

## ***O LIVREIRO, rede social de leitores: um estudo de caso***

Profª. Dra. Diana Damasceno<sup>1</sup>(UCAM/UVA/UFRJ)

...

### **Resumo:**

*Estudo de caso da rede social O Livreiro, a partir da possibilidade de aumento do consumo de produtos dos chamados nichos culturais, no caso, os livros, onde o exercício da leitura sugere processos de compartilhamento, baseados em pertencimento relacional e nas trocas comunicativas. Sob essa ótica, que pressupõe um leitor-internauta, a discussão sobre um provável encorajamento dos usuários da rede literária a ler mais e a se interessar por livros diferentes.*

**Palavras-chave:** leitura, rede social, *fandom*.

### **Introdução**

Este trabalho pretende dar continuidade às pesquisas que desenvolvo a partir das confluências literatura/mídias e, mais recentemente, sobre a “cauda longa” da literatura e de sua crítica, onde me apropriei, de forma metafórica, do conceito cunhado por Chris Anderson (2006), editor-chefe da revista *Wired* e pesquisador em Los Alamos, nos Estados Unidos. Anderson sugere que no processo econômico vigente nos tempos hipermodernos, o mundo cultural - livros, discos, filmes, esculturas e pinturas - dá origem a um novo universo, em que a receita total de um sem-número de produtos de nicho, com baixos volumes de vendas, é igual à receita total dos poucos grandes sucessos, os *hits*, através da internet, onde “o mercado invisível tornou-se visível (ANDERSON, 2006, p.6)”. É a partir dessa afirmativa que proponho o novo momento de minha investigação sobre a relação literatura<sup>2</sup>/internet, tendo como veículos dessa parceria as redes sociais.

A cada dia, os leitores parecem tirar a literatura dos livros e colocá-la na vanguarda do mundo virtual, usando uma das ferramentas mais populares entre internautas: as redes sociais. Integradas ao *Twitter*, *Orkut* e *Facebook*, essas redes funcionam com uma estrutura semelhante à de outros *sites* de relacionamento. É o caso daquelas com temáticas específicas como, por exemplo, os livros, onde cada usuário tem um perfil, em que, se quiser, coloca sua foto, informações pessoais e preferências literárias. Há espaço para adicionar amigos, recomendar obras e fazer comentários sobre leituras em andamento. Além disso, o internauta dispõe de uma estante virtual onde pode colocar livros que já leu e indicações de e para amigos. Nas páginas dedicadas aos livros e autores, há fóruns para debate. Algumas dessas redes também oferecem serviços como a troca de livros entre leitores e compras em sites parceiros, na grande maioria das vezes, com descontos.

---

1

#### **Autor**

**Diana DAMASCENO, Profª. Dra., Pesquisadora Associada do Programa Avançado de Cultura Contemporânea -- PACC-UFRJ.**

Universidade Candido Mendes/Universidade Veiga de Almeida.

E-mail: dianadamasceno21@gmail.com

2

A palavra literatura será usada aqui em sentido lato sensu.

Tudo leva a crer que as redes sociais já conquistaram um público fiel e que em relação à literatura isso não é diferente. Assim, pensá-las enquanto sistemas dinâmicos, com variedade crescente de opções, com leitores-internautas à procura de serviços que mais se enquadrem ao seu perfil e interesses, sugere estruturas básicas centradas em aglomerados de nós com maior densidade de conexões, baseados em pertencimento relacional e nas trocas comunicativas, como sugere Raquel Recuero (2009). Sob essa ótica, pretendo desenvolver um estudo de caso sobre *O Livreiro*, com o objetivo de identificar possíveis novos caminhos que despertem o interesse pela leitura.

As primeiras redes sociais voltadas para a literatura, lançadas no início de 2006, foram *Shelfari* e *LibraryThing*, que têm centenas de milhares de usuários até hoje. Em dezembro do mesmo ano, foi fundado o maior *site* do gênero: o *Goodreads*, atualmente, com um banco de dados com cinquenta e nove milhões de obras e quase dois milhões e meio de adeptos. Um número expressivo, mas pequeno se comparado a redes sociais não ligadas à literatura. Se pensarmos que a maior comunidade do *Orkut* tem 4 milhões de usuários a mais que toda a rede *Goodreads*, vislumbraremos o sinal de que a literatura continua sendo um produto de nicho, dependente da “cauda longa” da internet. No Brasil, como no restante do mundo, esses produtos participantes da “cauda longa”, começam a ser notados. Somadas, as duas principais redes sociais voltadas para leitores no país, já passam dos 50 mil usuários. Para *sites* criados há menos de um ano, com um público segmentado, é uma marca respeitável. *Skoob*, a rede mais conhecida, foi lançada em dezembro de 2008, crescendo com a propaganda boca a boca, ou melhor, tela a tela, tornando-se rapidamente um ponto de encontro para leitores e novos escritores que trocam sugestões de leitura e organizam reuniões em livrarias.

O principal concorrente da *Skoob* é *O Livreiro*, lançado em julho de 2010, durante a Festa Literária Internacional de Paraty (Flip). Essa rede social tem uma vasta seção de conteúdo, que reúne resenhas e notícias sobre o mercado editorial. Segundo matéria publicada na revista *Época*, em três meses, o número de usuários chegou a catorze mil. O projeto conta com o apoio de diversos escritores, dentre eles Milton Hatoum, que media debates literários entre internautas num fórum. As discussões parecem encorajar os usuários das redes sociais literárias a ler mais e a se interessar por livros diferentes.

A partir dessa última hipótese é que pretendemos desenvolver nossa análise.

## **Livros e leitores na rede**

Nas redes sociais mais conhecidas, como *Orkut* e *Facebook*, existem grupos de discussão e comunidades sobre os mais diversos assuntos. Tópicos são criados e discussões tornam-se acaloradas a partir de pontos de vista diversos ou, mesmo, opiniões comuns, nessa sociabilidade digital que permite, em grande número, a descoberta de afinidades. Daí a necessidade de ampliar, estender e aprofundar assuntos variados através das redes sociais conhecidas como verticais, aquelas especializadas em determinados assuntos ou produtos que exploram os mais diferentes nichos de mercado.

Nessas redes, os internautas compartilham, a partir de temas em comum e pelo qual dedicam uma certa paixão, opiniões, interesses, ideias e até subprodutos originários do produto original. Em *O Livreiro* o objeto de paixão é o livro.

Quando se acessa a página inicial do *site*, depara-se com o *slogan* proposto pelo Ministério da Educação brasileiro, em 2001, para o programa educativo “Leitura em minha casa”: “Nossa missão é fazer do Brasil um país de leitores.” Com esse texto, o objetivo geral de *O livreiro* parece ficar claro. Outras frases, encontradas nas páginas, complementam a ideia de ser essa rede social um lugar para os amantes de livros como, por exemplo, “no livreiro você descobre qual pode ser sua

próxima leitura” ou, ainda, a própria apresentação da equipe de criação e produção de *O Livreiro*, na seção Quem somos:

O Livreiro é uma rede social dedicada aos amantes da leitura e da cultura. É o ponto de encontro para a troca de ideias com amigos e para conhecer pessoas, escritores e obras, fazer novas amizades, debater assuntos divertidos e interessantes e inspirar-se, fazendo uma viagem pelo mundo literário. O Livreiro tem muita vontade de incentivar mais gente a ler, e a ler mais. Queremos que todos conheçam obras, autores e outras pessoas que gostam de ler, porque acreditamos que esse: um universo muito rico e sempre cheio de novidades. Aproximar pessoas e livros é a nossa missão.<sup>3</sup>

Na barra de rolagem da *home* de *O Livreiro* pode-se navegar por uma seleção bastante ampla de títulos e autores, sendo possível a inserção dos mesmos pelo próprio autor, uma vez cadastrado. Em cada um dessas seções, há sinopses de livros e uma breve biografia dos autores, além da possibilidade de ler trechos, emitir opiniões, comentários, participar de fóruns de debates e saber quantos leitores compartilharam a experiência de leitura do mesmo texto.

Se navegarmos mais um pouco, teremos acesso às pessoas para saber o que elas estão lendo no momento. Com isso, através de interesses comuns pelas temáticas de leitura, poderemos adicioná-las ou aceitar convite para amizade.

Dentre as demais ferramentas, uma delas chama atenção pela criatividade dos nomes e o número de participantes. Comunidades como “Peraí, só mais um capítulo”, com 747 participantes<sup>4</sup>; “O livro é sempre melhor que o filme”, 1242 participantes; “Sim! Para mim um livro de 150 páginas é pequeno”, 859 participantes; “Quer acertar no presente? Dê um livro”, 236 participantes; “É claro que meus filhos terão computadores, mas antes terão livros”, 685 participantes; “Livraria – parada obrigatória”, com 536 participantes, trazem a apresentação de suas características e fóruns de debate sobre os mais variados tópicos relacionados ao título.

Outro recurso disponível está na seção “Vestibular” que informa:

Atenção vestibulandos, esta é uma área dedicada a vocês. Aqui você encontra os principais títulos para ler on-line e também um breve resumo com contexto das obras e a importância dos autores para a literatura nacional. É isso mesmo. O Livreiro te ajuda a estudar para as provas do vestibular. Boa sorte!

Aqui, até a data desta pesquisa, havia 43 resumos disponíveis, dentre eles: *A escrava Isaura*, Bernardo Guimarães; *A hora da estrela*, Clarice Lispector; *O Ateneu*, Raul Pompéia; *Dom Casmurro*, Machado de Assis e *Macunaíma*, Mario de Andrade.

Continuando a navegação, surge a seção “Mais”, composta por “Interatividade”, com Jogos e Concursos, onde os prêmios para os vencedores são livros; o “Mochilão” com o formato já tradicional com textos, fotos e vídeos, traz ainda em sua barra de rolagem notícias da imprensa.

O Mochilão é o blog criado pela equipe do Livreiro para falar de assuntos e eventos interessantes que estejam rolando por aí – e que tenham relação com o mundo dos livros – de uma forma muito especial: com foco nas curiosidades, naquelas

---

3 As citações das seções apresentadas neste artigo foram retiradas de [www.olivreiro.com.br](http://www.olivreiro.com.br).

4 Números de participantes das comunidades e de resumos disponíveis na data do último acesso para pesquisa em 1 de julho de 2011.

histórias que ninguém conta mas que são super interessantes; desconstruindo assuntos como um mochileiro desbrava os lugares por onde passa. Dessa forma, queremos trazer para vocês, nossos leitores, informações surpreendentes, que os aproximem dos assuntos abordados, e de um jeito que tem a cara dos livreiros. Aproveitem a viagem.

Para completar, o “Fã-Clube do Livro” que apresenta sempre um tema para discussão e um convidado participando de *chat* sobre o assunto.

Existe ainda, a seção “Amigos do Livreiro”, onde aparecem pessoas que segundo o próprio site,

se encantaram com a nossa missão, tão sonhadora e tão ambiciosa, de ajudar o Brasil a ler mais. Acreditaram desde o primeiro momento que incentivar o hábito de leitura, independentemente do gosto pessoal ou da idade, era uma causa difícil, mas possível de ser sonhada.

Esse grupo é formado, por enquanto, pelo já mencionado Milton Hatoun, além dos escritores e jornalistas Adriana Falcão, Edney Silvestre, Thalita Rebouças, Eduardo Spohr, Luis Fernando Veríssimo e Marcelo Tas, o publicitário Marcello Serpa, o cientista Silvio Meira e os cantores e compositores Leoni e Fernanda Takai.

Com aplicativos que possibilitam conexão com outras redes como *Facebook*, *Orkut* e *Twitter*, ou apenas com a possibilidade “**curtir**” *O Livreiro*, através da construção do perfil específico, resultante das preferências de leitura, permite a seus participantes montar uma estante personalizada a que todos os amigos leitores de sua rede têm acesso. Permite, posicionar-se como leitor e como fã seja de livros, seja de autores.

## Conclusão

O apelo proporcionado pela rede social de não ser mais um leitor solitário e sim alguém que tem a possibilidade de compartilhar suas leituras, opiniões e sugestões parece fazer diferença no interesse pelos livros. É isso o que nos propõe *O Livreiro*, mesmo quando apresenta uma seção possivelmente questionável como “Vestibular” com os resumos de obras literária<sup>5</sup>.

Se a leitura, como já informaram diversos pesquisadores, dentre os quais Eliana Yunes (2009), é criativa, se o ato de ler deve levar à produção de sentidos e não somente à simples decodificação, o compartilhamento é um dado que aponta para a possibilidade do aumento de leitores e de leituras.

Invertendo a ótica de Walter Benjamin (1994), ao analisar a questão do narrador, onde o narrador moderno, solitário, substitui o narrador tradicional, aquele que divide experiências, é possível pensar o leitor dessa rede social sob um novo prisma, compartilhador de suas vivências de viagens de leituras.

Ainda, junto com Silviano Santiago (1989), quando pensa a prosa literária contemporânea e a impossibilidade do escritor, do editor e do livro estarem desvinculados das questões mercadológicas na atualidade, vejo o quanto uma rede social como *O Livreiro* expande a possibilidade de agregar, formar novos leitores e dar a conhecer livros e autores.

---

5 Essa questão, pela sua complexidade e por estar fora de minha proposta atual, não será discutida aqui, mas considere importante levá-la.

Por último, vejo em *O Livreiro* as múltiplas possibilidades de um fenômeno que surge no ciberespaço conhecido como *fandom*, o domínio dos fãs, gerador de novas ordens culturais, subculturas, que, segundo os autores do artigo “A inteligência coletiva do *fandom* na rede”, Alan Mascarenhas e Olga Tavares, representa um público que derruba o conhecido padrão da comunicação de massa, tendo a rede como aliada na extensão das possibilidades de acesso a produtos antes inalcançáveis, principalmente aqueles da “cauda longa”.

Esse processo, de alta complexidade, chamou a atenção de Mascarenhas e Tavares para o que eles chamam de “vírus do fanatismo”. Os autores analisam o comportamento do *fandom*, de forma metafórica, tendo por base pesquisadores como Susan Blackmore e Douglas Rushkoff, que trabalham a partir da Memética, teoria que é desdobramento de outra, a Genética, que, por sua vez, se apoia na teoria da evolução das espécies de Darwin. O Memetismo confere ao cérebro humano certas propriedades genéticas como a replicação de determinadas informações chamadas memes. Para Mascarenhas e Tavares,

O início desse fenômeno pode ser percebido a partir da passagem de uma mensagem oriunda do produto cultural, seja ele uma personalidade ou um filme, a exemplo, e que entendemos aqui como um replicador chamado meme. Sua origem é baseada no termo grego *mimeme*, que entendemos como algo ilimitado. Especificamente nas mídias, é um tipo de marketing que funciona como um vírus, já que se trata de algum produto que, embrenhado na mente do sujeito, pode ser passado adiante através da cópia, imitação ou recriação (MASCARENHAS E TAVARES, 2010, p.7,web).

Se é fato que o “vírus do fanatismo” traz as características meméticas, que atinge mentes digitais criativas, pode-se esperar que uma rede social como *O Livreiro* tenha capacidade de aumentar o número de leitores.

## REFERÊNCIAS:

ANDERSON, Chris Anderson. *A cauda longa: do mercado de massa ao mercado de nicho*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2006.

BENJAMIN, Walter. O narrador : considerações sobre a obra de Nicolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.197-221.

YUNES, Eliana. *Tecendo um leitor: uma rede de fios cruzados*. Curitiba: Aymará, 2009.

LEMOS, André. *A cibercultura – tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MASCARENHAS, Alan e TAVARES, Olga. A inteligência coletiva do *fandom* na rede. Trabalho apresentado na Divisão Temática de Multimídia do Intercom, do XII Congresso de Ciências da Computação da Região Nordeste, Campina Grande, Pernambuco, de 10 a 12 de junho de 2010, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1409-1.pdf>, último acesso em 19-06-2011.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria, org. *Cabeças digitais – o cotidiano na era da informação*. São Paulo: Loyola, 2006.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel>

SANTIAGO, Silviano. Prosa literária atual no Brasil. In: *Nas malhas da letra*. São Paulo: Companhia das

Letras, 1989.

<http://www.baixaki.com.br/tecnologia/7799-literatura-e-redes-sociais.htm><http://www.baixaki.com.br/tecnologia/7799-literatura-e-redes-sociais.htm>. Acesso em 12-03-2011.

<http://www.olivreiro.com.br>. Último acesso em 01-07-2011.

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI96567-15220,00-REDES+SOCIAIS+TRAZEM+A+LITERATURA+PARA+A+INTERNET.html>. Acesso em 12-03-2011.