



“CINQUENTA TONS DE CINZA” UM *BEST SELLER* AUTOPUBLICADO

Aline Lupak

Acadêmica do Curso de Licenciatura em Letras e Literaturas de Língua Inglesa
ULBRA- Bolsista CNPq

Edgar Kirchof

Professor vinculado à ULBRA, programa de Pós - Graduação em Educação

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa analisa o impacto das tecnologias digitais no mercado editorial tomando como base a obra “Cinquenta Tons de Cinza” em um estudo de caso. Devido às mudanças ocorridas no campo tecnológico e ao surgimento de novos tipos de comunicação, o mercado editorial acabou passando por várias transformações, nos últimos anos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Analisar as mudanças e o impacto da cultura digital no mercado Editorial, focando no seguimento self publishing books, tomando o fenômeno de vendas “Cinquenta Tons de Cinza” como estudo de caso.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi dividida em três etapas: pesquisa bibliográfica sobre mercado editorial no mundo digital; pesquisa bibliográfica sobre *self publishing* e outros seguimentos de editoração de livros e estudo de caso sobre o *best seller* “Cinquenta Tons de Cinza”.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Devido às mudanças ocorridas no campo tecnológico nos últimos anos, o mercado editorial tem sofrido diversos impactos. As novas possibilidades de leitura instauradas pelas tecnologias digitais introduzem outras possibilidades de fazer circular a informação, abrindo portas para novos tipos de comercialização dos livros, impressos ou digitais. Entre as principais mudanças, é possível observar o surgimento de novas ferramentas de criação, divulgação e comercialização de livros. “Cinquenta Tons de Cinza” é um exemplo bem sucedido de obra produzida como *fanfic* e comercializada, inicialmente, em uma plataforma de *self publishing*.

CONCLUSÃO PARCIAL

Através das análises realizadas na pesquisa, é possível concluir que o mercado editorial vem gradativamente sofrendo mudanças nos últimos anos, devido às novas possibilidades de publicação de livros, entre elas, o *self publishing*. Existe uma tendência forte rumo à desintermediação, o que significa que o papel do editor está cada vez mais enfraquecido, ao passo que o próprio escritor assume as funções de edição, distribuição, comercialização, por meio de plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariana Rodrigues Montenegro de. Self-publishing como escolha ativa: como o marketing de ebooks é desenvolvido nesse cenário. Coimbra. Universidade de Coimbra. 2016.

JAMISON, Anne. Fifty Shades of Pop Culture Theory Twilight Fan Fiction Unit from Theories of Popular Culture at the University of Utah. An experiment in using participatory culture both as pedagogy and course material. This space archives materials, student work, and documents about course authors. Disponível em: <<http://fiftyshadesofpopculturetheory.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 01/05/2014.

RODRIGUES, Mariana Fernanda. Mais de 5 milhões de brasileiros compraram a trilogia Cinquenta Tons de Cinza. Estadão. 12 de fevereiro de 2015. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/mais-de-5-milhoes-de-brasileiros-compraram-a-trilogia-cinquenta-tons-de-cinza/>>. Acesso em: 15/04/2017.

WALDFOGEL, Joel, REIMERS, I. Storming the Gatekeepers: Digital Disintermediation in the Market for Books. Carlson School of Management, Department of Economics, and Law School University of Minnesota and NBER. 2015.

