

## **Literatura e Publicidade: uma análise da promoção do livro “O ódio que você semeia”<sup>1</sup>**

Joedina Maria BASTOS<sup>2</sup>

Jeferson FERRO<sup>3</sup>

Centro Universitário Internacional Uninter, Curitiba-PR

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo descobrir quais elementos da narrativa são trabalhados nos materiais de divulgação do livro “O ódio que você semeia” (THOMAS, 2017), e como eles aparecem nas peças publicitárias. Desta forma primeiramente foi realizada a análise do livro com base nas categorias narrativas elencadas por Tzvetan Todorov (1976), posteriormente, identificados 19 *posts* do Facebook da editora, os quais foram separados em três categorias distintas, sendo elas: lançamento, sustentação e encerramento. Como resultado, foi visto que aspectos como voz e tempo narrativos, assim como categorias referentes à exposição e conflito da história, estão presentes nos materiais de divulgação, e que a editora buscou traçar relações entre a história ficcional e o mundo real através dos assuntos abordados em sua narrativa, uma vez que essa ligação é o principal elemento de apelo do livro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Narrativa; Publicidade; Literatura; O ódio que você semeia.

Desde sempre a publicação de narrativas foi influenciada pela recepção do público. É visto que as histórias publicadas em folhetins de jornais, no século XIX, dependiam da aceitação popular para continuarem sendo vendidas. E esta talvez já fosse uma forma de divulgação dos livros, pois muitas das histórias publicadas nos jornais eram mais tarde produzidas e vendidas em formato de livros (Rosa, 2008).

As transformações sociais e tecnológicas ocasionaram mudanças no cenário de publicação de livros. A grande segmentação do mercado, a aproximação entre editora, autor e leitor proporcionada pela internet e o desenvolvimento de novas plataformas de leitura são alguns desafios que profissionais da área precisam enfrentar para conquistar um público cada vez mais exigente e conectado. Para que seja possível publicar livros de sucesso, classificados como *best-sellers*, que alcançam um grande volume de vendas, é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ06 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. período do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional Uninter, email: joedina.bastos@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Internacional Uninter, email: jeferson.f@uninter.com.

necessário o desenvolvimento de um conjunto de estratégias, desde a busca pelos interesses do público-alvo, a seleção de títulos, a produção final do livro até a sua divulgação. Afinal, no mercado atual, a comunicação é essencial para venda, pois é ela que faz o público conhecer e se apaixonar pelo produto.

Sendo um assunto pouco abordado em pesquisas, a promoção de livros se mostra cada dia mais importante e necessária em um nicho de mercado com crescente concorrência, como o da literatura infanto juvenil, caracterizado não somente pelo número de editoras, mas também pelo acúmulo de títulos publicados anualmente. Em contrapartida, há um baixo índice de leitura nacional, como aponta o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL, 2017), que afirma que nos últimos anos o mercado editorial brasileiro teve sérias quedas, e veio apresentar uma taxa de crescimento somente no primeiro semestre de 2017, primeira vez desde 2015. Segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada em 2015 pelo Instituto Pró-livro, cerca de 56% da população é considerada leitora e a média de leitura anual do brasileiro é de 4,96 livros<sup>4</sup>. Assim vê-se que a indústria do livro se encontra em um nicho de mercado pequeno e instável, pois a leitura não é vista como prioridade no país (RLB, 2015). Desta forma levanta-se a importância de estudar as tendências do mercado editorial, buscando compreender como as editoras trabalham sua comunicação para conquistar seu público-alvo e como a promoção de livros também pode ser trabalhada como uma estratégia de fomento à leitura. Afinal, é importante conhecer o produto para destacar as características que despertam o interesse do consumidor.

Com base nesse cenário o presente trabalho propôs uma análise da promoção do livro “O ódio que você semeia”, de Angie Thomas, publicado no Brasil em julho de 2017 pela Galera Record. O romance conta a história de Starr, uma adolescente negra de 16 anos que presencia a morte de seu melhor amigo de infância, Khalil, por um policial, quando eles saíam de uma festa. Khalil não fez nada, estava desarmado, não havia mais ninguém na rua e Starr se torna a única testemunha do crime<sup>5</sup>. Desta forma levantou-se o seguinte problema de pesquisa: quais elementos da narrativa são trabalhados nas peças publicitárias do livro “O ódio que você semeia” e como eles são aplicados em seus materiais de promoção? Frente a este questionamento, apontou-se como hipóteses que os

---

<sup>4</sup> A pesquisa considera leitor pessoas que leram um livro inteiro ou parcialmente nos últimos três meses, independente de gênero e se foi por iniciativa própria ou para a escola/faculdade.

<sup>5</sup> Um resumo estendido da história encontra-se disponível em:

<<https://drive.google.com/drive/folders/181z2XBfWHEZH6DcXrPFTMc0lCJSAFIA0?usp=sharing>>.

---

elementos definidores da história (TODOROV, 1976), tais como o tempo, aspectos e modos da narrativa, assim como os personagens e suas relações, estão presentes nas peças de divulgação do livro, bem como em sua capa. As peças publicitárias criam elementos visuais referentes à obra, como personagens e cenário. E apesar de se tratar de uma obra de ficção, as peças de divulgação do livro empregam elementos indiciais fortes, fazendo conexões entre o livro e fatos/pessoas reais.

Desta forma o presente trabalho tem como objetivo geral descobrir quais elementos da narrativa são trabalhados nos materiais de divulgação do livro “O ódio que você semeia” no Facebook e como eles aparecem nas peças publicitárias. Para tanto definiu-se como objetivos específicos: mapear os materiais de divulgação do livro “O ódio que você semeia”; delimitar os elementos definidores da narrativa do livro, com base nas categorias narrativas de Todorov (1976); e analisar os materiais de divulgação da obra.

Para tanto utilizou-se como base de estudo os conceitos de narratologia, que estuda a estrutura e os elementos narrativos, como tempo, voz e modo narrativo (TELLES, 2016) a fim de compreender e classificar a estrutura do livro já citado; e do *index appeal*, conceito da teoria semiótica que estuda o fenômeno de crescentes produções midiáticas que buscam trazer para suas histórias verossimilhança e autenticidade através de signos indiciais, com o intuito de conquistar o público (ANDACHT, 2003).

Foram analisadas peças publicitárias veiculadas na rede social Facebook do selo Galera Record, a partir da qual se realizou uma filtragem das postagens relacionadas ao livro utilizando o nome do mesmo como *tag* de busca, apresentando como resultado um total de 19 *posts* divididos em 3 categorias correspondentes as fases de campanha, sendo elas: lançamento, sustentação e encerramento. A capa do livro também foi analisada como uma peça de divulgação do mesmo. Desta forma apresentar-se-á aqui uma introdução a narratologia, classificando o objeto de estudo e relacionando estes conceitos com a publicidade realizada pela Galera Record nos materiais de promoção de “O ódio que você semeia”.

---

## A Narrativa e sua categorias

Para Roland Barthes (1976, p.19), a narrativa pode ser encontrada em todo lugar, nos mais variados contextos e tempos, sendo ela falada ou escrita, e está presente no mundo desde o princípio da humanidade.

A narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas estas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, [...] a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade.

O termo narratologia, como modelo de estudo crítico das narrativas, foi apresentado pela primeira vez no livro de Tzvetan Todorov em 1969 (ABREU, 2010, p. 30), sendo conceituado como a área dos estudos linguísticos que busca analisar as narrativas de ficção e não-ficção, buscando características em comum através da análise de suas estruturas e elementos. Como afirma Carlos Rei (1999, p. 121 apud ABREU, 2010, p. 30) a “narratologia examina o que as narrativas têm de comum entre si e aquilo que as distingue enquanto narrativas. Para tal, a narratologia procura descrever o sistema específico narrativo, buscando as regras que presidem à produção e processamento dos textos narrativos”.

Os estudiosos dessa área sempre se preocuparam com dois aspectos de estudo: a construção do texto em si, analisando suas estruturas e elementos, e aquilo que ele pode representar, analisando seu contexto e descrição do mundo (TELLES, 2016, p. 13-14). Recentemente estudiosos afirmam a importância desses dois aspectos na análise da narrativa, já que somente um não apresenta uma análise eficiente do objeto.

Desta forma buscou-se realizar uma análise da narrativa de “O ódio que você semeia” a partir de ambos aspectos, realizando a análise do livro a partir dos estudos de Tzvetan Todorov, e posteriormente, de seu contexto de publicação e características empregadas na história que fazem conexões com o mundo real e transcendem as paredes do ficcional.

### 1. Categorias da estrutura narrativa

Tzvetan Todorov traz, no capítulo 10 do livro *Análise estrutural da narrativa* (1976), uma divisão da narrativa enquanto história e enquanto discurso, apresentando categorias estruturais das narrativas sobre estes dois aspectos. A narrativa como história

se divide em duas categorias, sendo elas: a) Lógica das ações, e b) Os personagens e suas relações. Já a narrativa como discurso apresenta 3 categorias: a) O tempo da narrativa, b) Os aspectos da narrativa e c) Os modos da narrativa. Dentro destas categorias é possível encontrar subdivisões para classificar cada narrativa conforme suas características principais.

### **1.1 A narrativa como história:**

**a) A lógica das ações** se refere às ações que ocorrem ao longo da história sem levar em conta suas relações entre si.

**b) Os personagens e suas relações** se refere à estrutura de relações dos personagens apresentadas para a construção da narrativa. Em “O ódio que você semeia” é apresentado a relação da personagem principal, Starr, com sua família, namorado, amigos da escola e do bairro onde mora, e com o policial que atirou em Khalil.

### **1.2 A narrativa como discurso:**

**a) O tempo da narrativa** se refere ao tempo no qual se apresenta o discurso. Todorov (1976, p. 232) diz que:

o tempo do discurso é, em um certo sentido, um tempo linear, enquanto o da história é pluridimensional. Na história, muitos acontecimentos podem-se desenrolar ao mesmo tempo; mas o discurso deve obrigatoriamente colocá-los um em seguida do outro.

Desta forma encontramos em “O ódio que você semeia” um discurso linear, com um tempo de história pluridimensional caracterizado pela exposição de lembranças da protagonista.

**b) Os aspectos da narrativa** dizem respeito à narração do discurso e do olhar imposto sobre ele. “Mais precisamente, o aspecto reflete a relação entre um ele (na história) e eu (no discurso), entre o personagem e o narrador” (TODOROV, 1976, p. 236).

Em “O ódio que você semeia” essa relação se apresenta como sendo Narrador = Personagem, já que a narrativa se dá em primeira pessoa, sendo assim “o narrador sabe tanto quanto os personagens, não pode oferecer uma explicação dos acontecimentos antes de os personagens a terem encontrado” (idem, 1976, p. 237).

c) Os **modos da narrativa** dizem respeito à maneira pela qual o narrador expõe, apresenta a história (TODOROV, 1976, p. 240), e “existem dois modos principais: a representação e a narração” (idem, 1976, p. 240).

“O ódio que você semeia” apresenta a representação como característica dominante. Porém, não se pode dizer que não existe a presença da narração na história, já que esta também é um relato de um fato, por mais que sua construção dê a sensação da história estar ocorrendo naquele momento, o mesmo se dá através de uma narração.

Desta forma estas categorias se referem a linha estrutural literária da narrativa e para compreender melhor a ordem estabelecida da história será construída seu arco narrativo.

## 2. Arco narrativo

O arco narrativo é uma linha estrutural utilizada para o desenvolvimento de narrativas de diversos formatos (DOCIMO, LUPIANI, 2016). Este apresenta três atos/tempos da história: começo, meio e fim, e se divide em 6 categorias dentro destes atos. Sendo elas: a) exposição, b) conflito, c) crescente ação, d) clímax, e) queda da ação e f) resolução.

a) A **exposição** se refere à apresentação da história, dos personagens, do ambiente e do tempo da narrativa. A exposição da história em “O ódio que você semeia” se dá no primeiro capítulo do livro. A história começa com Starr, a personagem principal, em uma festa, apresentando eventos de sua vida e os motivos e fatos que a levaram até aquele momento.

b) O **conflito** diz respeito ao principal acontecimento que desencadeia o restante da história, criando um desvio no caminho perseguido pelo personagem. No capítulo 2 acontece o assassinato de Khalil, amigo de Starr, por um policial. O ato ocorre na presença de Starr, que se torna a única testemunha do crime. A partir deste fato é apresentado a personagem o desafio de buscar justiça para seu amigo, mesmo que Starr tenha medo e se sinta insegura ao revelar que estava presente na hora do crime.

c) A **crescente ação** apresenta o desenvolvimento da história e os pequenos conflitos que se desenrolam a partir do conflito inicial, que levam ao clímax da narrativa. Em “O ódio que você semeia” a crescente ação ocorre do capítulo 3 ao capítulo 22, apresentando mais sobre os personagens e suas relações, os acontecimentos, escolhas e pequenos conflitos desencadeados na história.

d) O **clímax** da história é o ponto principal dela, onde ocorre o ponto de virada que irá determinar o final da narrativa. O clímax de “O ódio que você semeia” está presente no final do capítulo 22, em que é apresentada a decisão judicial referente à acusação contra o policial que atirou em Khalil.

e) A **queda da ação** se caracteriza pelos acontecimentos resultantes ao clímax. Ela pode ser encontrada a partir do capítulo 23, onde tem a realização de um protesto contra a decisão judicial, um incêndio causado a partir do protesto e a prisão de um traficante do bairro onde Star mora. Atos que levam à resolução da história.

f) A **resolução** da história se refere ao momento em que os conflitos são resolvidos e as dúvidas sanadas. Em “O ódio que você semeia” temos a mudança de Starr e sua família para outro bairro e a decisão da jovem de permanecer lutando por justiça.

A partir do desfecho da história, apresenta-se sua relação com o mundo real e consequentemente seu contexto de publicação, já que, como a autora afirmou em entrevista ao Walker Books (2017), “O ódio que você semeia” tem como base histórias reais com as quais a ela se deparou ao longo da vida. Ao longo da narrativa a autora traz fatos reais de racismo e violência policial contra negros, citando os Panteras Negras, o cantor Tupac e o caso de Emmett Till, que foi morto em 1955, aos 14 anos, após supostamente assobiar para uma mulher branca (BATISTA, 2017).

### **Narrativa, propaganda e sua relação com o mundo**

A linguagem publicitária sempre buscou artifícios narrativos para o convencimento do destinatário da mensagem, e ao longo do tempo foi se modificando em função do surgimento de novas tecnologias. Antigamente as propagandas tinham um caráter mais funcional, mostrando as características e funções do produto, e com a crescente concorrência e evolução dos mercados de consumo, as empresas tiveram que buscar outras estratégias para conquistar seu público-alvo, utilizando da retórica e de artifícios narrativos na busca por se destacar no mercado. “A linguagem publicitária aperfeiçoa-se, continuamente, utilizando recursos semióticos que invocam reflexão aos leitores, pelo jogo de palavras, pela polissemia, pelas figuras e pelos neologismos” (CAVALCANTI, 2014, p. 58).

Uma das estratégias adotadas pelas empresas é o *storytelling*. Adilson Xavier (2015), em seu livro “*Storytelling: histórias que deixam marcas*”, apresenta quatro definições diferentes do que este seria. Com base nestas definições podemos conceituar



o termo como o ato de contar boas histórias, levando em consideração suas características técnicas e artísticas e de ferramenta de comunicação. Utilizado como estratégia publicitária pelas mais variadas marcas, ele se tornou uma tendência na publicidade, conferindo verossimilhança e autenticidade em seus materiais, e é caracterizado por representações do cotidiano do público-alvo.

Abordando questões de racismo e violência policial muito presentes em pautas de movimentos antirracistas nos Estados Unidos, a narrativa de Angie apresenta um assunto recorrente em outras narrativas midiáticas. E após os atos ocorridos em Charlottesville, cidade do estado da Virginia, em agosto de 2017, onde grupos supremacistas brancos saíram às ruas em protesto contra a retirada de uma estátua de um general pró-escravidão, que resultou em um confronto com grupos antirracismo (BBC Brasil, 2017), vemos que este é um livro que levanta discussões sobre estas questões raciais ainda recorrentes em 2017, traçando uma conexão entre a ficção e histórias reais que acontecem nos dias atuais.

Ao trazer para dentro da narrativa o relato de fatos verídicos relacionados ao tema abordado no livro, Angie apresenta características do *index appeal* como uma forma de convencimento e apelo ao verossímil, traçando conexões entre o ficcional e o real. O conceito de *index appeal* é definido por Fernando Andacht (2003) como o chamamento indicial. Estudado por ele desde o início do século, é uma tendência nas produções midiáticas, em que as obras buscam o caráter de autenticidade através de signos indiciais, trabalhando com as questões referentes à definição de fronteiras entre ficção x realidade. Além disso, essa relação entre ficção e realidade também está presente em outras formas narrativas, como aponta o jornalista Christian Schwartz (2012) “[...] os cruzamentos entre ficção e não-ficção parecem ter se tornado, particularmente nas duas últimas décadas, o terreno artístico mais fértil no campo das letras”.

### **Análise dos materiais de divulgação**

Os materiais promocionais do livro “O ódio que você semeia”, analisados no presente trabalho, foram selecionados a partir de uma filtragem na página oficial no Facebook do selo<sup>6</sup>, utilizando o título do livro como *tag* de busca. Ao todo, foram identificados 19 *posts* encontrados na referente página, com publicações de 01 julho até 28 de outubro de 2017. Estes *posts* foram separados em três categorias diferentes,

---

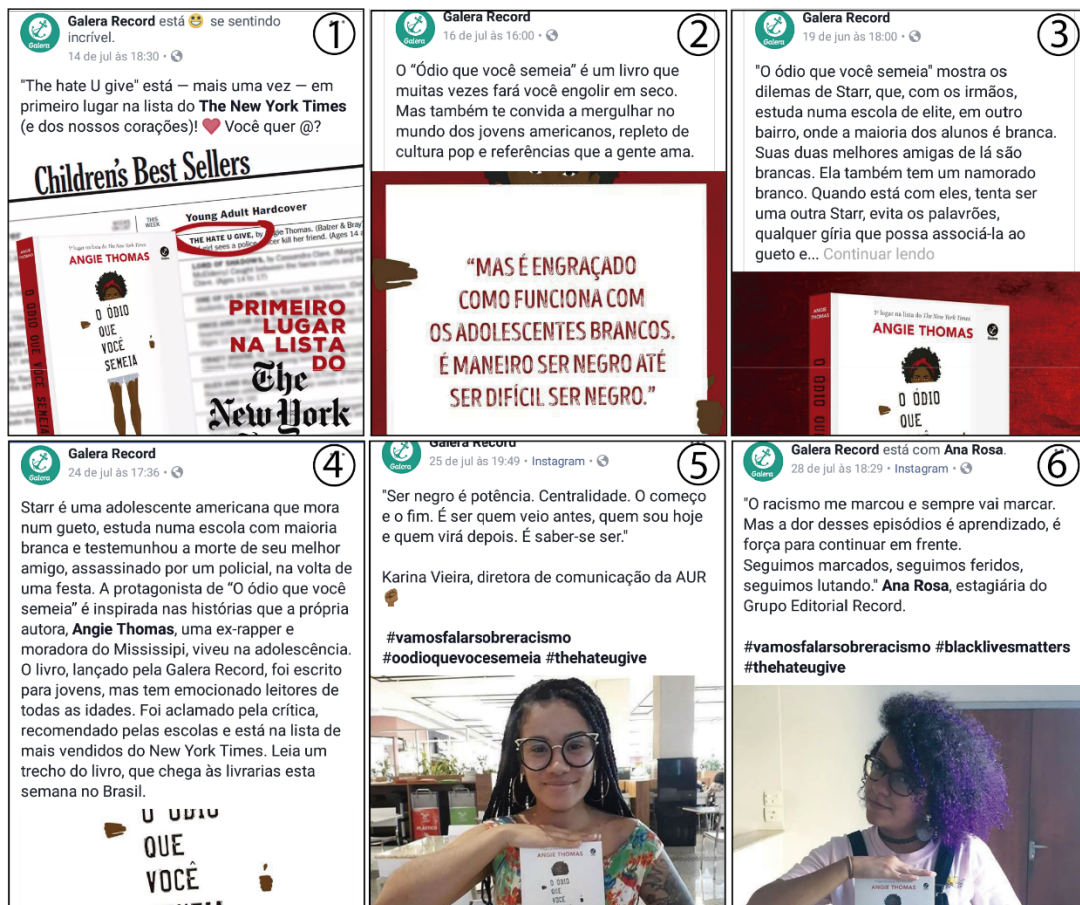
<sup>6</sup> Página oficial do selo no Facebook: <https://www.facebook.com/GaleraRecord/>.



referentes a fases de campanha, sendo elas lançamento, sustentação e encerramento. A primeira categoria consiste em *posts* anteriores ao lançamento do livro, a segunda corresponde ao primeiro mês de lançamento e a terceira ao período após o primeiro mês de lançamento do livro. Dentro destas categorias foi possível notar os seguintes assuntos abordados nas postagens: sinopse, resenhas, depoimentos e notícias.

## Lançamento

Figura 1. *Posts* do período de lançamento.



Fonte: Facebook (2017).

As postagens deste período apresentam um esboço da narrativa, focando na apresentação da história e da personagem principal, como é possível observar nas imagens 2, 3 e 4. Também é possível notar que foram realizadas postagens que buscam trazer uma identificação entre o público e a história, como no caso dos *posts* 5 e 6 que trazem funcionárias negras da editora segurando o livro, em uma pose semelhante à da menina da capa, dando declarações pessoais sobre sua identificação com a protagonista e com o tema abordado na narrativa. Desta forma a editora traz características do *index appeal*, ao

traçar uma conexão entre a narrativa ficcional e experiências reais e pessoais de leitores, buscando despertar o interesse no consumidor através da identificação deles com a história, expondo casos verídicos e relatos dessa identificação.

Foi possível analisar que os materiais de divulgação do período de lançamento se enquadram na primeira e na segunda categorias do arco narrativo, trazendo a exposição da história e o conflito, para apresentar a história e despertar o interesse do público. Das categorias narrativas elencadas por Todorov (1976) é possível notar a apresentação da personagem principal nos *posts* que trazem a sinopse do livro, que também mencionam outros personagens e apontam para momentos da narrativa.

## Sustentação

Figura 2. *Posts* do período de sustentação.



Fonte: Facebook (2017).

Os materiais deste período apresentam as duas primeiras categorias do arco narrativo, exposição da história e o conflito, dando ênfase para o conflito que se caracteriza como o primeiro ponto de virada da história, acontecimento a partir do qual todo o restante da narrativa irá se desenvolver, pois é a partir do assassinato de Khalil que é apresentado a Starr o desafio de buscar justiça, fato que ocasiona um desvio no caminho percorrido pela personagem.

Das categorias narrativas apresentadas por Todorov (1976) vê-se a apresentação da personagem principal e os aspectos da narrativa, apresentando o narrador nos trechos

da história que foram transcritos em algumas postagens, como observa-se nos *posts* 7 e 9. Também é possível notar que na fase de sustentação estão presentes na divulgação resenhas, como vê-se nos *posts* 8, 10, 11 e 12, que mostram a opinião de demais leitores sobre o livro, e esta é uma estratégia de persuasão da editora, ao mostrar que outros leitores leram e gostaram da obra.

## Encerramento

Figura 3. *Posts* do período de encerramento.



Fonte: Facebook (2017).

Neste período o foco da divulgação foi o compartilhamento de resenhas, como nota-se nos *posts* 17 e 19, prêmios e indicações conquistadas pelo livro e pela autora, e na adaptação do livro para o cinema. Pode-se analisar que a intenção da editora foi mostrar como o livro está sendo bem recebido pelo público e pela mídia.

Também pôde-se notar que em vários materiais promocionais e na própria capa do livro há a representação de uma menina negra segurando um cartaz, como é possível observar nos *posts* 2, 9 e 15. A ilustração da menina traz uma representação da personagem principal da história e o fato de ela estar segurando um cartaz nos remete aos

---

acontecimentos desencadeados pelo clímax da narrativa, a decisão judicial sobre o assassinato de Khalil.

O cartaz pode ser um símbolo tanto para o desejo da personagem em comunicar algo para o mundo, quanto para o ato final da história. Por mais que no livro Starr não segure de fato um cartaz no protesto, ela participa do mesmo utilizando sua voz como uma arma, tendo como intuito dizer o que aconteceu na noite em que seu amigo foi assassinado e sua opinião sobre a decisão da justiça. Desta forma também é possível encontrar vestígios do clímax da história nos materiais de divulgação do livro, estabelecendo uma conexão com a capa e expondo os temas abordados ao longo da narrativa para gerar interesse no público leitor e possivelmente desencadear discussões sobre estes assuntos, fazendo conexões com fatos reais.

Através desta análise também é possível notar que a narrativa do livro não se preocupa tanto em se prender a si, mas em traçar uma conexão com o mundo real. Ao final da história, por mais que se tenha o fechamento de um ciclo, a decisão da personagem em continuar sua jornada na busca por justiça remete à uma conexão com o mundo real, mostrando que a luta da personagem é a luta de muitas outras pessoas. Em vários *posts* é possível notar a utilização da transcrição de trechos da história a fim de utilizá-la como divulgação da causa racial, e é através destas postagens que fica evidente outras categorias narrativas, como os modos e aspectos narrativos, pois através desses trechos apresenta-se a relação entre o narrador, personagem e leitor.

A campanha de divulgação do livro cria seu próprio arco narrativo. Temos a exposição da história e crescente ação presentes no período de lançamento do livro, caracterizados por *posts* que trazem a sinopse e pelo crescente volume de postagens realizadas próximas a data de lançamento. Já o clímax está presente no período de sustentação da campanha, onde o livro já foi lançado e o número de postagens é constante e linear durante esse período, e é nesta fase onde se encontra um grande número de compartilhamento de resenhas. Já a queda da ação e resolução são encontrados no período de encerramento da campanha, onde as postagens se tornam menos frequentes, trazendo assuntos novos, como a adaptação do livro para o cinema.

### **Considerações Finais**

Assim como com qualquer outro produto, para realizar boa comunicação de um livro é necessário não somente conhecê-lo, mas também ao seu mercado e público-alvo.

---

A partir do desenvolvimento deste trabalho foi possível levantar dados referentes ao mercado editorial. Viu-se que o mercado editorial apresenta uma ampla concorrência e que as editoras adotam estratégias diversas para a promoção de seus livros, se fazendo presente em ambientes digitais, como as redes sociais, que disputam o tempo, atenção e interesse do público consumidor.

Respondendo ao problema de pesquisa, é possível concluir que algumas das categorias da estrutura narrativa elencadas por Todorov (1976) estão presentes nos materiais de promoção do livro “O ódio que você semeia”, como os personagens e suas relações, os aspectos e modos narrativos, e que, na maioria das vezes, estas categorias aparecem através da transposição de trechos do livro para os *posts*. Trabalhando com a imagem da capa, os materiais promocionais trazem alguns elementos visuais referentes à obra, como a imagem de uma garota negra representando a protagonista e o fato dela estar segurando um cartaz o que nos remete ao clímax da história.

O selo Galera Record, em “O ódio que você semeia”, trouxe a exposição da história como uma estratégia de promoção, criando conexões entre a narrativa ficcional do livro e os assuntos abordados por ela com o mundo real, buscando identificação entre o leitor e a obra. Desta forma, foi possível analisar que as categorias narrativas que se referem à introdução e pontos chaves da história são as mais visíveis nos materiais promocionais. E que esta conexão entre o ficcional e o mundo real presente na história do livro, não é somente o principal apelo de sua narrativa, mas também uma das características mais destacadas em sua promoção.

Como já mencionado, é importante para as editoras conhecerem todos os aspectos da narrativa de um livro, para assim identificar seu público-alvo e destacar as características que mais despertarão o interesse desse público pela obra. Assim como conhecer aspectos do mercado e do produto, também é necessário conhecer o público consumidor. Desta forma através da análise realizada dos aspectos da narrativa e dos materiais de promoção do livro, mostra-se a importância de pesquisas nesta área de estudo. Levantam-se também questões a serem abordadas em possíveis pesquisas futuras, como uma análise comparativa entre estratégias de promoção de variados livros e editoras, a fim de compreender as principais estratégias de divulgação adotadas no mercado editorial, e a recepção do público, buscando compreender a influência de peças publicitárias na percepção do leitor sobre a obra.



---

## Referências

ABREU, Alexandre Veloso de. Narratologia e meta-historiografia: estratégias convergentes no romance A gloriosa família de Pepetela. In: **SCRIPTA**, Belo Horizonte, v. 14, n. 27, p. 29-35, 2º sem. 2010.

ANDACHT, Fernando. **Uma aproximação analítica do formato televisivo do reality show Big Brother**. In: Revisa Galáxia, n.º. 6, p. 245-264, 2005.

BARTHES, Roland. Introdução a análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, Roland et al. **Análise estrutural da narrativa: pesquisas semiológicas**. Petrópolis: Editora Vozes LTDA. 1976. p. 19-60.

BATISTA, Robin. Mulher que acusou Emmet Till de assedia-la diz que mentiu, 62 anos após o assassinato do jovem negro. **Afroguerrilha**. Publicado em: 20/01/2017. Disponível em: <<http://afroguerrilha.com/2017/01/28/mulher-que-acusou-emmet-till-de-assedia-la-diz-que-mentiu-62-anos-apos-o-assassinato-do-jovem-negro/>> Acesso em: 25/11/2017.

Charlottesville: supremacistas brancos e grupos antirracismo entram em confronto. **BBC Brasil**. Publicado em: 12/08/2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-40913908>> Acesso em: 17/11/2017.

CAVALCANTI, Marineuma de Oliveira Costa. Literatura e publicidade: interfaces na construção de sentidos em anúncios publicitários. In: **Temática**, Paraíba, Ano X, n. 10, p. 58-71, Outubro/2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em: 23/09/2017.

DOCIMO, Katherine. LUPIANI, Natasha. Diagrama do Gráfico e Arco Narrativo. Disponível em: <<http://www.storyboardthat.com/pt/articles/e/diagrama-de-plotagem>>. Acesso em: 04/11/2017.

Instituto Pró-Livro. **Retratos da Leitura no Brasil**. 4ª edição. 2016. 142 p. Disponível em: <[http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf)>. Acesso em: 09/09/2017.

ROSA, José Antônio. **Análise do livro como produto e como negócio no contexto brasileiro atual**. 2008. 272 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2008.

SCHWARTZ, Christian. **Gênese autobiográfica da ficção**. Curitiba: Biblioteca Pública do Paraná, Jornal Cândido, no. 09, abril de 2012.

**Sindicato Nacional dos Editores de Livros**. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/>> Acesso em: 24/09/2017.

TELLES, Luís Fernando Prado. A Narrativa que vende: a narrativa como mercadoria e como propaganda. In: **Letras**, Santa Maria, v. 26, n. 53, p. 13-43, jul./dez. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/25075>>. Acesso em: 16/09/2017.

**The Hate U Give by Angie Thomas - On the Inspiration Behind the Book.** Walker Books. Produção: Epic Reads, 2'28''. Publicado em: 13/01/2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CorQppCdxEI>> Acesso em: 17/11/2017.

THOMAS, Angie. **O ódio que você semeia.** 1. ed. Rio de Janeiro: Galera Record, 2017.

TODOROV, Tzvetan. As categorias da narrativa literária. In: BARTHES, Roland et al **Análise estrutural da narrativa:** pesquisas semiológicas. Petrópolis: Editora Vozes LTDA, 1976. P 209-254.

XAVIER, Adilson. **Storytelling:** Histórias que deixam marcas. 1ª ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.