



# ALÉM DO PAPEL: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E O IMPACTO NO MERCADO EDITORIAL

*Pietra Ferreira Gomes<sup>1</sup>*  
*Fernanda Gabriela de Andrade Coutinho<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Acadêmica do Curso de Jornalismo, Campus EAD, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Bolsista PIBIC/ICETI-UniCesumar. pietrafgomes1@gmail.com

<sup>2</sup>Doutora em Administração (UEM). Graduada em Publicidade e Propaganda (UFRJ), Professora e Coordenadora dos Cursos de Comunicação da Universidade Cesumar - UNICESUMAR. fgabriela.professora@gmail.com

## RESUMO

Os dispositivos eletrônicos já fazem parte do cotidiano e estão presentes em diversos segmentos da sociedade. Os leitores embarcaram nessa mudança e a sociedade brasileira vivencia uma transformação no comportamento de consumo, como o aumento da procura por livros digitais. Sendo assim, o mercado editorial precisou se adaptar rapidamente ao impacto das novas tecnologias. Tendo em vista esse aspecto, este artigo tem por objetivo entender como as tecnologias estão modificando o setor editorial, quais as principais mudanças que estão ocorrendo, como os consumidores estão se comportando frente a esse novo cenário e como a chegada da inteligência artificial poderá impactar ainda mais esse mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo; eBook; Inteligência Artificial; Mercado Editorial; Novas Tecnologias.

## 1 INTRODUÇÃO

A tecnologia evolui rapidamente e desempenha um papel relevante nas sociedades ao criar conexões entre dispositivos e seus usuários. Para ter alcançado a força mundial que tem hoje, a comunicação precisou passar por alguns eventos anteriores, como as mensagens gravadas em tábuas de argila, depois pela invenção da prensa de tipos móveis por Gutenberg, em 1450, fazendo com que os livros comesçassem a ser distribuídos por vários países (BRIGGS & BURKE, 2006) e, depois de uns anos, com a invenção dos computadores e celulares na contemporaneidade.

O fato é que a escrita caminhou juntamente com a evolução da tecnologia, porque os dois são modelos de comunicação que os humanos unem para se relacionar uns com os outros. Por esse motivo, essa jornada foi marcada por mudanças impressionantes, mostrando que a convergência entre a tradição e o novo resulta em uma transformação sem precedentes do mercado editorial, obrigando essa área a se adaptar, criar e vender eBooks e E-readers.

Para Procópio (2010), as pessoas estão vivendo um novo caminho em que o acesso à informação está sendo realizado de forma rápida e automática. Portanto, continuaremos observando o crescimento desses novos tipos de leitura que mudam as pessoas. Isso acontece porque existe a facilidade de ter um dispositivo eletrônico onde os livros não ocupam espaço físico e contém ferramentas interativas, assim, o mercado dos livros se depara com a necessidade de se manter atualizado e trabalhar com as novidades tecnológicas para atrair consumidores.

Essas situações comprovam que a liberdade multimídia é quem dita as regras atualmente. Segundo Mello (2004), o surgimento do e-commerce transformou o conceito de compra e resultou em uma reestruturação do mercado editorial, que passou a se preocupar também em como atender os leitores agora informatizados.

A Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022-2026 apontou o Brasil como um mercado promissor no crescimento de consumo de livros, com uma taxa de 2,5% frente a 1,2% no cenário mundial (Intersaberes, 2023). Além disso, a pandemia contribuiu para o um novo contexto nas práticas de leitura, produção e análise da literatura.



aumento do consumo de livros digitais, que tem se mantido entre os brasileiros (VEJA, 2023).

Diante desse novo contexto, as ferramentas de inteligência artificial vêm se expandindo em diversos segmentos e no segmento editorial, tem afetado a criação de novas produções, assim como a forma como os consumidores têm utilizado essas tecnologias na busca de alternativas para pesquisa, leitura e outros formatos para acessarem conteúdos (MÍDIA & MERCADO, 2023).

É neste cenário em transformação que este trabalho se pauta e pretende responder o seguinte problema de pesquisa: como as transformações por meio das novas tecnologias estão impactando o mercado editorial brasileiro? O objetivo principal é compreender como as modificações por meio dessas tecnologias estão impactando o setor. Os objetivos específicos são analisar as mudanças ocorridas no mercado editorial brasileiro; identificar as principais tecnologias que estão impactando o mercado editorial brasileiro; entender como os consumidores se comportam frente essas mudanças; analisar possíveis impactos que podem ocorrer no mercado editorial brasileiro com as ferramentas de inteligência artificial.

Esta pesquisa se justifica porque pretende aprofundar as discussões sobre a utilização desses equipamentos eletrônicos e, especialmente, da inteligência artificial e os possíveis impactos na produção e consumo de livros no Brasil.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico será estruturado com os seguintes tópicos conforme os objetivos de pesquisa, sendo eles: Mercado Editorial (produz, distribui e vende livros, revistas e outros materiais impressos ou digitais, formando um ecossistema que facilita a criação e acesso ao conteúdo escrito); Comportamento de Consumo (ações e decisões dos consumidores ao adquirirem produtos ou serviços, influenciadas por necessidades, desejos, preferências, fatores sociais, culturais e econômicos); Novas Tecnologias (avanços e inovações na área da tecnologia, muitas vezes envolvendo conceitos e abordagens disruptivas com o potencial de transformar a maneira como vivemos, trabalhamos e interagimos. Daremos ênfase a ascensão do eBook e Kindle usados na experiência do leitor contemporâneo); Inteligência Artificial (também chamada de IA, busca criar sistemas e máquinas capazes de simular processos de raciocínio humano, aprendizado e tomada de decisões).

## **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

Para atingir os objetivos propostos, será feita uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, utilizando da pesquisa bibliográfica por meio de livros, revistas, artigos eletrônicos, notícias, utilizando-se das bases de dados do Google Acadêmico, SciELO, Minha Biblioteca, entre outros. Também serão utilizados outros dados secundários, como relatórios e pesquisas, para coletar conteúdos importantes e relevantes ao obter uma visão abrangente das mudanças tecnológicas e suas influências no mercado editorial.

Com relação à interpretação e análise dos dados, será utilizado a análise de conteúdo conforme Bauer (2008), para descrever os aspectos tecnológicos que afetam o esse mercado.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

um novo contexto nas práticas de leitura, produção e análise da literatura.



O resultado esperado é compreender a relevância da tecnologia na sociedade, os fatores que influenciam o crescimento dela dentro do mercado editorial e verificar os desafios enfrentados pelos profissionais do setor e dos leitores, para entender como eles buscam se manter atualizados nesse cenário cada vez mais digitalizado. Além disso, a investigação também pretende identificar quais serão as próximas inovações tecnológicas que afetarão estão dominando o setor, especialmente com o uso da inteligência artificial, tanto na produção como no consumo de produtos editoriais.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa ainda está em fase inicial, onde foi feito um levantamento bibliográfico e estão sendo elaboradas as referências bibliográficas; descrição dos procedimentos metodológicos; e, posteriormente, será feita a coleta e análise de resultados para elaboração do relatório final de pesquisa.

#### REFERÊNCIAS

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

FURTADO, J. C. D. **A influência da tecnologia na literatura**: Akropolis, Umuarama, v. 29, n. 1, p. 29-45, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.25110/akropolis.v29i1.8123>. Acesso em: 29 jul. 2023.

INTERSABERES. **Crescimento no consumo de livros será maior no Brasil do que no mundo, sugere pesquisa**. Disponível em: <https://www.intersaberes.com/blog/crescimento-no-consumo-de-livros-sera-maior-no-brasil-do-que-no-mundo-sugere-pesquisa/> Acesso em: 27 jan. 2023.

MEDEIROS, J. A construção do mercado de e-Books no Brasil: uma análise por meio de práticas de marketing. 2013, 239 f. **Dissertação** (Pós-graduação em Administração) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2013.

MÍDIA E MERCADO. **Entenda como a inteligência artificial pode afetar o mercado editorial**. Disponível em: <https://www.folhavoria.com.br/geral/blogs/midiaemercado/2023/07/26/entenda-como-a-inteligencia-artificial-pode-afetar-o-mercado-editorial/> Acesso em 21 jul. 2023.

MINHA BIBLIOTECA. **Os livros e as tecnologias digitais**: como incentivar a leitura na Era Digital?. 2019. Disponível em: <https://minhabiblioteca.com.br/blog/livros-tecnologias-digitais/>. Acesso em: 29 jul. 2023.

PROCÓPIO, E. **O livro na era digital**: o mercado editorial e as mídias digitais. 1. ed. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

VEJA. **Consumo de livros digitais escala com pandemia de Covid-19**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/consumo-de-livros-digitais-escala-com-pandemia-de-covid-19>. Acesso em: 07 jul. 2023.

um novo contexto nas práticas de leitura, produção e análise da literatura.