

A influência das redes sociais no mercado literário

Maria João Faria

CRIADORA DE CONTEÚDO

Quem sou?

Conhece-me!



Tenho 24 anos e leio desde que me lembro de existir. No fim de 2022 decidi que queria passar o meu gosto pela leitura a outras pessoas e comecei a criar conteúdo literário nas redes sociais.

Primeiro, apenas no Tiktok (booktok) e, passado algum tempo, decidi que estava na altura de me aventurar também no Instagram (bookstagram).



Booktok e Bookstagram

O que são?

São, basicamente, a comunidade de leitores presentes nas redes sociais

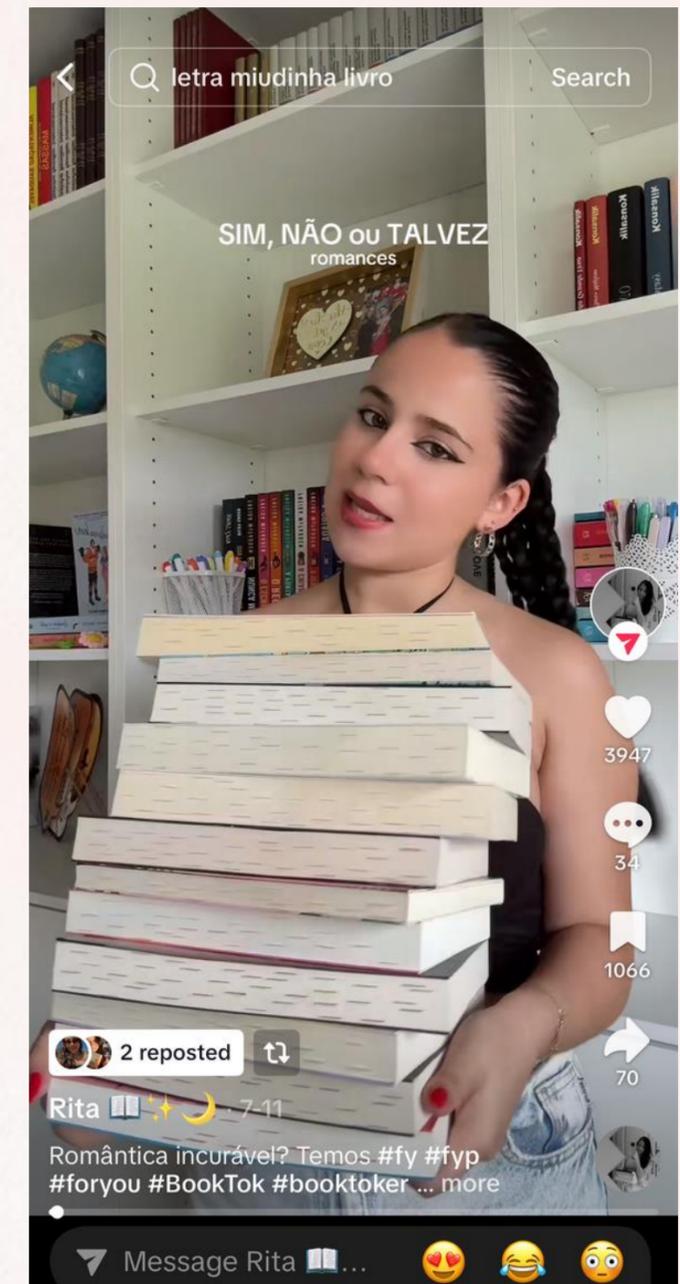
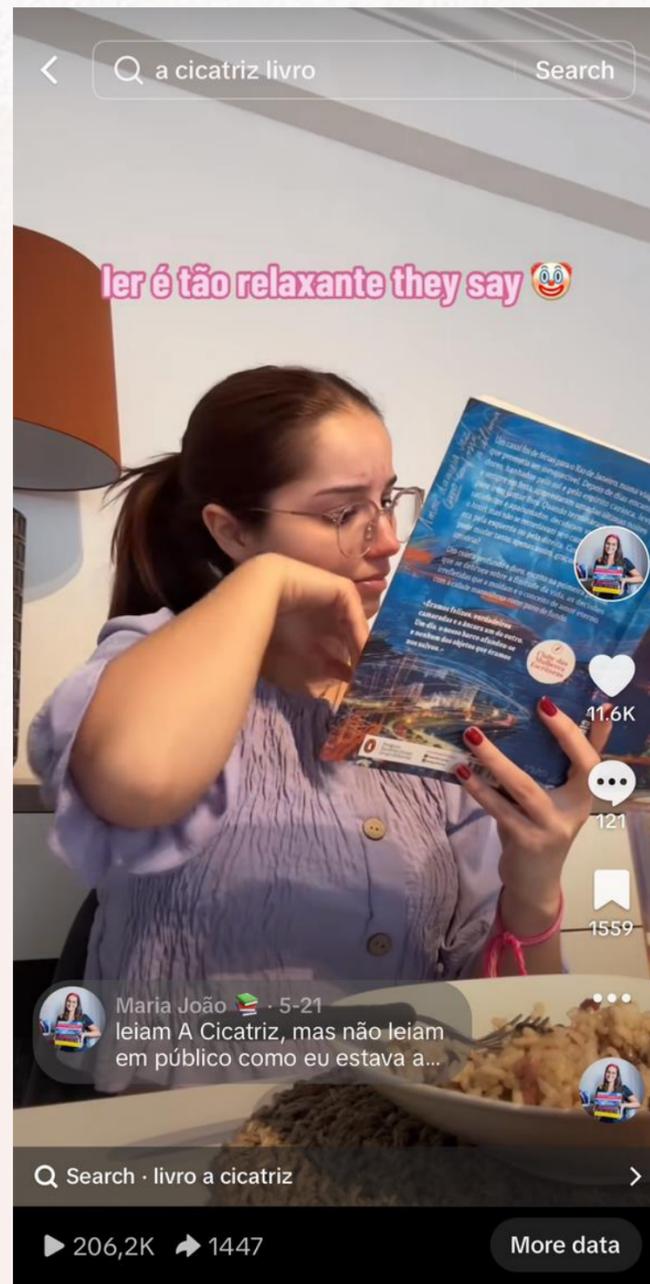


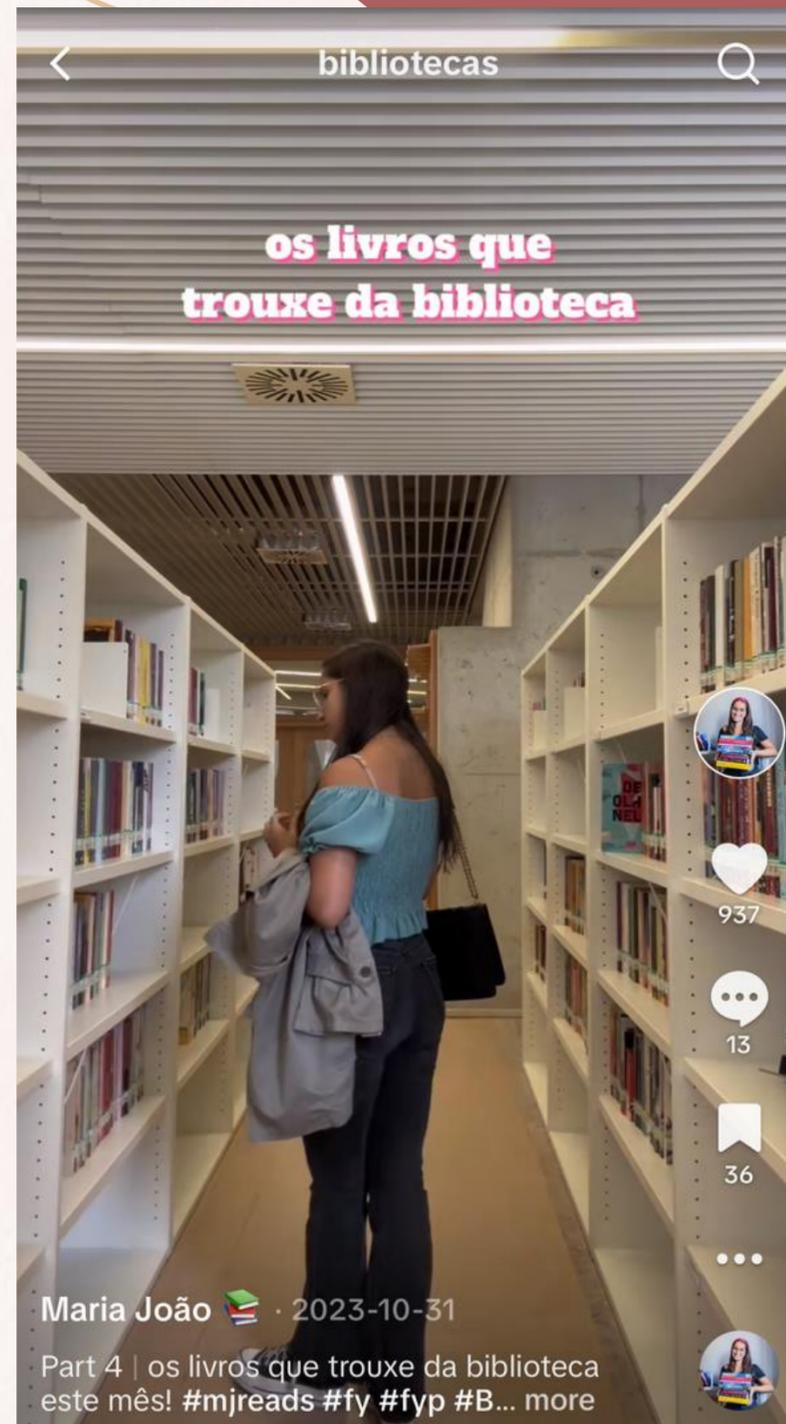
A plataforma, que tem mais de 3,3 milhões de utilizadores ativos mensais no mercado nacional, partilhou num evento que em 2023 “a comunidade BookTok em Portugal registou um crescimento notável”, particularmente sob a hashtag #BookTokPortugal, acumulando mais de 140 milhões de visualizações.



O apelo visual do Instagram permite que os livros sejam apresentados de forma criativa e de uma forma que atrai a audiência jovem.

O papel dos criadores de conteúdo





Os jovens e a leitura

O mercado livreiro português representou 187 milhões de euros em 2023, com um aumento de 7% nas vendas face ao ano anterior, segundo um estudo divulgado esta quinta-feira pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL).

A maior mudança registada foi “no perfil dos compradores, tendo em conta que a faixa etária dos 25 aos 34 anos passou a ser a que mais compra (76%) e que a faixa etária dos 15 aos 24 foi a que respondeu ter comprado mais livros do que em 2022, com 41% do total dos inquiridos”, refere a APEL, em comunicado.

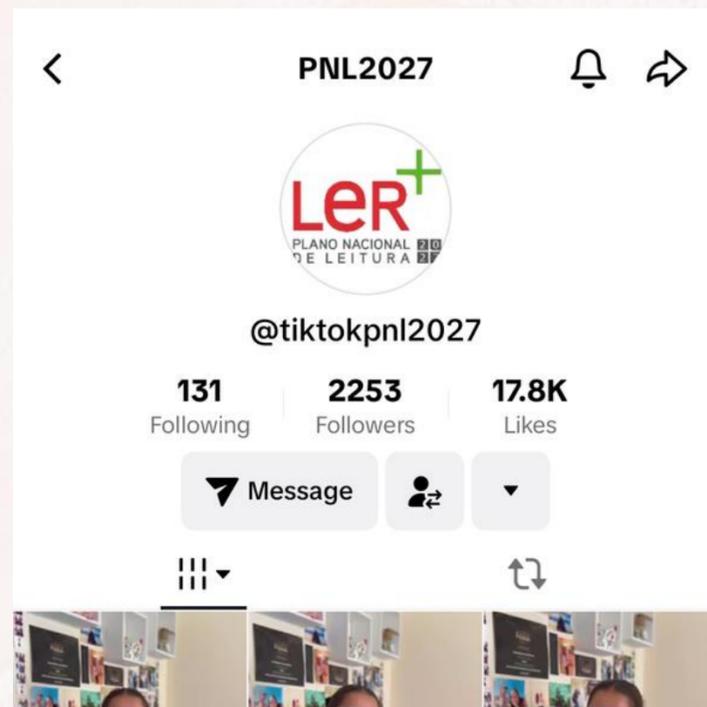
A comunidade de leitores

Os criadores de conteúdo literário ajudam a formar e fortalecer comunidades online dedicadas a livros e à leitura.

Muitos criadores decidiram que queriam levar a comunidade um passo mais à frente e chegaram mesmo a criar clube de leitura, onde todas as pessoas podem ler em conjunto e falar sobre livros.



Aposta das editoras e organizações



Tendência ou algo para ficar?

As redes sociais transformaram o mercado literário, trazendo a leitura aos mais jovens. Tornaram-se um canal vital para a promoção de livros e é onde os jovens mais vão buscar recomendações.

São uma forma poderosa de promover a leitura, tornando o mercado literário mais inclusivo e dinâmico.

O futuro da literatura está, cada vez mais, ligado ao digital, onde a voz do leitor tem mais poder do que nunca.

Obrigada!

Maria João Faria

CRIADORA DE CONTEÚDO