

O comércio de livros usados vem adquirindo características contemporâneas, redes de lojas sob o comando de um único proprietário ou de poucos proprietários começam a ganhar cada vez mais espaço no mercado livreiro. Diante disso, optou-se por verificar o comportamento dos consumidores em uma rede de sebos localizados em Porto Alegre. Para tanto, vem sendo realizado, desde março de 2005, um estudo de cunho etnográfico na loja Beco dos Livros, localizada na Rua dos Andradas, centro de Porto Alegre, estrategicamente inserida em um reduto cultural formado por museus, cinemas, além de monumentos arquitetônicos de valor histórico. Os dados preliminares, obtidos através da observação sistemática e participante, apontam para a presença de clientes que buscam nos sebos raridades e entendem essa atitude de compra como um diferencial de quem possui maior qualificação profissional ou vínculo com a academia. No dizer de um cliente: "Dizem que o homem é o melhor amigo do homem, mas eu acho que é o livro", esse comportamento revela uma relação com o livro que não se atém ao mero ato de compra e venda, mas que traz um componente emocional e remete a outras significações. O discurso de outro consumidor revela o ato de comprar livros como algo naturalizado tal como comer, andar, viver. Há os aficionados por livros e que julgam relevante comprar, em sebos, as primeiras edições de determinadas obras, algo que mexe com os sentidos não só da visão e do tato, mas com o olfato através do "cheiro de fungo" exalado pelos livros do século passado. Dividindo espaço com consumidores diferenciados sob o ponto de vista cultural, encontram-se consumidores que buscam obras mais voltadas para o gosto popular, dentre esses destacam-se os que procuram por livros de auto-ajuda. (PIBIC).