

DO IMPRESSO AO DIGITAL: O LEITOR E A TRANSFORMAÇÃO DA DIVULGAÇÃO LITERÁRIA NA CONTEMPORANEIDADE

LIDIANE LAISE COSMO COSTA¹

¹Jornalista, discente de Letras.

Universidade Regional do Cariri (URCA), Departamento de Línguas e Literatura, Rua Coronel Antônio Luiz, 1161, Pimenta, 63105000, Crato, CE, Brasil.

laise.cosmo@urca.br

O presente trabalho pretende investigar como o surgimento de novos espaços de divulgação de livros, o BookTok e BookTube, tem influenciado o público e impactado o mercado literário brasileiro. A metodologia adotada é a de comparação entre os vídeos publicados nas plataformas TikTok e YouTube, e as práticas no século XIX, em que o conteúdo se disseminava a partir de jornais impressos, dos quais autores como Machado de Assis e José de Alencar publicavam periodicamente. Na análise dos produtos, são observados os seguintes aspectos: literatura como suporte de memória; gêneros literários e temas abordados nas obras; democratização do acesso à leitura e publicação de obras literárias. A criação de comunidades de apoio e divulgação de livros e os números de acesso foram examinados, com intuito de traçar a predileção do público. Acerca dos discursos, foi observado a utilização a fim de impulsionar a propaganda, de caráter afetivo e feita por fãs, bem como as estratégias discursivas de potencialização de publicidade, essa dedicada ao comércio. Este trabalho pretende refletir sobre as transformações sofridas na divulgação, recepção e debate de obras literárias, contribuindo para o entendimento sobre o papel social do leitor enquanto mediador e colaborador do cenário literário.

Palavras-chave: Mercado literário brasileiro, BookTok, BookTube, Redes sociais, Divulgação literária.