

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Daiane Rosa de Matos

O Impacto da Internet no Futuro dos Sebos de Porto Alegre

Porto Alegre
2014

Daiane Rosa de Matos

O Impacto da Internet no Futuro dos Sebos de Porto Alegre

Monografia de Conclusão de Curso apresentada como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Me. Martha Eddy K. Kling Bonotto

Porto Alegre
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretor: André Iribure Rodrigues

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Maria do Rocio Fontoura Teixeira

Chefe Substituta: Valdir Jose Morigi

M425i Matos, Daiane Rosa de
O Impacto da Internet no Futuro dos Sebos de Porto Alegre /
Daiane Rosa de Matos - Porto Alegre, 2014.
60f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade
Federal do Rio Grande do Sul, 2014

Orientação: Martha Eddy K. Kling Bonotto

1. Sebos de Porto Alegre 2. Comércio Eletrônico 3. Internet I.
Martha Eddy K. Kling Bonotto II. Título

CDU 002.655.425(816.5)

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Rua: Ramiro Barcelos, 2705

CEP: 900035-007

Tel: (51) 3316-5146

Fax: (51) 3316-5435

E-mail: fabico@ufrgs.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

O Impacto da Internet no Futuro dos Sebos de Porto Alegre

Monografia de Conclusão de Curso apresentada como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Data de Aprovação: 04 de dezembro de 2014.

Banca Examinadora

Profa. Me. Martha Eddy K. Kling Bonotto (Orientadora)

Prof^a. Me. Glória Isabel Sattamini Ferreira

Prof^a. Dra. Lizete Dias de Oliveira

Às figuras femininas mais importantes da minha vida. À minha mãe que está ao meu lado em todos os momentos torcendo para que eu alcance meus objetivos. À minha pequena Rafaela, meu anjo lindo que ilumina o meu caminho sempre.

AGRADECIMENTOS

E no final da jornada é que percebemos que nunca estivemos sozinhos. Sempre temos o apoio de alguém na realização de um objetivo, pois uma jornada de sucesso é repleta de personagens, de histórias para contar, de experiências e ensinamentos... Agradeço imensamente a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste sonho. Em especial a:

Aos meus pais por todo o amor que sempre me dedicaram, por me ensinarem a ser forte e persistente na busca de meus objetivos.

Ao meu marido Robson Paz pelo apoio, paciência e carinho que teve comigo ao longo desta caminhada.

Aos amigos que me incentivaram a trilhar o caminho da universidade.

À minha orientadora Martha Bonotto que foi sempre tão atenciosa e disposta a ajudar no que fosse preciso. Por ser um exemplo de profissional e minha inspiração. Obrigada pela oportunidade de trabalhar com você.

Às professoras Lizete Dias e Glória Isabel Sattamini Ferreira que tão gentilmente aceitaram participar da minha banca.

Aos lugares por onde passei que me trouxeram experiência profissional de aprendizados valiosos dentre eles:

Aos colegas da Biblioteca da FMP em especial à bibliotecária Patrícia B. Moura, por compartilhar comigo seus conhecimentos, sempre com muita paciência e carinho.

Aos colegas da Biblioteca do Ministério Público dos quais tenho um carinho muito especial. Aos bibliotecários Marcelo Silva e Suzanna Louzada por me orientarem no meu estágio. Às colegas e amigas Janaína Petrolí e Alexandra Correa e por me mostrarem o quanto a vida pode ser divertida. Obrigada por tudo!

Às colegas bibliotecárias Tribunal Regional Federal da 4ª Região às quais tive muito prazer em trabalhar: Ana Prates da Silva, Marioni Dornelles, Clarisse Arend, Silvava Sant' Ana, Magda de Conto e Maria da Graça Silva. Às colegas Vivian Gabriela, Andrielli Dalbosco, Daiane Silveira.

À colega e amiga Jossana Matos pela sua amizade, por tudo que me ensinaste.

Às colegas de curso Luziane Graciano, Adriana Sanches, Karina Feltrin, Clariete Duarte que acabaram tornando-se amigas muito especiais.

Enfim, a todos que contribuíram para tornar este sonho possível.

“O livro é a grande memória dos séculos... se os livros desaparecessem,
desapareceria a história e, seguramente, o homem.”

Jorge Luis Borges

RESUMO

Analisa o impacto da internet no comércio de sebos da cidade de Porto Alegre. O foco da pesquisa são os sebos que atuam tanto na loja física quanto no comércio eletrônico. O referencial teórico aborda brevemente a trajetória do livro e seus variados suportes, o histórico deste comércio no Brasil, bem como o surgimento da internet e as possíveis definições que envolvem o universo dos sebos. A pesquisa tem caráter descritivo trabalhando com o levantamento de dados. Através de uma abordagem qualitativa procura identificar sob a ótica dos donos de sebos aspectos positivos (tais como acervos mais organizados, maior visibilidade dos sebos e comércio além-fronteiras) e negativos (como a concorrência do mercado e a redução do público que frequenta a loja física) que a internet proporcionou para este comércio. Analisa também as perspectivas para o futuro dos sebos. Conclui que a internet é uma ferramenta de suma importância para o comércio de sebos, mas não substitui a existência desses espaços sendo necessária a sua preservação.

Palavras-Chave: Sebos de Porto Alegre. Comércio Eletrônico. Internet

ABSTRACT

It analyzes the impact of the Internet on the trade of used bookstores in the city of Porto Alegre. The focus of the research are the used bookstores that operate in both the physical store and e-commerce. The theoretical framework briefly discusses the history of the book and its varied writing materials, the history of this trade in Brazil, as well as the emergence of the Internet and the possible concepts that involve the universe of used bookstores. The research is descriptive and is backed by survey data. By means of a qualitative approach, it seeks to identify, from the perspective of the owners of used bookstores, positive aspects (such as more organized collections, greater visibility and trade across borders) and negative aspects (such as market competition, and the reduction of the public who buys at the physical store) that the internet has brought for this kind of trade. It also examines the prospects for the future of used bookstores. It concludes that the internet is a trade tool of paramount importance for used bookstores, but it does not replace the physical existence of these spaces and its preservation is necessary.

Keywords: Used Bookstores in Porto Alegre. E-commerce. Internet.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Justificativa	12
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Problema de Pesquisa	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 Breve Trajetória do Livro	14
2.2 Breve Histórico do Comércio do Livro no Brasil	19
2.3 O Surgimento da Internet e o Comércio Eletrônico no Brasil	22
3 SEBOS	25
3.1 O Que são Sebos?	25
3.2 Sustentabilidade e Responsabilidade Social	29
3.3 Da Loja Física ao Sebo Virtual	30
3.4 Sebos de Porto Alegre	33
4 METODOLOGIA	35
4.1 Tipo de Pesquisa	35
4.2 Contexto do Estudo	36
4.3 Coleta de Dados	36
4.4 Procedimento de Coleta de Dados	37
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
5.1 Experiência no Comércio de Livros Usados	39
5.2 Tempo de Atuação no Comércio Eletrônico	39
5.3 Adaptação do Sebo ao Comércio Eletrônico	40
5.4 Aspectos no Comércio de Sebos Decorrentes da Internet	41
5.6 Atrativos Oferecidos pelos Sebos	46

5.7 Mudanças Decorrentes do uso da Internet.....	46
5.8 Futuro dos Sebos.....	47
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	54
APÊNDICE A – Roteiro para Entrevista nos Sebos de Porto Alegre.	59
APÊNDICE B – Carta de Apresentação	60

1 INTRODUÇÃO

Os sebos foram conhecidos por muito tempo como apenas um lugar sujo, empoeirado, com livros amontoados que as pessoas não querem mais. Na verdade esses lugares eram, por vezes, ambientes frequentados por escritores famosos, leitores assíduos à procura de um bom livro, algo diferente para ler.

Para uns, apenas uma loja onde se vendem livros a um preço mais acessível. Para outros, um ponto cultural, um lugar onde se tem a oportunidade de encontrar uma obra rara, um livro que há tempo se procura e não é mais comercializado pelas livrarias de ponta. Entender como é o funcionamento de um sebo, suas formas de comercialização e o que preserva esses espaços vivos é de suma importância para a área da biblioteconomia, uma vez que muitas bibliotecas recorrem a essas lojas para a composição de seu acervo.

Por trabalharem com livros que já pertenceram a outras pessoas os sebos possuem uma característica fundamental que envolve a sociedade atual: a sustentabilidade. Assim o consumidor que participa desse comércio (seja por meio de compra, troca ou venda) garante a circulação do material repassando para outras pessoas numa espécie de reciclagem contribuindo dessa forma para a preservação do meio ambiente.

A Internet, como toda a grande inovação, acarretou inúmeras mudanças que vão das relações pessoais com a criação de redes sociais e *sítes* de relacionamento, às relações de consumo. No mundo moderno o comércio virtual vem se expandindo, o que demonstra que a sociedade está cada vez mais adaptada a utilizar as facilidades que a Internet pode proporcionar.

Por isso, muitos consumidores optam por realizar as suas compras no aconchego do seu lar, ou em qualquer outro lugar do qual não precisem se deslocar para comprar o produto. A Internet representa economia de tempo e os sebos fazem parte dessa grande massa de lojas que utiliza essa ferramenta para comercializar os livros.

Nessa perspectiva, o presente estudo tem como intuito analisar o impacto causado pela Internet no comércio de livros em sebos de Porto Alegre. Por meio do referencial teórico, o trabalho faz um resgate da história dos sebos, e do comércio eletrônico no Brasil. A pesquisa busca levantar dados pertinentes que permitam

entender como ocorreu a adaptação dos sebos ao comércio eletrônico e quais os aspectos positivos e negativos desse tipo de comércio. O estudo também visa identificar, por meio da percepção dos donos de sebos, qual o futuro dos sebos físicos em meio a tantas facilidades que o comércio virtual proporciona.

Espera-se com este estudo, contribuir para o entendimento da importância desses espaços que, assim como as bibliotecas, abrigam um bem precioso capaz de disseminar conhecimento e cultura: o livro.

1.1 Justificativa

Os sebos carregam o estigma de lugares sujos, desorganizados, com livros velhos sem muita procura. A verdade é que os sebos são talvez os únicos lugares em que podem ser encontrados livros raros, edições esgotadas ou mesmo reencontrar livros que se tem vontade de ler novamente e aos quais não se tem mais acesso.

A importância desse tipo de estudo pode ser sentida na visão de Paiva (1999, p. 14) sobre os sebos: “[...] esses espaços quase nunca ou pouco estudados, guardam uma história da circulação do livro e de práticas de leitura indispensável à compreensão da nossa história individual e coletiva de leitores.”

Mas infelizmente os estudos sobre essa temática são escassos. Em consulta às bases de dados bibliográficas, tais como a BRAPCI, (Base de Dados relacionada a Ciências da Informação), é possível observar poucos trabalhos (um total de dois artigos foram encontrados). No Repositório Digital da UFRGS (LUME) foram recuperados apenas dois registros. Esses números evidenciam a carência de trabalhos científicos sobre o assunto, o que motivou a autora a desenvolver este trabalho explorando o tema sob um aspecto que também se faz necessário ser abordado: o uso da Internet no comércio de livros usados.

1.2 Objetivos

Os objetivos, relacionados a seguir, expressam a intenção deste estudo.

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar as modificações ocorridas no comércio de livros usados em sebos de Porto Alegre após o surgimento da Internet.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para atingir o intento, são pontuados os seguintes objetivos específicos:

- a) levantar os sebos de Porto Alegre que operam pela Internet e por meio de lojas físicas;
- b) identificar as formas de comércio eletrônico utilizadas pelos sebos;
- c) caracterizar possíveis mudanças na comercialização em sebos de Porto Alegre decorrentes da Internet;
- d) identificar pontos positivos e negativos no comércio virtual;
- e) avaliar a percepção dos responsáveis pelos sebos quanto às suas perspectivas para o futuro.

1.3 Problema de Pesquisa

A Internet mudou a rotina de muitas lojas que comercializam livros usados. Assim, deseja-se descobrir qual é o impacto causado pela Internet na comercialização de livros em sebos de Porto Alegre?

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a realização deste estudo, buscou-se uma breve contextualização sobre a história do livro, história do comércio no Brasil, passando pelo surgimento da Internet, o comércio eletrônico e as definições acerca dos sebos. Tal embasamento teórico se faz necessário para elucidar o tema de estudo.

2.1 Breve Trajetória do Livro

A história do livro se confunde com a história da civilização. Após desenvolver a linguagem oral, o homem criou a escrita que é provavelmente o mais perfeito e o menos obscuro sistema de linguagem visual. (MARTINS, 1998).

A invenção da escrita foi um fato importante para a humanidade, razão pela qual é possível chegar ao nosso conhecimento o registro das antigas civilizações. O livro, tal como o conhecemos hoje, já passou por muitas transformações principalmente no que concerne aos seus suportes. E essas mudanças continuam acontecendo.

Na visão de Albert Labarre a madeira foi o primeiro suporte do livro. O autor afirma que:

As palavras que designam o livro em grego, *biblios*, e em latim *liber*, tinham no seu sentido primário o significado de casca de árvore, e o caráter que ainda designa livro em chinês figura-o sob a forma de tabuinhas de madeira ou bambu. Isso significa que, na memória coletiva dos povos que forjaram essas palavras, esta matéria aparecia como o primeiro suporte do livro. (LABARRE, 1981, p. 8).

Um dos suportes mais antigos empregados na escrita foram as lajotas de barro. O barro começou a ser utilizado para este fim a partir do IV milênio antes de Cristo. “As lajotas de barro como das bibliotecas mesopotâmicas, com sua escrita cuneiforme, são consideradas os mais remotos ancestrais do livro [...]” (CAMPOS,

1994, p. 23). Esse tipo de suporte foi fundamental para a preservação da memória da Antiguidade, pois as bibliotecas mesopotâmicas foram queimadas. O barro em contato com o fogo torna-se mais resistente. Se fosse outro suporte (papiro, pergaminho) provavelmente não se teria nenhum registro dessa antiga civilização.

O papiro é outro suporte famoso e de grande valor histórico pelos textos que conteve. O papiro é uma planta muito abundante encontrada nas margens do rio Nilo, na região do Delta, já tinha sua utilidade estabelecida desde a pré-história, na fabricação de utensílios tais como esteiras, cordas, sandálias e barcos. Campos (1994, p. 43) descreve o preparo desse suporte para escrita:

O processo [...] começava com o corte do caule da planta em pedaços de aproximadamente 40 cm de comprimento. Retirada a casca, cortava-se o miolo em tiras que eram cruzadas umas sobre as outras umedecidas e batidas em um macete de madeira. [...] o batimento liberava uma substância colante existente nas fibras, que ficavam firmemente grudadas. Submetida a um tratamento como óleo de cedro, a folha, depois de seca ao sol, era polida com pedra-pome, ficando assim, pronta para receber a escrita sem que a tinta borrasse a superfície [...].

Segundo o mesmo autor, após esse estágio era preparado o rolo denominado *volumen* pelos latinos, e *kylindros* pelos gregos, compondo-se em regra de 20 folhas em formato retangular, em sequência, medindo 20cm de largura. Os egípcios escreviam em colunas, tal como a escrita dos jornais de hoje. Essas colunas seriam denominadas pelos latinos posteriormente de *paginae*, e ficavam em posição perpendicular ao eixo do rolo. Os egípcios tornaram-se os maiores produtores de papiro, devido à abundância de matéria-prima disponível. Os papiros egípcios continham poesias, obras de ficção e de medicina. Uma das obras mais famosas escritas nesse suporte é o Livro dos Mortos, coleção de textos fúnebres (escritos em hieróglifos) que acompanhavam o cadáver no sarcófago, antiga tradição egípcia.

Outro suporte da escrita é o pergaminho que, segundo Martins (1998), é o grande material do reino animal empregado na escrita. Há uma história clássica de que a origem do pergaminho teria vindo da necessidade de material, já que Ptolomeu Epifânio, desejando combater a biblioteca de Pérgamo, rival da biblioteca de Alexandria, decidiu proibir a exportação do papiro. Tal fato obrigou os habitantes de Pérgamo a inventar um novo suporte extraído de peles de animais.

O pergaminho (nome que deriva da cidade onde foi inventado) é basicamente couro cru esticado. “Utiliza-se a parte intermediária da pele, macerada, alisada com pedra-pome e lubrificada para que se mantenha flexível e polida” (CAMPOS, 1994, p. 69). Quando os povos antigos tinham longos assuntos a escrever, utilizavam um conjunto dessas peles costuradas que eram chamadas de rolo. Esse suporte era comum entre os antigos judeus, gregos, romanos, persas e hindus, perdurando por alguns séculos após o nascimento de Cristo (ROUYEYERE, 2000).

Após anos de consolidação do pergaminho, a história apresenta um novo suporte que substituiria todos os outros: o papel.

É tão grande o seu domínio que ele começa a usurpar o nome de seu predecessor e deseja substituí-lo não somente na evolução histórica, mas também na memória dos homens. [...] “papel”, vem, etimologicamente, de “papiro”, que era *papyrus* em latim e *papuros* em grego. Mas ainda uma vez, o nome poucas relações tem com a coisa, e o papel não é um derivado do papiro: é o seu rival vitorioso. O “papel do Egito”, tão caro aos escribas ancestrais foi derrotado por completo quando o papel se tornou conhecido no Ocidente. (MARTINS, 1998, p. 111).

O papel teve sua origem na China. Os chineses antes do papel, já haviam utilizado o bambu e a seda na fabricação de pergaminho. No ano de 105 da nossa era, no emprego de outros materiais diferentes da seda, tais como cascas de plantas, resíduos de algodão e redes de pesca usadas, entre outras substâncias, é que se criou o papel celulose.

Além da invenção, também se atribui aos chineses, a entrada do papel no Ocidente. Em 751 prisioneiros chineses foram trazidos para Samarcande, cidade da Ásia Central onde introduziram a indústria do papel. Em 794 já existiam fábricas em Bagdá e em Damasco e o papel entrava na rota das caravanas. Não demorou muito para os Árabes comercializarem o papel, junto com outras preciosidades. Em 1144, o papel já era encontrado na Espanha. Assim o papel se espalhou pela Europa: da Espanha para a Itália, França, Inglaterra e Holanda (MARTINS, 1998).

Até o fim do século XVIII, a fabricação do papel era feita manualmente. Os moinhos de papel eram oficinas primitivas, onde se faziam as folhas uma a uma, em pouca quantidade, ainda não era considerada uma indústria. Para que o papel fosse

utilizado em larga escala era preciso que a técnica fosse aperfeiçoada. Assim surge em 1798 a primeira máquina de fazer papel, inventada pelo francês Louis Robert.

Um fato marcante na história do livro é a invenção da imprensa. Ela já havia sido inventada pelos chineses, mas foi através das pesquisas de Gutenberg, no ano de 1445, que ela tornou-se conhecida. A invenção consiste em imprimir livros por meio de caracteres em relevo, juntamente com seu sócio João Fust, que o ajudou financeiramente, trabalharam para talhar as pranchas que serviriam para impressão. Tempos depois eles encontraram um meio de fundir as formas de todo o alfabeto latino. A essas formas deram o nome de matrizes. Para Pedro Schoeffer, calígrafo de profissão, restou a tarefa de aperfeiçoar os caracteres móveis tornando-os mais elegantes. Assim se deu início a história da tipografia (MARTINS, 1998).

A invenção da imprensa, sem dúvida, foi fundamental para o desenvolvimento do livro tal como é hoje: o livro impresso. E a evolução do suporte continua. Octave Uzanne, autor da obra *O Fim dos Livros*, já no ano de 1894 (data em que o livro foi publicado), traz, por meio de sua narrativa, o debate sobre o futuro dos livros, prevendo a extinção do mesmo e a adoção de um novo suporte que, devido a sua descrição parece ser o áudio livro:

Se por livros vocês entendem os inúmeros cadernos de papel impresso, dobrado, costurado sob uma capa que anuncia o título da obra, confessá-los-ei que francamente não creio – e que os progressos da eletricidade e da mecânica moderna me proibam crer - que a invenção de Gutemberg como intérprete das nossas produções intelectuais possa mais cedo ou mais tarde cair em desuso. [...] A gráfica [...] parece estar ameaçada pelas diversas possibilidades recentemente descobertas de se gravar o som e que gradualmente vão se aprimorar. (UZANNE, 2010, p. 41).

De fato a tecnologia avançou e atualmente temos mais esse suporte à nossa disposição. No entanto não extinguiu o livro impresso.

E nessa jornada rumo à evolução do livro, encontramos outro suporte diferente de tudo que já foi visto: o livro digital. Neste formato não existe propriamente um objeto tal como o livro impresso. É uma tela sob o qual o texto eletrônico é lido:

A inscrição do texto na tela cria uma distribuição, uma organização, uma estruturação do texto que não é de modo algum a mesma com a qual se defronta o leitor do livro em rolo da Antiguidade ou o leitor medieval, moderno e contemporâneo do livro manuscrito ou impresso, onde o texto é organizado a partir de sua estrutura em cadernos folhas e páginas. O fluxo seqüencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler.(CHARTIER, 1998, p. 12).

A definição descrita por Pinheiro (2011, p. 14) representa de maneira clara esse novo formato de livro conhecido como e-book: “acrônimo de *eletronic book* ou livro eletrônico; designa uma publicação em formato digital, que para além de texto, pode incluir também imagens, vídeo e o áudio. Outras designações são livro digital ou livro digitalizado.

O livro eletrônico traz a interatividade que o livro impresso não possui. Entre as vantagens podem-se destacar os *links* que permitem que o texto seja pesquisado e acessado rapidamente, o e-book também pode ser anotado sem que as páginas sejam riscadas. O tamanho da fonte pode ser ajustado conforme as preferências do leitor. Outra vantagem que esse suporte agrega é a facilidade de baixar os livros através da Internet e poder carregar vários livros em um único dispositivo. (OLIVEIRA, 2013).

Como desvantagens, consideram-se os seguintes aspectos: leitura mais lenta e cansativa, principalmente quando realizada em computadores, *smartphones* ou *tablets*; grande quantidade de livros sem multimídia, alto preço dos dispositivos leitores; pouca quantidade de exemplares em determinadas áreas do saber; crescente prática do crime de direitos autorais (OLIVEIRA, 2013).

Questões acerca do formato dos livros estão sempre sendo discutidas, pois a cada dia há uma nova descoberta tecnológica trazendo outras possibilidades de leitura. No entanto, um formato não precisa necessariamente excluir o outro. O leitor tem muitas alternativas podendo escolher o formato que mais lhe agrada para cada momento. Apesar de estarmos na era da tecnologia, acredita-se que o livro impresso continua sendo o preferido dos leitores. O livro em formato impresso permite ao leitor ter a sua própria visão da história, sem limites para a imaginação.

2.2 Breve Histórico do Comércio do Livro no Brasil

Os primeiros registros de nascimento e consolidação do mercado nacional de livros datam do período colonial brasileiro. Escassos, quase totalmente de teor religioso, os livros foram trazidos pelos jesuítas para abastecer os colégios fundados em diversas partes da colônia (DELGADO, 1999).

Rubens Borba de Moraes (2006, p. 45) faz um importante comentário referente à falta de informações sobre a comercialização de livros naquela época:

Estamos mal-informados sobre a maneira usada na colônia para a aquisição de livros. Sobre livrarias os dados são escassos. Nossos historiadores, baseados em informações colhidas na obra dos viajantes estrangeiros que visitaram o Brasil em fins do século XVIII, dizem que praticamente não existiam. Lord Macartney, que esteve no Rio de Janeiro em 1793, fala em duas livrarias que vendiam livros religiosos e de medicina. Os almanaques do Rio de Janeiro, feitos por Antônio Duarte Nunes, para os anos de 1792 e 1794 mencionam uma única. Existiam duas em 1799. É um quase nada.

O comércio de livros no Brasil começa de fato, em 1808, com a transferência da corte Real para o território brasileiro. Antes desse período, toda e qualquer atividade ligada à impressão era expressamente proibida pela administração colonial. A censura foi imposta para que não pudesse circular nenhum tipo de ideia, ou opinião, que pudesse colocar em risco o domínio português. Inicialmente, as terras brasileiras seriam utilizadas somente para exploração de recursos, mas com a invasão napoleônica, a família real foi forçada a deixar Portugal e instalar-se no Brasil.

Na bagagem da realeza, além dos livros da biblioteca real, vinha um prelo de madeira de fabricação inglesa que serviria para redigir e tornar público os documentos oficiais do governo. Nasce assim a impressão régia.

Hallewell (1985) relata a existência de um primitivo comércio de livros no Rio de Janeiro. Antes da chegada da família real em 1792, já havia duas livrarias na cidade. Em 1820, esse número passa a ser de 16 livrarias, e em 1890 alcança a marca de 45 livrarias.

No que concerne aos sebos, Delgado (1999) aponta que das 47 livrarias existentes no fim da década de 90, cinco eram sebos. O surgimento dos primeiros sebos no Brasil data de 1875 no comércio carioca. De 23 livrarias, presentes no comércio carioca, oito eram sebos. Moraes (2006) afirma que esse crescimento no comércio brasileiro (tanto de livros novos como usados) é decorrente da chegada da corte portuguesa.

No início do século XX já era possível comprar livros no Rio de Janeiro. Alguns comerciantes franceses estabeleciam suas filiais entre lojas elegantes da rua do Ouvidor, e os primeiros livreiros-editores se lançavam nesse novo negócio. Destacam-se duas livrarias que foram precursoras no mercado editorial brasileiro: Garnier e Lammert. A cultura francesa estava em alta no Brasil e os franceses aproveitaram a oportunidade para entrar no mercado de livros. Na época, essas duas livrarias praticamente monopolizavam a impressão e o comércio de livros no Brasil do Século XIX. Foi por meio delas que a publicação de livros se separou da edição de jornais (PAIXÃO, 1996).

Destaca-se aqui também a figura de Pedro da Silva Quaresma, que fundou em 1879 a Livraria do Povo e ficou conhecido por concentrar suas publicações em livros baratos e de apelo popular. Por essa razão, a livraria Quaresma atraía escritores mais jovens (e por isso mais humildes), sendo ponto de encontro destes. Era procurada principalmente, pela oferta de livros usados. Outro destaque dessa época foi Francisco Alves, pioneiro no mercado de livros didáticos. Sua trajetória como livreiro também começou com a abertura de um sebo na rua São José, no Rio de Janeiro (HALLEWELL, 1985).

Muitas das editoras bem sucedidas no mercado editorial brasileiro começaram como sebos. É o caso de Joaquim Inácio Saraiva que se mudou do Rio de Janeiro para São Paulo, comprou uma biblioteca de livros jurídicos e montou um sebo num local privilegiado (em frente à Academia Jurídica de São Paulo), dando início ao seu negócio que não parou de crescer. Mais tarde, ficou conhecida como Livraria Saraiva (PAIXÃO, 1996).

A produção editorial, que estava centrada no Rio de Janeiro, na década de 20 passa a ter espaço em São Paulo, com um dos personagens mais importantes da história do livro no Brasil: Monteiro Lobato. Seu êxito como empresário, editor e escritor (ficou conhecido por escrever livros do gênero infantil) foi um marco para a época. Conforme Hallewell (1985, p. 250):

A importância de Monteiro Lobato vai muito além dos autores que ele publicou. O que editoras posteriores, como a José Olympio, realizaram só foi possível porque puderam trilhar o caminho que Lobato já havia explorado. Durante os sete anos de sua primeira aventura editorial ele conseguiu revolucionar todos os aspectos da indústria. Lançar novos autores, pagar direitos autorais compensadores era apenas um desses elementos. [...] Sua atitude em relação à propaganda também se mostrou original a seus contemporâneos: ele percebeu que já não era suficiente depender da cortês recomendação verbal do livreiro a cada freguês potencial que se baseava no conhecimento de uma clientela muito íntima e limitada, e lançou-se a uma ampla publicidade em jornais. Isto já vinha sendo um modo bastante normal de promoção de vendas no século dezenove, mas em 1928 ainda era considerado uma afronta à dignidade de um livreiro respeitável. Lobato não tinha inibições desse tipo: se os livros deviam ser vendidos como sabão, eles precisavam ser anunciados da mesma maneira.

Monteiro Lobato começou comprando os direitos de propriedade da Revista do Brasil. Conseguiu, ao longo do tempo, montar sua própria gráfica mostrando-se preocupado com outros aspectos do livro como capa e ilustrações. Em meados de 1920, já em sociedade com Octalles Marcondes Ferreira, a marca Monteiro Lobato vendia quatro mil livros por mês. Como autor, a produção já havia alcançado 250.000 exemplares em 1925, quando a firma foi liquidada. Meses depois, na companhia do mesmo sócio, fundou a Companhia Editora Nacional, a primeira editora voltada para o público nacional.

Depois de Lobato, surgiram grandes editoras dentre elas, a Livraria Editora Globo, Livraria Martins Editora e a Livraria José Olympio Editora. Esta última, segundo Delgado (1999), passa a ser conhecida como “a casa” tornando-se ponto de referência entre intelectuais da época. José Olympio que começou trabalhando como balconista de farmácia aos onze anos, acabou tendo contato com livros em 1918, quando foi indicado para trabalhar em uma loja de livros, na mesma função.

O fim da década de vinte, José Olympio interessou-se por livros raros e antigos e logo se tornou entendido no assunto a tal ponto que poucos bibliófilos paulistas compravam ou vendiam livros sem consultá-lo. Tal conhecimento seria explorado em 1930 quando, após a morte de Alfredo Pujol, proprietário da maior biblioteca particular do estado, Olympio a comprou da família. Tempos depois, abriu esta para visitação e venda, começando assim seu negócio.

Fernando Paixão (1996, p. 84) destaca o papel revolucionário de José Olympio no mercado editorial brasileiro:

Ao longo de sua carreira, José Olympio fez muito: lançou nomes quase desconhecidos do grande público – 90% deles brasileiros; investiu na apresentação gráfica quando isso era novidade; teve ilustradores e copistas como Portinari, Luís Jardim, Tomás Santa Rosa, Poty; inaugurou o método da crítica “nas orelhas” dos livros; modificou o formato usual dos volumes, que era de 18x12cm, para 21,5x 13,5 cm; adotou o sistema domiciliar de vendas, que chegou a responder por 75% dos negócios da empresa; e foi o primeiro editor brasileiro a colocar ações nas bolsas de valores.

Nos anos 30, outro lugar que se destacava no pólo editorial emergente no país foi Porto Alegre, com a Livraria O Globo que começou suas atividades como livraria e papelaria. José Bertaso e Henrique, seu filho, comandavam a livraria que editava basicamente literatura de entretenimento: romances sentimentais, policiais e de aventura. Bertaso utilizava como estratégia a venda de livros populares, ganhando dinheiro para investir em publicações de grandes obras de literatura universal. Enquanto publicava autores gaúchos, pensava em lançar no Brasil traduções de livros mais conhecidos no mundo.

Para isso, contou com a ajuda de Érico Veríssimo que já trabalhava para a editora lendo e traduzindo textos para a Revista do Globo. Juntos os dois lançaram duas séries: a Coleção Nobel e a Biblioteca dos Séculos. Com essas publicações a Globo ganhou destaque e respeito no mercado editorial brasileiro até então centrado no eixo Rio-São Paulo. (PAIXÃO, 1996).

E assim, se deu início a uma sólida indústria editorial no Brasil que continua em expansão. Destacou-se nesse capítulo, os pioneiros nessa atividade que acabaram consolidando o mercado editorial brasileiro, abrindo caminho para novos editores e despertando interesse de editoras multinacionais em se estabelecer no país.

2.3 O Surgimento da Internet e o Comércio Eletrônico no Brasil

O surgimento da Internet revolucionou o funcionamento tradicional das sociedades modernas. Hoje é normal fazer cursos *on-line*, expressar opiniões em fóruns de discussão, ou se relacionar com as pessoas através do ambiente virtual, mas há um tempo, essas formas de comunicação eram inimagináveis.

O surgimento da Internet data do ano de 1960, no período Guerra Fria. A rede ARPAnet é o resultado de pesquisas realizadas pela *Advanced Research Project Agency* (ARPA), um órgão ligado ao Departamento de Defesa americano que tinha a missão de mobilizar recursos de pesquisa principalmente dos centros universitários com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica e militar em relação à União Soviética. O objetivo inicial do projeto era construir uma rede interativa conectando os principais centros de pesquisa americanos, possibilitando a troca de informações rápida e protegidas no caso de uma guerra nuclear. (CASTELLS, 2003).

Mendes (2007, p. 1) conceituou Internet como

[...] um conjugado de computadores interligados em várias redes, que se comunicam em protocolos unificados, de forma que as pessoas que estão conectadas usufruam de serviços de informação e comunicação de alcance mundial. [...] Com o advento da World Wide Web, a rede foi enriquecida, pois o conteúdo ganhou cores, imagens, sons e vídeos. Através de um inteligente sistema de localização de arquivos, a Internet proporciona um ambiente para que cada informação tenha um endereço personalizado, que pode ser acessado por qualquer usuário.

Segundo o mesmo autor, a Internet iniciou no Brasil no ano de 1991 com a criação da Rede Nacional de Pesquisa (RNP), sistema acadêmico ligado ao Ministério de Ciência e Tecnologia. Três anos mais tarde, a EMBRATEL lançou de maneira experimental o acesso *on-line*, para saber mais sobre ela. No ano de 1995 foi liberado para o setor privado o acesso à Internet, para estudar e explorar comercialmente os seus benefícios.

Atualmente, o cenário da Internet se apresenta de forma bem diferente. Essa ferramenta permite facilitar e multiplicar a comunicação global entre pessoas e instituições e, com os avanços tecnológicos, houve um aumento de consumidores que aderiram a uma nova modalidade de comércio: o comércio eletrônico (também conhecido como *E-commerce*). Segundo Albertin (2000, p. 95) o comércio eletrônico pode ser definido como

[...] a realização de uma cadeia de valores dos processos de negócio em um ambiente eletrônico, por meio de tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio. Os processos podem ser realizados de forma completa ou parcial, incluindo as transações negócio-a-negócio, negócio-a-consumidor e intra-organizacional, em uma infraestrutura de informação e comunicação predominantemente pública, de acesso fácil, livre e de baixo custo.

Assim, essa cadeia de valores, inclui desde a distribuição de informações referentes aos produtos e serviços até a realização de transações entre as partes que compõem o ambiente de negócios.

Tigre (2008) ressalta que o comércio eletrônico é visto por muitos especialistas como uma nova forma de transações, capaz de promover o desenvolvimento econômico, eliminando barreiras geográficas e transformando completamente os sistemas econômicos. Esse se constitui um dos principais atrativos desse tipo de comércio, pois não existem mais fronteiras, nem distâncias que não possam ser alcançadas através da Internet. Com um simples *clíc* é possível comprar produtos em qualquer lugar do mundo.

Os indicadores mais atualizados confirmam que o Brasil está em um momento de expansão no setor. Dados de navegação confirmam que quanto mais pessoas têm acesso à Internet, maior também é o número dos chamados e-consumidores. Isso ocorre da mesma forma quando se relaciona à velocidade de acesso. Exatamente o que acontece no nosso país. Quando se analisa o faturamento, é possível verificar que o setor cresce dois dígitos a cada ano e que no primeiro semestre de 2012 faturou R\$ 10,2 bilhões. O segmento literário composto por revistas, livros e assinaturas de jornais segue na quarta posição de produtos mais vendidos pela Internet (PIRES, 2012).

3 SEBOS

O próximo capítulo se refere às denominações dos sebos, à passagem da loja física para o sebo virtual, bem como traz alguns exemplos de sebos situados em Porto Alegre, que também possuem acervo disponibilizado pela Internet.

3.1 O Que são Sebos?

Quando pessoas leigas são indagadas a respeito do que é um sebo, rapidamente associam a palavra a gordura. E de fato, encontra-se no Dicionário Aurélio, onde Ferreira (2004, p. 728) apresenta tal definição:

Sebo: (ô) sm 1. Substância graxa e consistente, encontrada nas vísceras abdominais de alguns quadrúpedes. 2. Produtos da secreção das glândulas sebáceas que protege a pele. 3. Bras. Livraria onde se vendem livros usados.

Igualmente, como se pode ver na terceira acepção registrada no dicionário, sebos são conhecidos no Brasil como livrarias que comercializam livros usados. Em muitos sebos são encontrados outros materiais tais como revistas, gibis, fitas VHS, CD's e DVD's. Uma particularidade desse comércio é que, diferente das livrarias tradicionais, os materiais também podem ser trocados, ou vendidos pelo usuário. O preço também costuma ser bem mais acessível. Esses estabelecimentos são conhecidos por abrigar obras raras ou edições esgotadas sendo muito procurados por colecionadores e amantes de livros antigos ou raros. Conforme Paiva (1999, p. 14), os sebos são:

[...] para alguns, a chance de aquisição mais em conta, deste produto cultural imprescindível; para outros a possibilidade de investigar leituras, a aventura de uma primeira edição, o encontro com o livro raro, o reencontro

com uma leitura perdida no tempo, a possibilidade de investigar leituras alheias, gostos, preferências, bibliotecas pessoais descartadas [...].

A *Homepage* do sebo Hamurabi¹ admite a existência de muitas histórias sobre a origem da palavra sebo. Em seu *site* podem ser encontradas algumas dessas versões:

Alguns dizem ser pelo aspecto dos livros, que pareciam velhos e sujos e, logo, 'ensebados', mas pelo tempo de sua existência e manuseio; ou então, pelo fato de os leitores usarem velas para ler, pois quando não havia luz elétrica as pessoas liam à luz de velas. As velas, naquele tempo, eram feitas de gordura, de sebo. Conforme iam derretendo, acabavam sujando os livros, que ficavam engordurados. Conta-se que Machado de Assis lia a luz de velas. Outros dizem que os estudantes e leitores vorazes por irem a todos os lugares com um livro embaixo do braço acabavam por torná-lo sujo, ensebado. Por isso, os alfarrabistas, vendedores de livros velhos, ficaram conhecidos no Brasil como caga-sebos, e com o tempo a livraria que negocia usados ganhou o nome de sebo, que não era lá muito elogioso. Dizem que um livreiro de Pernambuco foi o primeiro a assumir esse nome e colocá-lo na porta de entrada da sua livraria, nos anos 50. Outra versão conta [ainda] que antes da invenção da xerox ou das cópias heliográficas, os alunos da Universidade de Coimbra faziam resumos de suas matérias e os copiavam em litografias, conhecidas como sebtas (LIVRARIA..., 2014).

Já a expressão alfarrabista, deriva da palavra alfarrábio (livro antigo, ou velho) termo muito presente no universo dos sebos. Segundo Neves (2012) tudo leva a crer que a palavra provém do nome próprio Abu ben Uzlâg Al-Farabi, por ser natural de Farrabe, no Turquestão. Filósofo muçulmano viveu em Bagdá, e morreu em 950. Ficou célebre por suas obras sendo apontado como "o segundo sábio". O primeiro seria Aristóteles, a quem al-Farabi dedicou grande parte de seus trabalhos.

Conforme Câmara (2009a), uma das explicações mais conhecidas sobre a palavra sebo pode ser encontrada no Grande Dicionário Etimológico Prosódico da Língua Portuguesa, onde Silveira Bueno classifica o termo como: do participio presente 'sapiante' se fizeram várias derivadas: 'sabença' ('sapiantia'), 'sabente' e desta forma 'sabentar-se' em espanhol, 'asabentar' em provençal, catalão, correspondendo ao italiano 'insaventire', tornar-se sábio, eruditar-se, instruir-se, donde o português arcaico 'assabentar', 'sabentar'. Desta forma verbal saiu

¹ <http://www.hamurabi.com.br/>. A Hamurabi Livraria Ltda, foi fundada em 01 de dezembro de 1988. Com o objetivo de mostrar aos clientes, uma filosofia de trabalho com qualidade e diversificação em livros usados. Localizada no estado de Mato Grosso do Sul, é uma empresa com um acervo de mais de 150 mil volumes e cerca de 50 mil títulos de livros.

‘sabenta’, a apostila, o conjunto de lições, explicações de aula. Houve assimilação de ‘a’ e ‘e’ (‘sebenta’) já sob a influência do adjetivo ‘sebento’, ‘sebenta’. Assim, ‘sebenta’ nada tem a ver com ‘sebenta’ de sebo, mas queria dizer: a obra, a coleção de notas de classe que tornava o estudante mais preparado, mais sábio.

Enquanto para Brito (2003), a palavra sebo tornou-se a forma vulgarizada para designar livraria onde se vendem livros usados e raros independente do local, que pode ser uma banca de jornal, um calçadão ou até mesmo um endereço na Internet.

Delgado (1999, p. 51), esclarece que a expressão “seboso” é utilizada para designar aquele “sem higiene, porcalhão”. Dado ao que a etimologia apresenta, a autora salienta que o uso do termo sebo não é um consenso dentro do mercado livreiro. Alguns acham que é motivo de depreciação, e que essa palavra traz consigo uma carga pejorativa.

Talvez por influência de tal denominação, os sebos são conhecidos popularmente como lugares sujos, feios e desorganizados. Mas há quem considere isso um estilo, uma característica dos sebos. Carlos Drummond de Andrade (2004, p. 18) descreve o sebo como um lugar “[...] agradavelmente desarrumado como convém ao gênero de comércio para deixar o freguês à vontade”.

Mansur (2007, documento eletrônico não paginado) concorda com essa opinião quando salienta que o sebo

[...] não pode ser muito limpo, bastando um espanadorzinho de vez em quando, para não sufocar os alérgicos [...]. As seções não devem ser muito organizadas, pois um dos principais atrativos do sebo é o elemento-surpresa, é encontrar aquilo que jamais se esperaria encontrar naquela prateleira.

Como todo comércio que visa obter lucro, os sebos vêm mudando essa realidade buscando atrair e conquistar novos clientes. De acordo com essa ideia Câmara (2009b, documento eletrônico não paginado) afirma que:

Foi-se o tempo em que sebo era sinônimo de livros amontoados pelo chão e espalhados ao acaso. Na era digital, as livrarias têm de competir com a Internet em agilidade e organização. Muitos livreiros já sacaram isso e o

resultado é que muitos sebos montados de uma década para cá surpreendem pela organização criteriosa de seus acervos. Alguns até deram-se ao trabalho de aprender biblioteconomia para racionalizar a distribuição das obras nas estantes e localizá-las rapidamente.

Nota-se que o trabalho do bibliotecário é importante também para os sebos, pois por meio das técnicas biblioteconômicas é possível organizar o conhecimento de maneira que os usuários dos sebos localizem os materiais mais rapidamente. Quem se beneficia com a organização deste espaço é o cliente, que não precisa perder tempo garimpando montanhas de livros para encontrar a obra que deseja.

Segundo Zilbermann (2003), os sebos cumprem o papel de salvar do esquecimento a literatura e garantir não apenas sua circulação, mas também a comunicação entre obras impressas. É o que sugere um trecho do final da crônica Nobre Rua São José - famosa via pública conhecida do Rio de Janeiro por abrigar livrarias e sebos notáveis - de Carlos Drummond de Andrade, (1987, p. 22):

O grande poeta estrangeiro oferece seu cântico ao grande poeta nacional e este, de alma doadora por natureza, o passa a um terceiro poeta, que, premido pela dura circunstância (e quem ainda não desfez ou pensou em desfazer sua biblioteca, num dia negro?), o lança à correnteza da Rua São José, onde um quarto poeta o resgata — por quanto tempo? Assim a poesia circula como um facho levado por mãos que a prezam, e alguma coisa, no abismo, se salvará.

Assim, o narrador estabelece um vínculo muito forte entre as obras colocadas na prateleira de um sebo, vínculo capaz de assegurar a sobrevivência da poesia no tempo.

Por abrigarem obras antigas, raras, e materiais que pertenceram a bibliotecas particulares, os sebos possuem variedade de assuntos e obras que dificilmente serão vendidas em grandes livrarias de ponta. Os sebos são excelentes locais para se encontrar todos os tipos de leituras. E se não for possível encontrar uma obra rara, possivelmente se encontrará aquela obra clássica que possui grande valor pessoal para quem a procura.

O Brasil possui uma diversidade enorme de sebos com diferentes estilos, que variam do mais tradicional ao moderno e sofisticado. Existem desde sebos alojados

em um espaço minúsculo, pouco ventilados, com baixa renovação de estoque até os mais sofisticados, com música ambiente, com ar refrigerado, espaço reservado para os cliente e computadores para melhor atender aos pedidos dos usuários. Alguns oferecem além de livros, outras atividades culturais para atrair o público (DELGADO, 1999).

E essa informalidade acaba tornando o sebo um lugar interessante, um ponto cultural importante onde as pessoas podem interagir com os livros, com atividades ligadas à leitura.

3.2 Sustentabilidade e Responsabilidade Social

O conceito sustentabilidade foi trazido para o discurso público na década de 80, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Em abril de 1987, a Comissão presidida pela mestra em saúde pública Gro Harlem Brundtland, publicou um relatório inovador, chamado “Nosso Futuro Comum” onde define o desenvolvimento sustentável como: “O desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades.” (COMISSÃO..., 1987)

A partir desse relatório começou-se a discutir sobre o tema até que em 1992, a relação entre o meio ambiente e o desenvolvimento, e a necessidade imperativa para o desenvolvimento sustentável foi vista e reconhecida em todo o mundo. (ORGANIZAÇÃO..., 2014).

As lojas que comercializam livros usados contribuem com esta questão, pois o fato de trabalharem com um produto usado que será reusado acaba refletindo de maneira favorável sendo uma contribuição ao cuidado com o meio ambiente. Assim, a pessoa que adquire um livro usado está reutilizando o material e diminuindo, assim, o impacto no meio ambiente.

A seguinte explicação foi utilizada pelo portal Estante Virtual (2014), para denominar leitura sustentável:

[...] quanto mais livros seminovos e usados forem reutilizados, além de maior acesso à cultura, menor será o consumo de matéria-prima destinada à produção desses livros, e conseqüentemente, menor será o impacto ambiental [...] contribuindo de forma economicamente viável, para um planeta mais sustentável.

Dentre os sebos que acreditam na ideia de sustentabilidade podemos destacar o sebo Mirim. Fundado em 2012, o sebo atua na modalidade virtual, mas possui projetos em parcerias com as escolas buscando desenvolver o incentivo à leitura e a sustentabilidade (SEBO..., 2014).

Outro portal de destaque nos quesitos responsabilidade social e ambiental é Better World Books grupo fundado em 2002, por três amigos da Universidade Notre Dame nos Estados Unidos, que começou a vender livros *on-line* para ganhar algum dinheiro e acabou formando uma empresa social-pioneira, com a missão de promover a alfabetização. Em parceria com mais de 2300 universidades e mais de 3000 bibliotecas em todo o país, a empresa recolhe livros usados para venda, e já converteu 117 milhões de livros em mais de US\$ 15 milhões em financiamento para alfabetização e educação. Assim, cada compra do *site* corresponde a um livro doado para projetos sociais (BETTER ..., 2014).

Por todos esses aspectos, a existência dos sebos mostra-se fundamental não somente para facilitar o acesso à cultura, por meio de negociações de compra, venda e trocas de livros, mas também pelo seu caráter sustentável buscando a redução do impacto ambiental.

3.3 Da Loja Física ao Sebo Virtual

Como já vimos anteriormente, o mercado virtual está em expansão e um dos segmentos que mais crescem é o de livros. Com os livros usados, não poderia ser diferente. Os livreiros tiveram que se adaptar a essa nova forma de negociar. Das lojas físicas, passaram a trabalhar também com o ambiente virtual.

Pierre Lévy (1996, p. 18), explica o que ocorre quando uma empresa se torna virtual:

A organização clássica reúne seus empregados no mesmo prédio ou num conjunto de departamentos. Cada empregado ocupa um posto de trabalho precisamente situado e seu livro de ponto especifica os horários de trabalho. Uma empresa virtual, em troca, serve-se principalmente do teletrabalho; tende a substituir a presença física de seus empregados nos mesmos locais pela participação numa rede de comunicação eletrônica e pelo uso de recursos e programas que favoreçam a cooperação. Assim, a virtualização da empresa consiste sobretudo em fazer das coordenadas espaço-temporais do trabalho um problema sempre repensado e não uma solução estável. [...] a empresa virtual não pode mais ser situada precisamente. Seus elementos são nômades, dispersos, e a pertinência de sua posição geográfica decresceu muito.

Serres (1994, *apud* LÉVY 1996, p. 18) caracterizou a expressão “virtual” como “não presença”. E de fato essa definição tem fundamento, quando pensamos na loja virtual. As compras podem ser feitas de qualquer lugar do mundo, bastando apenas ter acesso à energia elétrica e Internet.

No que se refere aos sebos, muitos deles aderiram a essa nova modalidade de negócio. Um dos mais conhecidos no Brasil é a Estante Virtual². O criador do maior portal de busca e compra de livros pela Internet, André Garcia relata que a iniciativa surgiu em 2005, quando garimpava os livros necessários para a sua tese de mestrado. Ele, que é formado em Administração de Empresas percebeu a lacuna existente no mercado e decidiu investir no ramo (NUNES, 2009).

Antunes (2010, p. 50) faz uma análise sobre o número de sebos virtuais no Brasil em 2004, ano anterior ao da criação do portal Estante Virtual. Conclui que “[...] somente seis disponibilizavam o catálogo *on-line*, 100 sebos contavam com *sites* rudimentares e menos de 5% tinha seu estoque informatizado.

Segundo informações do portal Estante virtual (2014), o *site* começou em 2005, com 60 sebos *on-line*, 1100 leitores cadastrados, e catorze livros vendidos ao dia. Hoje conta com 1300 livreiros, 2000 leitores cadastrados e 11 mil livros vendidos diariamente. O portal possui o maior acervo de língua portuguesa do mundo e revolucionou o comércio de livros usados, uma vez que reuniu sebos de todo o país, permitindo a consulta ao catálogo de livros e a negociação de forma virtual.

Outro portal de grande sucesso no mercado é AbeBooks, empresa canadense fundada em 1996 por dois casais - Rick e Vivian Pura e Keith e Cathy Waters - escreveram o primeiro capítulo AbeBooks. Keith trabalhou na área de TI

² <http://www.estantevirtual.com.br/>.

para o governo da província de British Columbia, enquanto Cathy tinha um sebo. Inúmeros clientes iam à loja de Cathy solicitar um livro específico, muitas vezes, fora de catálogo (edições esgotadas) ou simplesmente difícil de encontrar, que ela não tinha em estoque.

A fim de adquirir o livro para o cliente de outro vendedor de livros, na América do Norte, colocava um anúncio em uma revista especializada. Com o intuito de encontrar uma maneira melhor de ajudar as pessoas a comprar livros, discutiu o problema com seu marido e seus amigos os Puras. A resposta foi: a Internet. Depois de apenas alguns meses após a criação do *site*, vários antiquários e colecionadores começaram a utilizar a AbeBooks para comprar e vender livros antigos. Após cinco anos a AbeBooks tornou-se uma das empresas mais bem sucedidas do Canadá (ABEBOOKS, 2014).

Desde então a empresa não para de crescer.

- a) em 2001 comprou a empresa Justbooks, que se tornou a subsidiária europeia da empresa canadense, mudando seu nome para AbeBooks Europe;
- b) em novembro de 2005, AbeBooks comprou Inc. BookFinder.com, um dos mais importantes motores de busca;
- c) em fevereiro de 2006, Fillz, empresa de software especializada em soluções para o gerenciamento *on-line* para as bibliotecas;
- d) em fevereiro de 2008, AbeBooks finalmente lançou Gojaba.com, uma plataforma de livros raros e fora catálogo, simplificada e de baixo custo para atender aos mercados emergentes. Suécia, Rússia, Polônia e Brasil são os primeiros mercados onde Gojaba.com atua.

Na Internet é possível encontrar diversos sebos virtuais e portais de venda *on-line*, onde são agregados vários sebos. Alguns preferem trabalhar com diversas áreas do conhecimento, outros são especializados, atuando somente junto a um público específico. A comercialização de livros usados pela Internet mostra-se muito promissora. O consumidor pode escolher, dentre as variadas opções existentes, o sebo virtual que melhor atende às suas necessidades. Analisando o mercado, o cliente pode decidir o que é mais pertinente no momento de efetuar a compra. Dentre os critérios que podem influenciar a compra estão: preço, formas de pagamento, vantagens (como frete grátis, descontos, variedade do produto) confiabilidade e segurança nas transações.

Torres (2009) afirma que as vantagens de comprar nos sebos virtuais são a economia de tempo e a facilidade para o consumidor. Com o avanço da tecnologia, os proprietários de sebo têm investido na organização do acervo, nos mecanismos de busca pelo computador, na oferta de meios para pagamento, assim como, na logística de entrega.

3.4 Sebos de Porto Alegre

A história dos sebos de Porto Alegre é, segundo Almeida (2013), um tanto quanto obscura. Na sua pesquisa o autor recorreu aos primeiros registros documentais da cidade, procurando indícios de comércio de livros usados e concluiu que a presença de sebos na Feira do Livro de Porto Alegre, data do ano de 1980, 25 anos após a sua criação.

O autor elenca como os sebos mais tradicionais de Porto Alegre, os estabelecimentos Martins Livreiro e a livraria Aurora. Criados na década de 1950, esses sebos estão abertos à visitação, compra, venda e troca de livros.

A Livraria Aurora foi fundada em 1956, por Sétimo Luizelli, marca presença em todas as feiras do livro realizadas na cidade, mostrando a sua tradição na circulação de livros usados (ALMEIDA, 2013). Desde sua criação o sebo localiza-se na Rua Marechal Floriano, 505, no centro de Porto Alegre. Seu acervo é composto por livros de história do Brasil, literatura, psicologia, poesia dentre outros gêneros (LIVRARIA..., 2014).

A Livraria Martins Livreiro também funciona desde 1956. Foi fundada por Manoel Santos Martins que comercializou livros usados, esgotados e raros até 1979. A livraria classifica seus livros em 38 assuntos, dentre eles literatura e história, com muitos livros de história do Rio Grande do Sul. (MARTINS..., 2014).

Encontramos também a Traça Livraria e Sebo, como outro estabelecimento muito presente na memória dos porto-alegrenses. No seu *site* ela se define como “[...] um ponto de encontro da vanguarda, lugar de saudosistas, nostálgicos e intelectuais, para os ecologicamente corretos ou simplesmente um sebo. A livraria foi fundada na metade dos anos 80, pela colecionadora de livros Carmem Menezes no bairro Bom Fim (Av. Osvaldo Aranha, 966). Além de livros, revistas e gibis, a

livraria comercializa vinis e cartazes de cinema (TRAÇA..., 2014). No ano de 2000, atendendo a novas tendências, a livraria Traça entrou no mundo virtual, disponibilizando seu acervo através da Internet.

Esses são apenas alguns exemplos que ilustram o universo de sebos presentes na cidade de Porto Alegre. Alguns são conhecidos pelo público que os frequenta e não possuem *site*, outros trabalham apenas virtualmente.

A Traça, a Livraria Aurora e Martins Livreiro, acompanharam a expansão do mercado virtual, e investiram no comércio virtual, disponibilizando seus acervos através de *site* próprio e pelo portal Estante Virtual, ultrapassando barreiras geográficas. Mas não substituíram o comércio tradicional do espaço físico pelo virtual, indícios que essas duas formas de comércio se complementam.

Uma pesquisa realizada pelo Jornal Zero Hora, demonstrou que a cidade de Porto Alegre tem alguns dos melhores sebos do país. O objetivo de tal pesquisa era localizar livros esgotados nos sebos da cidade, para tanto foram requisitados a quatro intelectuais, que cada um, sugerisse dois livros. A pesquisa foi realizada nos sebos físicos e, posteriormente no portal Estante Virtual. Constatou-se, que “[...] embora a Estante Virtual tenha mais opções em todo Brasil, no tradicional bate-perna foram encontrados mais exemplares em Porto Alegre do que os anunciados na rede de sebos.” (PORTO ALEGRE... , 2012).

4 METODOLOGIA

Segundo Magalhães (2005), o método designa a estrutura do processo de conhecimento em que são elaboradas e testadas as hipóteses que dizem respeito à ciência. Assim a metodologia preocupa-se com as etapas da pesquisa, sendo parte fundamental do trabalho, uma vez que norteará o estudo a atingir os objetivos propostos. Nesta seção são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a realização deste estudo.

4.1 Tipo de Pesquisa

A presente investigação é classificada como pesquisa descritiva, uma vez que tem por finalidade levantar opiniões, atitudes e crenças de uma determinada população acerca do problema que está sendo investigado (GIL, 2002).

A abordagem utilizada neste estudo é qualitativa, pois a pesquisa buscou coletar informações sobre a percepção da população estudada sobre o tema abordado.

A abordagem qualitativa é descrita por Oliveira (2005, p. 41) como:

[...] um processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua estruturação. Esse processo implica em estudos segundo a literatura pertinente ao tema, observações, aplicação de questionários, entrevistas e análise dos dados, que devem ser apresentadas de forma descritiva.

O procedimento técnico utilizado para a coleta de dados foi o levantamento, pois foi necessário coletar dados por meio de *sites* a fim de descobrir informações sobre a população-alvo. Segundo Gil (2002, p. 50), pesquisas desse tipo têm como principal característica:

[...] interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de indivíduos acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise [...], obter-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

O levantamento de informações a respeito da população a ser estudada foi fundamental para selecionar os sujeitos participantes do estudo.

4.2 Contexto do Estudo

Os sujeitos do estudo são os proprietários de sebos da cidade de Porto Alegre, dos quais foram analisados aqueles que possuem lojas físicas, e comercializam livros usados pela Internet.

4.3 Coleta de Dados

Para a coleta dos dados o instrumento utilizado foi a entrevista semi-estruturada, técnica que envolve duas pessoas numa situação “face a face” em que uma delas formula questões e a outra responde (GIL, 2002).

A entrevista é, segundo Oliveira (2005, p. 93), “[...] um excelente instrumento de pesquisa por permitir a interação entre pesquisador e entrevistado e a obtenção de descrições detalhadas sobre o que se está pesquisando.”

Quanto à conduta, Gil (2002), considera que das técnicas de interrogação a entrevista é a mais flexível, podendo assumir o caráter informal, como uma conversação, ou focalizada quando enfoca o tema bem específico, cabendo ao entrevistador conduzir o entrevistado a retornar ao assunto após alguma digressão. O autor salienta que a intensa utilização desta técnica deve-se as seguintes razões:

- a) a entrevista possibilita a obtenção de dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social;

b) a entrevista é uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano;

Se comparada com o questionário, a entrevista apresenta outras vantagens (GIL, 2008, p.110):

- a) não exige que a pessoa saiba ler e escrever;
- b) possibilita a obtenção de maior número de respostas, posto que é mais fácil deixar de responder um questionário do que negar-se a ser entrevistado;
- c) oferece flexibilidade muito maior, posto que o entrevistador pode oferecer o significado e adaptar-se mais facilmente às pessoas e às circunstâncias em que se desenvolve a entrevista;
- d) possibilita captar a expressão corporal do entrevistado, bem como a tonalidade de voz e ênfase nas respostas.

Por todos esses aspectos, essa técnica mostrou-se a mais apropriada aos propósitos da pesquisa.

4.4 Procedimento de Coleta de Dados

Os dados concernentes à população estudada foram coletados nos meses de julho e agosto de 2014, período em que foi realizado o levantamento dos sujeitos do estudo. A coleta desses dados se deu através de buscas realizadas no portal Estante Virtual. Para o restante das informações tais como endereço e telefone, foram utilizados os *sites* Telelista, Guiamais e Google. Por meio deste levantamento obtiveram-se as seguintes informações:

QUADRO 1 - Relação de sebos que atuam na modalidade Física e Virtual

SEBO	ENDEREÇO	CONTATO
Sebo A	Rua Lopo Gonçalves, 33 Cidade baixa	(51) 3221-0203 www.sapereaudelivros.com.br/ www.estantevirtual.com.br
Sebo B	Av. Osvaldo Aranha, 966 Bom Fim	(51) 3311-0044 www.traca.com.br/ www.estantevirtual.com.br

Sebo C	Rua General Câmara, 385 Centro Histórico	(51) 3286-3151 www.estantevirtual.com.br
Sebo D	Av. Protásio Alves, 2866 Petrópolis	(51) 3397-1767 www.estantevirtual.com.br
Sebo E	Rua General Câmara, 394 Centro Histórico	www.estantevirtual.com.br www.livronauta.com.br/
Sebo F	Rua General Câmara, 428 Centro Histórico	(51) 3024-6042 (51)32270797 http://www.sebonovaroma.com.br www.estantevirtual.com.br
Sebo G	Rua Riachuelo, 1264 Centro Histórico	(51) 3221-5553 www.estantevirtual.com.br
Sebo H	Avenida Osvaldo Aranha, 426 Bom Fim	(51) 3226-3318 (51) 3072-3034 www.abacolivros.com.br
Sebo I	Rua Marechal Floriano Peixoto, 505. Centro Histórico	(51) 3221-9779 www.livrariaaurora.com.br/ www.estantevirtual.com.br
Sebo J	Rua Riachuelo 1291 Centro Histórico	(51) 3028-1133 www.martinslivreiro.com.br www.estantevirtual.com.br
Sebo K	R. Jerônimo Coelho, 377 Centro Histórico	(51) 3019-4624 www.estantevirtual.com.br
Sebo L	Avenida Venâncio Aires, 449/ Loja 06 Cidade Baixa	(51) 3737-3053 (51) 9676-2293 www.estantevirtual.com.br
Sebo M	R. Jerônimo Coelho, 281 Centro Histórico	(51) 3225-2577 www.estantevirtual.com.br
Sebo N	Rua Uruguai, 35 - conj. 231 Centro Histórico	(51) 3226. 0995 www.callecorrientes.com.br www.estantevirtual.com.br

Fonte: Dados da pesquisa

A etapa seguinte consistiu no contato telefônico com os sujeitos da pesquisa para o agendamento da entrevista. A aplicação desta, foi realizada nos meses de agosto e setembro de 2014 com os proprietários dos sebos. A pesquisa contou com a colaboração de dez donos ou responsáveis por esses sebos que se dispuseram a participar. As entrevistas foram gravadas, depois degravadas e seus dados foram organizados segundo ordem de agendamento.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta os resultados obtidos após a aplicação das entrevistas com os sujeitos do estudo. A análise segue a ordem do roteiro das entrevistas (APÊNDICE A).

5.1 Experiência no Comércio de Livros Usados

No que se refere ao tempo que os entrevistados atuavam no comércio de livros usados, seis dos dez entrevistados tinham entre 16 e 34 anos de experiência no mercado. Uma das lojas atua há 56 anos no comércio, passando o ofício de geração para geração. Três entrevistados tinham entre quatro e dez anos no comércio de livros usados. Assim, percebe-se que a maioria dos entrevistados possuía vasta experiência no comércio de sebos.

5.2 Tempo de Atuação no Comércio Eletrônico

Com relação ao tempo de atuação no comércio virtual, apenas dois respondentes tinham mais de dez anos de experiência nessa modalidade de comércio. Um com quatorze anos e outro com vinte anos de atividade. Os demais tinham entre quatro e oito anos de experiência no ramo. Tal fato demonstra que uma minoria comercializava livros pela Internet por meio de *site* próprio e a maioria dos sebos de Porto Alegre passou a disponibilizar livros no comércio eletrônico partir de 2006. O que é explicável pelo fato de que o comércio eletrônico se consolidou a partir de 2005.

A passagem a seguir é a descrição dada por um dos entrevistados sobre o começo do comércio eletrônico no Brasil:

Já existia esse tipo de comércio em outros países. O que aconteceu foi que um jovem administrador, recém-formado teve a ideia de implantar no Brasil. Começou num primeiro momento de forma tímida, mas ele começou a procurar os e-mails, os endereços de sebos, mandando e-mail e convidando. Eu demorei uns três ou quatro meses até ver que isso era um novo tipo de negócio que eu poderia fazer. Em questão de um ano a 'coisa' se expandiu de uma forma muito grande. Eu acho que muita gente estava navegando na Internet querendo comprar livro e eles não sabiam onde encontrar. Então, essa expansão foi rápida, como se já tivesse um público pronto para isso.

Nota-se no relato da grande maioria dos entrevistados, que a criação do portal Estante Virtual em 2005, foi o que impulsionou a entrada dos sebos nesse tipo de comércio. Isso explica o fato da maioria dos entrevistados entrarem para o comércio eletrônico somente no ano de 2006.

5.3 Adaptação do Sebo ao Comércio Eletrônico

Esta questão não se aplicava a todos os respondentes uma vez que tratava da adaptação dos sebos ao comércio virtual. Assim, dois sebos não sofreram essa adaptação, pois se estabeleceram no mercado entre os anos de 2008 e 2010, época em que o comércio eletrônico já havia se consolidado. Um deles comercializava livros pelo portal Estante Virtual antes mesmo de possuir a loja física. A maioria dos entrevistados relatou que a adaptação foi bem difícil. O comércio virtual era uma situação totalmente nova e diferente de trabalhar na loja física onde se mantém o contato direto com os clientes. Alguns respondentes revelaram ter resistência a esse tipo de comércio. Entre os principais motivos citam-se os seguintes:

- a) dificuldade de adaptação ao computador e ao catálogo informatizado;
- b) receio de que o comércio virtual não desse certo para livros usados;
- c) possibilidade de qualquer pessoa poder ofertar livros pela Internet pelo valor que desejar.

Isso mostra que os entrevistados estavam acostumados com a forma de negociação direta com o cliente "face-a-face". Mostra ainda, que havia receio desse novo negócio não ter sucesso. Apesar dessas dificuldades, com o passar do tempo, os entrevistados entenderam que essa adaptação seria para o bem do negócio.

5.4 Aspectos no Comércio de Sebos Decorrentes da Internet

No que concerne a importância da Internet para as vendas, os respondentes foram unânimes na resposta: todos acreditam que a Internet é uma ferramenta importante. Os sebos 2, 4 e 10 ressaltam essa importância através de um aspecto bem importante para eles: o lucro.

Sebo 2:

Com certeza. Não é uma opinião, é uma constatação. Então nós sabemos exatamente qual o percentual de vendas é pelo comércio eletrônico (Internet) e o que é feito pelo balcão e ele a tem um peso considerável.

Sebo 4:

Sim, ela é importante. Para quem tem livraria física, representa mais ou menos em torno de 40% das vendas. Mas tem bastante gente que vem na loja. A ferramenta Internet funciona muitas vezes do cliente, por exemplo, do local, da cidade, ou das cidades periféricas à capital, funciona do cliente identificar o livro acontece muito deles identificarem o livro e vir na livraria comprá-lo e não pedir pelo correio. Isso é muito comum. Essa ferramenta de venda pela Internet ela deu uma leve aquecida nas vendas físicas, por que o cliente olha na Internet e vem aqui. Ele usa como identificação, mas não quer dizer que ele faça a compra por ali.

Sebo 10:

É uma ferramenta importante, porque hoje ela representa quase 50% do meu faturamento é da venda pela Internet. Claro que eu tenho alguns custos a mais e uns a menos. Não aumenta o meu nº de funcionários conforme o nº de vendas virtuais, por exemplo, mas ao mesmo tempo eu pago taxas para a estante virtual que não são baratas. São taxas de cartão de crédito que se paga quase o triplo ou quádruplo do que se paga de uma máquina da loja. Tem os seus prós e os seus contras. Mas é uma ferramenta que ajuda muito pela questão necessidade de se cadastrar os livros e isso mudou muito o nosso cliente porque antes ele chegava aqui, perguntava sobre um livro e daqui a uma semana a gente tinha uma resposta se esse livro tinha ou não. Então o perfil do consumidor mudou, porque agora ele chega aqui e quer a informação na hora, se tu tens o livro ou não, quanto é...Essa é uma questão que a Internet modificou muito o mercado.

O sebo 3 também concorda com os outros respondentes quando menciona que a Internet oportuniza o aumento das vendas, mas também salienta o aumento da competição no mercado de livros usados:

Acho que sim. Por que tem a oportunidade de aumentar as vendas e é um veículo de propaganda dos sebos. Com a Internet o mercado ficou mais aberto, pessoas que não conheciam os sebos passaram a conhecer. Mas também ficou mais competitivo. Muito mais...

Os sebos 5 e 6 ressaltaram uma das facilidades mais importantes da Internet que é a possibilidade de negociação além fronteiras.

Sebo 5:

Ela é importante sim, por que às vezes o cliente não tem tempo de vir à loja física. Às vezes ele faz o primeiro contato por e mail, pede para reservar livros, posteriormente ele vem, ou também mandamos os livros pelo correio. [...] então a Internet facilita porque possibilita mandar os livros para qualquer canto do Brasil. Às vezes tem cidades que não têm nem livraria, nem sebo e por isso o livro acaba se tornando caro. A pessoa que precisa de um determinado livro para um trabalho, uma pesquisa, ela usa a Internet, localiza o melhor preço, as condições que mais lhe agradam, manda o pedido e nós confirmamos e mandamos para ela.

Sebo 6:

Claro, a prática mostrou que sim. Porque o sebo de rua tem a limitação do lugar. O sebo *on-line* tu vai deixar disponível quase para o mundo todo. O teu acervo fica disponível para uma infinidade de pessoas terem acesso e saberem o que tu tens.

O sebo 7 observou um aspecto não citado por nenhum outro que é a procura dos clientes por comodidade e segurança. Segundo ele, há clientes que preferem comprar pela Internet por esses fatores conforme segue no seu relato:

Sebo 7:

É fundamental por que hoje em dia por conforto, comodidade, até mesmo por segurança, as pessoas estão procurando sair menos de casa. Tem pessoas que tem medo de ir no centro [...] tem pessoas que a gente escuta dizer que não gostam de ir no centro, dizem que é muita gente... E os sebos são redutos do centro, então tem pessoas que preferem comprar pela Internet mesmo morando em Porto Alegre e a tendência é essa, as livrarias tornarem-se virtuais. Muitas livrarias físicas já fecharam, inúmeras. A tendência é essa.

O sebo 1 acredita que a Internet exigiu uma maior organização dos sebos, o que em um primeiro momento demandou esse trabalho, mas em seguida se revelou uma vantagem, pois proporcionou economia de tempo. Através da pesquisa, é possível ter mais dados sobre o material, onde encontrar, quanto custa o item, entre outras informações:

Certamente. Por que as pessoas já estão acostumadas. Hoje, não há dez anos. Primeiro como existe uma oferta grande de sebos na Internet através desses *sites* grandes de buscas, as pessoas estão começando a procurar preço. E depois facilita. Antes a pessoa que queria comprar livros em um sebo tinha que entrar no sebo, nem sempre a loja era organizada, era um lugar poerento, bagunçado, e você tinha que passar horas procurando alguma coisa. E pela Internet isso é muito fácil. É só ir ali fazer uma busca tu já tem uma resposta de onde tu podes encontrar ou não. Sem o acesso a essa informação tu ia precisar ir a dez lugares, ia ter que sentar e ligar. A pessoa que está do outro lado ia ter que ir procurar. Aí de repente o livro está lá, mas a pessoa não viu... De repente tu ias ter que ir a outro estado procurar o livro. Vai depender da tua urgência... E a questão da pesquisa de preço, se tem eu um lugar, se tem em outro...

O sebo 8 também citou o acesso à informação como um aspecto importante proporcionado pela Internet. Já o sebo 9 ressaltou que a Internet trouxe mais rapidez nos processos de compra conforme segue abaixo:

Hoje em dia sim por que o mundo se tornou praticamente virtual é tudo... Para ti fazer uma pesquisa, para ti encontrar alguma coisa hoje em dia facilitou muito. Às vezes para ti comprar um livro demorava três meses se o livro era importado. Hoje em dia é semanas... Isso foi importante.

Assim, é possível perceber que a Internet é uma ferramenta de suma importância para o comércio de sebos, pois facilitou o acesso à informação, trouxe economia de tempo para localizar os livros em sebos, aumentou a organização dos acervos e possibilitou a abertura do mercado.

O quadro abaixo representa os pontos em que a Internet influenciou a comercialização de livros usados segundo as opiniões dos sujeitos pesquisados.

QUADRO 2 – Vantagens e desvantagens do comércio de sebos na Internet.

SEBOS	VANTAGENS		DESVANTAGENS	
	Para o Proprietário	Para o Consumidor	Para o Proprietário	Para o Consumidor
1	---	Preços mais baixos e acesso à informação	Concorrência desleal	Ofertas não confiáveis
2	Visibilidade	Preços mais baixos e acesso à informação	Padronização dos preços (conforme a concorrência) e acréscimo de trabalho	---
3	---	Preços mais baixos	---	---
4	Visibilidade dos livros	---	Sebos são pouco visitados	Leitor preguiçoso, não é estimulado a procurar novas leituras
5	Visibilidade	---	---	---
6	Organização do sebo e controle de estoque	Preços mais baixos e acervo mais organizado	Padronização dos preços	---
7	Visibilidade	---	Sebos são pouco visitados	---
8	Visibilidade	Preços mais baixos	Concorrência desleal e padronização dos preços	---
9	Aumento do número de clientes	---	Redução do público nos sebos	---
10	Alcance geográfico	Organização dos sebos	Desvalorização do livro usado	---

Fonte: Dados da pesquisa

Os respondentes de um modo geral diferenciaram os aspectos positivos e negativos para o público e para os proprietários de sebos. Dentre os mais citados estão: para o proprietário de sebos: a visibilidade; para o consumidor: os preços mais atraentes. Nos aspectos negativos, os entrevistados dividem opiniões: os pontos negativos mais destacados para os proprietários de sebos são: concorrência desleal; padronização dos preços; sebos físicos pouco visitados. Alguns dos aspectos citados no quadro acima merecem ser esclarecidos:

- a) Concorrência desleal: os sujeitos entrevistados entendem por concorrência desleal, o fato de qualquer pessoa poder comercializar livros pela Internet. Eles alegam que muitas pessoas que não são livreiros, muitas vezes não têm conhecimento do valor do material (se é um livro raro, por exemplo), não têm custo com uma loja física e querem se desfazer do livro, colocando-o a venda por um valor muito abaixo do mercado. Assim, como os compradores em geral procuram preços mais atraentes, isso acaba prejudicando o comerciante, tornando essas pessoas concorrentes imbatíveis. Cabe salientar que não foram mencionados pelos livreiros outros fatores que poderiam determinar a compra do material como, por exemplo, o estado de conservação do item. Parte-se da premissa que o usuário não conhece o valor do material (se é uma obra rara, ou um livro já esgotado) o que não é uma regra geral;
- b) Padronização dos preços: antes da Internet, o dono do sebo avaliava o livro pelo seu estado de conservação, pela sua raridade, pela procura do público e estipulava o seu preço de acordo com a sua experiência. Após a Internet, o livreiro passou a seguir os preços que estão disponíveis no portal Estante Virtual. Assim, se um livro está no mercado por um valor, ele não pode colocar um valor superior, pois o livro não vai vender. Com isso houve uma padronização de preços. Para os sebos é um aspecto negativo, mas para o comprador acaba sendo uma vantagem;
- c) Ofertas não confiáveis: o entrevistado está se referindo às compras que são realizadas via Internet. Assim, as pessoas podem ter problemas ao comprar de fontes desconhecidas. Os consumidores podem sofrer algum tipo de dano tais como: não entrega do material, prazo de entrega não

respeitado, item em estado de conservação muito ruim não correspondendo à descrição feita no portal, etc;

- d) Desvalorização do livro usado: nesse quesito, o entrevistado menciona os mesmos motivos que a concorrência desleal no aspecto preço, afirmando que o fato das pessoas colocarem à venda os livros no valor que bem entendem acaba desvalorizando o livro usado.

5.6 Atrativos Oferecidos pelos Sebos

Com relação aos atrativos que os sebos oferecem aos consumidores, oito respondentes citaram o preço e a possibilidade de encontrar obras raras e esgotadas, e livros fora de catálogo como os elementos que mais chamam a atenção dos consumidores. A variedade e qualidade do acervo também são fatores valorizados pelo cliente que prefere ir ao sebo, segundo o relato dos demais entrevistados.

5.7 Mudanças Decorrentes do uso da Internet

O enfoque desta questão era descobrir possíveis mudanças na relação dos usuários com os sebos após o surgimento da Internet. A maioria dos sujeitos pesquisados afirmou que ocorreram mudanças destacando as seguintes:

- a) aumento do público consumidor de livros usados;
- b) consumidor tornou-se mais independente, pois busca todas as informações na Internet: compara preço, estado de conservação do material, local onde pode ser encontrado, etc;
- c) diminuição do público que frequenta os sebos (loja física);
- d) mudança no perfil do cliente: mais exigente, quer retorno imediato sobre o assunto ou livro que está procurando.

5.8 Futuro dos Sebos

Segundo o levantamento realizado na pesquisa, somado ao relato de alguns dos sujeitos pesquisados, constatou-se que existem muitos sebos trabalhando somente de forma virtual. Alguns estabelecimentos que possuíam lojas físicas fecharam suas portas para trabalhar somente com esse tipo de comércio acompanhando a tendência do E-comércio em crescente expansão. Assim, esta questão consistia em descobrir se, na opinião dos entrevistados, era possível haver a extinção dos sebos físicos. Esta pergunta dividiu opiniões: seis dos dez respondentes acha que as lojas físicas não vão fechar suas portas. No relato do sebista quatro é possível perceber que ele já havia pensado sobre o assunto:

Não. Eu já pensei disso... Não. Quer dizer talvez daqui há 50 anos...Tudo isso que nós estamos conversando eu já pensei. Provavelmente ele vai definhando, ele vai lentamente... Sempre fazem essas comparações com cinemas, discos, música... Bem o livro é um pouco diferente é menos popular, representa um percentual, eu não sei quanto está agora, mas representa 5%, 6% da população que lê. Eu acho que o sebo não acaba num próximo período com todo mundo pensa... Eu não sei, eu acho que seria muito triste, mas pode acontecer... Mas cada vez que eu vejo alguém entrado na loja, cada vez que eu faço uma feira do livro isso me dá um animo. Cada vez que eu vejo uma pessoa com 19, 20 anos comprando um livro de papel me dá um pouquinho de esperança.

O respondente acha que não haverá a extinção dos sebos físicos, pelo menos não num futuro próximo. Mas acredita que as lojas físicas vão diminuir. Através do seu relato, é possível notar que ele tem esperança de que o comércio da loja física ainda sobreviva.

O sebo 7, a princípio ficou em dúvida sobre o que responder, mas por fim, pareceu compartilhar desse do mesmo desejo do colega (Sebo 4):

É uma pergunta incerta, só o tempo vai dizer, mas eu acredito que não por que as pessoas que vendem livros, os livreiros são diferentes dos outros vendedores. Os livreiros têm amor pelo que fazem e esse amor pesa muito porque a vontade de estar no meio dos livros é quase um vício, uma cachaça. É tão forte o vínculo que a gente tem, eu me refiro ao livreiro, que gosta e ama o que faz. Eu não consigo me ver sem vir à livraria. Então no

que depender de mim não vai acabar. E as pessoas que gostam de livros, que tem amor por eles, também não vão deixar de adquirir os livros na livraria física. A tendência realmente é diminuir, mas se extinguir eu acho que nunca, por que é um sacerdócio o vínculo que a gente tem com os livros, transcende o lucro. Se fosse pensar só no lucro seria muito mais fácil ter uma livraria virtual, no conforto do seu lar, sem ter que sair no dia frio, na chuva...

O sebo 10 apresentou uma colocação interessante afirmando que os sebos físicos iriam continuar existindo, pois, segundo ele, o público que frequenta a loja física, não é o mesmo que compra pela Internet:

Não. Na minha opinião nunca haverá isso por dois motivos: o primeiro é que o consumidor virtual, não é o mesmo que o consumidor físico. Quem gosta de ir numa livraria vai sempre vir. Se tu tiver cada vez mais atrativos tu vai sempre trazer mais clientes para a livraria. O público virtual é um público mais jovem que não ia a sebos e que descobriu na Internet uma maneira de achar esses livros mais acessíveis sem perder tempo. Essa geração Y que vive na correria que achou na Internet uma solução para eles de achar esses livros. Então esse público que está na Internet ele não vinha a sebos quase. Mas são dois públicos bem diferentes. Eu acredito que não vai deixar de existir. Eu acho que cabe aos sebos e às livrarias se tornarem um pouco mais atrativas e trazer o público para dentro das livrarias. Está faltando isso na verdade por que o sebo está muito vinculado àquela imagem de sujeira, de pó e coisa antiga, [...] o aconteceu, é que o mercado caiu muito, então talvez os sebos principalmente em Porto Alegre não tenham recursos financeiros para investir em alguma coisa maior. Se começar a pensar em investir e melhorar isso, eu acho que é possível trazer um público novo para as livrarias. Assim como esse público foi para o virtual ele pode vir para o sebo.

Já o sebo 6 acredita que o comércio virtual pode ser o fim dos sebos. Ao longo da sua trajetória no ramo de livros usados ele relata que o comércio passou por muitas modificações e teve que se adaptar. A mudança dos sebos físicos, para sebos virtuais pode ser mais uma dessas modificações do mercado:

O comércio virtual pode levar a ser, é o que está se encaminhando, ao fim dos sebos. Junto ao comércio eletrônico dos sebos tu tens a história do fim do livro, do suporte impresso. Então juntando a mudança do suporte, a mudança da impessoalidade, eu acho que o sebo de rua, assim como o cinema, eles vão continuar existindo, mas em 20 anos que é o tempo que eu coloco, ele vai mudar muito. É que o sebo teve que se adaptar. Eu comecei trabalhando com livro em 1991 e a mudança radical que teve até hoje é espantosa. Em 1991 nós tínhamos um catálogo (vários) de 300

editoras. Então tu perguntavas o preço para o livreiro, ele ia lá ao catálogo e achava o preço. Aí se o cliente não sabia o nome do livro, nada, tu tinhas que procurar no catálogo até achar o nome dos livros, Ai vem a Internet e facilita bastante a procura, vem auxiliando a busca, as editoras começam a colocar os catálogos, etc. Os sebos começaram a se adaptar a isso, o comércio *on-line* é mais uma modificação, é mais um concorrente, tu tens que adaptar, essa organização começa a mudar e tu vais adaptando... O incremento desse comércio vai levar a uma despersonalização do comércio de sebos para servir a estante virtual, ao invés do comércio eletrônico, servir à livraria. Por isso que eu priorizo o comércio na loja. Por que é importante tu ter o sebo, a loja, por uma questão ideológica também...

Os sebos 8 e 9, tem opiniões muito parecidas a respeito do futuro dos sebos: ambos acreditam que possa haver a extinção dos sebos físicos, pois na opinião deles, os aluguéis do centro da cidade ficarão caros demais, sendo impossível manter as lojas abertas.

Sebo 8:

Vou te relatar, nos anos de 1980/1982 Carlos Reverbel, que é um jornalista de nome, morou em Paris vários anos. Tinha uma belíssima biblioteca. Historiador, romancista, ele todos os sábados visitava a livraria. E ele me relatou nesse período dizendo: esse teu espaço aqui tem os dias contados, tu vais trabalhar com uma vitrine pequenininha e uma pasta de catálogos. Por que com o tempo os aluguéis do centro vai ser muito difícil para se manter. Claro que ele não previu, por exemplo, a evolução da Internet, mas ele previu o espaço físico já naquele período. Por que na França tu escolhia o livro pelo catálogo e tu recebia o livro em casa. E a tendência desses espaços grandes no centro é terminar porque vai se tornar insustentável pelo custo com funcionário, contador... Um dos maiores sebos do Brasil é o Brandão e ele tem um depósito a 60 km de São Paulo e mantém um sebo pequeno e a pessoa recebe os livros... E essa é a tendência em termos de custo-benefício. Antigamente eu tinha 2 depósitos, pagava aluguel. Os livros que eu tinha em depósito, estava chegando ao ponto eu não conseguia pagar o aluguel, aí eu tive que enxugar um pouco o estoque. Isso é uma questão de adaptação ao mercado.

Sebo 9:

É uma coisa bem possível. Isso está acontecendo de uma forma bem acelerada. Posso te dizer de no mínimo uns três que fecharam as portas ao público e estão trabalhando somente no virtual, alugaram depósitos fora da cidade e trabalham dessa forma. É aquela coisa que a porta aberta te traz possibilidade de tu comprares, as pessoas vem vender, é um ponto de referência que tu tens. Mas é que a questão é que o aluguel do centro está muito caro e essa coisa do movimento que baixou muito e que não está

suportando. E para ti ter uma ideia da força dos sebos que praticamente em termos de livrarias, eu digo de nativos, pessoas locais, são as únicas lojas que estão abertas. Por exemplo, alguém que quer abrir uma loja de livros novos não vai sobreviver... A questão do aluguel tem que ser levada em conta. Essa é uma tendência porque eu me lembro de que nos anos 80, o Carlos Reverbel falou para um colega nosso o Martins Livreiro que na França já era assim, tu chega ao balcão e pede o livro (tipo num depósito). E passaram 30 anos e está acontecendo exatamente isso. Teve outro cliente nosso ele foi para a Espanha [...] e chegando lá ele foi comprar alguns livros que ele tinha selecionado e existia somente uma loja pequena e o resto dos livros era armazenado em um enorme depósito fora da cidade.

De maneira geral, os entrevistados mostraram seu interesse de que esses espaços continuem existindo na cidade de Porto Alegre. Essa vontade parece transcender ao lucro, pois a julgar pelos gastos que a loja física tem, o comércio virtual parece ser mais viável economicamente. Cabe salientar que o futuro dos sebos está diretamente ligado ao futuro do livro impresso.

5.8 Sustentabilidade

Na questão da sustentabilidade, a maioria dos entrevistados relatou que acredita na importância do seu trabalho para o desenvolvimento sustentável. Os respondentes afirmam que os sebos contribuem pelo fato de trabalharem com livros usados e que não são descartados assim que lidos, mas sim repassados para outras pessoas lerem o mesmo material evitando assim, o desperdício, o impacto ambiental, privilegiando o reuso, que é um dos princípios da Sustentabilidade. Destacaram-se algumas respostas:

Meu trabalho, assim como de todos que trabalham com livros antigos, colabora sem dúvida para com sustentabilidade, não pelo simples fato de se preservar algo que poderá ser utilizado por outro, reaproveitar, poupar o meio, mas sim, pela sobrevivência da informação, pela continuidade das memórias, dos autores em suas obras, pela história que seria perdida pelo tempo, colocadas simplesmente no lixo e assim perdidas fontes de consulta. Assim então, nosso trabalho preserva tanto a natureza como o intelecto. Não esqueçamos que os livros novos são escritos através de consultas aos antigos, a documentos, folhetos, enfim, folhas que se perderiam se não existissem os sebos e seus donos apaixonados por livros.

Este respondente acredita que seu trabalho colabora não só com o meio ambiente, mas também com a preservação da informação.

O próximo relato demonstra não somente o caráter de preservação do material, mas também a função social que é exercida pelo sebo:

Minha visão sobre esse assunto, é de que além de um negócio temos uma parte social importante, devido ao nosso trabalho com livros usados, fazemos contatos com escolas e universidades e outras instituições que vão descartar acervos ou seja colocar fora mesmo, por diversos motivos, reposição de edições novas, o estado da obra não esta mais em condições para manuseio, não há interesse do aluno no assunto. Com isso propomos permutas para a renovação do acervo, salvando muitas obras que serão úteis para outras pessoas e repondo acervo de interesse. Fazemos contatos com associações de recicladores, papaleiros, brechós beneficentes, associações diversas que se dedicam a juntar esse material para revenda e até mesmo as pessoas que nos procuram e querem vender acervos que estão na família a gerações. Com isso você pode ter uma idéia de pessoas que são beneficiadas financeiramente com nosso trabalho e evitando que toneladas de informação virem celulose, a natureza agradece.

Logo, são diversas as formas de negociar livros usados: associações de reciclagem, bibliotecas e até mesmo consumidores comuns que não querem mais seus materiais podem negociar com os sebos, evitando que todos esses livros, muitos deles valiosos pelo conteúdo da obra, vão parar no lixo. Para muitas bibliotecas que não possuem recursos, esta pode ser uma forma de renovar seu acervo promovendo a permuta de materiais.

A última questão era aberta onde os entrevistados poderiam fazer algum comentário a respeito do tema abordado. Um dos entrevistados comentou sobre as suas experiências no sebo, o começo do negócio e a sua satisfação em trabalhar com livros. Outro entrevistado mencionou a sua gratidão aos inventores da Estante Virtual por eles terem ajudado os livreiros. Dois entrevistados fizeram observações sobre o livro eletrônico. Um desses disse que o livro eletrônico jamais substituirá o suporte papel. O outro alegou que o objeto livro não vai acabar somente a forma de comércio vai se modificar, como já vem ocorrendo.

Essas últimas colocações permitem deduzir que há uma preocupação quanto à mudança do suporte, o que é natural, já que os proprietários de sebos trabalham com o livro em papel. A mudança definitiva do suporte papel implicaria na extinção dos sebos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os sebos sempre tiveram sua imagem associada à sujeira e desorganização. Antes, era preciso dispor de horas para poder encontrar uma raridade ou uma obra já esgotada. Era necessário vasculhar entre muitos livros, mexer nos alfarrábios até encontrar a leitura desejada.

Mas essa realidade vem se modificando, pois hoje em dia as lojas de livros usados procuraram se adaptar às novas exigências dos usuários tornando seus espaços mais organizados e atraentes, buscando novas formas de chamar atenção do público. Cabe salientar que, a maioria dos sebos participantes da pesquisa não têm semelhança com a antiga visão de espaços empoeirados e sujos. Muitos deles parecem espaços convidativos e agradáveis. Espaços de infinitas possibilidades a serem explorados pelo leitor.

A Internet, sem dúvida, acarretou inúmeras modificações na rotina dos sebos inclusive possibilitando formas de comércio que vão além das portas da loja. O comércio virtual exigiu maior organização dos sebos. A partir a disponibilização dos catálogos *on-line* pode-se ter mais controle de estoque. A busca via *web* também foi benéfica para o usuário que pode fazer a pesquisa do livro antes de se dirigir ao sebo, consegue ainda pesquisar preços mais atraentes e, se for de sua vontade, fazer a compra pelo *site* do sebo ou pela Estante Virtual, e esperar a chegada do seu pedido pelo correio. Nessa perspectiva, percebe-se que a relação dos usuários com os sebos mudou, tornando-o mais independente e exigente.

A Internet também contribuiu no sentido de tornar as compras de livros usados sem fronteiras, pois esta ferramenta possibilita comercializar com outras regiões do país bem como com exterior.

Uma das motivações que levaram a autora a realizar o presente estudo sob esse enfoque era descobrir sobre o futuro dos sebos uma vez que muitos desses espaços acabaram fechando suas portas para trabalhar somente de forma virtual. A pesquisa constatou que os proprietários dos sebos acreditam que a loja física ainda vai se manter, apesar da frequência do público na loja ter diminuído consideravelmente após o surgimento da Internet. Mas essa opinião não é consenso entre os donos dos sebos. Alguns acreditam que a tendência é que a loja aberta ao público seja extinta.

O tema sustentabilidade também foi discutido ao longo do estudo e pode-se perceber que os sebos desempenham um papel fundamental para a sociedade, pois é característica inerente ao sebo trabalhar com material reutilizável. Salvar da destruição materiais que podem ser reutilizados por outras pessoas, dar um novo rumo aquele livro que já cumpriu o seu papel com um cidadão, mas que pode fazer a diferença na vida de outro sem causar impacto no ambiente, sem dúvida, é uma das maiores qualidades dos sebos.

Na profissão de bibliotecário, o sebo pode exercer uma função importante na formação dos acervos de bibliotecas, principalmente bibliotecas escolares e comunitárias que dispõem de poucos recursos para a realização de compras de livros. E mesmo em áreas que se atualizam constantemente, existem obras clássicas, não mais editadas que só são encontradas em sebos.

Por fim, acredita-se que a Internet é uma ferramenta importante para as vendas nos sebos, mas não substitui o ambiente do sebo sendo necessária a preservação desses espaços que representam a história da cidade de Porto Alegre como ponto de cultura. A existência dos sebos é de suma importância, pois pode garantir a sobrevivência do livro no seu suporte mais tradicional: o papel.

REFERÊNCIAS

ABEBOOKS. Canadá: 2014. Disponível em: <http://www.abebooks.it/profilo-aziendale/?cm_sp=home-_-right-_-welcome>. Acesso em: 20 jun. 2014.

ALBERTIN, Alberto Luiz. O comércio eletrônico evolui e consolida-se no mercado brasileiro. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 94-102, out./dez. 2000.

ALMEIDA, Rogério Carlos Petrini de. **Sebos de Porto Alegre: os percursos, histórico e dos acervos**. 2013. 119 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/88837>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

ANDRADE, Carlos Drummond. O Sebo. In: SILVEIRA, Julio; RIBAS, Martha (org). **A paixão pelos livros**, Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004. p.17-19.

_____. Nobre rua São José. In: **Fala, amendoeira**. 12. ed. Rio de Janeiro. Record, 1987, p.21-23. Disponível em: <<http://www.letras.ufmg.br/profs/sergioalcides/dados/arquivos/Drumamend.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2014.

ANTUNES, Graciele Andrea da Silva. **A organização da informação em sebos de Porto Alegre**. 2010.69 f.Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/27829>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

BETTER WORLD BOOKS. About Us.[s.l.]: 2014. Disponível em: <<http://www.betterworldbooks.com/info.aspx?f=facts>>Acesso em: 20 jun. 2014.

BRITO, Jorge. **Guia dos sebos do Brasil**. 4. ed. Brasília: Armazém do livro usado, 2003.151 p.

CÂMARA, Bira. Livreiros e suas manias. **Jornal do bibliófilo**, São Paulo, 5 de maio de 2009. Disponível em: <<http://jornalivros.com.br/2009/05/livreiros-e-suas-manias/>>. Acesso em: 13 maio 2014.

_____. De onde vem a palavra “sebo”? **Jornal do bibliófilo**. São Paulo, 26 de abril de 2009. Disponível em: <<http://jornalivros.com.br/2009/04/de-onde-vem-palavra-%E2%80%9Csebo%E2%80%9D/>>. Acesso em: 17 maio 2014.

CAMPOS, Arnaldo. **Breve história do livro**. Porto Alegre: Mercado Aberto: Instituto Estadual do Livro, 1994. 240 p.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. 325 p.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro do leitor ao navegador**: conversações com Jean Lebrun. 1. reimpr. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado: UNESP, 1999. 159 p.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro em comum**. [New York]: 1987. Disponível em: <<http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm>>. Acesso em: 30 Out. 2014.

DELGADO, Márcia Cristina. **Cartografia sentimental de sebos e livros**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. 167 p.

ESTANTE VIRTUAL. **Quem somos**. Rio de Janeiro: 2014. Disponível em: <<http://www.estantevirtual.com.br/conteudo/quem-somos>>. Acesso em: 25 maio 2014.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 6. ed. rev. atual. Curitiba: Posigraf, 2004. 895p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

_____. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil**: sua história. São Paulo: T. A. Queiroz: Edusp, 1985. 809 p.

LABARRE, Albert. **História do livro**. São Paulo: Cultrix, 1981. 109 p.

LÉVY, Pierre. Não estar presente: a virtualização como êxodo. In: _____. **O que é virtual?**, São Paulo: Ed.34, 1996. p.19-22.

LIVRARIA AURORA. [Homepage]. Disponível em: <www.livrariaaurora.com.br/>. Acesso em: 23 jun. 2014.

LIVRARIA HAMURABI. **História dos Sebos**. Disponível em: <http://www.hamurabi.com.br/historia_sebos.asp#flecha>. Acesso em: 28 out.2014

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia da pesquisa**: caminhos da ciência e tecnologia. São Paulo: Ática, 2005. 263 p.

MANSUR, André Luis. Exaltação aos sebos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 de setembro de 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/paralelos/posts/2007/09/25/exaltacao-aos-sebos-74739.asp>>. Acesso em: 11 maio 2014.

MARTINS LIVREIRO. [Homepage]. Disponível em: <<http://www.martinslivreiro.com.br/>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita**: história do livro, da imprensa e da biblioteca. 3. ed. il. rev. e atual. São Paulo: Ática, 1998. 519 p.

MENDES, Marcos. O Comércio Eletrônico no Brasil. **Revista Científica da UFPA**, Macapá, v. 6, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.ufpa.br/rcientifica/>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

MORAES, Rubens Borba de. O comércio de livros. In: _____. **Livros e bibliotecas no Brasil colonial**. 2. ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2006. p. 45-57.

NEVES, Orlando. **Dicionário da origem das palavras**. Alfragide LeYa, 2012. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=tUB4efBUyikC&printsec=frontcover&dq=dicion%C3%A1rio+da+origem+da+palavras+orlando+neves&hl=pt-BR&sa=X&ei=6Jt3U92zJsK2sASQ9oCgAQ&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=dicion%C3%A1rio%20da%20origem%20da%20palavras%20orlando%20neves&f=false>>. Acesso em: 17 maio 2014.

NUNES, Augusto. André Garcia, criador do *site* Estante Virtual. **Veja**, São Paulo, 10 de setembro de 2009. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/videos-veja-entrevista/andre-garcia-criador-do-site-estante-virtual/>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

OLIVEIRA, Analia de. **E-Books e leitura digital**: um estudo de caso. 2013. 92 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/88780>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Recife: Edições Bagaço, 2005. 182 p.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **A ONU e o meio ambiente**. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-o-meio-ambiente/>>. Acesso em: 30 Out. 2014.

PAIXÃO, Fernando. **Momentos do livro no Brasil**. [São Paulo]: Ática, 1996. 215 p.

PAIVA, Aparecida. Apresentação. In: DELGADO, Márcia Cristina. **Cartografia sentimental de sebos e livros**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p.13-16.

PINHEIRO, Carlos. **Dicionário do Ebook**. Sintra: Ler Ebooks, 2011. Disponível em: <<http://lerebooks.wordpress.com/>> Acesso em: 28 jul. 2014.

PIRES, Fábio. **A evolução do comércio eletrônico no Brasil**. São Paulo, 24 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.Internetinnovation.com.br/blog/a-evolucao-do-comercio-eletronico-no-brasil/>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

PORTO ALEGRE TEM ALGUNS DOS MELHORES SEBOS DO NOSSO PAÍS. **Zero Hora**, Porto Alegre, 04 maio 2012. Segundo Caderno. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/05/porto-alegre-tem-alguns-dos-melhores-sebos-do-nosso-pais-3746863.html>>. Acesso em: 20 nov. 2014

ROUYEYERE, Edouard. **Dos livros**. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2000. 96 p.

SEBO MIRIM. Sobre nós. [**Homepage**]. 2014. Disponível em: <http://sebomirim.com.br/livro_infantil/about_us>. Acesso em: 10 maio 2014.

TORRES, Carmen. Sebo, um bom incentivo para a leitura. **O mundo da Usinagem**, São Paulo, v. 6, n. 60, p. 34-39, 2009. Disponível em: <http://issuu.com/omundodausinagem/docs/omu_n60_2009>. Acesso em: 16 jun. 2014.

TIGRE, Paulo Bastos. Comércio eletrônico e globalização: Desafios para o Brasil. In: HALÉVY, Marc. **A era do Conhecimento**: princípios e reflexões sobre a revolução noética no século XXI. São Paulo: UNESP, c2008. Cap. 3, p. 84-104.

TRACA LIVRAIA E SEBO. A livraria. [**Home page**]. Disponível em: <<http://www.traca.com.br/conteudo/a-traca-livraria-e-sebo/8908/>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

UZANNE, Octave. **O Fim dos Livros**. São Paulo: Octavo, 2010. 88p.

ZILBERMAN, Regina. O Poeta e o Livro na sua frágil estrutura transparente. **Matraga**, Revista do programa de pós-graduação em letras da UERJ, Rio de Janeiro, n.15 Jan./dez. 2003. Disponível em: <<http://www.pgletras.uerj.br/matraga/matraga15/matraga15a13.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2014.

APÊNDICE A – Roteiro para Entrevista nos Sebos de Porto Alegre

Dados de identificação:

- 1) Há quanto tempo trabalha no comércio de sebos?
- 2) Há quanto tempo comercializa livros no comércio eletrônico?
- 3) Como foi a adaptação do sebo ao comércio eletrônico?
- 4) Você acredita que a Internet é uma ferramenta importante para as vendas em sebos? Por quê?
- 5) Que aspectos positivos que a Internet proporcionou para o comércio de livros?
- 6) E com relação aos aspectos negativos que a invenção da Internet proporcionou para o comércio de livros?
- 7) Na sua opinião, quais os atrativos que os sebos oferecem que mais chamam a atenção dos consumidores?
- 8) Você acha que a relação do usuário com os sebos mudou com a criação da Internet?
- 9) Muitos sebos trabalham somente na forma virtual. Acompanhando essa tendência, você acha que é possível haver a extinção dos sebos físicos?
- 10) Você vê o seu trabalho como um colaborador coadjuvante na questão da sustentabilidade?
- 11) Você gostaria de fazer mais algum comentário?

APÊNDICE B – Carta de Apresentação



FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA & COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Porto Alegre, ____ de _____ de 2014

Prezado(a) Senhor(a):

Apresentamos DAIANE ROSA DE MATOS, aluna do Curso de Biblioteconomia da UFRGS e solicitamos sua permissão para que a mesma realize uma entrevista, com a finalidade de coletar dados para seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Esses dados serão utilizados exclusivamente no seu TCC, sem identificação dos respondentes. A previsão do período de aplicação do questionário são os meses de _____, em horários a serem previamente agendados.

Agradecemos antecipadamente pela sua colaboração.

Atenciosamente,

Profª Martha E. K. Kling Bonotto
Professora Orientadora

Profª Maria do Rocio F. Teixeira
Chefe do Depto. de Ciências da Informação