

USO DO TIKTOK NO MARKETING DE EDITORAS BRASILEIRAS

XXXI Encontro de Iniciação à Docência

Emanoel Freire Oliveira, Elizabeth da Paz Santos, Maria Giovanna Guedes Farias

O marketing das editoras foi evoluindo ao longo do tempo, adaptando-se às diferentes estratégias de se fazê-lo. Com o impacto das redes sociais na sociedade, como o TikTok, algumas editoras passaram a aderir-las para promover seus livros, que antes se restringiam a anúncios em jornais e revistas. Esta pesquisa tem por objetivo mostrar como as editoras utilizam o referido aplicativo, especificando de quais maneiras os booktokers parceiros fazem para divulgar um livro, tornando-o trend na plataforma, e consequentemente beneficiando as editoras. Ao explorar a travessia que as editoras tiveram que fazer para divulgar seus livros, uma vez que muitos leitores foram migrando para as tecnologias digitais, a pesquisa mostra ainda como elas tiveram que se adequar para recuperar seus leitores que foram deixando de buscar novos livros apenas no marketing de papel. Para tanto, utilizou-se como metodologia um relato de experiência aliado à revisão bibliográfica do assunto. Com isso, pode-se observar que o marketing aplicado nesta rede social tem trazido mais engajamento para as editoras que o utilizam, viralizando alguns de seus livros entre os leitores. Em dados divulgados pela editora Intrínseca do top 10 dos seus livros mais vendidos na Bienal do Livro deste ano, por exemplo, alguns dos títulos foram expostos em prateleiras específicas para sucessos do TikTok no estande da editora. Logo, conclui-se que o TikTok, considerado novo fenômeno da internet, tem efeitos positivos, ao remodelar a maneira de se fazer o marketing.

Palavras-chave: TIKTOK. MARKETING. EDITORAS.