

O BOOK TRAILER COMO FERRAMENTA PROMOCIONAL DA LEITURA NA BIBLIOTECA ESCOLAR

Emanuela Brambilla dos Santos (PMVV) - santos.emanuelabrambillados@gmail.com

Resumo:

O presente artigo objetiva apresentar o book trailer como ferramenta promocional de sedução, de incentivo a leitura e formação do leitor crítico, que redesenha, desconstrói e produz uma nova relação com o conteúdo lido. Aborda sobre a biblioteca escolar e sua importância no aprendizado para a vida. Relaciona o marketing em face ao merchandising do livro. Como metodologia, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, buscou-se na literatura científica o aporte teórico.

Constatou-se que ao fazer o cruzamento das linguagens através da introdução dessa nova temática no repertório memorial do aluno cria-se um registro digital da evolução do conhecimento.

Palavras-chave: *Biblioteca Escolar. Incentivo à leitura. Book trailer.*

Eixo temático: *Eixo 6: Gestão de bibliotecas*

1 INTRODUÇÃO

Ao passo que a humanidade foi crescendo, invenções foram surgindo, mudando desta forma o pensar e o agir da sociedade. O ser humano desenvolveu muitas maneiras para comunicar-se. Antes de haver um registro histórico, todo conhecimento era transmitido de geração em geração por meio da narração.

Com a evolução da escrita em diversos suportes e o surgimento da internet, o acesso ao saber expandiu-se, passando a circular de forma intensa e interligada pelos diferentes canais de comunicação. Vive-se em uma época de constantes inovações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, as pessoas utilizam, por exemplo, o smartphone como uma ferramenta de trabalho, como um instrumento de lazer para ler e ouvir jornais, livros, assistir, filmar, fotografar, comunicar-se e interagir com os amigos através das mídias sociais favorecendo assim o compartilhamento de dados e disseminação de informações.

Todavia, “nem tudo que é disseminado deve ser merecedor de crédito” (CARVALHO; DIAS, 2012, p. 153).

A sociedade contemporânea convive em convergência, as tecnologias criadas anteriormente se reconfiguraram tornando-se híbridas.

Tal situação pode ser vista no ambiente das bibliotecas que confrontadas com as novas tecnologias de informação e comunicação, deixam as tipologias e formatos tradicionais e passam a operar novos serviços e produtos, simplificando-os, agilizando-os e tornando-os mais eficazes e flexíveis.

O presente artigo objetiva apresentar o *book trailer* como ferramenta promocional de sedução, de incentivo a leitura e a formação do leitor crítico, que redesenha, desconstrói e produz uma nova relação com o conteúdo lido. Aborda sobre a biblioteca escolar e sua importância no aprendizado para a vida. Relaciona o marketing em face ao *merchandising* do livro. Como metodologia, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, buscou-se na literatura científica o aporte teórico.

2 MARKETING NA BIBLIOTECA ESCOLAR

Desde o surgimento da internet proveniente da criação da arpanet em 1969 nos EUA, a comunicação perpassa por inúmeras modificações quanto aos aparatos tecnológicos, contribuindo assim para a modelagem da democratização de acesso e compartilhamento de conteúdos, sobretudo, nas plataformas de mídias sociais. A esse respeito, esses mecanismos são de suma importância no que tange a disseminação e promoção das bibliotecas. Amaral (2001, p.75) destaca que “as técnicas de marketing podem ser adotadas por todos os tipos de organizações, inclusive as que atuam no setor da informação”.

Com relação aos objetivos da promoção, Amaral (2001, p.76) destaca,

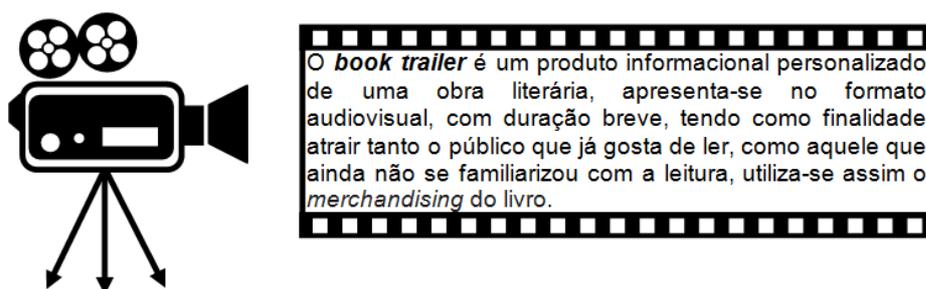
- a) tornar a unidade de informação e seus produtos e serviços conhecidos pelos usuários potenciais;
- b) tornar o ambiente da unidade de informação e seus produtos e serviços atraentes para os usuários potenciais;
- c) mostrar aos usuários reais como usar os produtos e serviços de informação;
- d) evidenciar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos;
- e) manter os usuários reais, constantemente, bem informados sobre a atuação da unidade de informação, seus produtos e serviços.

Tais considerações vão ao encontro das potencialidades do *Book Trailer* como um produto a ser desenvolvido no ambiente escolar pelos alunos, tendo como cerne a biblioteca e o seu acervo.

Muito difundido no *Wattpad*, por ser um aplicativo que permite ler e escrever, adolescentes, jovens, escritores autônomos estão mergulhando na criação desses vídeos, com tendência a crescer.

2.1 MAS AFINAL DE CONTAS, O QUE É UM BOOK TRAILER?

Figura 1 - O que é o *Book trailer*?



Fonte: a autora, 2018.

A necessidade de ter um diferencial provocou uma mudança no marketing das empresas, observa-se hoje que o mercado consumidor está dividido em nichos. Nesta perspectiva, Oliveira e Santos (2011, p.3) traz uma reflexão acerca do *merchandising*,

O *merchandising* surgiu como parte do próprio conceito de marketing. As antigas lojinhas com balcão começaram a perceber o sucesso que as vitrines faziam e ao notarem que as mercadorias expostas eram muito mais compradas do que as não expostas, começaram a transformar todo o

interior das lojas em verdadeiras vitrines, nas quais se podia ver e escolher todas as mercadorias. Daí, aos poucos, foi-se transformando em lojas de auto-serviço, onde o consumidor mesmo escolhe os produtos.

É notável considerar que ao lançar o *book trailer*, o mercado editorial e áreas afins usam as mídias sociais como canal, a obra literária terá uma maior visibilidade ao passa que as pessoas forem “curtindo” e divulgando essa modalidade, consequentemente influenciará no aumento dos níveis de leitura. Afinal, se o indivíduo tiver afinidade com o conteúdo exposto, certamente irá fazer a leitura seja do livro impresso ou digital (e-book). Cabe salientar que o leitor está cada vez mais exigente, talvez pelo fato da fluidez que se encontra a informação no ambiente digital. É necessário um planejamento de todas as etapas desenvolvidas no processo de criação. A seguir serão descritas algumas recomendações para a concepção do *book trailer*:

1. O visual de um book trailer é como a capa de um livro, precisa ser chamativo e dar uma ideia dos conteúdos e temas. **2. A informação deve ser concisa e direta**, com um tempo e corte ágeis. Selecione poucas palavras ou frases e algumas imagens. Uma boa música ou sonoplastia também ajuda a criar o ambiente. **3. Na criação e produção** é importante achar o tom certo do vídeo. Imagens em movimento pedem sincronia e equilíbrio de todos os elementos. A informação deve ser concisa e direta, focada na mensagem a ser transmitida. **4. Objetividade é fundamental** para divulgar um produto/criação. Quanto mais direta e eficiente a mensagem, melhor. Existem muitas técnicas e recursos para produzir um vídeo deste tipo [...] **5. Não basta ter um bom vídeo pronto**. É preciso colocá-lo nos pontos certos e divulgá-lo, seguindo uma estratégia que defina quais públicos é importante atingir. Formadores de opinião, revistas especializadas, blogs temáticos, eventos relacionados e outros canais. **6. É preciso estimular também a interação**, fazendo com que outras pessoas se envolvam e compartilhem. Acompanhar e responder os comentários, procurar canais importantes de mídia, gerar diálogo e troca de ideias. **7. Use palavras-chave e tags para indexar seu vídeo**. Crie frases e chamadas de impacto. Imagens e capturas de fotogramas também podem trazer novas visitas. **8. Saiba avaliar o resultado**. Quem viu, como viu, de onde veio, opiniões, repercussões e avaliação. [...] (TOSTES, 2013, grifo do autor).

Evidentemente, alguns elementos não podem passar despercebidos no processo criativo do *book trailer*, são eles: o nome do autor, o título do livro, os personagens, a editora, justamente para manter a integridade da obra literária. Tratar de leitura pressupõe a explanação e instigação no leitor.

No contexto escolar, mais especificamente na biblioteca, a mediação da leitura entre o texto e o leitor, deve perpassar todo o processo de identificação, localização, acesso, interpretação e avaliação da informação, reafirmando como espaço de difusão do conhecimento. O que significa que a unidade de informação precisa maximizar seus recursos, entusiasmado o usuário para que veja a biblioteca como um referencial.

Diante de um cenário que hipnotiza as crianças e os jovens para o mundo das tecnologias digitais, a proposta de usar o *book trailer* como ferramenta promocional de leitura, relembra o “Li, gostei e recomendo”, que muitos bibliotecários e professores em algum momento já fizeram uso dessa técnica para aguçar o olhar do aluno para a leitura.

Lima et al. (2014, p. 2-3) apresentam um roteiro para elaboração do *book trailer* no ambiente escolar.

Quadro 1 - Roteiro para montagem do *book trailer*

Com relação ao resumo	Com relação à sua opinião sobre o livro	Sobre os argumentos
a) Como você pretende apresentar o resumo do livro? (frases resumindo a história, imagens em sequência cronológica, combinação de imagens e frases, trechos selecionados do livro, etc) b) Que paleta de cores você pretende usar em seu <i>booktrailer</i> (cores claras, escuras, cores quentes, tons de cinza, etc)? Por quê? Que efeitos você pretende provocar com essa escolha? c) Que arquivos de áudio poderiam ser usados para reforçar a temática apresentada no livro (romance, terror, suspense, etc.)?	a) Que adjetivos melhor descrevem o livro selecionado por você? b) Que recursos poderiam ser usados em seu <i>booktrailer</i> para ilustrar a sua opinião? c) Que trechos do livro poderiam ser usados para ilustrar a sua opinião sobre ele? Transcreva-os abaixo, indicando a página.	a) Dentre os diferentes textos de opinião que você encontrou na web, quais reforçam ou complementam a sua opinião sobre o livro? Transcreva-os abaixo, indicando a autoria dos mesmos. b) O livro selecionado participou de alguma feira de livros? Ganhou algum prêmio? Qual/ quais?

Fonte: adaptado de Lima et al., 2014, p. 2-3.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse estudo, analisou-se a percepção da introdução do *book trailer* como ferramenta promocional da leitura no espaço da escola, mais especificamente na biblioteca, uma vez que este lugar reúne uma gama de informações, contudo precisa ser usado, para que se criem condições de ascensão ao saber. Desprende-se também em seu bojo o envolvimento de todo corpo docente em torno dessa ação, ao mesmo tempo em que causa uma ruptura e uma reconfiguração do fazer bibliotecário, traçando um caminho desafiador e promissor.

Confirmou-se, de acordo com as reflexões teóricas, que as atividades que fazem uso dos recursos midiáticos tornam-se aliadas no processo de ensino-aprendizagem, sobretudo, quando atendem as expectativas dos alunos. Nesse âmbito, do ponto de vista do aprendizado, valorizar novas experiências de ensinar pode favorecer a resultados surpreendentes, o que instiga a correlação entre o conhecimento internalizado e externalizado e a construção social do conhecimento. No intuito de contribuir sobre a ótica do uso das mídias sociais como elemento essencial de modernização e aplicação do marketing, ocasiona uma melhor interatividade entre a biblioteca, o bibliotecário, a leitura e o usuário. Sendo um elo de dinamicidade, inovação e multiculturalismo. Destaca-se que o tema não se esgota por aqui, recomenda-se que outras pesquisas sejam realizadas e vivenciadas.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Sueli Angelica do. Atividades de *marketing* na promoção de serviços de informação: pesquisa sobre o sonar-inis e o servir-inis do cin/cnen. **Perspect. cienc. inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 75 - 96, jan./jun.2001. Disponível em: < <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/438/248>>. Acesso em: 2 set. 2018.

CARVALHO, J.L.; DIAS, G.A. Fidedignidade informacional no twitter: uma questão de confiança. **Biblionline**. João Pessoa, v. 8, n. esp., p. 152-160, 2012. Disponível em: < <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/biblio/article/view/14198/8104> > . Acesso em: 8 set. 2018.

LIMA, Simone et al. Projeto *booktrailer*. 2014. Disponível em: <http://www.cp2.g12.br/blog/labre2/files/2014/06/roteiro_booktrailer.pdf>. Acesso em: 7 set. 2018.

OLIVEIRA, Luiza dos Santos; SANTOS, Tatiane, Giacomini dos. *Merchandising* - diferencial competitivo na otimização de resultados. In: ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO UNISALESIANO, 3., 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2011/publicado/artigo0054.pdf>>. Acesso em: 2 set. 2018.

TOSTES, Roberto. **Oito dicas e boas práticas para criar um book trailer**. 2013. Disponível em: <<https://webinsider.com.br/oito-dicas-e-boas-praticas-para-criar-um-book-trailer/>>. Acesso em: 2 set. 2018.