



## **XIX ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO (EREBD/PB)**

### **GT 5: Tecnologia e Informação**

#### **Comunicação oral**

### **DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO DA LITERATURA ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS**

Carliene Oliveira<sup>1</sup>  
Irlaneide Brito<sup>2</sup>  
Míriam Pimenta<sup>3</sup>

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo analisar a disseminação da literatura por meio das redes sociais, para isso foram consultadas 7 redes sociais: Skoob, Instagram, Goodreads, Facebook, Whatsapp, Twitter e Youtube. Examinando os grupos formados nessas redes houve a constatação da disseminação da informação tanto pelos autores dos livros quanto pelos leitores. Apresenta as principais características de cada uma. Justifica assim o processo da disseminação da leitura através das mesmas.

**Palavras-chave:** Disseminação da Informação. Disseminação da literatura. Redes Sociais.

**Abstract:** *This work aims to analyze the spread of literature through social Networks, for that were consulted 7 social networks: Skoob, Instagram, Goodreads, Facebook, Twitter and Youtube,Whatsapp. Examining the groups formed in these networks was the finding of information dissemination by both authors of books as by readers. It presents the main characteristics of each. Thus justifies the process of reading the spread therethrough.*

**Keywords:** *Information Dissemination. Dissemination of literature. Social Networks.*

## **1 INTRODUÇÃO**

1 Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Pará. . [carliene\\_cristina@hotmail.com](mailto:carliene_cristina@hotmail.com)

2 Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Pará. [irlanibc@gmail.com](mailto:irlanibc@gmail.com)

3 Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Pará. [miriamgarden@hotmail.com](mailto:miriamgarden@hotmail.com)

Com o surgimento de novas tecnologias há uma facilidade maior de disseminar informação e conhecimento através das redes sociais. Com a literatura não é diferente, mais e mais livros, de diferentes gêneros, estão sendo publicados, e alguns autores verificam nas redes sociais um mecanismo de poder divulgar suas obras, pelo fato de haver essa troca de informação constante.

De acordo com Gracioso (2004, p. 2):

Entende-se disseminar como a ação de difundir, propagar a informação. Entretanto, são as questões voltadas à disponibilização da informação que são consideradas como mais relevantes para serem analisadas, porque entendesse que disponibilizar seja a ação de oferecer ao público determinados serviços ou informações de maneira a permitir seu acesso e uso.

Há uma maior e mais rápida absorção de informação por conta da popularização da internet, e a possibilidade de leitura tornou-se maior já que muitos sites disponibilizam o download gratuito de livros, o que faz com que a literatura se propague neste meio interativo que são as redes sociais.

De acordo com Tammaro (2008 apud Nascimento, 2011, p.18): “A formação de redes de interação e comunicação nas mais diversas esferas do conhecimento tem aumentado o grande fluxo e circulação da informação”.

Essas redes mediam importantes assuntos, entre tantos, muitas tratam exclusivamente sobre o tema do nosso artigo que é a literatura.

## **2 REDES SOCIAIS**

Com a evolução da internet 2.0 nos anos 90, as mídias sociais cresceram de forma significativa e constante, entre elas, as redes sociais foram as que mais ganharam destaque por terem como objetivo principal a troca de informações e interação entre os usuários destas redes, tendo como foco assuntos profissionais ou relacionamentos afetivos.

Segundo Recuero (2005, p. 9): “Esses sistemas funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação [...] utilizados para forjar laços sociais”.

Ou seja, desta forma podendo se tornar uma espécie de “mundinho” que tem claro seus benefícios, mas também seus malefícios e que sendo de uma forma ou de outra é um importante aliado da Disseminação da Informação.

De acordo com Recuero (2005, p.17): “A comunicação mediada por computador pode ser muito eficiente no estabelecimento de laços sociais porque facilita sua manutenção”.

Basta apenas um *like* no Facebook, um comentário num *blog*, um *e-mail* ou mesmo uma conversa rápido no Skype isso já torna a receptora de tais atenções cheia de agrado pessoal e se sentindo muito bem, mais confiante e vaidoso.

No entanto quando há um isolamento, uma segregação, aquele esquecimento básico conhecido nas redes sociais, surge no usuário cotidiano da rede uma falta de autoestima, pois o seu desejo de ser apreciado foi negado, o que torna as pessoas mais propensas a se entristecerem por meros fatores virtuais.

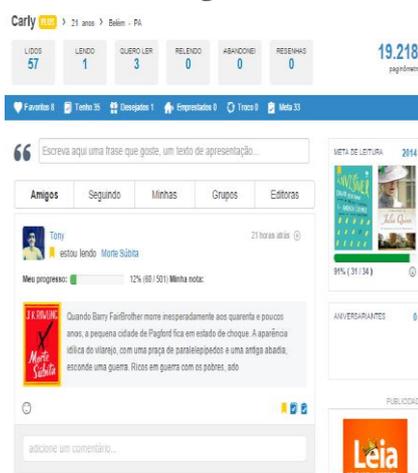
Entretanto o objetivo inicial de ser fazer uma rede social era algo profissional ou mesmo sem qualquer tipo de comprometimento com quem quer que seja e muito menos ter a dependência de tanta atenção e disputa por um título de beleza ou mesmo de populismo. Ao longo dos tempos isto foi mudando, chegando ao fato de terem algumas focadas somente no lazer e entretenimento.

## 2.1 SKOOB

O Skoob é uma rede social brasileira, voltada para a leitura, que foi criada em 2009 pelo brasileiro e analista de sistemas Lindenberg Moreira juntamente com sua sócia e co-fundadora Viviane Lordello.

“Skoob é uma rede social sobre livros e preferências de leituras”. (SILVA, 2010, p. 8)

**Figura 1: Skoob**



Fonte: <https://www.skoob.com.br/usuario/1000610-carly#> =

O principal serviço que o SKOOB oferece é o compartilhamento de informações literárias, para isso desenvolveram dezenas de ferramentas que ficam disponíveis para todos os usuários da rede.

Á princípio, o site foi criado como uma alternativa para a interação on-line entre um pequeno grupo de amigos que queriam falar sobre os livros que já haviam lido e os que pretendiam ler. Mas para surpresa de seus idealizadores, na primeira semana o número de cadastro no site foi muito acima do que imaginavam, chegou ao número de 2.500 pessoas que compartilhavam seus mesmos interesses, o gosto pela leitura.

Para que você possa criar sua conta basta entrar no endereço (<http://www.skoob.com.br>) e se cadastrar, e, o melhor, você pode linkar seu perfil do Skoob com a sua conta do Facebook ou do Twitter.

Há um espaço reservado para as editoras, nos quais são divulgados os lançamentos, e as cortesias para sorteio. As condições para participação neste sorteio é de ser um membro do Skoob e fazer o login usando sua conta do Facebook, podendo participar de quantos sorteios tiver interesse.

Existe um programa chamado PLUS, voltado para troca de livros entre os participantes. Também funciona como uma estante virtual onde podem ser colocados todos os livros que já foram lidos, os que se desejam ler, os que estão sendo relidos, os que foram abandonados, ou seja, deixados de ler pelos membros participantes da rede. Outro tipo de interação oferecida por esta rede social é a participação nos grupos literários que gostam do mesmo livro que você, onde são feitas enquetes sobre os personagens. Temos também um lugar para as crianças denominado SKOOBINHO, destinado à troca de livros, no qual os pais devem auxiliá-los no uso de ferramentas utilizadas nesta troca.

## 2.2 INSTAGRAM

Criado em Outubro de 2010 na Apple App Store (loja de aplicativos da Apple), pelo norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, como um aplicativo que proporcionou uma grande mudança na área da fotografia móvel, permitindo á criatividade de colocar diversos filtros, proporcionando uma estética as respectivas fotos.

Mesmo com a função de câmera, o que permite ao usuário fotografar a partir do próprio aplicativo, o Instagram é mais utilizado para o compartilhamento de imagens. (PIZA, 2012, p. 8).

Inicialmente, era exclusivo para os usuários da Apple, hoje já está liberado para o sistema Android. Porém, ele também funciona como uma rede social ao ponto de que podemos compartilhar nossas fotos, curtir, comentar e socializar com nossos contatos. Hoje em dia já se torna possível a visualização de seu perfil através de navegadores como Chrome, Internet Explorer, Firefox, entre outros.

Existem perfis no Instagram que compartilham imagens de páginas de livros, destacando o pensamento dos autores, como é o caso do: [@umlivrocitou](#), e o do poeta Augusto Barros, que compartilha seus poemas e pensamentos com seus seguidores.

### 2.3 GOODREADS

É uma rede social internacional, considerado o maior site literário do mundo, foi fundada em janeiro de 2007, apresenta uma interface simples que possibilita ao leitor fazer recomendações sobre seus livros favoritos para outros leitores com o mesmo gosto literário. O usuário pode organizar, favoritar, fazer discussões, interagir com outros leitores, formando grupos.

O Goodreads é composto por 30 milhões de membros, 900 milhões de livros adicionados e 34 milhões de revisões. Ele apresenta uma ferramenta de recomendação que analisa os dados dos usuários para dar sugestões sobre seus gostos literários.

### 2.4 FACEBOOK

O Facebook foi criado em 2004, pelos ex-estudantes de Harvard: Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz e pelo brasileiro Eduardo Saverin.

No início esta rede, só podia ser acessada pelos alunos de Harvard, pois ele havia sido criado para essa finalidade, e foi só a partir de 2006 que o Facebook começou a adicionar qualquer pessoa, desde que está fosse maior de 13 anos.

O Facebook se considera uma empresa que:

[...] desenvolve tecnologias que facilitam o compartilhamento de informações através do gráfico social, o mapeamento digital das conexões sociais entre pessoas do mundo real. Qualquer um pode se registrar no Facebook e interagir com pessoas conhecidas em ambiente confiável. Facebook é um pedaço da vida de milhões de pessoas que vivem em todas as partes do mundo. Facebook é uma empresa privada e está sediada em Palo Alto, Califórnia. (FACEBOOK, 2011 apud REEBS e ZAGO, 2011, p. 184).

A rede social apresenta inúmeras ferramentas dentre elas a possibilidade da criação de grupos, e através desses grupos pessoas podem interagir com outras que possuem interesses em comum.

Podemos pegar como exemplo dois grupos relacionados com literatura temos: o PA Book Club e o Cantinho de Livros. O PA Book Club é um grupo público composto por 696 membros, na sua grande maioria por leitores paraenses. Dentro do grupo os leitores dão ou perguntam recomendações sobre determinados livros, há também a divulgação de encontros literários, dentre os quais alguns são feitos na Livraria Saraiva, localizado no segundo piso do Shopping Boulevard, lugar bastante conhecido pela população.

**Figura 2: PA Book Club**



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/355165037866797/?fref=ts>

O Cantinho de Livros é um grupo secreto composto por 14.093 membros, igualmente ao PA book Club, os leitores também disseminam as informações dos livros já lidos ou as dúvidas dos livros que desejam ler.

**Figura 3: Cantinho de Livros**



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/445004945579872/?fref=ts>

Através destes grupos os leitores podem expor suas opiniões do que acham sobre determinada literatura.

## 2.5 WHATSAPP

O Whatsapp é um aplicativo gratuito de mensagens instantâneas para smartphones criado em 2009 por dois veteranos da Yahoo, a partir de 2012 teve um crescimento fenomenal que acabou interessando o jovem Mark Zuckerberg comprar o aplicativo em 2014.

Com a função além de mensagens, podendo também enviar áudio, vídeo e imagens, o whatsapp atualmente serve como um dos maiores receptores de mensagens instantâneas da atualidade, desta forma tornando-se um meio viável para a disseminar a informação.

Assim sendo há várias possibilidades de conversa no Whatsapp e uma das delas é a criação de grupos que tem como assunto o que o “Administrador” decide e o que gostaria de abordar. Disseminar a literatura por meio do aplicativo se torna mais complicado devido ser mais fechado, pois só adquirindo o número de telefone celular da pessoa ela poderá ser adicionada no grupo. Deste modo há a divulgação desses grupos em variados sites na internet, inclusive no Facebook.

Há diversos grupos sobre literatura no Whatsapp, onde são geralmente divulgados no twitter, Facebook, Blogs e variados sites que tratam sobre a rede, as

vantagens são muitas, facilidade de comunicação, fácil acesso a informação, reunir pessoas com os mesmos gostos literários, entre outras coisas.

**Figura 4: Whatsapp Literários Belém/PA**



Fonte: [https://www.whatsapp.com/?l=pt\\_br](https://www.whatsapp.com/?l=pt_br)

## 2.6 TWITTER

O Twitter é um serviço virtual criado nos Estados Unidos criado em meados de 2006. Tem como possibilitar postagens de até 140 caracteres, crescendo a cada dia, conhecido como microblog, tornando-se assim prático e eficiente, possuindo mais de 45 milhões de usuário em todo o mundo.

Como mensagens de celular, diversas mensagens são trocadas diariamente de forma coletiva a variados usuários, basta ele ser “Seguidor” da pessoa e dessa forma tem acesso as informações postadas por esta e tem também a opção do “Seguindo” onde se pode as publicações da pessoa que “curtimos”.

Segundo Martins, Gomes e Santos (p. 5, 2009): “A maior aposta dos fundadores do microblog é a possibilidade de compartilhar ideias com que atua na mesma área ou possui ideias em comum para discutir e divulgar”.

Obeserva-se perfeitamente a Disseminação Da Informação na Literatura, onde sempre há novidades literárias. Geralmente os blogs disponibilizam uma conta no

twitter para sempre estarem contando as promoções, sorteios, divulgação da literatura sendo bem explorada nessa rede.

Há uma preferência muito grande pelo Twitter pelo simples da praticidade e rapidez com que dissemina determinada informação na rede, assim sendo é uma busca constante para os frequentadores de blogs que falam sobre livros, onde sem tem certa pressa para procurar a informação.

**Figura 5:** Twitter Garota Pai D'Égua



Fonte: <https://twitter.com/garotapaipegua?lang=pt>

## 2.7 YOUTUBE

O Youtube foi criado em 2005 por dois funcionários do Ebay, o objetivo inicial era a possibilidade de um compartilhamento de vídeos sobre viagens. Em 2006 tornou-se um sucesso total onde alcançou o número arrasador de 100 milhões de vídeos assistidos num só dia! A cada dia milhares de vídeos são adicionados na plataforma.

Segundo Caetano e Falkemback (p. 4, 2005): “O arquivo de vídeo tem de ter um tamanho de até 100 MB ou duração de 10 minutos. Além disso, não pode ter copyright, ou pode ser uma produção do próprio autor”.

Deste modo todos tem o livre de postar o vídeo caseiro que queira, ou vídeos feitos do próprio usuário da rede e desta forma que contribuí de uma forma muito positiva para disseminar a literatura.

Podendo ser um incentivo mais que indispensável para a leitura de jovens e adultos. Com a criação de Canais onde os usuários podem se inscreverem, os amantes

da leitura acabaram por criando o que se chama de Canal Literário, onde expõem seu ponto de vista a respeito de um livro e até mesmo fazem resenha falada sobre.

Incluem outras atividades como “tags” divertidas, caixa de correio onde mostram os livros que chegam pelo correio e curiosidades, Bookshelf tour, onde assim mostram a todos a estante que tem. Os Canais Literários mais famosos que tem no Brasil. Exemplo: Garota It, Minha Estante, Livros e Fuxicos, entre outros.

**Figura 6:** Canais Literários



Fonte: [//www.youtube.com/watch?v=Of1Tk7mM60k](http://www.youtube.com/watch?v=Of1Tk7mM60k)

A disseminação da informação para a literatura está diretamente ligada a esta rede devido ao fato de seu formato audiovisual ser de suma importância e conseguir assim captar a atenção das pessoas, criando um público onde simplesmente vê nessa rede um entretenimento e uma fonte de conhecimento.

### **3 DISSEMINAÇÃO DA LITERATURA NAS REDES SOCIAIS**

A Web virou uma grande ferramenta para disseminação da literatura, pois divulga o nome e as obras de vários autores. As citações existentes nas redes sociais contribuem bastante para esta disseminação.

Muitos autores divulgam detalhes de suas obras para seus seguidores. Em algumas delas, como o Skoob, são feitas resenhas dos livros lidos pelos membros participantes, esta rede social também faz o “Serviço de Alerta” ao colocarem o lançamento de títulos e as lojas onde podem ser comprados, tanto impresso como no eletrônico, e- books. Expõem um capítulo do livro, com sua respectiva resenha.

## 4 CONSIDERAÇÕES

A conclusão que tiramos após o término deste artigo é que existem várias ferramentas nas redes sociais que contribuem para divulgação tanto de nome de autores como o de suas obras. A agilidade com que estas informações são disseminadas faz destas mídias grandes colaboradoras neste processo.

Diante da explosão das redes sociais na Internet, não podemos ficar alheios às inovações na sociedade tecnológica. Ao se tornar membro de uma destas redes, qualquer cidadão pode ser um grande disseminador da literatura. Não há a necessidade de ser um crítico da área, o que é recomendado é, no entanto cautela na divulgação de dados relacionados às obras literárias. Ao elaborar uma resenha, fazer citações, estamos nos tornando peça importante deste grande processo.

Os números de páginas e perfis voltados para a literatura nas redes sociais tornam-se maiores a cada dia. Apesar de umas cessarem como é o caso do Orkut, outras surgem com um grande potencial e com o mesmo propósito dando continuidade ao processo de disseminação.

Recomendamos a continuidade do estudo a cerca do assunto em questão, pois sempre haverá novos dados a acrescentar, novas redes sociais surgirão e novas comunidades literárias também, é fundamental estar atualizado e inserido neste espaço de troca de informações.

## REFERÊNCIAS

CAETANO, Saulo Vicente Nunes; FALKEMBACH, Gilse A. Morgental. **Youtube: uma opção para uso do vídeo na EAD**. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012623.pdf>>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

GRACIOSO, Luciana de Souza. Produção e disseminação da informação estatística brasileira: uma análise qualitativa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte. v. 9, n. 1, p. 34-47, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000003313&dd1=4bd03>> . Acesso em: 19 nov. 2014

MARTINS, Eros Augusto Asturiano; GOMES, Iara de Oliveira; SANTOS, Leandro César Moreira. **O Twitter como ferramenta no ensino e atuação de profissionais de publicidade e propaganda**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3861-1.pdf>> Acesso em: 14 nov. 2014.

NASCIMENTO, Maria Inês Santos do. **A Contribuição das Redes Sociais na Disseminação da Informação: estudo de caso do LinkedIn com profissionais da informação.** 2011. 59 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em biblioteconomia) - Universidade Federal da Paraíba, Paraíba. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfl6IAH/a-contribuicao-das-redes-sociais-na-disseminacao-informacao-estudo-caso-linkedin-com-profissionais-informacao>> Acesso em: 15 dez. 2015

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram: considerações sobre a perspectiva tecnológica.** 2012. 48 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em:<[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012\\_MarianaVassalloPiza.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf)> Acesso em: 15 de dez. 2015

REBS, Rebeca Recuero; ZAGO, Gabriela da Silva. Redes Sociais Integradas e Difusão de Informações: compreendendo a circulação da informação em social games. **Em Questão**, Porto Alegre. v. 17, n. 2, p. 181-195, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=00000115&dd1=fadf5>>. Acesso em: 19 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Redes sociais na internet: considerações iniciais.** Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/intercom2004final.pdf>> Acesso em: 14 nov. 2014

SILVA, Ivanda Maria Martins. Práticas de letramento na rede social Skoob: interfaces com a educação à distância. In: SIMPÓSIO HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO, 3., 2010, Pernambuco. **Anais...** Recife: Universidade Federal de Pernambuco - Núcleo de Estudos de Hipertexto e Tecnologias na Educação, 2010. p. 1-20.