

# REDES SOCIAIS, LEITURA E LITERATURA: ENGAJAMENTO E FORMAÇÃO DE LEITORES NOS PERFIS DA CASA DE CULTURA JOSUÉ MONTELLO E DA BIBLIOTECA PÚBLICA BENEDITO LEITE NO INSTAGRAM

MAURÍCIO JOSÉ MORAIS COSTA<sup>1</sup>

BRUNA MARIA PAIXÃO CASTELO BRANCO<sup>2</sup>

DONNY WALLESON DOS SANTOS<sup>3</sup>

KLÁUTENYS DELLENE GUEDES CUTRIM<sup>4</sup>

CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO<sup>5</sup>

## RESUMO

Investigação acerca de Perfis na rede social Instagram como ferramentas de engajamento, promoção da leitura, literatura e formação de novos leitores. Trata-se de uma pesquisa exploratória, de caráter analítico e descritivo das potencialidades de difusão do fomento à leitura por meio dos perfis da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Pública Benedito Leite, em São Luís, Maranhão. Analisa o engajamento nas redes sociais como estratégia de formação de novos leitores e discute o formato digital como nova prática de consumo da literatura. Utiliza a metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS) proposta por Recuero, Bastos e Zago (2015), mediante a aplicação de um conjunto de métricas para a descrição das relações, comportamentos, opiniões, dentre outros aspectos inerentes às redes. Resulta na demonstração dos impactos presentes nos dois perfis analisados para formação de leitores por meio de postagens selecionadas que ilustram os objetivos pontuados nesta pesquisa. Aborda as transformações nos contextos da leitura e literatura com o uso intenso de tecnologias, sobretudo de mídias sociais. Aponta a necessidade de novos estudos referentes às relações entre os usos das redes sociais e suas potencialidades como ferramenta de difusão da informação e formação de novos usuários de espaços que possibilitam o acesso a bens culturais literários e efetivam as políticas públicas voltadas para o livro, a leitura e a literatura.

Palavras-chave: Formação de Leitores. Redes Sociais. Instagram. Casa de Cultura Josué Montello. Biblioteca Pública Benedito Leite.

1 Mestre em Cultura e Sociedade; Especializando em Design Instrucional pelo Centro Universitário Senac São Paulo; Bacharel em Biblioteconomia pela UFMA; Docente do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco. E-mail: mauriciojosemora@gmail.com.

2 Mestra em Cultura e Sociedade; Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Especialista em Jornalismo Cultural na Contemporaneidade; Editora do Jornal O Estado do Maranhão. E-mail: brunacastellobranco@gmail.com.

3 Mestre em Cultura e Sociedade; Especialista Metodologia do Ensino Superior; Especialista em Dança Educacional e Bacharel em Fisioterapia; Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas em Patrimônio Cultural; Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Maranhão (FAPEMA). E-mail: dws87@outlook.com.

4 Doutora e Linguística e Língua Portuguesa (UNESP); Mestra em História (UFPE); Docente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade; Líder do Grupo de Estudo e Pesquisas sobre Patrimônio Cultural. E-mail: kdgedes@gmail.com.

5 Doutora e Linguística e Língua Portuguesa (UNESP); Mestra em Estudos Literários (UNESP); Docente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade; Líder do Grupo de Estudo e Pesquisas sobre Patrimônio Cultural. E-mail: cbelfort@globo.com.

## Introdução

Vive-se a dinâmica das redes e o uso contínuo de tecnologias digitais, à medida que o uso da internet transcende o uso exclusivo dos computadores e se faz presente em uma série de dispositivos. Tal crescimento informacional é inegável, imprimindo nos indivíduos novos hábitos e rotina; observa-se, cada vez mais, a desterritorialização e desmaterialização dos suportes. Nesse liame, as redes sociais tornaram-se canais de comunicação complexos, uma vez que abandonam a postura passiva e se consolidam como mecanismos de emancipação social, político, cultural e empoderador, em que múltiplas relações são estabelecidas.

A forma como a informação se dissipa coloca em evidência outras características das redes sociais, em especial o Instagram, cujo número de usuários (perfis ativos) cresce na “velocidade dos bits”. Nesse contexto, destaca-se o potencial educativo da rede. Por não conter apenas perfis pessoais, tornou-se um rico canal de divulgação de produtos e serviços, e, por que não dizer, de recursos educacionais e instrucionais. A partir disso, evidenciam-se os perfis Casa de Cultura Josué Montello e Biblioteca Pública Benedito Leite, páginas dedicadas à divulgação da leitura e literatura, mostrando-se como uma ponte entre os livros e as pessoas.

Sabendo-se do potencial educativo do Instagram, aliado ao seu crescente número de usuários, emerge a seguinte questão de pesquisa: O Instagram contribui como ferramenta educativa na formação de leitores? De que forma os perfis da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Pública Benedito Leite têm promovido o engajamento e a formação de leitores no Instagram?

Nesse sentido, o presente estudo tem por objetivo geral analisar o engajamento, a difusão da leitura e da literatura, bem como a formação de leitores nos perfis da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Pública Benedito Leite no Instagram. Além disso, busca-se discutir como a leitura digital e as redes sociais, em especial o Instagram, têm convergido em novas práticas de consumo da literatura.

Trata-se de um estudo exploratório, com fins analíticos e descritivos, que, na perspectiva de compreender e interpretar as relações estabelecidas nos perfis da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Pública Benedito Leite com a formação de leitores, bem como o engajamento fomentado pela leitura e literatura no Instagram, adotou a metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS) (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015). Tal metodologia consiste em um conjunto de métricas e técnicas de pesquisa que auxiliam na descrição das relações entre os “nós” e suas “conexões” nas redes sociais, voltados sobretudo para sua visualização. Ferreira *et al* (2018, p. 570) afirmam que “A ARS permite ao pesquisador fazer uma análise de uma rede social no todo ou em suas partes.” Mucheroni e Ferreira (2010) explicam que a ARS tem por finalidade revelar o comportamento, as opiniões, a produção de informações e conhecimentos ligados às estruturas onde tais estão inseridos na rede.

Organizado em cinco seções, discute as relações entre livro e leitura digital, redes sociais, em especial o Instagram e os perfis da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Pública Benedito Leite, a partir de autores como Lévy (2010), Castells (2010), Recuero (2009), Jones, Malczyk e Benek (2011), Oliveira (2018), Ciribeli e Paiva (2011), Jesus, Araújo e Carvalho (2018), dentre outros.

## Livro, leitura e literatura no mundo digital

Sabe-se que as tecnologias foram e são determinantes no processo de universalização da informação, impactando diretamente na forma como os indivíduos as utilizam. A internet e os *gadgets* oriundos da modernização tecnológica possibilitam uma série de relações sociais, uma vez que distâncias foram encurtadas e desterritorializadas. Nesse sentido, Pagnan, Lima e Mustafa (2018, p. 140) afirmam que “Os recursos tecnológicos são instrumentos de informação que podem auxiliar a prática nesse processo de ensino e aprendizagem das competências leitoras.” Diante disso, a literatura ganha novas formas de relacionamento, tendo em vista que o modo de ler não é mais o mesmo, assim como seus respectivos suportes.

O livro físico divide as atenções com novos formatos e tipologias documentais, tais como os arquivos em *Portable Document Format* (PDF), legíveis por *smartphones*, *tablets*, *notebooks* e inúmeros leitores digitais. Portanto, a leitura e consumo de literaturas ocorre sob diferentes perspectivas e plataformas. Observa-se, então, um avanço no modo de escrita – os textos nascem digitais – e nas estratégias de leitura pautadas nos recursos gráficos. Sobre isso, Segabinazi e Oliveira (2018, p. 278) explicam que “[...] a literatura hipermediática, digital ou eletrônica prospera no mercado editorial com inovações que apelam para uma nova visão do que é literatura [...]”.

Tal transformação no contexto da leitura e da literatura, que assume um caráter hipermediático, é pontualmente explicitado por Munari (2012, p. 2), ao destacar que “[...] a literatura perde suas bordas, embaralha-se com as outras artes e linguagens do meio.” Todavia, esse “embaralhar” não pode ser confundido, uma vez que o *ebook*, por exemplo, embora entendido como livro eletrônico, não deve ser associado exclusivamente à internet, visto se tratar de livros em formato eletrônico, cujas páginas estão em um suporte digital (MUNARI, 2012; SEGABINAZI; OLIVEIRA, 2018).

*Online* ou *offline*, quando lemos em meio eletrônico, realizamos múltiplas conexões e viagens, de tal modo que o leitor realiza cruzamentos e entrecruzamentos que podem parecer inimagináveis. Com isso, estabelece-se a relação entre literatura e internet, visto que não se pode mais dissociar a escrita literária das ferramentas do ciberespaço, que por sua vez consegue convergir artes, linguagens, gêneros, dentre outros elementos (MUNARI, 2012; LÉVY, 2010). Munari (2012) ressalta que a internet pode ser não apenas um canal de comunicação, mas também um ambiente sociopolítico e uma ferramenta de universalização da leitura e literatura, ou seja, o leitor pode chegar mais facilmente ao livro digital, e por conseguinte ao mundo literário.

Tal ubiquidade no mundo literário possibilita ao sujeito-leitor acessar diferentes materiais, além de navegar e se deslocar em distintas fontes de informação. Diante do acesso facilitado aos dispositivos móveis, as práticas leitoras ganham um novo território favorecedor, os *smartphones* (COUTINHO, 2014; SANTAELLA, 2013). Nessa perspectiva, os recursos digitais atuam como impulsionadores de leitores (SOUZA; SCHLINDWEIN, 2018). A leitura digital, conquistando um maior número de adeptos, estes dinâmicos e capazes de múltiplas interações, expande os ambientes tradicionais (bibliotecas, livrarias etc.), que passam a fazer parte das redes sociais, cujas discussões são iniciadas na seção seguinte.

## Redes sociais: Instagram

O homem sempre esteve em busca de mecanismos para se comunicar. Inicialmente com inscrições nas paredes, que foram evoluindo para cartas, telegramas até as tecnologias digitais, tendo a internet como principal recurso para troca de informações em distintos âmbitos.

O desenvolvimento acelerado das tecnologias implicou mudanças significativas, que não se restringem ao acesso à internet. Tal advento impulsiona novas possibilidades de manifestação, expressão e socialização por meio das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador (RECUERO, 2009; SILVA; RIBEIRO; SILVA FILHO, 2018). Santos (2011) explica que a Comunicação Mediada por Computador (CMC) possibilitou que tais mecanismos alcançassem um maior número de adeptos, proporcionando uma maior interação entre os indivíduos, que, mediante uso frequente, acaba por compor redes e padrões de conexões.

Lévy (2010) pontua que a comunicação em meio digital permite o entrelaçamento de diferentes formas culturais e linguísticas no espaço virtual, compondo, por meio da circulação da informação, uma espécie de inteligência coletiva. Para o autor, o espaço virtual constitui-se um “meta-meio de comunicação”, justamente por envolver e integrar múltiplos meios. Tal inteligência coletiva explicita o que Recuero (2009) chama de metáfora estrutura que explica os grupos que são compostos no ciberespaço: “[...] uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores [...]” (RECUERO, 2009, p.24).

Castells (2010, p. 45) também faz uso de metáforas para explicar os grupos que são formados na internet. O autor analisa as redes sob a ótica de “nós” interconectados, com relevância variada; são chamados de “centros” os entes de maior importância nas redes. Recuero (2009, p. 122) deixa mais claro, ainda, o entendimento de redes sociais, pois, segundo ela, são “[...] compreendidas como grupos de indivíduos (atores) cujas trocas conversacionais vão gerar laços e capital social”.

Pode-se entender as redes sociais como a união de pessoas ou organizações que compartilham dos mesmos objetivos, valores, anseios, sem estarem condicionadas a uma estrutura hierárquica, presentes em diferentes espaços. Sendo assim, compreende a conexão e interação de pessoas e seus vínculos no espaço virtual (OLIVEIRA, 2018). Jones, Malczyk e Benek (2011) esclarecem que tais redes pressupõem uma interação *online* a partir dos perfis e dos interesses similares, tendo um *website* ou aplicação *web* que permita o envio e a recepção de mensagens.

Oliveira (2018), Ciribeli e Paiva (2011) e Jesus, Araújo e Carvalho (2018) deixam claro que não se deve confundir rede social como rede social virtual ou mídia social. Trata-se de domínios distintos, pois as redes sociais virtuais e mídias digitais são plataformas ou aplicações *web* cuja finalidade é conectar pessoas, criar e compartilhar conteúdo. Sendo assim, podem ser definidas como um conjunto de aplicações baseadas na internet, ancoradas nas características da *Web 2.0*, ou seja, criação e compartilhamento de conteúdo multimídia (texto, imagem, som, vídeo etc.) gerado por seus utilizadores (KAPLAN; HAENLEIN, 2010; RYAN; JONES, 2009).

As redes sociais de maior popularidade são Facebook, Youtube, Twitter, WhatsApp e Instagram, objeto deste estudo. A partir de tais plataformas, seus usuários podem recomendar, expressar suas opiniões, partilhar conteúdos já disponíveis na internet, experiências, conheci-

mentos, críticas, produtos e marcar serviços, discutir temas em evidência, interesses, *hobbies*, dentre outras coisas (SANTOS, 2016).

O Instagram é uma das plataformas/aplicativos de maior. Trata-se de uma aplicação desenvolvida por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010 (CASTRO, 2014). Com um *layout* simples, pautado na edição e rápido compartilhamento de fotografias, já contava com um número expressivo de usuários, de tal modo que fora vendido em 2012 para o *Facebook*, ou seja, tinha-se um conglomerado poderoso de redes sociais virtuais.

O crescimento do *Instagram* foi notável. Em 2013 somava 10 milhões de usuários e em 2015 esse número cresceu para 400 milhões (CASTRO, 2014). Conforme dados da própria plataforma, já se acumulam mais de 1 bilhão de usuários ativos, sendo que o Brasil é o segundo país do mundo com a maior fatia de perfis. Dentre a gama de possibilidades e potencialidades do Instagram, neste estudo pretende-se analisar a capacidade da rede social em formar leitores, bem como se constituir um recurso educativo e de estímulo à leitura, tendo como objeto os perfis “Casa de Cultura Josué Montello” e “Biblioteca Pública Benedito Leite”, a serem abordados na próxima seção.

## Perfis da Casa de Cultura Josué Montello e Biblioteca Pública Benedito Leite

A Casa de Cultura Josué Montello é uma entidade cultural vinculada à Secretaria de Cultura do Estado do Maranhão e foi criada a partir de uma doação feita pelo escritor Josué Montello no dia 14 de março de 1983, por meio de uma escritura pública, incluindo obras bibliográficas, documentais e museológicas com o objetivo de torna-se uma fonte de pesquisas e trabalhos nas áreas da literatura, ciências sociais, além de preservação da memória literária do escritor maranhense Josué Montello (SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO, 2017).

Segundo a descrição do acervo no *site* da Secretaria de Cultura e Turismo, ele encontra-se subdividido em três partes: biblioteca, arquivo e museu. A biblioteca particular do escritor tem aproximadamente 50 mil exemplares, dispostos nas seções de literatura maranhense; montelliana; acervo Geral; literatura francesa; periódicos e obras raras. O Arquivo é composto por 47 mil peças entre documentos pessoais, correspondência, fotografias e outros itens. No espaço do Museu ocorrem exposições permanentes e temporárias com objetos pessoais, utensílios de decoração. Localizado na Rua das Hortas, nº 327, no Centro de São Luís, o espaço funciona de segunda a sexta-feira, das 13h às 18h.

Além do espaço físico, as ações da Casa de Cultura Josué Montello também podem ser conhecidas por meio de seu perfil no Instagram. O perfil @cjosuemontello teve sua primeira publicação feita no dia 21 de fevereiro de 2014. Na ocasião, foi feito um registro da inauguração da Sala Yvonne Montello, homenagem à viúva do escritor, e feita para abrigar a seção Arquivo.

Até a elaboração deste artigo, o perfil possuía 1.572 seguidores e 582 publicações que versam sobre as atividades e ações promovidas pela instituição, como exposições, palestras, visibilidade dessas ações nos meios de comunicação e curiosidades sobre obras do escritor. O perfil mostra a representatividade literária do autor para o Maranhão, criando com seus segui-

dores uma ligação de pertencimento cultural e intenção informacional a partir da importância literária do escritor homenageado na instituição, permitindo interconexões além da visita ao espaço físico da Casa Josué Montello. Levy (1999) analisa as interconexões a partir da cibercultura como ferramenta para criar outras paisagens de sentido (LEVY, 1999).

Em relação à Biblioteca Pública Benedito Leite, ela passou a ter este nome a partir de 1958, por meio do decreto nº 1316 de 8 de abril, na gestão de José Maria Carvalho. No entanto, sua história remonta o século XIX, com a instituição da Biblioteca Pública da província do Maranhão. Costa, Cutrim e Carvalho (2019) observam que a instituição integra o Complexo da Praça Deodoro, inaugurado em 2019 e é considerada uma referência informacional e cultural do estado.

O perfil no Instagram da Biblioteca, com endereço @bpbloficial, teve a sua primeira publicação no dia 25 de março deste ano, divulgando um projeto sobre Cinema e Biblioteca, realizado periodicamente nas atividades. Até o momento da escrita do artigo, o perfil contava com 156 publicações, mostrando atividades da Biblioteca e 1.343 seguidores. Na descrição do perfil, a importância da Biblioteca Benedito Leite é observada: "Biblioteca Pública Estadual do Maranhão, criada em 3 de maio de 1831. Maior Biblioteca Pública do Estado, localizada no Centro de São Luís".

## Leitura, literatura e engajamento no Instagram da Casa de Cultura Josué Montello e Biblioteca Pública Benedito Leite

As construções simbólicas dentro do ciberespaço permitem a legitimação de uma identidade que transcende fronteiras geográficas, possibilitando um novo espaço social e cultural de interação, no qual pessoas localizadas em pontos geográficos distintos podem ter as mesmas influências identitárias. Para Matuck e Meucci (2005), a internet possibilitou que as construções identitárias oferecessem um novo espaço social.

Nos perfis oficiais no Instagram da Casa de Cultura Josué Montello e da Biblioteca Benedito Leite, a essência das postagens encontra-se relacionada à divulgação cultural. No perfil da Casa de Cultura Josué Montello, as postagens versam, principalmente, sobre a obra do escritor homenageado. No entanto, a descrição do perfil traz uma abrangência das atividades de funcionamento do local, definido como um espaço para visitação, leitura, pesquisa e preservação da memória. Existem postagens frequentes sobre a programação da casa, com uma interação em média de 30 a 100 curtidas.

Dentre 585 publicações acompanhadas por mais de 1.500 seguidores, optou-se por uma postagem com 15 comentários e 100 curtidas, pois exalta o lançamento da nova edição do livro *Os Tambores de São Luís*, considerado uma obra-prima da trajetória do escritor Josué Montello. Ao mostrar parte da equipe responsável pelo projeto, a publicação personifica o trabalho realizado na divulgação da obra do escritor, como exemplifica a FIGURA 1.



FIGURA 1 – Tela do Instagram da Casa de Cultura Josué Montello  
Fonte: Instagram (2019)

Ao colocar a equipe técnica, o perfil exalta o protagonismo da ação, a identidade de quem é responsável pela preservação da memória do escritor, bem como divulga a importância da reedição da obra *Os Tambores de São Luís*, tema presente em outras postagens, inclusive com a divulgação de palestras e análise da obra montelliana. Levy (1998) aponta que os atores da comunicação produzem um universo de sentido como elementos de representação simbólica.

Além da equipe, o perfil da casa funciona como vitrine demonstrativa das parcerias realizadas, em grande maioria, com escolas das Redes Públicas Estadual e Municipal e instituições privadas de ensino básico. A FIGURA 2 demonstra a participação de alunos no encerramento da 17 Semana Nacional de Museus<sup>6</sup>, pela qual é possível inferir o estreitamento das relações com a comunidade do entorno e da cidade, além de fomentar a formação de novos visitantes do espaço e democratizar de forma direta os bens culturais que compõem seu acervo.

6 Evento nacional realizado em todo Brasil em comemoração ao Dia do Museu, 18 de maio, com programações gratuitas nas principais casas de cultura das cidades que realizam o evento.



FIGURA 2 - Tela do Instagram representando parceria da Casa Josué Montello com alunos de uma escola de ensino básico  
Fonte: Instagram (2019)

Calabre (2018) aponta como fundamental no exercício das práticas de políticas públicas municipais a autonomia dos municípios em executarem ações de acordo com as necessidades, práticas, costumes e tradições locais, fortalecendo o reconhecimento identitário do povo com suas representações simbólicas nos mais diversos campos da produção artístico-cultural, dentre elas, a literatura.

A construção de narrativas simbólicas sobre a legitimação do espaço retratado é também uma marca presente no Instagram da Biblioteca Pública Benedito Leite. Se a Casa de Cultura Josué Montello coloca o protagonismo da preservação da memória na equipe responsável pelo espaço, no perfil da Biblioteca Pública Benedito Leite, a legitimação cultural encontra-se na própria construção simbólica do espaço. Hall (2006) define a construção da identidade cultural como uma projeção de nós mesmos e a internalização de valores e significados, alinhando os sentimentos subjetivos com os lugares objetivos ocupados no mundo social e cultural.

Desse modo, a Biblioteca Pública Benedito Leite se projeta no perfil no Instagram não apenas como um espaço de educação e cultura, mas também como um ator importante e influenciador na sociedade, por meio do símbolo educativo e cultural que ela representa. Na FIGURA 3, percebe-se a intenção de legitimar a projeção em outras esferas sociais. No dia 12 de junho de 2019, a postagem mostra a fachada da Biblioteca Pública Benedito Leite e um grupo de pessoas reunidas.



FIGURA 3 – Tela do Instagram da BPBL  
Fonte: Instagram (2019)

Na descrição da postagem temos: “Dia Mundial da Prevenção e Combate ao Trabalho Infantil. Biblioteca Pública Benedito Leite integra à Rede de Proteção da Infância e Adolescência no combate ao trabalho infantil. Hoje a escadaria da Biblioteca mais uma vez foi palco de grandes momentos.” #BrasilSemTrabalho Infantil. A postagem recebeu 154 interações com curtidas em sinal de aprovação e um comentário.

Ao se posicionar como articuladora de uma rede de combate ao trabalho infantil, a Biblioteca Pública Benedito Leite amplia diante da sociedade sua importância. Legitimada como centro cultural de leitura e cultura, posiciona-se também pela visibilidade do engajamento social e enfatiza a importância simbólica da instituição dentro do processo de construção social. Charaudeau (2007) analisa que a produção de sentidos só tem eficácia quando produz reconhecimento do receptor na autoridade de quem exerce o discurso; o ator de comunicação constrói a significação psicossocial do contrato.

Além da posição social assumida pelo espaço no perfil da rede social, a Biblioteca Pública Benedito Leite assume ainda um discurso mais informal em suas redes, com o intuito de chamar atenção de novos leitores. No dia 17 de junho, uma postagem com a imagem da diretora da instituição, Aline Nascimento, conclama novos leitores para conhecer o espaço, ao anunciar novos livros no acervo. Com uma linguagem informal, a postagem convida a uma visita física, como mostra a FIGURA 4.



FIGURA 4 – Instagram da BPBL  
Fonte: Instagram (2019)

Sem se desvirtuar da proposta de incentivar a leitura, o perfil utiliza uma linguagem mais informal, mais atrativa ao público mais jovem. Além da imagem, o texto da postagem reafirma o convite: “Estamos te aguardando!”. A postagem recebeu 135 curtidas em sinal de aprovação. Outra estratégia vista na FIGURA 5 é o reforço ao convite pelo estímulo de exemplos de outras escolas e instituições que já realizaram a visita, demonstrando a facilidade de acesso pelo *link* de agendamento já disponibilizado. Dias (2018) ratifica a importância da hiperconexão resultante de estratégias de indução ao *click*, bastando um único para transportar o sujeito para outras janelas de seu interesse.

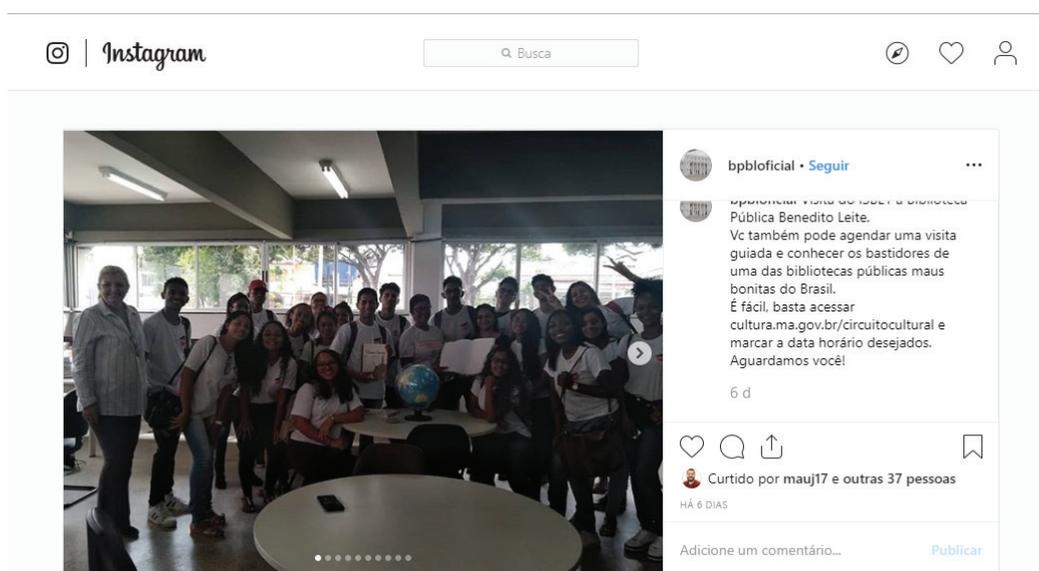


FIGURA 5 – Tela do Instagram representando uma visita agendada na BPBL  
Fonte: Instagram (2019)

Nota-se a potencialidade da utilização dos perfis para o incentivo à leitura e formação de novos leitores, de todas as idades e classes sociais, por meio da difusão de ações, produtos e serviços desenvolvidos pelos espaços no intuito principal de democratização do acesso aos bens culturais salvaguardados em seus acervos. Torna-se fundamental mecanismo de aproximação com a sociedade hiperconectada, haja vista a diminuição das distâncias reais pelas virtuais e os novos territórios de realocções da leitura, do texto e, principalmente, do sujeito imerso em um universo de informações.

## Considerações finais

Os impactos causados pelos avanços tecnológicos e o advento da internet no processo de leitura e difusão da informação não se refletem na substituição dos livros físicos por aqueles de suporte digital, mas em reconfigurações das materialidades possíveis para a literatura e o modo de consumi-la. Longe de serem substituídos, os livros impressos compartilham o espaço com outros formatos de representação e consumo da leitura, atendendo às particularidades de cada leitor em suas preferências no ato de ler.

As redes sociais, de um modo geral, reconfiguram os modos de se relacionar, os hábitos, comportamentos e formas de consumir produtos, bens e serviços, possibilitando o acesso imediato a informações em qualquer lugar do mundo para aqueles que possuem acesso à internet e um dispositivo tecnológico de mediação. O Instagram, em especial, une duas potentes fontes de informação: texto e imagem. O estímulo cognitivo no usuário chega por duas vias distintas e complementares que, caso uma não seja suficiente, a outra supre o *deficit* informacional, ou seja, é possível conquistá-lo pelo texto e/ou pela imagem.

Assim, o Instagram alcança tanto aqueles que “curtem” textos longos, quanto aqueles que se satisfazem somente com a imagem. De uma forma ou de outra, a informação principal chega ao usuário de forma contundente, potencializando os resultados almejados. Em específico à formação de leitores, a análise dos perfis aqui destrinchados aponta para o sucesso das estratégias de fomento à leitura por meio das redes sociais. Nota-se engajamento dos usuários, além da alimentação contínua com novos conteúdos dos perfis, que gera um ciclo de retroalimentação: quantos mais ações, mais postagens e mais usuários que geram a necessidade de mais ações, e assim sucessivamente.

Em virtude da contínua atualização de ferramentas disponibilizadas pelas redes sociais e dos conteúdos gerados a todo momento, fazem-se necessários outros estudos que contemplem a gama de recortes possíveis no que diz respeito às suas contribuições para a formação de leitores. Os perfis da “Casa Josué Montello” e “Biblioteca Pública Benedito Leite” apresentam ainda uma série de características passíveis de análise e investigação. Outrossim, há outros perfis de casas de cultura e bibliotecas que contribuem para efetivação das políticas para o livro, leitura e literatura, ratificando sua importância e fortalecendo seus laços com seus usuários, sejam eles reais ou virtuais.

## Social networks, reading and literature: reader engagement and training in the profiles of Josué Montello House of Culture and Benedito Leite Public Library on Instagram

### ABSTRACT

*Research about Profiles in the social network Instagram as tools of engagement, promotion of reading, literature and training of new readers. It is an exploratory research, analytical and descriptive of the potential of diffusion of the promotion of reading through the profiles of the "Casa de Cultura Josué Montello" and the "Benedito Leite Public Library" in São Luís, Maranhão. It analyzes the engagement in social networks as a strategy for training new readers and discusses the digital format as a new practice of literature consumption. It uses the methodology of Social Network Analysis (ARS) proposed by Recuero, Bastos and Zago (2015), by applying a set of metrics to describe relationships, behaviors, opinions, and other aspects inherent in networks. Results in the demonstration of the impacts present in the two profiles analyzed for reader formation through selected posts that illustrate the objectives scored in this research. It addresses the transformations in the contexts of reading and literature with the intense use of technologies, especially of social media. It points out the need for new studies regarding the relationship between the uses of social networks and their potentialities as a tool for disseminating information and training new users of spaces that allow access to literary cultural assets and make public policies for books, reading and literature.*

**Keywords:** Reader Training. Social Networks. Instagram. House of Culture Josué Montello. Public Library Benedito Leite.

### Referências

- CALABRE, Lia. Cultura, territorialidade e direitos: A gestão municipal de cultura. In: CANEIRO, Juliana. BARON, Lia. (Org.). *Gestão Cultural*. Niterói: Niterói Livros, 2018.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da Identidade*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.
- CASTRO, Rodrigo Inácio de. *Instagram: produção de imagens, cultura mobile e seus possíveis reflexos nas práticas educativas*. 2014. 155 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discursos das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Víctor Hugo Pereira. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, jan./jun. de 2011.
- COUTINHO, Gustavo Leuzinger. *A Era dos Smartphones: um estudo exploratório sobre o uso dos smartphones no Brasil*. Brasília, 2014. 67 f. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda), Universidade de Brasília, Brasília, 2014.
- DIAS, C. *Análise do Discurso Digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2018.
- FERREIRA, Tereza Renôr. et al. Redes sociais na comunicação científica: Análise de Redes Sociais (ARS) nos anais do ENANCIB. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, Florianópolis, v. 24, n. 1, p. 564-577, dez./mar., 2018/2019.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.
- JESUS, Gabriela Oliveira de; ARAÚJO, Wellington Santos de; CARVALHO, Carmen Regina de Oliveira. *Internet e redes sociais: jornalismo no meio digital*. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 20., 2018. *Anais...* Juazeiro, BA: INTERCOM, 2018.
- JONES, A. T.; MALCZYK, A.; BENEKE, J. *Internet marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing*. [S.l.]: Get Smarter, 2011.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010. 272 p.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 1998.

MEUCCI, A.; MATUCK, A. A Criação de Identidades Virtuais através das Linguagens Digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2005.

MUCHERONI, M. L.; FERREIRA, G. C. Análise de redes sociais em ambientes informacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010. *Anais...* Rio de Janeiro, 2010.

MUNARI, Ana Cláudia. *Literatura e internet*. [Porto Alegre]: PUCRS, 2012. 7 p.

OLIVEIRA, Maria Beatriz Izidia Baracho de. *Comunidade booktube e o leitor contemporâneo*. 2018. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

PAGNAN, Celso Leopoldo; LIMA, Denilson Teixeira Lima; MUSTAFA, Rennan Herbert Mustafa. A prática da leitura: hábitos e suportes. *Nuances: estudos sobre Educação, Presidente Prudente - SP*, v. 29, n. 2, p. 139-155, mai./ago. 2018.

RABECCHI, Ana Lúcia Gomes da Silva. *O fio das travessias: a perspectiva histórica em Os tambores de São Luís, de Josué Montello e A Gloriosa Família - O tempo dos flamengos, de Pepetela*. 2009. Tese (Doutorado em Estudos Comparados de Literatura de Língua Portuguesa) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina, 2015. 182 p.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

RYAN, D.; JONES, C. *Understanding digital marketing: marketing strategies forengaging in digital generation*. Londres: Kogan Page, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação Ubíqua: representação na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTOS, Elisângela Roque dos. *Comunicação empresarial, interatividade e redes sociais: estudo de caso da Embrapa Solos*. 2011. 148 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2011.

SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO. *Casa de Cultura Josué Montello*. São Luís. 2017.

SEGABINAZI, Daniela Maria; OLIVEIRA, Valnikson Viana de. Literatura digital, eletrônica ou hipermediática: tendências contemporâneas de leitura para crianças e adolescentes. *Revista FronteiraZ*, n. 20, jul. 2018.

SILVA, Danilo Morais da; RIBEIRO, Ana Claudia Dias; SILVA FILHO, Esiomar Andrade Silva. As redes sociais como ferramenta para acesso à informação na administração pública. *Perspectivas em Políticas Públicas*, Belo Horizonte, v. 11, n. 21, p. 267-294, jan./jun. 2018.

SOUZA, José Batista de; SCHLINDWEIN, Ana Flora. Os desafios da formação do leitor contemporâneo e a literatura digital. *Revista Leia Escola*, Campina Grande, v. 18, n. 2, p. 83-102, 2018.

Data de submissão: 13/01/2020

Data de aceite: 15/07/2020