

Até a pandemia, a estudante de gestão empresarial Paula Khalil, de 18 anos, só havia lido "Harry Potter". Incentivada pelas amigas Vittoria Braga e Maria Eduarda Allemay, deu uma chance aos livros para espantar o tédio da quarentena. Em busca de dicas, começou a seguir vários *booktokers*, influenciadores que falam de livros na rede social favorita da Geração Z e são capazes de mandar um livro direto para a lista de mais vendidos. Hoje, boa parte das leituras de Paula sai das recomendações do TikTok. Ela lê em média dois livros por mês e se esforça para alcançar o ritmo de leitura das amigas. Vittoria, tecnóloga em marketing de 21 anos, lê cerca de dez livros por mês. Este ano, já devorou 71 títulos. Maria Eduarda, estudante de ciências atuárias, de 18 anos, é a campeã do trio: lê um livro a cada dois dias e já bateu uma centena desde janeiro.

As três foram à 26ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, que se estende até o próximo domingo, atrás de descontos e autógrafos de uma de suas autoras preferidas, Mari Cardoso, fluminense que já publicou mais de 30 títulos como "A valentia do amor" e "Um cafejeste apaixonado". Leitoras de "tudo que tiver um tantinho de romance", elas descobriram escritoras brasileiras como Alycia Carvalho ("Lágrimas de diamante") e Lucy Foster ("Nos braços do peão") no TikTok.

— Desde que entrei no TikTok, passei a ler muito mais autores nacionais. Eu já acompanhava *booktubers* e perfis que falam de livros no Instagram, mas o TikTok é mais rápido e direto. Quando um vídeo viraliza lá, chega para todo mundo. E quando mais você interage com vídeos sobre livros, mais conteúdo desse tipo o algoritmo recomenda — conta Maria Eduarda.

'CONVERSA FLUIDA'

Na Bienal do Livro de São Paulo, não é difícil encontrar jovens que passaram a ler mais incentivados pelos vídeos curtos do TikTok. Lá não tem enrolação: o leitor sabe em segundos se vai ou não gostar de tal obra. E há indicações para todos os gostos.

A bibliotecária Larissa Pereira, de 24 anos, é fã de Julia Quinn (autora dos livros que inspiraram a série "Bridgerton", da Netflix) e conta com a ajuda do algoritmo para descobrir romances de época. A estudante Amanda Hermann, de 17 anos, foi à Bienal atrás de "O grande Gatsby", de F. Scott Fitzgerald, que conheceu em um vídeo.

As editoras estão de olho nos leitores do TikTok. Não



Casa cheia.
Corredores lotados na Bienal durante o último domingo, com forte presença da garotada

BIENAL MOSTRA FORÇA DO TIKTOK ENTRE NOVOS LEITORES



Direto ao ponto. Davi Farinelli gosta da concisão do TikTok: "No YouTube, as resenhas são vídeos de 20 minutos!"

à toa, apostaram em anúncios como "bombou no TikTok" e prepararam cenários perfeitos para fotos e vídeos. No estande da Rocco, há uma área para *tiktokers* gravarem vídeos. Ali ao lado, no da Todavia, dá para entrar na capa de "Torto arado", romance de Itamar Vieira Junior que não sai da lista de mais vendidos. Aliás, o estu-

dante Davi Farinelli, de 16 anos, leu "Torto arado" por indicação do TikTok, onde descobre livros que não constam no currículo escolar. Também leu "O caso Evandro" após assistir a uma resenha do documentário homônimo do Globoplay e "Heartstopper" após topiar com um vídeo que compara cenas da *graphic novel* e

da série da Netflix.

— No TikTok, a conversa é mais fluida. No Instagram, a resenha ou é curta e superficial ou é um bloco de texto que ninguém vai ler. No YouTube, as resenhas são vídeos de 20 minutos! — diz Davi.

Diana Passy, curadora da Bienal, descreve o "BookTok" como um herdeiro dos blogs de resenha dos anos

JOVENS BUSCAM NO EVENTO LANÇAMENTOS E CLÁSSICOS QUE CONHECERAM NA REDE SOCIAL; PARA AUTORES, PODER DO ALGORITMO É INEGÁVEL

2000 e dos canais no YouTube e perfis no Instagram que surgiram na última década e conquistaram seguidores falando de livros. No entanto, sublinha que, até agora, nenhuma outra rede social tinha sido tão bem-sucedida em formar leitores e alavancar a venda de livros. O diferencial do TikTok, diz ela, é garantir que cada livro encontre o leitor certo.

— Não adianta publicar o melhor livro do mundo se os leitores não ficarem sabendo que ele existe. No TikTok, lei-

tores em formação descobrem o tipo de livro que combina com eles — afirma.

Nesta Bienal, os *tiktokers* também estão no palco. No sábado, às 11h30, os escritores Clara Alves, Pedro Rhuas e Juan Jullian explicam como usam a rede social para divulgar seus livros. No domingo, às 16h, é a vez da italiana Ali Hazelwood, autora de "A hipótese do amor", romance que bombou por lá.

CARISMA

Elena Armas, cujo recém-lançado "Uma farsa de amor na Espanha" traz "sensação do TikTok" estampado na capa, passou pela Bienal no último domingo. Ela conhece bem o poder dos algoritmos. Publicada de forma independente na internet, a história da jovem nova-iorquina que busca um namorado de mentira para não passar vergonha na frente do ex caiu nas graças dos *tiktokers*, foi comprada por uma editora americana e acampou 36 semanas na lista de mais vendidos do New York Times.

Antes de virar best-seller, Elena teve um blog de resenhas e falava de livros no Instagram. Agora, posta vídeos no TikTok para seus leitores.

— Os vídeos do TikTok têm carisma e personalidade. É pá-pum: vejo o vídeo, gosto, compro o livro — diz Elena, que passou mais de duas horas dando autógrafos na Bienal e lança seu livro hoje, às 19h, na Travessa do Shopping Leblon, no Rio.

O mercado editorial brasileiro ainda pena para se recuperar de uma sucessão de crises que o atingiram na última década e meia. Já descontada a inflação, o faturamento do setor com vendas ao mercado (livrarias, e-commerce etc.) encolheu 39% desde 2006. Os dados são da "Série Histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro", realizada pela Nielsen BookData em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e com a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e divulgada ontem na 26ª Bienal Internaci-

MERCADO EDITORIAL ENCOLHE 39% DESDE 2006

OBRAS GERAIS E LIVROS RELIGIOSOS APRESENTAM RESULTADOS POSITIVOS GRÇAS À RECOMPOSIÇÃO DE PREÇO; DIDÁTICOS TÊM QUEDA RECORDE

onal do Livro de São Paulo. A crise do mercado editorial se acentuou a partir de 2014. A recessão brasileira, somaram-se as recuperações judiciais de duas importantes redes de livrarias, a Saraiva e a Cultura, e, por fim, a pandemia de Covid-19. Nesse período, as vendas do setor caíram 37%.

— Quando o PIB cresce, as vendas não sobem no mes-

mo ritmo, mas quando a economia tem uma queda, o faturamento do setor desaba — disse o presidente do SNEL, Dante Cid. — Entretanto, a desaceleração da queda no último ano nos traz algum alívio.

No ano passado, as vendas caíram 4%. Entre 2006 e 2021, a maior queda foi provocada pelos livros científicos, técnicos e profissionais

(CTP) e didáticos: 49% no período. No ano passado, porém, o subsetor registrou seu melhor resultado em três anos: queda de 3%.

Já as vendas de livros didáticos caíram 43% entre 2006 e 2021. Tanto em 2020 e em 2021, quando a crise econômica causada pela pandemia resultou na diminuição do número de alunos da rede de ensino

privada, o subsetor caiu 14% e atingiu o menor patamar de vendas desde 2006.

O tombo do mercado editorial seria maior se o desempenho de livros religiosos e obras gerais (ficção e não ficção) não tivesse melhorado recentemente. Em 2021, ambos cresceram 3%. No entanto, o que explica o relativo sucesso do subsetor é mais a recomposição do preço. Após anos em queda, o valor médio real do livro voltou a subir e já é equivalente ao registrado em 2011. Desde 2006, as vendas de obras gerais caíram 35%; e as de títulos religiosos, 13%.