

**ARTIGO**

**Recebido em:**  
08/06/2012

**Aceito em:**  
19/11/2012

*Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, v. 17, n. 35, p.97-120, set./dez., 2012. ISSN 1518-2924. DOI: 10.5007/1518-2924.2012v17n35p97

## **A mediação da informação através da comunidade virtual Anobii: um estudo de caso**

### *Mediation of information through virtual community Anobii: a case study*

Giulia CRIPPA<sup>1</sup>

Larissa Akabochi de CARVALHO<sup>2</sup>

#### **RESUMO**

Este artigo procura refletir as mudanças que a tecnologia está proporcionando à leitura, principalmente no que tange ao compartilhamento de livros e de leituras através de comunidades virtuais específicas para leitores. Evidenciamos, nesse sentido, a importância das mesmas enquanto mediadoras de leitura entre seus usuários, tendo como base os princípios da Estética da Recepção. Nesta pesquisa, elegemos para nosso estudo a comunidade *www.anobii.com*. Todavia, é importante destacar que, desde o século XVIII, existiram outros modelos com o mesmo propósito e este seria apenas um novo meio de circulação sobre livros, propiciado pela tecnologia. Para complementar o nosso trabalho, utilizamos a “netnografia” como método e aplicamos questionários aos alunos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP), com o foco nas suas práticas de leitura e no conhecimento e participação dos mesmos em comunidades virtuais dedicadas a leitores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Leitura. Tecnologia. Mediação da Informação. Comunidades Virtuais. *Anobii*.

#### **ABSTRACT**

This paper seeks to reflect the changes that technology is providing in relation to reading, especially when it comes to sharing books and reading through virtual communities for specific readers. We demonstrated, in this sense, their importance as mediators of reading among their users, based on the principles of Aesthetic Reception. In this research, we chose the community



v. 17, n. 35, 2012.  
p. 97-120  
ISSN 1518-2924

<sup>1</sup> Universidade de São Paulo - [giuliac@ffclrp.usp.br](mailto:giuliac@ffclrp.usp.br)

<sup>2</sup> Universidade de São Paulo - [larissakabochi@usp.br](mailto:larissakabochi@usp.br)



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

*www.anobii.com* like a study's object. However, it is important to note that, since the eighteenth century, there were other models with the same purpose and this would just be a new means of circulation of books, made possible by technology. To complement our work, we use the "netnografia" as a method and applied questionnaires to students of the Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, Universidade de São Paulo, with a focus on their reading practices and knowledge and participation in these virtual communities dedicated for readers.

**KEY-WORDS:** Reading. Technology. Mediation of Information. Virtual Communities. *Anobii*.

## 1 INTRODUÇÃO

A comunidade *Anobii* é representada, na rede, por um conjunto de “estantes virtuais”, em que os usuários ordenam seus livros e suas leituras. A organização dos materiais de leitura é realizada através de seis categorias: terminado, em leitura, não iniciado, abandonado, não terminado e referência. Os livros são representados não somente pelo título e o autor, mas também pela reprodução miniaturizada da capa da edição lida. O usuário, através de um *box* específico, pode elaborar comentários personalizados sobre os livros de sua própria estante, assim como das estantes alheias, pois o sistema permite a navegação livre pelas páginas.

O papel mediador da comunidade virtual *Anobii*, por sua vez, pode ser pensado através das teorias de Jauss e Iser a respeito do processo de significação do leitor com uma obra literária. Podemos dizer que a mediação torna-se presente, neste caso, porque há um espaço para o compartilhamento de leituras realizadas. Os usuários, através de comentários, avaliações e *feedbacks* a respeito das suas leituras e das leituras de outros usuários, atuam como mediadores da informação entre si.

Assim, as ferramentas do *Anobii* são capazes de influenciar nas escolhas de nossas leituras, interferindo no processo de recepção das obras literárias. No entanto, a tecnologia, ao mesmo tempo em que propiciou o surgimento de comunidades virtuais voltadas ao compartilhamento de leituras, fez nascer novas práticas de leitura. O livro impresso, atualmente, divide o seu espaço com os hipertextos e os livros eletrônicos (*e-books*).

Deste modo, a fim de aprofundar o nosso estudo, buscamos uma metodologia que se adequasse a uma pesquisa dedicada à *web* e uma delas é a “netnografia”, que utiliza elementos da etnografia com as devidas adaptações para o ambiente virtual. Pretendemos avaliar a funcionalidade do *site* e a relação que os leitores estabelecem com as suas páginas, explorando o entrelaçamento que se constitui entre o suporte tecnológico, o qual permite formas específicas de “interação” na produção da informação sobre livros, e os perfis de leitura. Através dos questionários aplicados aos alunos da FFCLRP/USP no ano de 2011, buscamos traçar uma amostra das práticas de leitura e do conhecimento e participação dos mesmos em comunidades virtuais específicas para leitores.

## **2 TECNOLOGIA E LEITURA**

Os hipertextos proporcionam uma associação mais rápida, através dos links, entre assuntos relacionados a eles ou entre as suas próprias páginas. O texto não é mais em papel e sim em bites, armazenado em um dispositivo de memória. Assim, é possível fazer uma relação entre eles e os processos cognitivos, pois do mesmo modo em que fazemos associações em nossa mente, podemos fazê-las na tela de um computador. Como a navegação não pressupõe uma ordem, cada leitor pode determinar o seu caminho e as suas leituras, criando o seu próprio texto com a possibilidade de redefini-lo a todo o momento (FACHINETTO, 2005).

Mas, é importante lembrar que o hipertexto surge com a cultura e não com a tecnologia. A literatura impressa também possui exemplos hipertextuais através das citações, índices, sumários e notas de rodapé. Desse modo, as tecnologias funcionam como potencializadoras de um texto que opera em rede e, enquanto ferramentas criadas pelo homem, a dimensão de seu uso será dada pela sociedade na medida em que forem incorporadas ao cotidiano (FREIRE, 2003).

A ecologia cognitiva, um termo desenvolvido por Lévy (1993), propõe-se a estudar as relações entre o pensamento individual, as instituições sociais e as

técnicas de comunicação. De acordo com este conceito, não existem causas e efeitos mecânicos, mas ocasiões e atores. As inovações técnicas tornam possíveis ou condicionam as novas formas culturais. Contudo, não determinam, necessariamente, o surgimento das mesmas.

A idéia de que uma nova tecnologia abole uma tecnologia anterior é, com frequência, demasiado simplista. (...), na história da cultura, nunca houve um caso em que uma coisa simplesmente tenha matado uma outra coisa. Em vez disso, uma nova invenção sempre alterou profundamente uma outra, mais antiga (ECO, 2003, p. 7).

Percebemos que “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais” (CASTELLS, 1999, p. 57). Este novo meio de comunicação é rápido e interativo, e também modifica a nossa relação com a leitura através do surgimento de comunidades relacionadas ao compartilhamento de livros.

Existem várias, entre elas o Skoob, o LibraryThing, o Shelfari, o Goodreads e o O Livreiro. Porém, a comunidade Anobii foi escolhida como nosso objeto privilegiado de estudo, visto que, comparada com as anteriores, apresenta um maior número de ferramentas e vantagens. Mas, todas funcionam como mediadoras da informação entre indivíduos que procuram compartilhar as suas leituras, conhecer novos livros e dividir as suas impressões a respeito deles.

A tecnologia propiciou um novo padrão de sociabilidade, baseado no individualismo em rede. No entanto, não podemos dizer que foi a internet quem criou esse padrão. Ela apenas forneceu um suporte material adequado para a difusão do individualismo em rede como a forma dominante de sociabilidade. O termo individualismo, nesse caso, não é semelhante a um acúmulo de indivíduos isolados. Afinal, eles montam as suas redes de acordo com valores, interesses, afinidades e projetos em comum (CASTELLS, 2003). “As redes on-line, quando se estabilizam em sua prática, podem formar comunidades, comunidades virtuais, diferentes das físicas, mas não necessariamente menos intensas ou menos eficazes na criação de laços e na mobilização” (CASTELLS, 2003, p. 109).

#### **4 MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO**

Após as devidas considerações a respeito das novas práticas de leitura, falaremos sobre a mediação da informação. Primeiramente, selecionamos alguns autores que tratam do tema e, assim, observamos as diferentes ideias que circulam sobre o assunto. Do profissional como mediador, passando pelas novas habilidades e atribuições do mediador em rede, os tipos de mediação e as considerações a respeito do contexto em que ela se insere, chegamos à importância das interações entre os sujeitos sociais e à visão dos próprios usuários como mediadores nas comunidades virtuais. Mas, antes de chegarmos a ela, apresentaremos o ponto de vista de cada um dos autores selecionados.

Almeida Jr. (2009) defende a mediação da informação como interferência. Para ele, não há imparcialidade ou neutralidade por parte do profissional da informação. Embora sejam procuradas durante o fazer da profissão, essas características seriam ideais que não se concretizam. Afinal, segundo o autor, a informação vai além do que é aparente e carrega consigo interesses econômicos, políticos, culturais. Porém, a interferência não deve ser confundida com manipulação. Se o profissional tem consciência de que está interferindo, pode ao menos diminuir os riscos e consequências de seu ato, embora a manipulação não deixe de existir.

A intencionalidade, por sua vez, também permeia o mediador. Afinal, os indivíduos não são isentos dela. Cada ação mediadora tem por trás alguma intenção do sujeito, a qual pode variar de acordo com o ambiente, as políticas e os objetivos da instituição. Segundo Feuerstein (2002), a mediação é o resultado de uma ação intencional e responsável por mudanças na estrutura cognitiva, característica básica do ser humano.

(...) No entanto, a intenção é consciente, mas a exteriorização não se restringe ao que o autor pretende comunicar, ao contrário, ela, de maneira insubmissa, revela, explicita mais do que o autor pretendia originariamente (ALMEIDA Jr., 2009, p. 97).

O determinismo tecnológico, por sua vez, vê apenas o lado positivo e constante da tecnologia e supõe que a rede acabaria com a mediação. Para Vaz (2001), a internet coloca em crise um tipo de mediador, mas abre a possibilidade de outros. Ao invés de nos preocuparmos com a presença ou ausência de mediação, o melhor seria reconhecer e diferenciar as formas de mediação que podem existir na internet.

Para Davallon (2007), o senso comum atribui dois sentidos à mediação da informação. O primeiro pressupõe um conflito entre partes e comporta uma ideia de acordo ou de reconciliação. Já o segundo, e mais recorrente para o autor, seria a ação de servir de intermediário ou de ser o que serve de intermediário. Neste sentido, não haveria apenas uma interação ou uma simples relação, mas a passagem para um estado mais satisfatório. Ou seja, a mediação produziria algo a mais.

Segundo Bourdeaux (2003), o modelo da mediação deriva de uma evolução necessária em relação a dois outros modelos: “o da transmissão de informações, apoiado no par emissor - receptor (...) e o da interação, no qual a comunicação é definida como a resultante das interações entre os sujeitos sociais” (Apud ALMEIDA, 2008, p. 12). De acordo com Almeida (2008, p. 12), essa evolução provém de um movimento mais geral que dá maior importância ao papel dos públicos e usuários e à democratização cultural, bem como aos dispositivos e às redes.

Visto por esse lado, a mediação da informação poderia ser realizada por qualquer consumidor cultural através da interação com outros públicos e usuários em uma determinada rede social. A tecnologia, deste modo, teria aberto “novas possibilidades para a produção, circulação e fruição cultural” (ALMEIDA; CRIPPA, 2009).

O que ocorre, diferentemente de épocas anteriores, é que as TICs configuram agora a possibilidade de criação de espaços menos hierárquicos de circulação dessas informações, podendo fazer de cada consumidor cultural um potencial crítico ou mediador da informação (ALMEIDA; CRIPPA, 2009, p. 11).

No caso de nosso objeto de estudo, a comunidade virtual de leitores Anobii, existe esta possibilidade aberta para cada leitor expressar a sua opinião acerca dos livros lidos e, inclusive, acerca dos comentários de outros leitores. Há um espaço para o exercício da crítica e do debate entre seus usuários (ALMEIDA; CRIPPA, 2009). “Em certo sentido, também ocorre uma mutação do perfil do leitor, que pode acumular agora os papéis de autor, crítico e bibliotecário de referência” (ALMEIDA; CRIPPA, 2009, p. 13).

## 5 A COMUNIDADE VIRTUAL ANOBII

*Anobii* aparenta ser um site de relacionamento particular, onde as pessoas se relacionam na base do elemento comum que é, justamente, o livro e a leitura. De acordo com o próprio site ([www.anobii.com/about](http://www.anobii.com/about)), o *Anobii* é uma comunidade online de leitura construída por leitores e para leitores, permitindo que eles arquivem, encontrem e compartilhem livros. A missão da comunidade, em si, seria proporcionar encontros entre os amantes da leitura e incentivar a leitura. O nome *Anobii*, por sua vez, refere-se à denominação em latim da traça de livros, *Anobium Punctatum* (tradução nossa).

O *Anobii* possui várias ferramentas interessantes. Uma delas é o *taste compatibility*, que calcula, na base dos livros inseridos, nossa “compatibilidade” com os outros membros do *site*. Para isso, basta clicar no nome de qualquer um dos membros e, se ele tiver um número de livros suficientes para a análise, o cálculo é feito rapidamente: a “compatibilidade” pode ser baixa, média, muito alta ou “super”. Ainda em relação aos usuários do *site*, é possível distinguir entre aqueles que são nossos “amigos” ou “vizinhos”. Estes seriam os que nós não conhecemos, mas dos quais desejamos acompanhar as atualizações. Verifica-se que os usuários adicionam como “vizinhos” os indivíduos com os quais possuem uma alta compatibilidade. Os “amigos”, por sua vez, correspondem a indivíduos que nós conhecemos, desconsiderando, em geral, o aspecto da compatibilidade.

Essa comunidade de leitores oferece diversas opções, como por exemplo, definir como o livro foi adquirido, como rastrear empréstimos, qual o *status* da leitura, opção de deixar o exemplar disponível para troca, dar uma nota para a obra, tags, etc. Também é

possível montar uma “lista de desejos”, que pode ser feita a partir da inserção dos livros ou salvando-se exemplares de outras estantes de outras pessoas da rede. Assim que a estante se encontra pronta e salva (ou pelo menos parte dela), torna-se disponível para outras pessoas da comunidade e o próprio site se encarrega de encontrar automaticamente pessoas que compartilhem o mesmo gosto literário do leitor. A partir daí é fácil usar o sistema, que também pode ser utilizado como uma forma de catalogação da biblioteca pessoal de cada leitor (ALMEIDA, 2009, p. 168).

É possível também fazer o registro de novos livros clicando em *create this record*. Além do título, podemos acrescentar outros campos como o autor, o ISBN, a capa, a editora e o número de páginas. Todos esses registros são previamente verificados na base de dados do *Anobii*, de editoras e livrarias. Podemos ainda avaliar cada uma das obras, clicando em “editar”, ao lado da capa do livro e, no campo *rating*, é possível alocar a quantidade de “estrelas” (entre uma e cinco) que o livro merece, em nossa opinião. Neste mesmo lugar, existe um campo onde podemos colocar comentários pessoais sobre o livro em questão. Há também um campo específico para a criação de notas individuais, ou seja, anotações particulares sobre os livros. Estas serão privadas e visíveis apenas ao autor.

Se considerarmos algum comentário útil, clicamos o sinal de positivo onde estiver escrito *Is this helpful?* e, se desejarmos, colocamos ainda o nosso *feedback*. Os comentários nos ajudam a conhecer as leituras realizadas por outros leitores, com os quais temos maior ou menor compatibilidade: aprofundamentos de um determinado livro e avaliações realizadas por leitores diferentes dos profissionais da crítica, podem influenciar nossa escolha em ler ou não determinada obra.

Existem vários estudos no Brasil sobre as comunidades virtuais, mas são poucos os trabalhos dedicados a esse tipo específico de comunidade virtual, que articula a leitura e sua circulação através de um suporte tecnológico de natureza hipertextual. O *Anobii* se revela um instrumento de circulação da informação sobre a leitura e, conseqüentemente, de mediação de livros, leituras e leitores.



Esses últimos se revelam, principalmente, “tradicionais”<sup>3</sup>, em uma rede virtual de trocas, no sentido que apontam, em grande parte, para a leitura e circulação de livros na maioria impressos.

Giustini, Hooker e Cho (2009, tradução nossa), há três anos, diziam que havia aproximadamente quatrocentos mil membros, dezesseis linguagens e doze milhões de livros cadastrados no *Anobii*. Atualmente, segundo o site [www.anobii.com](http://www.anobii.com), são dezessete linguagens disponíveis e mais de trinta e seis milhões de livros cadastrados. Não conseguimos a informação atual sobre a quantidade de membros. Mas, provavelmente, ela também deve ter aumentado.

## **6 O ANOBII, A TEORIA DO EFEITO E A TEORIA DA RECEPÇÃO**

No final da década de sessenta, nasce uma nova corrente da Teoria Literária denominada Estética da Recepção. Ela foi exposta, pela primeira vez, por Hans Robert Jauss na Universidade de Constança, Alemanha. A sua essência baseia-se no deslocamento do eixo de investigação da mensagem, para a recepção do leitor (MENESES; TRIDADE, [200?]). Ou seja, a leitura passaria a ser vista como um processo de interação entre o texto e os seus respectivos leitores.

Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser acreditam que o texto só existe a partir da atuação do leitor. Porém, enquanto Jauss defende uma Teoria da Recepção ancorada nos juízos históricos dos leitores, Iser nos fala sobre uma Teoria do Efeito, em que “o texto apresenta uma estrutura de apelo que colabora para o efeito e reação do leitor frente à obra” (SENKO; SOARES, 2007, p. 4).

A crítica de Jauss à história da literatura baseia-se no fato de que, habitualmente, a teoria literária classifica as obras de acordo com tendências gerais, ora abordando-as individualmente em uma sequência cronológica de correntes e autores, ora seguindo um cânone literário sem deixar espaços de reconhecimento para autores menores. Ao agir dessa maneira, Jauss diz que a história da literatura deixa de contemplar a historicidade das obras, desconsiderando o lado estético da criação literária (COSTA, 2009). Além disso,

---

<sup>3</sup> Ou seja, leitores de livros impressos.

ele pensa que as análises literárias deveriam se centralizar no leitor, deixando o texto e o autor em segundo plano.

Nesse sentido, Jauss (1979) divide a experiência estética em três atividades: *poiésis* (momento de produção), *aisthesis* (momento da recepção) e *katharsis* (comunicação). Na primeira, ocorre o preenchimento dos vazios do texto a partir da interação entre autor e leitor/receptor. Na segunda, a obra causa um efeito sobre o leitor, o qual reconhece os elementos apresentados e transforma a sua percepção de mundo. Já na terceira, há um processo de identificação do espectador, fazendo com que ele assuma um novo comportamento social e reflita as ideias anteriores.

Hans Robert Jauss, portanto, centralizou os seus estudos na fenomenologia da resposta pública ao texto, considerando que os leitores são historicamente definíveis de acordo com o tempo e o espaço. Wolfgang Iser, por outro lado, buscou compreender o ato individual da leitura. Os seus estudos sobre a Teoria do Efeito tiveram origem nas concepções de Roman Ingarden. Este autor, ao pensar no modo como entendemos as obras de arte, disse que existem pontos de indeterminação a serem concretizados, rompendo com a visão tradicional da arte como mera representação. Ele chamou a atenção para a estrutura de recepção da obra, embora não tenha pensado nisso como um conceito da comunicação (ISER, 1979).

Em consequência, a concretização é apenas a atualização dos elementos potenciais da obra e não a interação entre texto e leitor; por isso os pontos de indeterminação levam apenas à sugestão de uma complementação não dinâmica, não sendo pensados como a condição para o processo dinâmico em que o leitor muda de uma perspectiva textual para outra (ISER, 1979, p. 103).

Para Iser (1979), é improvável que Ingarden pensasse no valor estético como um princípio vazio, em que o leitor pudesse constituir um mundo não determinado pelos dados do mundo conhecido. Afinal, uma produção comunicativa do valor estético vai de encontro com os conceitos de concretizações adequadas e normas clássicas da harmonia, propostos por Ingarden. Pela visão de Iser, é neste ponto que encontramos as duas principais desvantagens desse autor. Primeiro, ele não aceita a possibilidade de uma obra

ser concretizada de maneiras diferentes e segundo, devido ao seu preconceito, não considera que a recepção de uma obra de arte poderia ser paralisada caso ela só pudesse ser concretizada de acordo com as normas da estética clássica.

Logo, partindo do conceito de pontos indeterminados formulado por Ingarden, Iser argumenta a respeito dos pontos vazios e da negação. Ingarden conceitua os pontos vazios como hiatos deixados propositalmente pelo autor e que devem ser preenchidos pelo leitor. Em contrapartida, Iser (1996) diz que estes pontos não precisam, necessariamente, ser completados. Afinal, os espaços vazios se mostram como condição para a comunicação efetiva entre texto e leitor. A negação, por sua vez, outro conceito de Iser, corresponde à anulação das concepções consideradas corretas. Ela tem um papel comunicador porque “leva o leitor a questionar e refletir sobre aquilo que subjaz ao texto, transcendendo sua imanência” (COSTA, 2009, p. 13).

Outro conceito muito importante estudado por Iser (1999) é o de leitor implícito, entendido como uma estrutura textual que nos oferece “pistas” para a condução da leitura real (ato estruturado). Deste modo, o texto antecipa os efeitos previstos sobre o leitor. No entanto, os princípios de seleção e as atualizações do texto são particulares a cada leitor.

Expostas essas considerações a respeito da Teoria do Efeito e da Teoria da Recepção, é possível colocar o *Anobii* e as outras comunidades semelhantes a ele, na perspectiva de estudos voltados para a percepção dos leitores que frequentam e comentam suas leituras nessas comunidades. Anteriormente, citamos o papel que elas possuem enquanto mediadoras de leitura e, de fato, isso acontece. Um papel interessante adquirem, nesse sentido, os comentários e as classificações que cada usuário elabora para suas leituras. Cada usuário desenvolve, com base nisso, percursos de leituras possíveis: talvez, a maioria somente lerá uma determinada obra se a mesma apresentar uma boa avaliação, ou não lerá, dependendo da “compatibilidade” que possui com o usuário que colocou o comentário.

Um livro não possui apenas um leitor implícito. Primeiramente, a sua estrutura textual está ancorada aos autores, os quais foram responsáveis por esta construção. Além disso, de forma geral, antes de chegarem às livrarias, os

livros são revisados por outras pessoas e passam pelo processo de editoração. Ou seja, outros leitores já interagiram com eles antes que os mesmos fossem disponibilizados para o público. A Estética da Recepção, nesse sentido, nos alerta para o fato de que o *Anobii*, como as outras comunidades virtuais de leitores, torna-se produtor de sentidos e de marcas de leitura. Nessas comunidades, nos deparamos com classificações, comentários e feedbacks, indicadores que correspondem à finalidade das trocas de informação sobre livros e leituras. Todavia, outras marcas de leitura aparecem: trata-se daquelas representadas pela maior ou menor compatibilidade que temos com o usuário que nos apresenta uma leitura ou de sua proximidade no campo dos “amigos” e dos “vizinhos”.

A mediação do *Anobii* mostra-se quando as suas ferramentas acabam influenciando na escolha das leituras, que perpassam todos esses marcos. Existe uma certa confiança entre os usuários do *site*. Por exemplo, uma pessoa, com quem tenhamos muita “compatibilidade” no *Anobii*, pode ter ainda mais influência sobre as nossas escolhas de leitura. Isso acontece porque nós sabemos que aquela pessoa aprecia muito do que apreciamos e, se alguma obra lhe agradou, é provável que irá nos agradar também. Ou seja, embora nem todos interajam com o livro da mesma maneira, produzindo diferentes significados sobre ele, em uma comunidade virtual como o *Anobii*, estabelecem-se níveis de “confiança” entre leitores, conforme as teses de Jauss e Iser.

## **7 NETNOGRAFIA OU ETNOGRAFIA VIRTUAL**

Os ambientes virtuais constituíram-se em objeto de pesquisa central nos últimos anos em vários campos disciplinares. Assim, os pesquisadores das “práticas comunicacionais mediadas por computador” (AMARAL, NATAL, VIANA, 2008, p. 3) tiveram que buscar um método que se adequasse às pesquisas dedicadas à *web*. Um deles é a “netnografia” ou etnografia virtual, que utiliza elementos etnográficos com as devidas adaptações para o ambiente virtual.

Segundo Pinto et.al (2007), trata-se de um campo dedicado às culturas e

comunidades *online* emergentes, mediadas pelo computador, ou comunicações baseadas na internet. Tanto o trabalho de campo, como as descrições a respeito dele, devem ser metodologicamente conduzidos pelas tradições e técnicas da Antropologia Cultural. No entanto, há controversas quanto à origem do termo “netnografia”. A maioria dos autores, dentre eles Pinto et.al (2007), afirma que ele foi cunhado por Kozinets (1997). Braga (2006), por sua vez, acredita que um grupo de pesquisadores norte americanos foram os responsáveis pela criação do termo, em 1995.

Ainda nas discussões quanto à terminologia, Amaral, Natal e Viana (2008, p. 2) dizem que “o termo netnografia tem sido mais amplamente utilizado pelos pesquisadores da área do marketing e da administração, enquanto o termo etnografia virtual é mais utilizado pelos pesquisadores da área da antropologia e das ciências sociais”.

Segundo Noveli (2010, p. 115), a diferença principal entre etnografia e “netnografia” é que esta parte da observação do discurso textual no contexto *online*, ambiente que promove dúvidas quanto à identidade dos informantes; e aquela foca no discurso e na observação participante, na qual as pessoas buscam apresentar uma autoimagem mais controlada.

Para Kozinets (2002, apud Noveli, 2010, p. 117 e 118), existem cinco etapas para o desenvolvimento da “netnografia”: *entrée* cultural, coleta de dados, análise e interpretação, ética de pesquisa e validação com os membros pesquisados. A primeira corresponde ao objetivo da pesquisa e identificação da comunidade virtual de interesse; a segunda envolve a cópia dos dados adquiridos na comunidade em questão, bem como as notas particulares do pesquisador e artefatos culturais; a terceira refere-se à classificação, análise de codificação e contextualização dos atos comunicativos; a quarta diz respeito ao anonimato dos indivíduos pesquisados, ao consentimento informado e à posição cuidadosa do pesquisador frente às questões públicas e privadas. Por fim, a última etapa corresponde à validação do relatório de pesquisa junto aos indivíduos pesquisados, para assegurar as interpretações realizadas e permitir que os pesquisados opinem sobre o que foi escrito, dizendo se as observações estão coerentes ou não com a realidade em que vivem.

Em nosso trabalho, não seguimos todas as etapas propostas. A quarta e a quinta foram desconsideradas pelo fato de não corresponderem ao objetivo de nossa pesquisa. As informações a respeito das leituras compartilhadas no *Anobii* eram menos interessantes, para nós, do que as ferramentas e a funcionalidade do *site*. Nosso intuito era mostrar como a mediação da informação acontece através destas comunidades virtuais específicas, pensando na atuação dos usuários enquanto mediadores de leitura nas mesmas. O conteúdo, por sua vez, era irrelevante nesse caso, dispensando a aprovação e consentimento dos usuários do *Anobii*.

Antes de sermos pesquisadoras-*insiders*, termo utilizado por Hodkinson (2005, apud Amaral, 2009) e que corresponde àquele que participa ativamente de um grupo na internet ao mesmo tempo em que pesquisa, nós já participávamos do *Anobii* enquanto usuárias comuns e tínhamos conhecimentos prévios de como ele funcionava. Nosso estudo ampliou o que conhecíamos sobre as ferramentas da comunidade virtual. Mas, em nenhum momento utilizamos comentários, avaliações e *feedbacks* de outros usuários para ilustrar a nossa pesquisa, visto que não era este o nosso foco.

## **8 QUESTIONÁRIOS**

O intuito de aplicarmos os questionários foi, em primeiro lugar, para traçarmos um perfil das práticas de leitura dos alunos da FFCLRP, observando inclusive se eles gostavam de ler e a sua frequência de leitura dos livros impressos. Posteriormente, delineamos as perguntas para o conhecimento e participação dos alunos em comunidades virtuais específicas sobre o compartilhamento de leituras. A pesquisa foi realizada durante o ano de 2011 e tivemos cento e noventa e quatro questionários respondidos, o que corresponde a quase 20% do total de alunos da FFCLRP.

A primeira pergunta do questionário era se o entrevistado gostava de ler. Dentre eles, cento e cinquenta e quatro (79,38%) responderam que sim; seis (3,09%) responderam que não e trinta e quatro (17,52%) disseram gostar mais ou menos de ler. Como se trata de alunos universitários, as

respostas corresponderam às expectativas. O constrangimento em responder negativamente não deve ser considerado porque o aluno não precisava se identificar.

A próxima pergunta era o que o entrevistado lia com maior frequência. Entre os cento e noventa e quatro entrevistados, cento e quarenta e seis (75,25%) disseram que liam livros impressos; oitenta e cinco (43,81%) revistas; setenta (36,08%) artigos, teses e dissertações; sessenta e dois (31,95%) jornais; quarenta (20,61%) quadrinhos; vinte e cinco (12,88%) *e-books* e dezenove (9,79%) revistas científicas. É importante realçar que cada pessoa poderia dar mais do que uma resposta, neste caso.

A terceira pergunta, por sua vez, limitava-se aos livros impressos e questionava qual era a frequência de leitura dos mesmos, pelos entrevistados. Cento e dezenove (61,34%) responderam que costumam ler menos de 10 livros impressos por ano; sessenta e um (31,44%) de 10 a 20 por ano; oito (4,12%) de 20 a 30 por ano e quatro (2,06%) disseram ler mais de 30 por ano. Desse modo, é possível observar que, na segunda pergunta, o livro impresso foi mais indicado. Porém, a sua frequência de leitura mostrou-se bastante baixa.

A próxima pergunta do questionário era se, com a disponibilização de livros *online*, o entrevistado acreditava que a sua frequência de leitura teria aumentado, diminuído ou continuado a mesma. Dentre todos, cento e nove (56,18%) acharam que ela continuou a mesma; oitenta (41,23%) que ela aumentou e cinco (2,57%) que ela diminuiu. Desse fato, podemos verificar que a disponibilização de livros na internet traz comodidade para o leitor, o qual pode acessá-los gratuitamente e não precisa mais se deslocar ao ir em busca de um livro. Porém, a maioria disse que a sua frequência de leitura não foi alterada com isso, mostrando-nos que facilitar o acesso pode ajudar, mas não basta. Afinal, o hábito de ler não depende, diretamente, desse fator.

A quinta pergunta, por sua vez, direcionava-se às leituras obrigatórias do curso do entrevistado. Em relação a isso, sessenta e dois (31,95%) responderam que liam todas, mas não sobrava tempo para outras leituras; cinquenta e quatro (27,83%) que não liam todas, para que sobrasse tempo

para outras leituras; trinta e oito (19,58%) que liam todas e ainda sobrava tempo para outras leituras; vinte e cinco (12,88%) que não liam todas por falta de tempo e quatorze (7,21%) disseram não ler, dedicando o seu tempo a outras atividades. Além disso, uma pessoa (0,51%) acrescentou a sigla N.D.A, sinalizando que nenhuma das alternativas contemplava a sua resposta.

Já a sexta pergunta, corresponde ao início dos questionamentos referentes a comunidades virtuais. Ela questionava se o entrevistado conhecia o *Anobii* ou outra comunidade virtual relacionada ao compartilhamento de livros e de leituras. Em relação a isso, cento e quarenta e seis (75,25%) responderam negativamente e quarenta e oito (24,74%) disseram conhecer alguma dessas comunidades.

A pergunta seguinte, como um anexo da anterior, era direcionada àqueles que não conheciam o *Anobii*, mas outra comunidade semelhante, e pedia-se o nome da mesma. Neste caso, poderia haver mais de uma resposta também. Desse modo, dezenove (39,58%) disseram conhecer o *O Livreiro*; dezessete (35,41%) somente o *Anobii*; dez (20,83%) o *Skoob*, cinco (10,41%) responderam que conheciam outra; três (6,25%) o *Shelfari*, um (2,08%) o *LibraryThing* e ninguém disse conhecer o *GoodReads*. Entre os que diziam conhecer outra comunidade não citada, era possível especificar o nome da mesma. Sendo assim, uma pessoa disse conhecer o *Domínio Público*, uma o *EbooksClub*, duas os fóruns do *PDL* (Programa de Democratização da Leitura) e uma disse ir pelo *Google* mesmo, pois não lembra nomes. Houve, portanto, uma confusão a respeito do que as comunidades virtuais para o compartilhamento de leituras representam. Todos os entrevistados que acrescentaram o nome de outra comunidade, confundiram com a disponibilização de teses, dissertações, artigos, livros e qualquer outro material de leitura na internet.

A oitava pergunta era restrita a quem conhecesse alguma dessas comunidades específicas e questionava se o entrevistado apenas conhecia, ou também participava delas. Nesse caso, consideramos como total os quarenta e oito entrevistados que responderam “sim” à pergunta anterior. Dentre eles, trinta e três (68,75%) disseram não participar; doze (25%) responderam que



participavam de uma; e três (6,25%) que participavam de mais de uma. Sendo assim, a sétima pergunta revela um baixo conhecimento dessas comunidades e a oitava nos mostra quão pouco é o interesse em se participar das mesmas.

A nona questão era direcionada unicamente aos que participavam do *Anobii* ou das comunidades semelhantes a ele. Ela perguntava qual seria o motivo principal para a participação do entrevistado nessas comunidades virtuais. Consideramos, aqui, os quinze entrevistados que disseram participar de uma ou mais de uma na pergunta anterior. Neste caso, também era possível dar mais do que uma resposta. Em relação a isso, dez (66,66%) disseram que era ler os comentários sobre as leituras de outras pessoas e compartilhar os seus; dez (66,66%) que o principal motivo era conhecer mais livros; quatro (26,66%) que era compartilhar as suas leituras; um (6,66%) que era fazer um histórico bem organizado de suas leituras ao longo do ano; um (6,66%) que era conhecer mais pessoas que gostam de ler e um (6,66%) que o motivo era outro. Havia ainda a possibilidade de explicar o motivo não contemplado na questão e o entrevistado disse que participava para ter contato com amigos distantes.

A décima questão, para finalizar, era a respeito das comunidades virtuais, em geral, que o entrevistado participava. Desse modo, cento e cinquenta e seis (80,41%) disseram participar do Orkut, cento e treze (58,24%) do *Facebook*; cinquenta e nove (30,41%) do *Twitter*; trinta e três (17,01%) do *Stoa*; dezenove (9,79%) do *O Livreiro*; dezessete (8,76%) do *Anobii*; dezessete (8,76%) de outra; treze (6,70%) de nenhuma; doze (6,18%) do *MySpace*; dez (5,15%) do *Skoob*; sete (3,60%) do *Formspring*; seis (3,09%) do *LastFm*; quatro (2,06%) do *Linkedin*; três (1,54%) do *Shelfari*; e um (0,51%) do *LibraryThing*. Entre os entrevistados que disseram participar de outra e especificaram o nome, tivemos as seguintes respostas: *Google Plus*, *Meme (yahoo)* e *Tumblr*. É importante deixar claro também que, nesse caso, poderia haver mais do que uma resposta para a questão. Tivemos ainda três entrevistados que deixaram essa décima questão em branco, a qual, por sua vez, ratificou a popularidade de algumas comunidades em nosso país e a pouca participação dos alunos nas comunidades virtuais relacionadas ao

compartilhamento de livros e de leituras.

Em relação às práticas de leitura dos alunos, observamos que a maioria gosta de ler e, principalmente, livros impressos. Porém, a frequência de leitura dos mesmos foi considerada baixa. Quanto à disponibilização de livros online, grande parte disse não ter alterado o seu hábito de ler por conta disso, fazendo-nos refletir que o acesso não é suficiente. Voltando-nos para às comunidades específicas para leitores, vimos que a maioria desconhece e, dentre os que conhecem, poucos dizem participar. Mas, quando perguntamos a respeito de outras comunidades, apenas treze, de cento e noventa e quatro, disseram participar de nenhuma. Ou seja, é uma questão de hábito, interesse e afinidade mesmo, embora o desconhecimento deva ser considerado como um dos fatores da baixa participação.

## **9 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com a tecnologia, surgiram novas práticas de leitura. Documentos e livros impressos passaram a coexistir com *e-books* e hipertextos, os quais podem ser lidos através de aparelhos de leitura eletrônicos ou da tela de um computador, *notebook* ou similar. Como resultado de nossa pesquisa, verificamos que a maioria dos alunos da FFCLRP tem o costume de ler livros impressos e dizem que a disponibilização de livros *online* não afetou a sua frequência de leitura. Porém, retomando o que já foi dito, esta foi considerada baixa ao observarmos que 61,34% dos entrevistados disseram ler menos de dez livros impressos por ano.

As nossas relações com o acesso ao conhecimento também se modificaram através das ferramentas tecnológicas. Junto com as novas práticas de leitura, a tecnologia propiciou a criação de comunidades virtuais e, dentre elas, temos algumas que se orientam, especificamente, para o compartilhamento de livros e de leituras. Pelo nosso estudo, verificamos que as mesmas revelam-se como instrumentos de mediação da informação sobre a leitura. Mas, diferente de outros casos, esta não pressupõe um profissional da informação enquanto

mediador. São as próprias redes que oferecem as ferramentas de mediação e os usuários que interagem e atuam como mediadores entre si.

Nestas comunidades virtuais, a troca de informações interfere nas escolhas das leituras, como se vê em uma perspectiva de Teorias da Recepção e do Efeito ancoradas em dois princípios: a de que a leitura é historicamente construída, de acordo com o tempo e o espaço; e a de que o ato da leitura depende de uma interação entre o texto e o leitor. Cada obra literária, segundo esta mesma teoria, também carrega consigo leitores implícitos, os quais deixam nela sua marca que, hoje, pode ser encontrada nos “rastros” dessas comunidades virtuais. Embora cada leitura seja uma atividade particular e cada leitor produza um significado sobre ela, as ferramentas do *Anobii* proporcionam a criação de novas marcas, interferindo no processo de recepção da obra.

Porém, como observamos através dos questionários, essas comunidades ainda são bem pouco conhecidas e frequentadas pelos alunos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, da Universidade de São Paulo. De cento e noventa e quatro entrevistados, apenas 24,74% disseram conhecê-las e, dentre esses, mais da metade disse não participar. Portanto, o desconhecimento pode ser um dos motivos para a pequena quantidade de usuários. Mas, o fato de poucos participarem, em meio aos que conhecem, reflete, talvez, o pouco interesse pelo compartilhamento de leituras em nosso país.

O *Anobii*, por sua vez, é uma comunidade virtual bastante popular em outros países, como a Itália (60% dos usuários); Taiwan (18% dos usuários); Hong Kong (10% dos usuários) e Espanha (3% dos usuários) (AIELLO et al., 2010). Na Itália, até mesmo um livro sobre o *Anobii* chegou a ser lançado. Nele, foram reunidos os comentários que os próprios participantes da comunidade fizeram a respeito das suas leituras (AA.VV, 2009).

Logo, participar de uma comunidade virtual para leitores é uma questão de hábito, interesse e afinidade. Antigamente, a produção de informação sobre livros e leituras e a sua mediação limitavam-se a lugares físicos e dependiam de deslocamento individual. Mas, com as ferramentas tecnológicas, esta mesma atividade tornou-se possível de ser realizada em ambiente virtual, encontrando aceitação e popularidade em grande parte da comunidade global de leitores.

## REFERÊNCIAS

- AA.VV. *Anobii*: il tarlo della lettura. Milano: Rizzoli, 2009.
- AIELLO, Luca Maria et al. Link creation and profile alignment in the aNobii social network. In: The second IEEE International Conference on Social Computing, 2., 2010, Minnesota, USA. *Papers...* Minnesota: IEEE, 2010. p. 249 – 256.
- ALMEIDA, Marco Antonio de. Mediações da cultura e da informação: perspectivas sociais, políticas e epistemológicas. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/6/12>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- \_\_\_\_\_. A cada leitor seu texto: dos livros às redes. *Encontros Bibli: revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da informação*, n. esp., 1, 2009. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/147/14712771011.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- ALMEIDA, Marco Antonio de; CRIPPA, Giulia. Informação, Cultura e Tecnologia: novas mediações para a produção e o consumo cultural. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., 2009, João Pessoa. *Anais...* Paraíba: UFPB, 2009.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, v. 2, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/17/39>> Acesso em: 12 nov. 2012.
- AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 11, n. 1, p. 14-24, jan/abr. 2009. Disponível em: <<http://www.fronteiras.unisinos.br/pdf/62.pdf>>. Acesso em 12 nov. 2012.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico na pesquisa em comunicação digital. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, n. 20, p. 34 - 40, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Acesso em 12 nov. 2012.

BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. *UNIrevista*, v. 1, n. 3, p. 1-11, jul. 2006. Disponível em: <[http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Braga.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Braga.PDF)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COSTA, Márcia Hávila Mocci da Silva. *Estética da recepção e teoria do efeito*.

2009. Disponível em:

<[http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia/arquivos/File/conteudo/artigos\\_teses/LinguaPortuguesa/artigos/EST\\_RECEP\\_TEORIA\\_EFEITO.pdf](http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia/arquivos/File/conteudo/artigos_teses/LinguaPortuguesa/artigos/EST_RECEP_TEORIA_EFEITO.pdf)>.

Acesso em: 12 nov. 2012.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? *Revista Prisma.Com*, n. 4, jun. 2007. Disponível em:

<[http://prisma.cetac.up.pt/A\\_mediacao\\_a\\_comunicacao\\_em\\_processo.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/A_mediacao_a_comunicacao_em_processo.pdf)>

Acesso em: 12 nov. 2012.

ECO, Umberto. Muito além da internet. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 14 dez.

2003. Disponível em: <[http://www.ofaj.com.br/textos\\_conteudo.php?cod=16](http://www.ofaj.com.br/textos_conteudo.php?cod=16)>

Acesso em: 12 nov. 2012.

FACHINETTO, Eliane Arbusti. O hipertexto e as práticas de leitura. *Revista Letra Magna: revista eletrônica de divulgação científica em língua portuguesa, lingüística e literatura*, ano 02, n.3, 2º Semestre de 2005. Disponível em:

<[http://www.falemosportugues.com/ntics/pdf/pdf/o\\_hipertexto.pdf](http://www.falemosportugues.com/ntics/pdf/pdf/o_hipertexto.pdf)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

em: 12 nov. 2012.

FEUERSTEIN, Reuven. *The dynamic assessment of cognitive modifiability: the learning propensity device: theory, instruments and techniques*. Jerusalém:

ICELP Press, 2002.

FREIRE, Gustavo Henrique de Araújo. O hipertexto como instrumento de informação em redes de comunicação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, n.esp., p. 124-133, jul./dez. 2003. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/656/442>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

GIUSTINI, Dean; HOOKER, Daniel; CHO, Allan. Social cataloguing: an overview for health librarians. *Journal of the Canadian Health Libraries Association/Journal de l'Association des Bibliothèques de la Santé du Canada*, v. 30, 2009. Disponível em: <<http://pubs.chla-absc.ca/doi/pdf/10.5596/c09-039>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

ISER, Wolfgang. A interação do texto com o leitor. In: LIMA, Luiz Costa (Org). *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 134 – 167.

\_\_\_\_\_. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. São Paulo: 34, 1996 - 1999, 2v.

JAUSS, Hans Robert. A estética da recepção: colocações gerais. In: LIMA, Luiz Costa (Org). *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 43 – 61.

KOZINETS, Robert V. “I want to believe”: a netnography of The X-Philes’ subculture of consumption. *Advances in Consumer Research*, v. 24, p. 470-475, 1997.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: 34, 1993.

MENESES, Hugo Lenes; TRIDADE, Francílio B. S de M. A estética da recepção. In: MONTEIRO, Dilson Lages. *Portal entre textos*, [200?]. Disponível em: <<http://www.portalentretextos.com.br/noticias/a-estetica-da-recepcao,204.html>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

NOVELI, Marcio. Do *off-line* para o *online*: a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a internet? *Organizações em contexto*, São Paulo, v. 6, n. 12, p. 107 – 133, jul. – dez, 2010. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/OC/article/view/2697/2640>> Acesso em: 12 nov. 2012.

PINTO, Virginia Bentes, et al. "Netnografia": uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, 9., 2007, Ponta Delgada. *Anais...* Ilha de São Miguel, 2007.

SENKO, Mônica Vieira; SOARES, Edna Anita Lopes. Leitura literária e a estética da recepção e o ensino. In: SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO, FORMAÇÃO DE PROFESSORES NO CONTEXTO DA PEDAGOGIA HISTÓRICO-CRÍTICA. SEMANA DA EDUCAÇÃO, 19., 2007, Cascavel. **Trabalhos...** Cascavel: UNIOESTE, 2007.

VAZ, Paulo. Mediação e Tecnologia. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 1, n. 16. p. 45-59, dez. 2001. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/File/3137/2408>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

