

Doi: <https://doi.org/10.17058/rzm.v14i2.20733>

ENTRE FOFOCAS E RECEITAS LITERÁRIAS: MEDIAÇÃO E POPULARIZAÇÃO DA LEITURA LITERÁRIA NO BOOKTOK

ENTRE EL CHISME Y LAS RECETAS LITERARIAS: MEDIACIÓN Y
POPULARIZACIÓN DE LA LECTURA LITERARIA EN BOOKTOK

BETWEEN GOSSIP AND LITERARY RECIPES: MEDIATION AND
POPULARIZATION OF LITERARY READING ON BOOKTOK



Ione Araújo dos Santos¹

Elizabeth Gonzaga de Lima²

Resumo: Este estudo busca analisar duas práticas de leitura, as fofocas literárias e as receitas literárias, observando como elas se configuram e como são produzidas na plataforma TikTok, pelos booktokers Patrick Torres e Tiago Valente, com o intuito de compreender como essas práticas contribuem para a ampliação e circulação da experiência leitora no ambiente digital. Para tanto, adotamos uma abordagem qualitativa, com propósito exploratório, discutida à luz dos pensamentos de Roger Chartier (1998), Henry Jenkins (2009) e Michel de Certeau (1998).

Palavras-chave: Booktok; Receitas e Fofocas literárias; Literatura; Práticas de Leitura.

Resumen: Este estudio busca analizar dos prácticas de lectura, los chismes literarios y las recetas literarias, observando cómo se configuran y cómo son producidas en la plataforma TikTok, por los booktokers Patrick Torres y Tiago Valente, con el objetivo de comprender

¹ Universidade do Estado da Bahia – (UNEB) - Bahia - Brasil

² Universidade do Estado da Bahia – (UNEB) - Bahia - Brasil

cómo estas prácticas contribuyen a la ampliación y circulación de la experiencia lectora en el entorno digital. Para ello, adoptamos un enfoque cualitativo con propósito exploratorio, discutido a la luz de los pensamientos de Roger Chartier (1998), Henry Jenkins (2009) y Michel de Certeau (1998).

Palabras chaves: Booktok; Recetas literarias y chisme; Literatura; Prácticas de Lectura.

Abstract: This study seeks to analyze two reading practices, literary gossip and literary recipes, observing how they are configured and how they are produced on the TikTok platform, by the booktokers Patrick Torres and Tiago Valente, with the aim of understanding how these practices contribute to the expansion and circulation of the reading experience in the digital environment. To this end, we adopted a qualitative approach with an exploratory purpose, discussed in light of the ideas of Roger Chartier (1998), Henry Jenkins (2009), and Michel de Certeau (1998).

Key-words: Booktok; Literary Recipes and Gossip; Literature; Reading Practices.

Me segue para mais dicas: Introdução

O processo de expansão e consolidação do universo digital proporciona vivenciarmos diversas transformações ocasionadas por um meio que permite a comunicação de uma ponta a outra do globo e que nos convida, constantemente, à reconfiguração. A partir da virtualização de práticas cotidianas, muito da nossa vida passou a organizar-se em torno do modo on-line: a conexão com as pessoas, as formas de sociabilidade, a comunicação instantânea, a difusão do conhecimento e do saber, as organizações de trabalho, as tarefas corriqueiras, os serviços, o consumo, o entretenimento entre outras. Sob tal perspectiva, Lucia Santaella reflete (2021, p.20), “[...] o ciberespaço está tomado conta de todo o espaço que ocupamos, a ponto de não nos darmos mais conta de quando ou onde entramos nele ou saímos dele, pois, na maior parte do tempo, estamos in/off ao mesmo tempo”, fundindo o que, em outros tempos, constituía-se separadamente.

A chegada dos dispositivos móveis, do surgimento e desenvolvimento das plataformas digitais e suas redes sociais, a hiperconexão foi se tornando mais frequente. As redes sociais

tornaram-se parte da vida cotidiana e permitiram a criação de um espaço para compartilhamento de conteúdo, produção, socialização e interação. Esse cenário de conexão, tornou-se campo fecundo para difusão e visibilidade da literatura, reconfigurando as práticas de leitura e permitindo que os/as leitores/as assumam papéis de produtores e agentes de leitura. Se antes a mediação, discussão e recomendação da literatura ocorria em espaços mais institucionais e formais como a escola, as universidades, bibliotecas e outros âmbitos do conhecimento, muitas vezes pela perspectiva de um crítico literário ou até mesmo um professor/mediador, hoje, uma vastidão de leitores/as estão destinando sua atenção e postando vídeos de um minuto, no TikTok, fazendo viralizar obras e esgotar exemplares nas livrarias.

O TikTok é uma plataforma de vídeos curtos que ganhou bastante popularidade no Brasil, principalmente durante a pandemia de Covid-19, e que continua crescendo em número de usuários ativos. De acordo com dados disponibilizados no jornal Extra, nosso país é um dos maiores mercados da plataforma, contando com 105,3 milhões de usuários (Nunes, 2025). Por caracterizar-se como algo visual, de fácil usabilidade, com forte tendência viral, a rede se destaca como um grande meio de comunicação, com conteúdos diversos sobre moda, esportes, culinária, música, educação e de leitura e literatura. Dentro desse cenário, surge a comunidade de leitores/as, o booktok, que, desde 2020, reúne usuários/as apaixonados por leitura e que encontraram na rede um espaço para produção de conteúdo sobre práticas literárias, promovendo desafios, maratonas, resenhas, dicas de leitura, de livros, debates literários, entre outros. Tudo isso proporcionou a promoção e o incentivo da leitura literária, transformando o ato individual da leitura em uma experiência compartilhada, gerando dinâmicas inovadoras e criativas de engajamento e de difusão da literatura.

Nesse sentido, pode-se refletir, quais formas uma obra pode chegar a um leitor? Como fofocas e receitas literárias podem atuar como estratégias de popularização da literatura? A partir desses questionamentos, o presente texto visa analisar duas práticas de leitura (as fofocas e as receitas literárias), com o objetivo de compreender como estas contribuem para ampliação e circulação da experiência leitora no ambiente digital. Para tanto, busca-se examiná-las observando como se configuram e como são produzidas na plataforma TikTok, a partir dos perfis dos booktokers Patrick Torres e Tiago Valente por meio uma abordagem qualitativa e exploratória.

O fenômeno do BookTok e a mediação da leitura no ambiente

A contemporaneidade digital transformou profundamente o modo como nos comunicamos, como vivemos e, principalmente, como consumimos informações, de forma muito mais instantânea e disponível em diversos veículos e formatos. No âmbito desse processo, o audiovisual ganhou centralidade, constituindo um aspecto muito importante para a comunicação, em particular nas redes sociais. O tempo inteiro somos bombardeados por imagens, vídeos e diversas produções que acabam moldando nossas experiências de consumo da cultura. A consolidação do modelo de negócio das plataformas e a evolução dos dispositivos móveis, popularizaram um novo formato de vídeo, mais curto, que se tornou um fenômeno de interação, resultado de uma sociedade cercada de distrações e de atenção dispersa. Nesse cenário, emerge o *TikTok* como um desses espaços contemporâneos que une a velocidade, a síntese e a performance, reestruturando os modos de entretenimento.

A plataforma foi criada em 2017, por Yiming Zhang, dono de uma empresa de aplicativos chamada *ByteDance*. Dentre as diversas aquisições da empresa e que foram responsáveis por originar o *TikTok* estavam os aplicativos *Flipagram* e *Musical.ly*. A primeira destinava-se a produção de vídeos curtos com músicas de sucesso e possuía ferramentas variáveis de criação de conteúdo como filtros, figurinhas, músicas virais e, principalmente, o fato de poder baixar os vídeos e compartilhá-los em outras redes sociais com a marca d'água. *Musical.ly* objetivava, inicialmente, ajudar adolescentes nos conteúdos escolares, sendo produzidos por especialistas. Algum tempo depois, com vistas a tornar a plataforma um espaço que de fato prendesse a atenção dos adolescentes, o aplicativo foi reconfigurado para a dublagem de músicas e efeitos que transformavam os rostos, tornando os vídeos mais criativos. A fusão dos aplicativos deu origem a um projeto ambicioso dos criadores, que procuraram trazer para o mercado a produção de conteúdo, com um *design* participativo, de fácil usabilidade por parte dos/as usuários/as e com um padrão de visualização que possuísse uma interface limpa e com definições para uso em telas de smartphones.

A proposta inicial, portanto, se consolidou em um espaço em que usuários/as não só consomem conteúdos, mas também tem a possibilidade de produzir, fazer remixes e interagirem em tempo real. Esse movimento traduz o que Henry Jenkins (2009) chama de cultura participativa, ou seja, um ambiente em que os consumidores são convidados a participar e interagir e ocupam também o papel de produtores/as de conteúdo, unindo papéis outrora

separados e deixando a mídia descentralizada. Tal lógica colaborativa possibilitou o surgimento de diferentes comunidades virtuais, organizadas em torno de tendências e interesses comuns.

Conforme pontua o Howard Rheingold (1996), essas comunidades se formam na Rede e se constituem quando um grupo de pessoas debatem e interagem on-line, com sentimentos suficientes para criar laços pessoais, ou seja, funcionam como um lugar de troca, de cooperação e também como uma extensão das relações pessoais estabelecidas no mundo real. Entre as diversas comunidades existentes nesse espaço, destaca-se o *booktoke*, formada por leitores/as, escritores/as e influenciadores/as literários, chamados de *booktokers*, que utilizam os recursos audiovisuais para compartilhar e falar de livros de maneiras diversas. Atualmente a *hashtag* da comunidade comporta mais de 63 milhões de publicações e bilhões de visualizações.

A popularidade desse movimento é tamanha que acabou ultrapassando os muros do virtual, alcançando o mercado editorial, as bienais do livro e os hábitos de leitura. Alguns casos podem ser dados como exemplo de modo que percebemos o alcance da comunidade. Um deles é o da autora norte-americana Colleen Hoover, que se tornou um verdadeiro sucesso de vendas com as obras *É assim que acaba* e *Verity*. Só no Brasil, a autora vendeu 5 milhões de exemplares de *É assim que acaba*, isso muito em função dos comentários e divulgação dos/as jovens leitores/as da plataforma, tornando o título um *best-seller*, uma vez que a obra já havia sido lançada há seis anos. O sucesso e o alcance da obra acabaram impactando ainda a indústria cinematográfica, ficando em 5º lugar entre os 10 filmes de maiores bilheterias no ano de 2024. Além disso, a pedido dos/as fãs e leitores, a obra ganhou uma sequência intitulada *É Assim que começa*. No entanto, o fenômeno não fica restrito apenas aos novos *best-sellers*. O clássico *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de Machado de Assis, também ganhou uma projeção significativa dentro da plataforma, fazendo o título ocupar as primeiras paradas de mais vendidos, após a uma influenciadora americana comentar sobre a versão em inglês do clássico. A responsável por esse movimento foi a criadora de conteúdo sobre literatura Courtney Henning Novak que iniciou um projeto de leitura no qual se comprometeu em ler um livro de cada país de acordo com a ordem alfabética. Seu vídeo curto, pontuando acerca de como esse era o melhor livro já escrito e de como ele se tornou seu favorito, tomou proporções que ultrapassaram as barreiras geográficas. Como consequência disso, o romance machadiano passou a liderar a lista de mais vendidos na Amazon americana e no Brasil. Essa situação evidencia que o crescimento e o alcance da influência que os/as *booktokers* atingem, implica diretamente o mercado editorial e que um movimento diferente vem despontando nesse campo.

É possível mencionar ainda a Bienal do Rio 2025 que “surfou na onda” do *booktok*. A edição deste ano contou com a participação de vários *booktokers*, autores brasileiros que viralizaram na plataforma, como Raphael Montes e Itamar Vieira Júnior, e com o patrocínio do *TikTok*, que realizou uma ação chamada *Pré-estreia: Bienal Para Você*, voltada, principalmente, para os/as fãs da comunidade. No mesmo dia, foi lançada uma campanha, estrelada por Selton Melo, com o intuito de homenagear o *booktok* com o mote *No TikTok, livros não terminam na última página*, a peça ganhou repercussão nas redes sociais e na televisão. Essas ações refletem o papel crescente da plataforma e a transformação que tem empreendido nas práticas de leitura entre os jovens. Como pontua Roger Chartier (2011), o ato de leitura se configura como uma prática social e cultural, pois se insere em um contexto histórico e social. Assim, a leitura, “não é apenas uma operação intelectual abstrata: ela é uso do corpo, inscrição dentro de um espaço, relação consigo mesma ou com os outros” (Cavallo e Chartier, 1998, p.8), ou seja, vai além do ato mental e da decodificação, usa o corpo, os gestos, lugares, podendo ser uma experiência que se dá de forma individual, mas também coletiva.

Nesse cenário, no *TikTok*, esses elementos ocorrem pela interação, pela performatividade e pela via do compartilhamento. A experiência leitora se torna coletiva e os livros deixam de pertencer às estantes íntimas de seus/suas leitores/as para ganhar visibilidade na rede, serem debatidos e reinterpretados, a partir de vídeos que funcionam como espaços de encontro entre os/as leitores.

Importante evidenciar que para que essa experiência coletiva possa acontecer, é necessário a condução de alguém para apresentar, traduzir, ressignificar, fazer curadoria e compartilhar as leituras. Essa dinâmica demonstra a importância da mediação leitora, entendida como uma ponte entre os/as leitores/as e o texto literário, uma vez que um conhecimento, uma biblioteca “[...] pode ser letra morta se ninguém lhes der vida” e, portanto, a “[...] dimensão do encontro com um mediador, das trocas, das palavras ‘verdadeiras’, é essencial” (Petit, 2009, p.154).

No ambiente digital da plataforma, os/as *booktokers* assumem a função de agentes de leitura, ao levar para outros/as leitores/as a experiência com o texto literário a partir de linguagens mais acessíveis e criativas, aproximando leitores/as assíduos ou iniciantes, e que por manterem uma paixão comum pela leitura desejam compartilhar suas vivências com outros, conforme assinala Eliana Yunes:

Uma vez atravessado pela experiência que alterou sua percepção de mundo – ainda que em um episódio específico, os ecos se estendem ao conjunto da visão cultural e ideológica que constitui o entendimento básico das coisas –, o leitor sente um irreprimível desejo de comentar, de “avisar” alguém do que se passou com ele diante de uma peça, um filme, um texto, uma paisagem; a “sensação” que se experimentou, pelo horror ou pela alegria, como apontava Aristóteles falando da tragédia, quer abrir passo à comunicação. Esta, por sua vez, em um grupo, numa sala de aula, numa família, começa a tecer uma teia memorável de trocas que redimensionam o mundo. Daí que os círculos de leitura sejam tão cativantes para criar o gosto de ler. E o mediador não será um “sabichão” que intimida com seu poder sabe-tudo, mas um guia, um companheiro de jornada (Yunes, 2014, p.5).

O/a receptor/a uma vez tocado por alguma obra, há um impulso natural de querer compartilhar com alguém sobre como aquilo o/a tocou e de qual modo. Isso reforça que a experiência estética não é apenas individual, mas surge de um desejo de partilha que se transforma em uma rede. Além disso, a autora chama atenção para o fato de o/a mediador/a não ser a pessoa detentora de todo o saber, mas um guia na jornada das páginas.

Essa reflexão feita por Yunes nos ajuda a compreender o desejo que sustenta a comunidade do *booktok*, pois, motivado por uma experiência de leitura que o/a atravessou, os/as próprios leitores/as gravam seus vídeos curtos para partilhar e comunicar a outros/as leitores/as suas emoções e descobertas, estabelecendo laços com quem também viveram experiências semelhantes, fundando assim a comunidade. Circunstância que nos remete ao que Michel de Certeau disse acerca da leitura ser um espaço de invenção e liberdade. Segundo o estudioso (1998, p.50), “A leitura introduz, portanto, uma ‘arte’ que não é passividade”, ou seja, o/a leitor não é apenas um receptor/a, mas alguém que age sobre o texto, o interpreta, modifica, “insinua as astúcias do prazer e de uma reapropriação no texto do outro: aí vai caçar, ali é transportado, ali se faz plural como os ruídos do corpo” (Certeau, 1998, p.50).

Dessa maneira, a leitura torna-se uma arte, pois envolve a invenção, expressividade e criatividade. E os/as *booktokers*, por sua vez, acabam por tornar esse processo visível e performático ao produzirem conteúdos como as fofocas literárias e as receitas literárias. Assim, leitura deixa de ser apenas um consumo e se transforma em criação, exteriorizando a apropriação subjetiva e inventiva de um texto.

Em cena: Patrick Torres e Tiago Valente

Se a leitura, como nos lembra Certeau (1998), é sempre uma reinvenção e não passividade, no *booktok* ela se torna ainda uma performance e uma materialidade da ficção. No contexto da comunidade de leitores/as, os perfis dos *booktokers* Patrick Torres e Tiago Valente se destacam e ganham relevância na criação de novas formas de se relacionar com os livros e a literatura através das práticas das fofocas literárias e das receitas literárias. Embora mantenham gostos e estilos distintos, suas produções exemplificam bem como o espaço digital ressignifica as experiências de leitura, evidenciando ainda como essas práticas podem dialogar com diversas outras linguagens.

Patrick Torres é médico, formado pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), possui um *podcast* chamado *Nas horas vagas, Machado de Assis*, voltado para a leitura de contos do autor Machado de Assis, é também escritor e autor dos livros *O cozer das pedras, o roer dos ossos*, seu primeiro romance publicado em 2023, e da produção mais recente intitulada *Seca, bebe sangue a terra*, de 2025, além disso, produz conteúdo sobre literatura desde 2021.

No *TikTok*, seu perfil possui, em setembro de 2025, 375,6 mil seguidores/as e conta com uma produção vasta de vídeos com análises de obras literárias, principalmente das produções mais recentes da literatura brasileira, curiosidades da literatura, biografias de autores/as, debates sobre raça e vida no Brasil, participações em bienais do livro, discussão de conceitos literários (como o que é literatura, romance, como lê-se os textos), compartilhamento de sua rotina de médico-leitor e, claro, as fofocas literárias. A Figura 1 exemplifica alguns de seus conteúdos, produzidos para o perfil.

Figura 1: Compilado de produções do perfil @patzzic



Fonte: Perfil @patzzic (2025)

Em uma entrevista realizada pelo *Histórias Diversas Podcast*, o booktoker contou que foi durante o Ensino Médio que se tornou leitor de fato, a partir do contato com um grupo de amigos que liam na escola. Com o intuito de se enturmar e buscar um pertencimento junto ao grupo, também começou a ler e participar das conversas, até que tomou gosto e habituou-se a ler. É apaixonado pela literatura brasileira e principalmente pelo autor Machado de Assis, sua principal inspiração para escrita dos seus livros.

Patrick também destacou o fato dos estereótipos e estigmas recaírem sobre criadores de conteúdo, uma vez que muitas pessoas acham que a atividade não passa de um entretenimento, sem dar a devida seriedade e importância. Ao trazer essa visão, o booktoker revelou uma certa preocupação em consolidar uma imagem e uma identidade coerente dentro de seu perfil com o seu lado autor, trazendo para os vídeos obras e autores/as que de fato se identifica e gosta.

Pelo fato de selecionar autores/as e livros de modo consciente, isto é, considerando a relevância da obra, o diálogo com o público e a representatividade de vozes diversas, Patrick acaba assumindo o papel também de curador, não limitando-se apenas a recomendar títulos, mas contextualizar as leituras e estimular o debate em torno delas. Durante a pandemia da Covid-19, em 2020, ele criou o perfil no *TikTok* com o intuito de se aproximar mais das pessoas e para falar do que mais gostava, a leitura. Foi nesse momento que começou a produção de conteúdo e das fofocas literárias que viralizou rapidamente, tornando-se até uma *trend* (tendência) na plataforma.

O booktoker foi o primeiro, no Brasil, a inaugurar esse tipo de abordagem [de falar sobre a narrativa como se fosse uma história pessoal] inspirado em uma *trend* estrangeira. Resolveu experimentar o formato publicando um vídeo em que dizia ser Ezequiel, o filho de Bentinho e Capitu, do romance *Dom Casmurro* de Machado de Assis, narrando a história dos pais e, consequentemente, também da obra. O formato ganhou popularidade e relevante adesão dos seguidores/as.

Tiago Valente é outro booktoker que também inova no modo como apresenta as obras literárias ao produzir as receitas literárias. O booktoker possui graduação e mestrado em Letras, é ator, criador de conteúdo sobre literatura e escritor do romance *Espresso Fantasma*, publicado em 2024. Atualmente, setembro de 2025, possui 566.6 mil seguidores/as no seu perfil do *TikTok*:

Figura 2: Compilado de produções do perfil @otiagovalente



Fonte: Perfil @otiagovalente (2025)

Valente foi o precursor na criação de conteúdo literário no *TikTok*. Começou a produzir vídeos em 2017, quando a plataforma ainda era o *Musical.ly*, com o intuito de divulgar seu ofício de ator e mostrar seu trabalho. Em entrevista ao podcast *Página 31*, em 2025, contou que sempre gostou muito de ler e que amava literatura. Por conta disso, passava horas do seu dia assistindo vídeos dos *booktubers*, tendo sido esta sua principal motivação para entrar no curso de Letras.

A partir desses/as agentes, pensou que seria interessante focar a produção de conteúdo apenas nesse segmento, já que era diversificada, e fazer o mesmo que eles/as faziam [os/as *booktubers*], agora em um formato mais curto, em 30 segundos. Na pandemia, seu perfil expandiu significativamente e alcançou maior visibilidade, ganhando reconhecimento e tornando-se uma referência dentro da comunidade do *booktok*.

Nos seus conteúdos é muito comum a abordagem da literatura *Young Adult* e da literatura de massa, abordando temáticas da comunidade LGBTQIAPN+. Sua produção de conteúdo acontece diariamente, nas quais compartilha indicações de obras e autores/as, reflexões sobre leitura, visitas em cafeteria – seu *hobby* favorito -, participações em bienais do livro e cobertura do evento, resenhas, listas de leituras, receitas literárias e outros. Ama comer e fazer doces e por isso encontrou nas receitas literárias um lugar para união dessas duas coisas.

Durante a entrevista, Tiago compartilhou que no início da sua produção de conteúdo literário não possuía um repertório curto e queria chamar atenção das pessoas para a literatura a partir de outras vertentes do aplicativo, encontrando na gastronomia esse ponto de fusão. Foi

a partir daí que começou a produzir e criar receitas de pratos mencionados em obras literárias que lia, unindo as experiências literárias às gastronômicas.

Fofocas e receitas literárias: novas práticas de engajamento

A socialização é um desejo inato dos seres humanos, pois permite a conexão com as pessoas, a construção de vínculos, a troca de informações e o convívio social. O ato de fofocar é uma prática antiga entre os seres humanos, iniciada em tempos primitivos. Embora seja considerada de forma negativa pela sociedade hoje em dia, há muitos anos a fofoca foi considerada um aspecto positivo para as relações pessoais já que durante a noite as pessoas se reuniam em volta da fogueira para compartilhar acontecimentos ocorridos durante o dia que não fosse apenas histórias de caçadas, passando a integrar os encontros.

No *TikTok*, a fofoca literária consiste em narrar a trama de determinada obra literária como se fosse uma história pessoal ou que tenha sido vivida por alguém próxima ao narrador. Com isso, o enredo da história é transformado em um relato íntimo, pessoal e em tom de confidência, deixando o contador mais próximo do seu público. Embora essa prática tenha surgido em perfis estrangeiros, como já mencionado, o formato ganhou popularidade no Brasil sobretudo a partir das produções do *booktoker* Patrick Torres, que adaptou a prática ao seu modo e estilo criativo, reelaborando e reinventando os textos de modo que pudessem ficar mais próximas do contexto e das suas próprias experiências e das pessoas da rede social. O tempo de duração dos vídeos das fofocas literárias fica entre um e dois minutos, podendo variar. Algumas delas possuem tempo bem reduzido, criada em menos de um minuto. Em suas versões, Patrick costuma incorporar vários elementos como aspectos da cultura digital e dos influenciadores literários, como é o caso da fofoca do conto *O espelho*, de Machado de Assis, do contexto social e político do país, como na fofoca de *Romeu e Julieta* de Shakespeare, notícias fakes de jornais para situar a história, como acontece em *Quincas Borba*, entre tantos outros modos que conferem atualidade e relevância para as histórias que reconta.

Em relação à estrutura da prática, esta acontece da seguinte maneira: inicialmente, Patrick começa o vídeo com algum tipo de pergunta ou afirmação sobre o assunto a ser tratado como “E minha amiga que é doida pelo Lula e tá casada com um bolsominion?”; Me lasquei, tô metido com mulher casada”; eu cometí um crime. Não consigo me perdoar. Não dá”. Esse é

um mecanismo para instigar a curiosidade e fazer com que as pessoas vejam o conteúdo até o final.

Em seguida, desenvolve a história baseada no enredo do livro-fonte, como se fosse um resumo, porém, a partir de adaptações e ressignificações da obra. Na parte final, quando a história vai se aproximando do clímax, o *booktoker* revela que toda a narrativa contada na verdade se trata de uma obra literária – ou pelo menos é baseada nela – e quem tiver o desejo de saber mais sobre a continuidade da história terá de ler a obra. Frases como: “Como será que essa história vai acabar hein? Será que minha mãe traiu meu pai? Talvez você descubra isso lendo Dom Casmurro, do Machado de Assis” (Patzzic, 2021) ou “Será que eu deixei pistas? E se eu for preso? Mano. Quê que vai acontecer comigo? Cê vai descobrir lendo Crime e Castigo, do Dostoiévski” (Patzzic, 2021) quebram a expectativa da história ao mesmo tempo que instigam os/as leitores a irem buscar saber mais sobre a obra integralmente.

Com vistas a melhor compreender como o *booktoker* conduz suas histórias, foi selecionada para esta análise a fofoca literária da obra *Romeu e Julieta*, de William Shakespeare. O vídeo foi publicado em junho de 2021, possui 54 segundos, 123,8 mil curtidas, 1474 comentários, 4873 salvos e 1505 compartilhamentos e é contada, conforme transcrição *ipsis litteris*, da seguinte maneira:

E minha amiga que é doida pelo Lula e tá casada com um bolsominion? Ele não só é um bolsominion como também tem a família inteira de direita viciada no Bolsonaro... e ela é de esquerda, lulista, e tem a família toda petista. Eles se conheceram em uma festa antes da pandemia, e na época eles não sabiam que eram tão diferentes, sabe? Só descobriram depois, quando já estavam apaixonados, e mesmo assim decidiram que iam se casar. Pois eles se casaram e casaram escondidos das famílias para que elas não tretassem uma com a outra. É óbvio que ia dar merda, né? (risos). Eis que esse marido da minha amiga resolve ir em um bar no meio da pandemia, se mete em confusão, entra numa briga e esfaqueia um cara. A confusão toda foi por causa de política e o homem que ele esfaqueou era primo da minha amiga, esposa dele. Agora eles têm um problema porque a família da minha amiga quer o marido dela morto e não vão perdoar ele pelo que ele fez, vei. Como será que essa história vai acabar hein? Essa é mais ou menos a história de ‘Romeu e Julieta’, do Shakespeare (Patzzic, 2021).

Nessa fofoca, a tragédia de Shakespeare é narrada como se fosse um caso real, vivenciado pela amiga do *booktoker*, contada num tom de confidência e humor. No vídeo, Patrick incorporou elementos do cenário político brasileiro, da polarização ideológica, assim como situações de conflitos conjugais, que surgiam a partir disso, para falar da obra *Romeu e Julieta*.

No

enredo original, Romeu e Julieta são dois jovens de Verona que pertencem a famílias rivais, com uma longa história de disputas: os Montecchio e os Capuleto. Apesar do ódio entre suas famílias, os dois se apaixonam perdidamente em um baile de máscaras e decidem viver esse amor secretamente, casando-se escondidos. No entanto, uma série de conflitos é desencadeada na narrativa e uma delas culmina na morte do primo de Julieta, cometida por Romeu.

O crime fez com que Romeu fosse banido e Julieta fosse forçada a casar-se com Páris. Julieta, para evitar o casamento, planeja tomar uma poção e fingir-se de morta para que Romeu possa removê-la da tumba e fugirem. No entanto, antes que a carta comunicando o plano pudesse chegar a Romeu, o jovem foi informado da morte da sua amada e se envenena. Julieta, ao acordar, descobre Romeu morto e por não querer viver mais sem seu amado, também põe fim a sua vida.

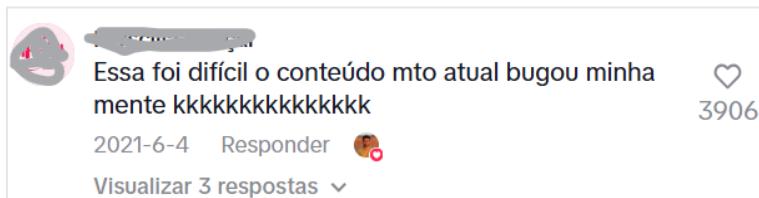
Na adaptação da obra, a rivalidade entre as famílias Montecchio e Capuleto é substituída pelo contexto da política nacional, na qual o embate entre apoiadores de Lula (lulistas) e os de Bolsonaro (bolsonaristas) ocupa papel central nas relações sociais, refletindo uma polarização ideológica que atravessa o Brasil desde a disputa presidencial em 2022. Alguns elementos da trama também são atualizados como o “baile de máscaras de Verona” que se torna “uma festa antes da pandemia”. Esses elementos conferem um tom de aproximação, pois situa a narrativa em um cenário vivido pelo público, em 2021. A pandemia, juntamente com a polarização política tornam-se artefatos narrativos, nos quais quem está assistindo pode facilmente reconhecer e acreditar. Isso é o que torna a fofoca tão real ao ponto de que muitas pessoas não se deem conta que de fato está diante de um enredo próximo de uma obra literária.

Um fator decisivo para compreendermos como isso acontece está no modo como as fofocas literárias se beneficia do algoritmo. Quando os/as usuários estão assistindo aos vídeos na plataforma e surge a fofoca com aparência de uma história pessoal ou que aconteceu com alguém próximo, o vídeo consegue prender a atenção desse/a espectador/a sem revelar inicialmente que se trata de uma narrativa literária.

É nisso que reside o fato de o vídeo não ser rejeitado, prolongando o tempo de visualização, tão valioso para a lógica algorítmica das plataformas. Assim, a revelação de que se tratava de uma obra literária, apenas no desfecho do vídeo, atua como um elemento surpresa que ao mesmo tempo que reforça o engajamento pode criar uma expectativa sobre o enredo original.

Quanto a isso, é possível observar que a estratégia provoca diferentes reações no público que assiste. Conforme se pode ver na Figura 3, uma receptora fez um comentário de que o conteúdo “bugou sua mente”, esse fato indica que a pessoa não conseguiu muito associar a informação com o enredo da obra, por ser um cenário extremamente familiar. Isso também pode ser confirmado por outros receptores devido ao número expressivo de 3906 curtidas que o comentário recebeu de outros/as usuários/as.

Figura 3: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

Na Figura 4, outra usuária declarou que sempre acredita, no início, que se trata de uma fofoca de amigos, revelando como a estratégia narrativa de Patrick foi eficaz.

Figura 4: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

No início, a fala revela que a pessoa foi “enganada”, devido ao modo como a história foi contada, a proximidade do assunto, da linguagem coloquial e do tom de relato, conduzindo a acreditar que se tratava mesmo de uma fofoca de amigos. O emoji seguido da expressão “amo” mostra também a identificação e o gosto pelo jeito em que o conteúdo foi realizado.

Outro aspecto que chama atenção na produção e que vale a pena mencionar é a linguagem utilizada por Torres. Durante a performance, o *booktoker* faz uso de expressões como “minha amiga”, “vei”, “tretasse”, “cara”, “dar merda”, “hein”, “doida pelo Lula”, “bolsominion”, “se mete em confusão” permeadas pela coloquialidade, informalidade e

descontração. Este é mais um recurso que aproxima o *booktoker* dos leitores/as deixando o ambiente mais envolvente, conectando a obra literária das linguagens cotidianas.

Conforme se pode ver na Figura 5, uma terceira receptora chamou atenção para o modo como Patrick conta as histórias.

Figura 5: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

Essa colocação nos faz perceber o potencial que a prática da fofoca possui como uma estratégia de mediação e também como o jeito de contar e de se contagiar com a literatura. O recurso, assim, revela um processo criativo que aproxima a obra clássica da vivência do seu público e que possibilita a disseminação das obras literárias, criando uma mediação acessível e atrativa para o público, especialmente o jovem.

Por outro lado, embora seja uma abordagem atraente, é importante tensionar até onde essa estratégia contribui para a ampliação das práticas de leitura ou limitam a obra a um consumo rápido e raso, tornando o objeto de leitura um recurso de entretenimento ajustado ao ritmo veloz das plataformas digitais, com analogias que buscam prender a atenção do espectador de forma rápida, mas que muitas vezes são superficiais e não contemplam a profundidade e complexidade da obra literária.

Se os/as usuários/as estivessem diante de um vídeo em que fosse discutida uma obra literária, analisada em todos os seus aspectos, como a crítica literária faz, por exemplo, é provável que o engajamento imediato fosse menor, já que exigiria mais tempo e concentração. Isso nos mostra que a mediação literária, atualmente, muitas vezes precisa negociar entre a visibilidade e engajamento e o aprofundamento das experiências com o contato com o texto.

Apesar das limitações, as práticas de leitura no *TikTok* são muitas e vão abrindo caminhos para essas mediações, se diversificando em outros formatos igualmente criativos, capazes de articular diferentes linguagens com a literatura, como as receitas literárias. A prática consiste, basicamente, em criar/recriar um prato culinário retirado da obra literária, como o bolo

de chocolate de *Matilda*, a cerveja amanteigada de *Harry Potter*, a torta de morango de *A seleção*, etc.

Nessa análise de formatos de mediação literária, encontramos a prática das receitas literárias, centrada no trabalho do *booktoker* Tiago Valente. Este criador de conteúdo uniu a paixão pelos livros com a de cozinhar, oferecendo para seus seguidores/as experiências divertidas a partir da conexão entre literatura e culinária. Em seus conteúdos, busca levar obras que aprecia, mas também atende alguns pedidos deixados pelos/as usuários/as nos comentários sobre algum livro específico que gostariam que aparecesse no perfil, demonstrando assim interatividade na produção de conteúdo do *booktoker*.

No que se refere ao modo pelo qual a prática é desenvolvida por Valente, buscamos observar a condução da receita literária intitulada *Uma história de amor agridoce*, de Loan Le. A receita foi publicada em 2022, possui 44 segundos de duração e, até o momento, 7219 curtidas, 37 comentários, 1040 salvos e 64 compartilhamentos. A receita é ainda uma parceria paga pela Editora Nacional.

No vídeo, o *booktoker* aparece inicialmente com o prato feito em uma das mãos e o livro inspiração em outra. Ao fundo, há uma música instrumental como se estivesse remetendo ao país da receita. Ao longo da produção, Tiago prepara a receita, mostrando apenas os ingredientes e os processos de realização enquanto narra o resumo da história. O livro fonte, permanece o tempo inteiro ao lado dos ingredientes durante o vídeo e, ao final, o resultado do prato é mostrado e o *booktoker* surge experimentando a receita com expressões de contentamento:

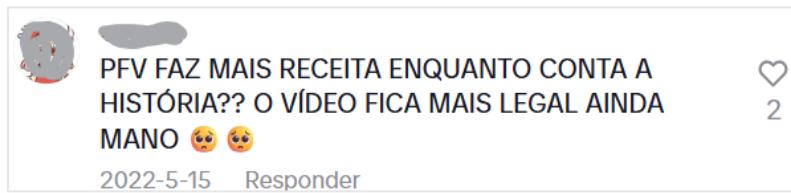
Figura 6- Receita literária de Uma história de amor agridoce



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

Os comentários da postagem nos possibilitam observar como a receita literária atua sobre as pessoas que estão assistindo. Em um deles, uma receptora faz um apelo explícito para o *booktoker*, revelando uma valorização e uma preferência do formato criativo, da junção entre as histórias e as receitas, tornando a abordagem da obra mais criativa, como pode ser observado na Figura 7.

Figura 7: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

Nesse sentido, o comentário demonstra que a preparação da receita é um pano de fundo dinâmico para resumir a história e que as ações de cozinhar e contar se complementam, uma vez que à medida que a receita avança, a história também se desenvolve.

Um fato que chama atenção na prática da produção culinária é a transformação da leitura em uma experiência multissensorial, que aprofunda a conexão dos/as leitores com a obra e os personagens, pois o prato funciona como um artefato real transposto da ficção para a realidade. Dessa maneira, a realidade se torna palatável e a literatura se estende para fora das páginas, conferindo uma sensação de imersão e vivência no universo.

A prática de fundir literatura e gastronomia não é recente e dialoga com outras experiências como a do romance *Como água para chocolate*, de Laura Esquivel, publicado em 2015, em que cada capítulo inicia com uma receita, sendo a alimentação uma linguagem para expressar afetos. Um outro exemplo é a obra *Capitu vem para o jantar*, da jornalista Denise Godinho, publicada em 2016, na qual a autora se dedica em recriar pratos inspirados em obras clássicas da literatura brasileira. E Tiago Valente, por sua vez, ao produzir esse tipo de conteúdo para o *TikTok*, ressignifica essa prática aproximando-a da lógica digital, incorporando-a a estética do *booktok*.

Embora não seja mencionado no corpo do vídeo - apenas na descrição – essa receita, especificamente, é uma parceria paga por uma editora. Nesse caso, a receita literária se torna ainda uma ferramenta para a publicidade da obra, uma vez que o *booktoker* possui uma

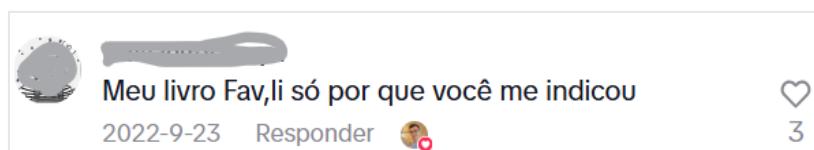
quantidade relevante de seguidores e que, em vez de um *banner* ou *post* mais simples, o livro pode ser vendido de uma forma diferente do convencional.

Essa inserção no mercado, no entanto, mostra como a apresentação de obras literárias no *TikTok* também incursiona pelos caminhos do engajamento comercial da publicidade, convertendo a leitura em uma estratégia de *marketing*. Sob essa lógica, os títulos selecionados pelo criador de conteúdo não seguem, necessariamente, critérios de relevância literária, mas sim o fluxo da monetização, do potencial engajamento para a editora (que se beneficia disso) e da publicidade paga.

Assim, a prática de mediação se desloca para um lugar em que a obra deixa de ser escolhida em função de sua qualidade estética e de valor crítico, passando a compor parte de um contrato comercial. A partir disso, surge o questionamento: estamos, de fato, diante de uma curadoria de títulos literários que promove uma conversa entre texto e leitor/as ou apenas de uma vitrine publicitária que segue a lógica do mercado, da monetização, dos algoritmos e do engajamento nas plataformas digitais?

Apesar desses tensionamentos, não podemos desconsiderar que mesmo diante de tais fatores econômicos, esse tipo de mediação alcança os/as leitores, despertando seu interesse. No comentário, como se pode ver na Figura 8, uma receptora declara:

Figura 8: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

E outra revela:

Figura 9: Comentário de usuária sobre a fofoca literária.



Fonte: Captura de tela do vídeo (2025)

As expressões dessas leitoras destacam que o fato da receita, atrelada a indicação da obra, despertou um interesse para a conhecer melhor e convertendo-se também em uma das leituras favoritas de uma delas, devido a recomendação de Valente e seu “poder” de alcance e influência. No comentário mostrado na Figura 9, há uma menção de outra leitora que mostra ainda o efeito multiplicador que os/as próprios/as seguidores/as tem, pois além de demonstrar a curiosidade pelo livro, ainda o compartilha com outros/as, ampliando a circulação na rede.

Esses exemplos nos mostram como essa tendência se configura como um formato envolvente entre literatura e culinária, ultrapassando o caráter de entretenimento, fornecendo um modo interessante de criação de um espaço coletivo de interação e de mediação cultural. Também apontam a tendência como uma forma da literatura ser vivenciada, transformada, criada e saboreada, aproximando leitores/as dos livros.

Considerações finais

Diante do que foi observado em relação ao cenário de conectividade no qual se situa nossa sociedade, passou a reconfigurar os modos como interagimos, socializamos e principalmente como a leitura e a literatura são consumidas, produzidas e partilhadas.

Depreendemos também que na condição de seres humanos, socializar e trocar com as outras pessoas é algo inato e a partir disso construímos redes de relações, favorecendo a formação de comunidades. Com a utilização cada vez mais frequente da internet, das plataformas digitais e das redes sociais, essas relações passaram a se organizar também de modo virtual, propiciando o surgimento de comunidades virtuais de vários segmentos, como é o caso do *booktok*.

Ao analisar a comunidade e duas das muitas práticas compartilhadas nela, percebemos que não existe apenas um modo de ler e que essa atividade não se caracteriza pela introspecção e solidão, mas algo que é compartilhado e ressignificado coletivamente. Outro ponto relevante foi o modo como as obras literárias podem chegar aos/as leitores/as de forma criativa, por meio das fofocas literárias e das receitas literárias. A tendência das fofocas literárias, analisada na perspectiva do perfil do *booktoker* Patrick Torres mostrou que através de um suposto “boato”, leitores e leitoras são conduzidos a curiosidade de conhecer o final da história, através de uma linguagem envolvente, coloquial, com elementos que atualizam a

narrativa por meio do contexto social e cultural trazendo maior verossimilhança. Por outro lado, a abordagem pode ter um caráter reducionista da obra, sem contemplar as complexidades que lhe é intrínseca.

Enquanto o fenômeno das receitas literárias, desenvolvida por Tiago Valente, evidenciou uma maneira pela qual leitores e leitoras podem mergulhar no universo literário de modo multissensorial, materializando elementos da história em pratos concretos, transpondo a narrativa para fora das páginas. O fato de a receita analisada ter sido uma parceria paga com uma editora, mostrou que ela é ainda uma ferramenta de publicidade e nos faz pensar o lugar da curadoria, da lógica do mercado e do engajamento na plataforma e em última instância, como o segmento editorial vem buscando circuitos alternativos para a publicização dos livros.

Essas abordagens evidenciam de modo prático elementos da cultura participativa ao favorecer que os/as leitores/as não só consumam o conteúdo, mas interajam, comentem e tentem reproduzir os pratos culinários e as fofocas do seu jeito. As práticas ainda nos mostram como ter uma/a agente de leitura é importante para mediar o contato dos livros com os/as leitores/as. Ao estudar as fofocas e as receitas literárias, percebe-se então que, embora descontraídas, elas se estruturam como novas estratégias de mediação e curadoria, estimulando outras formas de criação de vínculos e interação entre a leitura literária e a comunidade.

Referências

CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger (org.) *História da leitura no mundo ocidental* 1. Trad. José Antônio de Macedo Soares. São Paulo: Ática, 1998.

CERTEAU, Michel de. *Artes de fazer: a invenção do cotidiano*. 3^a ed. Trad. Ephraim Ferreira Aves. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

CHARTIER, Roger (Org.). *Práticas da leitura*. 5^a ed. Trad. Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

NUNES, Caroline. Conheça os hábitos dos brasileiros no TikTok. Extra, 26 jan. 2025. Disponível em: <https://extra.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2025/01/conheca-os-habitos-dos-brasileiros-no-tiktok.ghml>. Acesso em: 29 set. 2025.

PETIT, Michele. *Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva*. 2. ed. Trad. Celina Olga de Souza. São Paulo: Editora 34, 2009.

RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Trad. Helder Aranha. Lisboa: Gradiva: 1996

SANTAELLA, Lucia. *Humanos hiper-híbridos*: linguagem e cultura na segunda era da internet. São Paulo: Paulus, 2021.

TORRES, Patrick. Fofoca Romeu e Julieta. TikTok, 2021. Disponível em:
<https://www.tiktok.com/@patzzic/video/6969941470442687749> Acesso em: 10 set. 2025.

VALENTE, Tiago. Receita vietnamita de Uma história de amor agridoce. TikTok, 2022. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@tiagovalente/video/7089083493384211717> Acesso em: 12 set. 2025.

YUNES, Eliana. Leituras com partilhadas, leitores multiplicados. *PERcursos Linguísticos*, v. 4, n. 8. 2014.