



AS NOVAS FORMAS DE CONSUMO NO MERCADO LITERÁRIO NACIONAL: O PERFIL DO CONSUMIDOR DO CLUBE MINHA BIBLIOTECA CATÓLICA

Agatha Przybysz¹

Professora Orientadora: Ângela Maria Farah²

Modalidade de apresentação: Exposição oral via Google Meet

RESUMO

A presente pesquisa pretende compreender as novas formas de consumo no mercado literário nacional, delineando, assim, o perfil do consumidor do clube Minha Biblioteca Católica. O objetivo principal da pesquisa em andamento é entender como o design influencia na tomada de decisão de compra dos consumidores do clube Minha Biblioteca Católica. Para alcançar tal objetivo, além da pesquisa bibliográfica por meio de teóricos da área da literatura e do design, um questionário foi aplicado, por meio das redes sociais, para entender a opinião dos consumidores sobre a temática. Nesse questionário, foi possível delinear o perfil dos consumidores do clube em questão, assimilando também as opiniões e percepções sobre o tema da pesquisa. Até o momento, com a pesquisa teórica, foi possível compreender que os clubes literários não são novidade no mercado nacional, e que, na realidade, já tiveram sua era de ouro no país, entretanto, com a passagem dos anos e devido a diversos fatores, chegaram ao fim. Na última década, o surgimento de novos clubes, em diferentes formatos, vem chamando a atenção do público leitor, entre eles, leitores católicos, que procuram cada vez mais edições mais bem desenvolvidas do que as já encontradas no mercado atualmente. Espera-se, ao final da pesquisa, compreender se o design das edições publicadas pelo clube Minha Biblioteca Católica influencia ou não na tomada de decisão de compra dos consumidores. Portanto, a presente pesquisa pretende apresentar o perfil do consumidor do clube Minha Biblioteca Católica e suas opiniões sobre o *design* das edições e, quando finalizada, confirmar se o *design* influencia na tomada de decisão de compra.

Palavras-chave: Clube de Livros; Mercado Literário; Consumidor.

¹ Acadêmica do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIUV.

² Professora da UNIUV e pesquisadora na área de Comunicação. E-mail: prof.angela@uniuv.edu.br