente de Daemon. Alessandro sempre aparece quando acredita ser necessário “tomar as rédeas” da Cosa Nostra, que está em desordem por incompetência de Daemon. Para ele, a outra personalidade é muito condescendente. O objetivo de Alessandro é fazer com que a Cosa Nostra seja respeitada e temida por todos, ele não se importa com ninguém e considera Jezebel um estorvo no caminho, uma distração da qual está disposto a se livrar.

Na sequência, o terceiro livro da série, *APOCALIPSE*, é o livro com cenas mais pesadas dos três. Apesar da lista de gatilhos ser parecida com a dos outros, tem um maior número de descrições de cenas violentas. O livro aborda: violência extrema, machismo extremo, masoquismo e sadismo físico e psicológico, infanticídio gráfico, estupro e pedofilia, abuso de poder, blasfêmia e intolerância religiosa extrema, relacionamento tóxico, relações sexuais e consentimento duvidoso, asfixiofilia.

A obra também reúne vingança, acerto de contas, surpresas do passado e segredos da igreja católica. Além do cenário caótico, temos a relação de Daemon e Jezebel, conturbada e ainda mais perigosa, com a Cosa Nostra ruindo. Alessandro

assumindo cada vez mais o controle, inimigos querendo usá-la para atingir Daemon por considerá-la a fraqueza do Don.

Como é mostrado no começo das obras, essas histórias não se trata de romances tradicionais nem de narrativas de amor idealizado. Pelo contrário, elas apresentam personagens profundamente marcados por conflitos emocionais, experiências traumáticas e relações extremamente complicadas. Em vez de construírem relações leves ou harmoniosas, essas narrativas se sustentam em dinâmicas intensas, muitas vezes dolorosas, em que sentimentos como medo, desejo, controle e sofrimento aparecem constantemente misturados ao longo da trama.

Nesse tipo de construção, a violência e o conflito não aparecem apenas como acontecimentos isolados ou pontuais, mas acabam fazendo parte da estrutura principal da história. Ou seja, eles não são exceção dentro do enredo, mas sim elementos que organizam a forma como os personagens se relacionam e evoluem ao longo da narrativa. Isso faz com que o leitor seja constantemente exposto a situações emocionalmente intensas e, em muitos momentos, desconfortáveis.

Além disso, esse tipo de obra se distancia bastante da ideia tradicional de romance baseada em relações equilibradas e idealizadas. Aqui, o foco está justamente no oposto: relações marcadas por instabilidade, conflitos constantes, comportamentos de controle e situações em que o sofrimento emocional e físico aparece como parte da construção da história. Isso cria uma experiência de leitura que não é neutra, porque provoca reações, interpretações e até identificações diferentes em cada leitor.

A partir disso, torna-se necessário não olhar apenas para o que acontece dentro da narrativa, mas também para o contexto em que essas obras estão sendo consumidas atualmente. Isso porque, nos últimos anos, esse tipo de livro passou a circular com muito mais força em ambientes digitais, especialmente em redes sociais e plataformas de leitura, onde recomendações, tendências e conteúdos virais influenciam diretamente o que ganha visibilidade.

Nesse cenário, um ponto importante de discussão é o fato de que esse tipo de literatura tem grande presença entre leitores jovens, principalmente adolescentes e jovens adultos. Esse público tem contato com essas obras muitas vezes por meio de recomendações em redes sociais como TikTok e Instagram, ou por plataformas digitais de leitura que sugerem conteúdos com base em algoritmos e interesses de consumo. Isso não significa que exista uma única forma de leitura ou interpretação,

mas mostra que há um recorte importante de público que está constantemente exposto a esse tipo de narrativa.

Ainda que se trate de ficção, construída com elementos exagerados e recursos próprios da literatura, não se pode ignorar que essas histórias podem influenciar a forma como alguns leitores percebem e interpretam relações afetivas, principalmente quando consumidas em grande volume e dentro de ambientes digitais onde tudo circula de forma muito rápida e constante. Em alguns casos, essas narrativas podem gerar identificação, curiosidade ou até naturalização de certos comportamentos, dependendo da forma como são lidas e discutidas.

Por isso, a problemática não está apenas no conteúdo dessas obras em si, mas principalmente forma como essas narrativas são divulgadas, debatidas e recomendadas nas redes sociais. A partir disso, torna-se importante observar como essas obras circulam no meio literário contemporâneo e de que formas as plataformas digitais são utilizadas a divulgação e discussões sobre esse tipo de conteúdo.

### 3 METODOLOGIA

Esta pesquisa analisa as estratégias de comunicação utilizadas por *book influencers* e pelo jornalismo na divulgação de obras literárias entre jovens no ambiente digital. O estudo tem como foco a plataforma TikTok, investigando como diferentes perfis produzem conteúdos sobre literatura. A pesquisa consiste em uma análise qualitativa de três perfis, sendo um veículo jornalístico, o Estadão, e dois influenciadores literários com diferentes formas de atuação. Foram observadas as publicações relacionadas ao universo literário, considerando os formatos empregados, as estratégias de comunicação e a interação com o público. Os resultados indicam que os perfis jornalísticos apresentam uma abordagem mais formal e institucional, enquanto os influenciadores utilizam linguagens mais próximas das dinâmicas da plataforma. Observou-se ainda que o influenciador com formação jornalística tende a abordar temas sensíveis de forma mais crítica e contextualizada, ao passo que o criador de conteúdo orientado principalmente pelo engajamento prioriza tendências e formatos voltados ao entretenimento, o que pode limitar a mediação crítica das obras e das discussões literárias. Conclui-se que os *book influencers* desempenham um papel relevante na circulação e visibilidade da literatura entre os jovens, enquanto o jornalismo mantém uma função importante de contextualização e mediação das informações no ambiente digital.

Em busca de responder aos questionamentos propostos, foram selecionados três perfis da plataforma TikTok, um veículo jornalístico, um influenciador literário com formação em Jornalismo e um influenciador literário sem informações públicas sobre formação acadêmica ou atuação profissional específica.

O veículo jornalístico analisado foi o perfil do jornal O Estado de S. Paulo (@estadao), que produz conteúdos jornalísticos em diversas áreas, incluindo a cultura e a literatura, e possui aproximadamente 1,4 milhão de seguidores. A escolha do perfil justifica-se pelo fato de o Estadão ser um dos veículos impressos tradicionais com maior presença e alcance na plataforma TikTok, tornando-se uma referência relevante para a análise da divulgação de conteúdos literários em um contexto jornalístico. A análise foi realizada entre 31 de outubro de 2025 e 20 de dezembro de 2025, considerando publicações relacionadas à temática da pesquisa; O segundo perfil analisado corresponde ao influenciador literário e jornalista Rodrigo de Lorenzi

(@rodrigodelorenzi), com aproximadamente 316 mil seguidores, que produz conteúdos voltados ao universo literário, incluindo indicações, curiosidades e comentários sobre obras, utilizando uma linguagem interativa e acessível. Sua escolha ocorreu justamente por reunir duas características importantes para a pesquisa: a atuação como influenciador literário e a formação em Jornalismo, possibilitando observar de que maneira elementos da prática jornalística se manifestam na produção de conteúdos sobre literatura. A análise desse perfil foi realizada entre 5 de março de 2026 e 15 de abril de 2026, considerando publicações selecionadas dentro desse intervalo; O terceiro a ser analisado foi o perfil do influenciador literário Theago Neiva (@theagoneiva). O criador produz conteúdos voltados ao entretenimento e ao universo dos literário, com resenhas, unboxings e indicação de obras de forma dinâmica, humorística e interativa. Embora mecanismos de busca apontem o influenciador literário Tiago Valente, com aproximadamente 672,9 mil seguidores, como um dos principais nomes do segmento, o perfil de Theago Neiva apresentava, no período de realização da pesquisa, cerca de 851,9 mil seguidores e 35,7 milhões de curtidas, números superiores aos do outro criador. Dessa forma, sua escolha ocorreu em razão de sua expressiva presença na plataforma e do alcance alcançado junto ao público interessado em literatura. A análise foi realizada entre 10 de janeiro de 2026 e 20 de fevereiro de 2026.

Os períodos de análise não foram idênticos entre os três perfis, uma vez que cada criador apresenta ritmos de publicação e dinâmicas próprias de produção de conteúdo. Assim, a seleção dos materiais levou em consideração a disponibilidade das publicações e a necessidade de reunir um conjunto de conteúdos que permitisse observar as estratégias comunicacionais empregadas por cada perfil. Como destacam Lago e Benetti (2007), a definição da amostra em pesquisas qualitativas pode ser realizada a partir de critérios previamente estabelecidos pelo pesquisador, desde que as escolhas sejam devidamente justificadas e estejam alinhadas aos objetivos do estudo.

A análise buscou compreender como os perfis se comunicam com o público jovem, as estratégias utilizadas para estabelecer conexão com os seguidores e de que forma apresentam e recomendam obras literárias. Para isso, foram observados aspectos como a linguagem, formatos das publicações, o nível de interação com o público, o tom discursivo predominante (informativo, crítico ou humorístico) e a maneira como as obras são apresentadas e recomendadas aos seguidores.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A partir da fundamentação teórica apresentada, esta seção tem como objetivo analisar a atuação de perfis digitais na mediação e circulação da literatura nas redes sociais, com ênfase no TikTok. Para isso, foram observados três perfis distintos: um veículo jornalístico, representado pelo Estadão, um influenciador com formação em jornalismo e um influenciador sem formação específica na área.

A análise busca compreender as diferenças na forma de produção e divulgação dos conteúdos, bem como as estratégias de interação com o público. Além disso, procura-se identificar em que medida essas práticas se aproximam ou se distanciam dos princípios do jornalismo, especialmente no que diz respeito à responsabilidade na mediação da informação cultural.

Nesse sentido, busca-se discutir o papel desses perfis na construção de sentidos sobre a literatura no ambiente digital contemporâneo.

### **4.1 Análise do Estadão**

O perfil do jornal Estado de S. Paulo no TikTok foi analisado no período de 31 de outubro de 2025 a 20 de dezembro de 2025. Durante esse intervalo, foram identificadas apenas três publicações relacionadas à literatura, realizadas nos dias 01, 03 e 08 de novembro de 2025. As postagens seguem um mesmo padrão de produção, funcionando como uma espécie de série de vídeos voltada à apresentação de bibliotecas pessoais e hábitos de leitura de convidados.

Nos conteúdos analisados, personalidades como a cineasta e atriz Marina Person, o advogado e professor José Roberto Castro Neves e o jornalista e escritor Fernando Gabeira apresentam suas estantes, comentam preferências literárias e compartilham leituras consideradas marcantes em suas experiências pessoais com a leitura. Observa-se que o perfil seleciona figuras públicas já reconhecidas em áreas ligadas à cultura, à comunicação e à produção intelectual, o que contribui para uma abordagem mais tradicional e institucional da literatura.

Além disso, percebe-se que os vídeos dialogam com um público mais maduro, tanto pela escolha dos convidados quanto pelas obras mencionadas, geralmente associadas à literatura clássica, ao jornalismo, à política e à formação intelectual. Diferentemente de influenciadores literários que utilizam uma linguagem mais acelerada, emocional e próxima das dinâmicas do entretenimento digital, o Estadão mantém uma estética mais sóbria e informativa, aproximando-se de características do jornalismo cultural tradicional.

Também foi possível perceber que os conteúdos analisados não abordam diretamente temas ligados ao *dark* ou o *taboo* romance, mesmo sendo subgêneros que ganharam grande visibilidade nas redes sociais e no mercado editorial contemporâneo. As publicações priorizam leituras mais clássicas e discussões culturais tradicionais, o que mostra um certo distanciamento em relação aos temas que atualmente possuem forte circulação no meio literário digital.



**Figura 2** — Publicação do perfil do Estadão com Fernando Gabeira sobre hábitos de leitura.

**Fonte:** Estadão, 2025.

A Figura 2 exemplifica esse modelo de publicação ao apresentar o jornalista e escritor Fernando Gabeira comentando suas leituras e sua relação com os livros. Como nas demais postagens analisadas, observa-se uma valorização da experiência intelectual e da autoridade cultural do entrevistado, reforçando uma mediação literária baseada na credibilidade e na trajetória profissional dos convidados.

Nesse contexto, nota-se que, embora o perfil apresente menor frequência de conteúdos literários e menor utilização de estratégias de engajamento comuns ao TikTok, suas publicações mantêm maior proximidade com princípios ligados ao jornalismo cultural, especialmente no que diz respeito à valorização da informação, da formação cultural e da legitimidade das fontes apresentadas.

No entanto, essa mesma característica contribui para um certo distanciamento em relação ao público da plataforma, especialmente o público jovem, que tende a consumir conteúdos mais dinâmicos, interativos e emocionalmente envolventes. Observa-se que o formato adotado pelo perfil não favorece altos níveis de engajamento, o que pode limitar o alcance e a circulação desses conteúdos no ambiente digital.

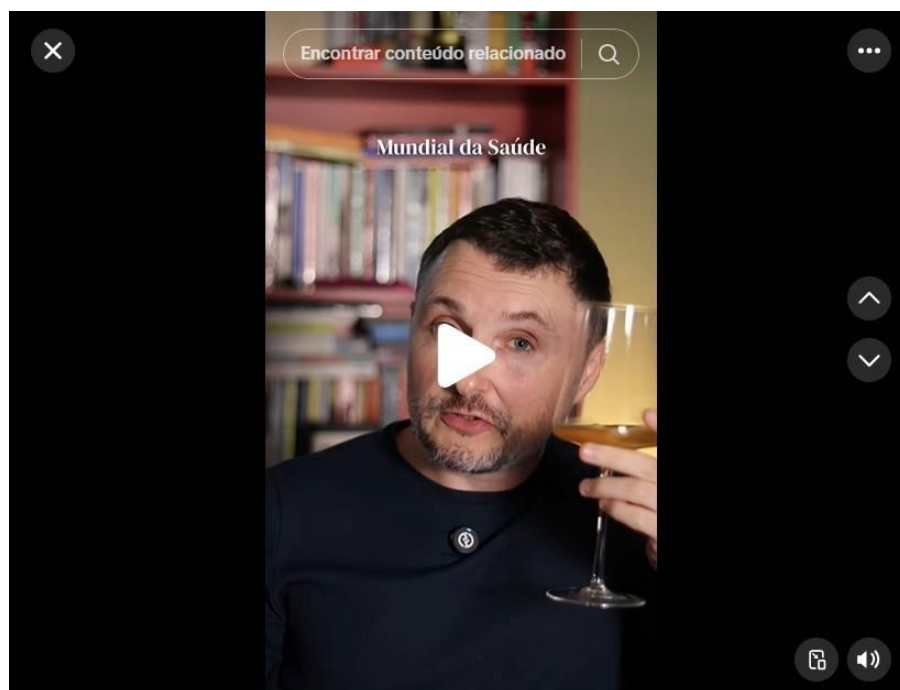
#### **4.2 Análise do perfil do Rodrigo de Lorenzi (influenciador literário e jornalista)**

O segundo perfil corresponde ao influenciador literário e jornalista Rodrigo de Lorenzi e foi analisado entre 5 de março de 2026 a 15 de abril de 2026. O autor produz conteúdos voltados ao universo da literatura na plataforma TikTok, reunindo aproximadamente 316 mil seguidores. Seu conteúdo abrange resenhas, indicações de livros, rankings de leituras, além de vídeos explicativos sobre o mercado editorial e premiações literárias, como o Prêmio Jabuti, o Pulitzer e o Nobel de Literatura.

Diferentemente do perfil jornalístico tradicional analisado anteriormente, Rodrigo de Lorenzi adota uma linguagem mais dinâmica, acessível e alinhada às práticas comunicacionais das redes sociais, utilizando elementos de aproximação com o público, como humor, informalidade e a construção de uma identidade própria. Ele é, inclusive, reconhecido por seus seguidores como “o moço do vinho”, característica recorrente em seus vídeos.

No entanto, apesar dessa adaptação à linguagem digital, observa-se que o influenciador mantém traços importantes da prática jornalística, especialmente no que diz respeito ao uso de dados e à preocupação com a verificação das informações apresentadas. Em conteúdos que envolvem rankings, tendências de leitura ou dados sobre comportamento do público, o criador frequentemente explicita as fontes

utilizadas, como dados de plataformas de venda de livros e relatórios de instituições reconhecidas.



**Figura 3** — Conteúdo publicado por Rodrigo de Lorenzi abordando dados da OMS sobre ansiedade e indicação de livros do gênero ficção de cura.

**Fonte:** TikTok de Rodrigo de Lorenzi, 2026

A Figura 3 exemplifica essa característica ao apresentar um vídeo em que o influenciador utiliza dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) para destacar que o Brasil figura entre os países com maiores índices de ansiedade no mundo. A partir dessa informação, o criador relaciona o tema à literatura ao indicar obras do gênero conhecido como “ficção de cura”, apontando a leitura como uma possível forma de amenizar os sintomas da ansiedade. Ao explicitar a origem dos dados e construir uma ponte entre informação e recomendação literária, o conteúdo se distancia de uma produção baseada apenas em opinião pessoal, aproximando-se de uma abordagem mais responsável e fundamentada.

Essa preocupação com a contextualização das informações não se limita ao período analisado, sendo possível observá-la também em outros conteúdos do perfil. Em uma publicação anterior, de agosto de 2025, o influenciador aborda os subgêneros *dark romance* e *taboo romance* a partir de uma perspectiva informativa, apresentando

suas principais características e destacando sua crescente popularidade, especialmente entre o público jovem.

No vídeo, o criador também menciona diferentes posicionamentos em relação a esse tipo de narrativa. De um lado, aponta críticas que indicam que essas obras podem romantizar relações abusivas ou validar comportamentos problemáticos. De outro, apresenta a visão de leitores que defendem esses conteúdos como uma forma de ficção, entendida como um espaço seguro para explorar temas sensíveis sem implicações na realidade. Ao final, o influenciador convida o público a participar da discussão, incentivando que compartilhem suas opiniões sobre o gênero.

Esse tipo de abordagem evidencia uma tentativa de ir além da simples indicação de obras, incorporando elementos informativos e promovendo a abertura para o debate, o que reforça seu posicionamento como um criador que busca contextualizar suas falas e ampliar as discussões sobre o universo literário. Embora durante o período analisado não tenham sido identificados conteúdos sobre *dark* ou *taboo* romance, o influenciador já abordou esses subgêneros em publicações anteriores, tratando o tema de forma mais explicativa e aberta ao debate. Diferentemente do perfil do Estadão, que mantém uma abordagem mais tradicional da literatura, Rodrigo demonstra mais proximidade com temas que possuem forte circulação nas redes sociais e no meio literário digital.

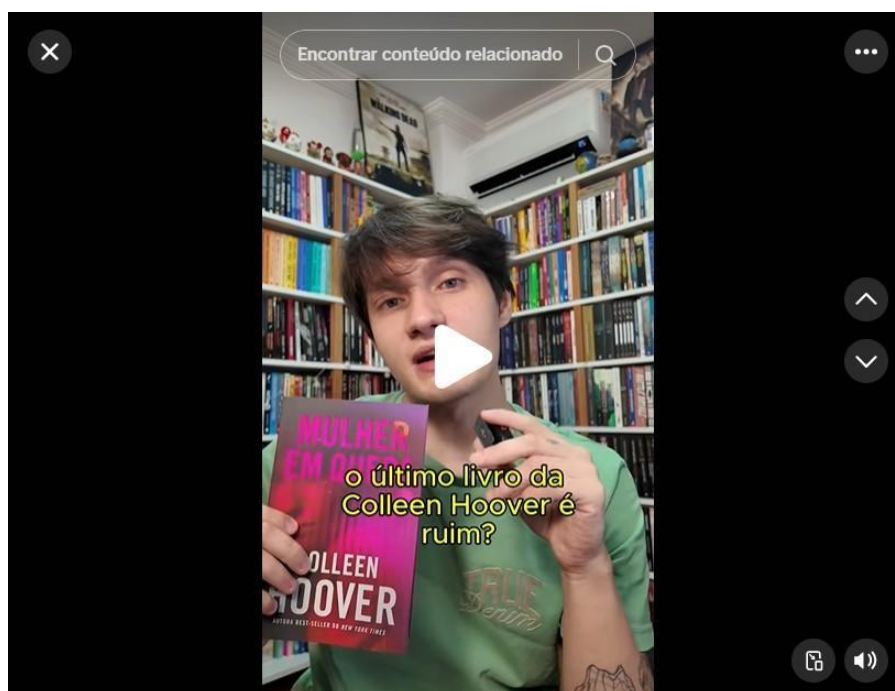
Além disso, o perfil também se destaca pela diversidade de formatos, incluindo a criação de um clube do livro, vídeos de listas temáticas e conteúdos explicativos sobre o universo literário, o que amplia as possibilidades de engajamento com o público. Essa variedade contribui para tornar o conteúdo mais atrativo, sem abrir mão, necessariamente, da credibilidade associada à formação do jornalista.

Nesse sentido, o perfil de Rodrigo de Lorenzi ocupa uma posição intermediária entre o jornalismo tradicional e a produção de conteúdo digital, combinando estratégias de engajamento típicas das redes sociais com práticas mais responsáveis de comunicação. Tal característica permite uma maior aproximação com o público jovem, ao mesmo tempo em que mantém um nível de confiabilidade superior ao observado em perfis que não apresentam preocupação com a verificação das informações divulgadas.

### 4.3 Análise do perfil do Theago Neiva (influenciador literário)

O terceiro perfil analisado corresponde ao influenciador literário Theago Neiva, cuja análise foi realizada no período de 10 de janeiro de 2026 a 20 de fevereiro de 2026. O criador produz conteúdos voltados ao universo da literatura na plataforma TikTok, reunindo aproximadamente 851 mil seguidores, o que reforça sua presença forte e influente no meio literário da plataforma. Seus vídeos incluem resenhas, indicações de livros e recomendações de produtos relacionados à leitura, como marcadores de página, luminárias e itens de decoração para estantes.

Em comparação com os perfis analisados anteriormente, observa-se que o conteúdo de Theago Neiva está mais voltado para as dinâmicas de engajamento da própria plataforma. O influenciador costuma abordar temas que estão em alta, principalmente livros que geram debates ou polêmicas entre os leitores, o que tende a aumentar a interação do público.



**Figura 4** — Conteúdo do influenciador Theago Neiva sobre livro da autora Colleen Hoover a partir pergunta provocativa e discussão sobre críticas e recepção da obra.

**Fonte:** TikTok de Theago Neiva, 2026

A Figura 4 exemplifica esse tipo de conteúdo ao apresentar um vídeo publicado em fevereiro de 2026, no qual o criador comenta o lançamento da autora Colleen Hoover. No vídeo, ele começa com uma pergunta provocativa sobre a qualidade do livro, destacando as críticas negativas que circularam sobre a obra. Ao mesmo tempo, apresenta sua própria opinião, afirmando que, apesar de não ser um dos melhores livros da autora, também não é tão ruim quanto muitas pessoas dizem.

O influenciador comenta que essa recepção negativa pode estar ligada às altas expectativas do público, já que a autora ficou um tempo sem lançar novos livros. Ele também aponta semelhanças entre a história e a vida pessoal de Colleen Hoover. Além disso, caracteriza o livro como um *dark romance*, com elementos como adultério e cenas mais sensuais, e destaca que é uma leitura envolvente, que prende a atenção.

Segundo ele, o livro cumpre seu principal papel, que é manter o leitor interessado, e por isso considera que a leitura vale a pena, principalmente para quem já gosta da autora ou do gênero. Ao final, o criador convida o público a comentar suas opiniões, incentivando a interação.

Nesse caso, é possível perceber que a escolha do tema está diretamente ligada à repercussão do livro nas redes sociais.

Além disso, observa-se que parte significativa do conteúdo do perfil também está associada a divulgações comerciais e parcerias publicitárias. Em alguns vídeos, o próprio influenciador sinaliza conteúdos patrocinados, como no caso de uma publicação sobre a série de livros *Chama Eterna*, em que a indicação aparece acompanhada da marcação de “publi”. Esse aspecto reforça que, em muitos casos, as recomendações literárias também estão vinculadas a estratégias de publicidade e não apenas a escolhas espontâneas de leitura.

Outro ponto observado é que o perfil não apresenta uma curadoria muito rígida na seleção das obras abordadas. Em diferentes momentos, o influenciador comenta tanto livros que já havia criticado anteriormente quanto lançamentos que estão em alta no momento, o que indica uma produção de conteúdo mais flexível e orientada pela repercussão do público e pelas tendências do momento.

Essa característica não aparece apenas no período analisado. Em uma publicação de fevereiro de 2024, o influenciador comenta a leitura da obra *A*

*Mangueira do Bombeiro: Romance Paranormal Gay com Gravidez Masculina de Dragão*, que ganhou destaque nas redes por seu caráter inusitado. No vídeo, ele afirma que decidiu ler o livro a partir de pedidos do público, o que mostra uma produção de conteúdo bastante influenciada pelas demandas dos seguidores e pelo potencial de viralização. A publicação alcançou aproximadamente 426,1 mil visualizações, reforçando a importância do engajamento na escolha dos temas abordados pelo criador.

Dessa forma, diferente do perfil de Rodrigo de Lorenzi, que demonstra preocupação com o uso de dados e a verificação das informações, o conteúdo de Theago Neiva apresenta uma abordagem mais voltada ao engajamento e às dinâmicas comerciais da plataforma. Isso não diminui sua relevância, mas indica uma outra forma de mediação da literatura nas redes sociais, mais voltada ao entretenimento, à publicidade e à circulação rápida de conteúdos.

Nesse sentido, o perfil de Thiago Neiva representa um modelo comum entre influenciadores digitais, no qual a literatura aparece como um produto de consumo e de interação, evidenciando como as redes sociais influenciam diretamente a forma de divulgação e recepção das obras literárias.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar as diferenças entre as estratégias de comunicação utilizadas pelos *book influencers* e pelo jornalismo na divulgação de obras literárias na plataforma TikTok, bem como compreender o papel do jornalismo na mediação desse fenômeno no ambiente digital. A partir disso, foram observadas diferentes formas de produção e circulação de conteúdos literários na plataforma TikTok, considerando tanto um perfil jornalístico quanto influenciadores digitais com estilos e propostas diferentes.

Em relação ao perfil do jornal Estado de S. Paulo, observou-se que, no período analisado, foram feitas poucas publicações sobre literatura, o que acabou limitando um pouco o material disponível para análise. Mesmo assim, os conteúdos encontrados seguem uma linha mais formal e institucional, com convidados que já têm reconhecimento em áreas ligadas à cultura, ao jornalismo e à produção intelectual.

Esse tipo de escolha acaba deixando o conteúdo com um tom mais tradicional, o que pode gerar certo distanciamento em relação ao público, principalmente quando comparado às formas mais dinâmicas e interativas que aparecem em conteúdos de influenciadores digitais. Além disso, percebe-se que essas publicações não estão organizadas em uma série ou em destaque dentro do perfil, como acontece com outros temas trabalhados pelo veículo, o que pode fazer com que esse tipo de conteúdo fique menos visível.

Outro ponto importante é que, mesmo estando em uma plataforma como o TikTok, que é bem dinâmica e interativa, o Estadão não explora tanto essas possibilidades quando o assunto é literatura. Algumas estratégias poderiam ajudar a aproximar mais o público, como a participação de jornalistas mais jovens do próprio veículo ou até a relação da literatura com outros produtos culturais, como filmes e séries, o que poderia tornar o conteúdo mais atrativo.

Já no caso do perfil do Rodrigo de Lorenzi, percebe-se uma postura mais intermediária entre o jornalismo e a criação de conteúdo digital. Ele consegue unir uma linguagem mais leve e acessível com o uso de dados e referências externas, o que dá mais credibilidade aos conteúdos. Em vários vídeos, ele deixa claro de onde

vem as informações, o que mostra uma preocupação em contextualizar o que está sendo dito.

Além disso, esse cuidado também aparece em outros momentos do perfil, inclusive fora do período analisado, quando ele traz discussões mais aprofundadas sobre livros e temas do universo literário. Assim, o conteúdo dele acaba equilibrando bem a parte do engajamento com uma certa responsabilidade na forma como a informação é apresentada.

No caso do Theago Neiva, observa-se um foco maior nas dinâmicas de engajamento e entretenimento. Ele costuma trabalhar com livros que estão em alta, temas polêmicos e discussões que geram bastante interação, muitas vezes a partir de perguntas provocativas ou opiniões pessoais. Também é comum que o conteúdo dele seja guiado por tendências e pelo interesse do público.

Outro ponto identificado é a presença de conteúdos patrocinados e parcerias, além de uma seleção de obras mais flexível, que varia bastante de acordo com o que está em evidência no momento. Isso mostra uma produção mais voltada para a circulação rápida de conteúdo e para o engajamento, do que para uma curadoria mais criteriosa ou informativa.

No geral, a comparação entre os três perfis mostra formas bem diferentes de mediação da literatura no ambiente digital. Enquanto o Estadão mantém uma abordagem mais institucional e tradicional, o Rodrigo ocupa um meio-termo entre informação e engajamento, e o Thiago se aproxima mais de uma lógica de entretenimento e viralização de conteúdo.

Por fim, a pesquisa buscou responder à seguinte questão:

**“quais são as diferenças entre as estratégias de comunicação utilizadas pelos *book influencers* e pelo jornalismo na divulgação de obras literárias no TikTok?”**

A partir da análise realizada, percebe-se que os influencers literários desempenham um papel relevante na forma como os jovens se relacionam com a literatura, principalmente porque atuam diretamente na circulação e na visibilidade das obras dentro das redes sociais. Esses criadores de conteúdo não apenas indicam livros, mas também contribuem para construção de tendências e para a ampliação dos debates em torno das obras mais comentadas pelos usuários. Nesse contexto, a

experiência literária passa a integrar práticas de navegação, interação, identificação e compartilhamento características do ambiente digital

Ao mesmo tempo, observa-se que esse processo não acontece da mesma forma em todos os casos, já que há diferenças importantes entre os perfis analisados em relação ao tipo de conteúdo produzido e à forma de abordagem dos temas literários. Enquanto alguns influenciadores se aproximam mais de uma lógica de entretenimento e tendências, outros tentam trazer mais contexto e referências de informação, o que influencia diretamente na forma como o público percebe a credibilidade do conteúdo.

Nesse cenário, o jornalismo ainda desempenha um papel importante na mediação dessas informações, especialmente quando oferece uma abordagem mais contextualizada, crítica e baseada em fontes verificadas. Mesmo que sua presença em plataformas como o TikTok ainda siga um formato mais tradicional e menos adaptado às dinâmicas de engajamento das redes, sua função de organização e validação das informações continua sendo relevante para equilibrar esse ambiente mais rápido, opinativo e dinâmico.

Dessa forma, entende-se que a relação entre *book influencers*, público jovem e jornalismo não ocorre de maneira igual ou padronizada, mas sim com diferentes formas de atuação. Cada um desses agentes exerce um papel específico na formação do consumo literário, contribuindo para a ampliação do acesso aos livros, mas também levantando questões sobre credibilidade, responsabilidade e formas de mediação da informação no ambiente digital.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Larissa. **JUDAS (7 Livro 1)**. [S. l.]: [s. n.], 2023. E-book. Disponível em: Amazon Kindle Unlimited.

ABREU, Larissa. **ANTICRISTO (7 Livro 2)**. [S. l.]: [s. n.], 2023. E-book. Disponível em: Amazon Kindle Unlimited.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

AMAZON, Brasil. **Brasileiros leram bilhões de páginas no Kindle em 2025 e romance foi o gênero favorito**. About Amazon, 2026. Amazon, 2026. Disponível em: <https://www.aboutamazon.com.br/noticias/dispositivos/brasileiros-leram-bilhoes-de-paginas-no-kindle-em-2025-e-romance-foi-o-genero-favorito> Acesso em 19 maio, 2026.

AMAZON, Brasil. **Mais vendidos em ebooks kindle**. Amazon, 2026. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/digital-text/5475882011> Acesso 19 maio, 2026.

BOOKDATA, Nielson. **Panorama do consumo de livros**. Câmara brasileira dos livros, 2025. Disponível em: [https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2025/02/2024\\_Panorama-do-Consumo-de-Livros\\_Imprensa\\_V2-1.pdf](https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2025/02/2024_Panorama-do-Consumo-de-Livros_Imprensa_V2-1.pdf) Acesso em: 18 maio, 2026.

ESTADO DE S. PAULO, Jornal. **Publicação nas redes sociais**. TikTok, 2025. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@estadao/video/7570173856099405076?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7643175417616893456](https://www.tiktok.com/@estadao/video/7570173856099405076?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7643175417616893456) Acesso 08 agos. 2025.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 3° ed. São Paulo: Ática S.A, 1993.

LAGO, Cláudia; Benetti, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3° ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

LORENZI, Rodrigo. **Publicação nas redes sociais**. TikTok, 2026. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@rodrigodelorenzi/video/7626892587537878290?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7643175417616893456](https://www.tiktok.com/@rodrigodelorenzi/video/7626892587537878290?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7643175417616893456) Acesso 09 maio, 2026.

NEIVA, Theago. **Publicação nas redes sociais**. TikTok, 2026. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@theagoneiva/video/7606512225196592402?is\\_from\\_webap=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7643175417616893456](https://www.tiktok.com/@theagoneiva/video/7606512225196592402?is_from_webap=1&sender_device=pc&web_id=7643175417616893456) Acesso 13 fev. 2026.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 4º ed., 1º reimpr. São Paulo: Contexto, 2013.

PRÓ-LIVRO, Instituto. **Retratos da leitura no Brasil 2024**. Instituto Pró-livro, 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> Acesso em: 19 maio, 2026.

SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações em massa**. 2º ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.



**PUC  
GOIÁS**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO

Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário  
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010  
Goiânia | Goiás | Brasil  
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)  
3946.3080 [www.pucgoias.edu.br](http://www.pucgoias.edu.br) |

DE GOIÁS

INSTITUCIONAL

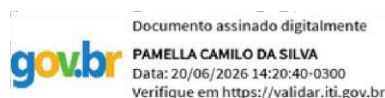
## RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

### Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Pâmella Camilo da Silva, do Curso de Jornalismo, matrícula, \_\_\_\_\_ telefone: \_\_\_\_\_ e e-mail, \_\_\_\_\_, qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a Disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Jornalismo cultural e BookTok: Estratégias de comunicação na divulgação da literatura no TikTok, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MOV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

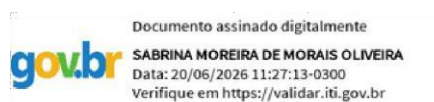
Goiânia, 20 de junho de 2026.

Assinatura do(s) autor(es):



Nome completo do autor: Pâmella Camilo da Silva

Assinatura do professor-orientador:



Nome completo do professor-orientador:

Sabrina Moreira de Moares Oliveira



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA**

**DE GOIÁS**

**PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO  
INSTITUCIONAL**

Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário

Caixa Postal 86 | CEP 74605-010

Goiânia | Goiás | Brasil

Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3080 [www.pucgoias.edu.br](http://www.pucgoias.edu.br) |