

## **Leitura 24/7: livros digitais, algoritmos e celulares conectados<sup>1</sup>**

Tayné Mendes VIEIRA<sup>2</sup>

Márcio Souza GONÇALVES<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Este artigo pretende analisar as condições de acesso a livros digitais em celulares com conexão à internet. Buscamos saber de que forma esses leitores interagem com o formato e se costumam seguir recomendações de algoritmos. Discutimos o conceito de leitura sob o olhar de autores clássicos e vemos que atividade leitora é relacionada a coerções e liberdades. Em seguida, analisamos o contexto de aquisição e leitura de arquivos digitais, seguindo a lógica de menos objetos e mais serviços, que é o caso dos livros digitais. Abordamos ainda o papel de algoritmos utilizados na publicidade online. Como metodologia, optamos pela pesquisa qualitativa e entrevistamos leitores para entender o processo de aquisição desses títulos. Concluimos que a conexão à internet nos celulares favorece o acesso imediato e que novos agentes assumem um papel relevante na escolha dos títulos.

**PALAVRAS-CHAVE:** leitura; livro digital; algoritmo; internet; celulares.

### **Introdução**

Uma particularidade da leitura hoje, que pode ser feita em inúmeros aparelhos, é a conexão constante à internet. A leitura sempre foi considerada uma atividade que implica o uso de diferentes plataformas e recursos. Com a emergência de dispositivos digitais conectados à internet, foi ampliado o leque de opções, sendo frequente a leitura de um livro iniciada no computador e continuada no meio impresso, por exemplo.

No caso dos meios digitais, a conexão à internet permite a sincronicidade de arquivos de modo muito prático – é o que permite ler um livro digital no laptop e depois no celular partindo do exato ponto em que a leitura foi interrompida em certos aplicativos de leitura. No entanto, a conexão também possibilita a atuação de forças que tendem a moldar o acesso a qualquer produto, incluindo livros digitais ou impressos. Que tipo de influência as recomendações automáticas em sites de venda de livros teriam

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UERJ, email: taynee.mendes@gmail.com

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UERJ, email: msg@uerj.br

---

na escolha dos títulos para os leitores? Eles ajudam ou não os leitores em suas buscas? Ampliam ou delimitam a diversidade de títulos buscados?

Ler livros conectados à internet foi uma possibilidade ampliada pela chegada dos *smartphones*, acessíveis a qualquer momento e lugar. Assim, procuramos como recorte a leitura de livros digitais em telefones celulares com acesso à internet do tipo *smartphone*, procurando investigar as condições peculiares em que leitores acessam e adquirem livros digitais em telefones celulares.

Para investigar tal questão, discutimos o conceito de leitura sob o olhar de autores clássicos na área, como Certeau (1998) e Cavallo e Chartier (1998). Em seguida, analisamos o contexto de aquisição e leitura de arquivos digitais dentro do capitalismo contemporâneo para entender os algoritmos e os modelos matemáticos por trás das recomendações automatizadas de livros na rede. Por fim, colhemos opiniões de leitores acerca da experiência de leitura em celulares conectados à internet e as recomendações algorítmicas de títulos.

### **Liberdade e invenção**

O francês Michel de Certeau (1998) é conhecido na área da leitura, principalmente, por evidenciar que esta não se trata de uma atividade passiva. Ele entende a leitura como um dos modos de operação ou esquemas de ação – segundo os termos do autor – não estando diretamente ligada ao sujeito que é seu autor ou seu veículo (CERTEAU, 1998, p. 38). Há, em seu pensamento, uma reflexão sobre as relações (sempre sociais) que estão envolvidas no ato de ler e no papel do leitor, que em nossa cultura é visto erroneamente como “consumidor” para Certeau (1998, p. 38), assumindo um status de dominado. Ao contrário, para ele, a atividade leitora apresentaria todos os traços de uma produção silenciosa, a saber:

flutuação através da página, metamorfose do texto pelo olho que viaja, improvisação e expectativa de significados induzidos de certas palavras, intersecções de espaços escritos, dança efêmera. Mas incapaz de fazer um estoque (salvo se escreve ou “registra”), o leitor não se garante contra o gasto do tempo (ele se esquece lendo e esquece o que já leu) a não ser pela compra do objeto (livro, imagem) que é apenas o *ersatz* (o resíduo ou a promessa) de instantes “perdidos” na leitura (CERTEAU, 1998, p. 49).

---

Assim, Certeau (1998, p. 49) deixa claro que a leitura se faz a partir de uma reapropriação de um texto de outrem, uma invenção. Assim, “um mundo diferente (o do leitor) se introduz no lugar do autor”. Por conseguinte, esta mutação tornaria “o texto habitável à maneira de um apartamento alugado” (CERTEAU, 1998, p. 49).

Ao citar e concordar com Certeau, Guglielmo Cavallo e Roger Chartier (1998, p. 5) aprofundam o tema e acrescentam que a leitura não está inscrita no texto em si, ou seja, existe uma distância razoável entre o sentido atribuído pelo autor (ou pelo editor, pela crítica, pela tradição, etc) e o uso ou a interpretação feita por seus leitores. Pois, obviamente, um texto só existe porque há um leitor para lhe conferir significação.

Para Cavallo e Chartier, a significação de um texto não depende somente do leitor, mas também “das formas e das circunstâncias por meio das quais os textos são recebidos e apropriados por seus leitores (ou seus ouvintes)” (CAVALLO; CHARTIER, 1998, p. 6). Enquanto que o primeiro aspecto diz respeito às materialidades do texto – se é impresso ou digital, que tipo de tipografia é utilizada, de que forma ocorre sua diagramação, entre outras questões –; o segundo relaciona-se às circunstâncias de acesso – se o texto faz parte de uma coleção popular, se o preço é compatível, se há algum tipo de restrição, entre outras questões. Neste artigo, importará mais esse último aspecto, na medida em que investigamos a aquisição de livros digitais por meio da internet.

Segundo os autores, em relação ao aspecto material, os textos são sempre comunicados a seus leitores em formas (manuscritas ou impressas, escritas ou orais) “que as limitam sem contudo destruir sua liberdade” (CAVALLO; CHARTIER, 1998, p. 37). Nesse sentido, eles entendem a história da leitura como uma história de coerções e liberdades. As coerções podem induzir sentidos ou limitar a frequência aos textos. A história da leitura na abordagem dos autores teria, assim, um duplo objetivo:

... reconhecer as coerções que limitam a frequência aos livros e produção de sentido; inventariar os recursos mobilizáveis pela liberdade do leitor – uma liberdade sempre inscrita no interior de dependências múltiplas, mas que está em condições de ignorar, desloca ou subverter os dispositivos destinados a reduzi-la (CAVALLO; CHARTIER, 1998, p. 37).

Desses dispositivos, ainda segundo os autores, os primeiros são os que instituem a lei e o direito (censura, autocensuras, regime jurídicos que fixa os direitos autorais, etc). Por outro lado, as estratégias editoriais também são limites às práticas de leituras (novos gêneros, impressos baratos, coleções populares, ampliando a gama de leituras

---

possíveis, mais larga e mais diversa, etc) (CAVALLO; CHARTIER, 1998, p. 37). Por isso, a liberdade dos leitores nunca é total.

A liberdade dos leitores, todavia, somente pode exercer-se no interior dessas escolhas feitas a partir de preferências ou de interesses que não são forçosamente os seus. Mesmo se tais preferências nem sempre são todas apenas comerciais, são elas que governam as políticas editoriais e comandam a oferta de leitura. (CAVALLO; CHARTIER, 1998, p. 37).

A oferta de leitura em dispositivos digitais também segue essas preferências ou interesses comerciais próprios desses ambientes. Para analisar quais são os agentes e como atuam nesse contexto, é preciso entender a etapa do capitalismo atual e a lógica de comércio na contemporaneidade.

### **Leitura 24/7**

Jonathan Crary (2014) examinou o tempo nesta fase do capitalismo e nos ajuda a entender o contexto de aquisição e leitura de arquivos digitais atualmente. A expressão inglesa 24/7 (24 horas por dia e sete dias por semana) dá conta do tempo no capitalismo atual, um tempo de indiferença, dentro do qual o sono não é necessário nem inevitável, e o trabalho ininterrupto torna-se plausível (CRARY, 2014, p. 11). Não é difícil imaginar como os celulares e sua conectividade hoje se tornaram parte desse espírito.

Em relação ao consumo, a ausência de restrições não seria apenas de ordem temporal. Crary diz que a época de acumulação de coisas já passou e que agora nossos corpos e identidades assimilam uma superabundância de serviços, imagens, procedimentos e produtos químicos (CRARY, 2014, p. 11). Se na internet, o acesso a produtos culturais se reduz à aquisição de arquivos digitais, a lógica de menos objetos e mais serviços pode ser aplicada no caso dos livros digitais, visto apenas como um “conteúdo” a ser “acessado” por um aparelho.

Essa discussão lembra o que o teórico estadunidense Jeremy Rifkin (2001) chamou de “a era do acesso”, onde a propriedade é gradualmente substituída pelo acesso. Esse processo, chamado por alguns de “economia da experiência”, funcionaria com base no empréstimo, aluguel ou taxa de assinatura pelo uso, o que vemos acontecer no campo da cultura. “Vender acesso a experiências culturais é o testemunho do esforço determinado da esfera comercial em tornar todas as relações em relações comerciais”

---

(RIFKIN, 2001, Cap. 1, todas as traduções são nossas).<sup>4</sup> Serviços de assinatura de livros digitais como o Kindle Unlimited da Amazon ilustram essa reorganização econômica no mercado editorial.

No entanto, anúncios de “novas eras” não são raros em tais ocasiões. Voltando a Crary (2014), trata-se de um dos pressupostos que são “tediosamente repetidos” acerca da cultura tecnológica atual. Além dos problemas básicos de certo *epocalismo* (GONÇALVES; CLAIR, 2007), uma consequência de representar a contemporaneidade global como uma nova era e uma nova era “tecnológica” é a aparente inevitabilidade histórica atribuída a mudanças econômicas de larga escala (CRARY, 2014, p. 23). Para Crary, a caracterização pseudo-histórica do presente como Era Digital, à semelhança de uma Idade do Bronze ou Era do Vapor, “perpetua a ilusão de uma coesão unificadora e duradoura entre os inúmeros e incomensuráveis elementos constitutivos da experiência contemporânea” (CRARY, 2014, p. 23).

Para esse autor, o aparente entusiasmo com a possibilidade de compra ou download de milhares de livros virtuais esconde por trás de reivindicações de autonomia e liberdade do consumidor uma realidade de coleta de informações na rede. Por meio do rastreamento na internet – mas não somente nela – colaboramos passiva e muitas vezes voluntariamente para nossa própria vigilância e para coleta de nossos próprios dados. Segundo Crary (2014, p. 28), isso resulta em procedimentos mais sofisticados para intervenção sobre o comportamento individual e coletivo.

Compramos produtos que nos foram recomendados pelo monitoramento de nossas vidas eletrônicas, e voluntariamente deixamos feedbacks para outros a respeito do que compramos. Somos o sujeito obediente que se submete a todas as formas de invasão biométrica e de vigilância (CRARY, 2014, p. 33).

Na medida em que compramos ou baixamos livros digitais pela internet, é preciso reconhecer que se trata de um ambiente com a presença de diferentes agentes, além do próprio leitor, que podem influenciar ou delimitar suas escolhas e opções de títulos. Se o acesso a uma livraria física passava por questões como localidade/proximidade da residência, influência do meio social e educação cultural, no acesso a livros digitais, acrescenta-se aí um novo agente não humano que ganha cada vez mais relevância no acesso a produtos e serviços e ambientes online: os algoritmos.

---

<sup>4</sup> No original: [...] *selling access to cultural experiences is testimony to the single-minded determination of the commercial sphere to make all relations commercial ones.*

---

De que forma eles atuam realizando “coerções” – para usar o termo de Chartier e Cavallo (1998) – e influir na liberdade leitora?

### **O papel dos algoritmos**

Para entender o mundo dos algoritmos recorreremos à obra da cientista de dados Cathy O’Neil. Em seu livro, *Weapons of Math Destruction* [*Armas de destruição matemática*, em tradução livre], a cientista de dados Cathy O’Neil (2017) examinou as consequências do uso de modelos matemáticos para analisar e prever o comportamento de uma grande quantidade de dados (Big Data), em especial, quando esses modelos são aplicados no campo social. Segundo ela, os programas movidos por modelos matemáticos que alimentam a chamada “economia de dados” são baseados em escolhas feitas por seres humanos “falíveis” e que podem inserir preconceitos, mal-entendidos e vieses nos códigos de softwares que gerenciam nossas vidas (O’NEIL, 2017, Introdução). A esses tipos de modelos matemáticos ela dá o nome de “armas de destruição matemática”, título da obra.

Para a autora, o propósito de um modelo matemático é “calcular diferentes cenários para cada conjuntura, buscando otimizar combinações” (O’NEIL, 2017, Cap. 1).<sup>5</sup> Ou seja, um modelo é uma representação abstrata de algum processo, seja um jogo de baseball, a cadeia de suprimentos de uma empresa, ações de política externa de um governo, ou o público de um cinema. Seja no computador ou em nossas mentes, o modelo usa o que sabemos para prever respostas a várias situações. Assim, eles dizem o que esperar e podem guiar nossas decisões (O’NEIL, 2017, Cap. 1). Os modelos estão longe de cometerem erros, o que sempre acontece, segundo a autora. Por serem intrinsecamente simplificações, “nenhum modelo pode incluir toda a complexidade ou nuances da comunicação humana” (O’NEIL, 2017, Cap. 1).<sup>6</sup> Inevitavelmente, alguma informação importante acaba ficando de fora. Assim, para criar um modelo, é necessário tomar decisões sobre o que é importante incluir – fato que pode gerar alguns pontos cegos. Dessa forma, tais pontos cegos podem refletir julgamentos e prioridades de seus criadores. Um exemplo dado pela autora ocorreu em um modelo para avaliar professores com base em notas dos alunos em uma escola em Washington, D.C. O

---

<sup>5</sup> No original: *to run different scenarios at every juncture, looking for the optimal combinations.*

<sup>6</sup> No original: *No model can include all of the real world’s complexity or the nuance of human communication.*

---

sistema ignorou outros dados sobre como os professores ajudam no engajamento dos alunos, em desenvolver habilidades específicas, administrar a sala de aula, ou ajudar os alunos com problemas pessoais e/ou familiares. O resultado foi a demissão de bons professores. Portanto, para a autora, “os modelos, apesar de sua reputação de imparcialidade, refletem objetivos e ideologia” (O’NEIL, 2017, Cap. 1).<sup>7</sup>

Nessa linha de raciocínio, para a autora, é importante se perguntar não apenas quem seria a pessoa criadora do código, mas também o que a pessoa ou empresa está tentando realizar (O’NEIL, 2017, Cap. 1). Para isso, seria necessário acesso aos modelos, o que nem sempre acontece, pois muitas empresas protegem seus códigos como uma “propriedade intelectual”. É o que acontece com as empresas gigantes da internet como Google, Amazon e Facebook; seus algoritmos confeccionados sob medida valem centenas de bilhões de dólares (O’NEIL, 2017, Cap. 1). A pouca transparência nos dados ou *opacidade* – para usar o termo da autora – é um dos elementos dos modelos perversos, além da *escala* (capacidade de crescer exponencialmente) e *destruição* (modelos que produzem sentenças injustas baseados em premissas erradas) (O’NEIL, 2017, Cap. 1).

A publicidade online também funciona com bases em modelos matemáticos e algoritmos, cada vez mais sofisticados, pois se especializam em recomendar produtos tendo como referência nossos dados de navegação na rede, fornecidos pelo próprio usuário como apontou Cray (2014, p. 33). Cada vez mais direcionados, os sistemas de recomendações se fazem presentes na busca de qualquer produto na internet. Argumenta-se que esse tipo de propaganda personalizada seria muito útil aos consumidores, pois, diferente de outros veículos de comunicação, os anúncios seriam relevantes (O’NEIL, 2017, Cap. 4). No entanto, nessas gigantescas bases de dados, os indivíduos são ranqueados, categorizados e recebem uma pontuação em centenas de modelos com base em suas preferências e padrões de comportamento. Isso proporciona campanhas publicitárias legítimas, mas também instiga outras mais predatórias. Anúncios que identificam pessoas com necessidades financeiras podem, por exemplo, oferecer promessas falsas e produtos mais caros; faculdades podem cobrar preços diferentes de diferentes pessoas; se o computador está lento, um vírus pode ser inserido por um anúncio predador e fazê-lo comprar um antivírus. Por que buscar justamente tais

---

<sup>7</sup> No original: ...models, despite their reputation for impartiality, reflect goals and ideology.

---

peças? A autora responde: “a vulnerabilidade vale ouro. Sempre foi assim.” (O’NEIL, 2017, Cap. 4).<sup>8</sup>

A Amazon, um dos principais varejistas online, vale-se de um sistema de recomendação bastante eficiente baseados em modelos de reincidência. Segundo O’Neil (2017, Cap. 5), os modelos de reincidência são logicamente falhos. O objetivo da Amazon é fazer com que as pessoas voltem a visitar seu website constantemente. Seu software mira no comportamento recorrente e encoraja-o. O esperado seria que a empresa selecionasse alguns endereços ou os consumidores que possuem nível superior e enviasse anúncios e descontos específicos para este público. Se o marketing funcionasse, aqueles com altas taxas de reincidência retornariam para comprar mais (O’NEIL, 2017, Cap. 5). Mas a Amazon vai além.

Segundo O’Neil (2017, Cap. 5), a companhia possui um laboratório de dados, onde se inspeciona toda a experiência do consumidor dentro do seu site: pessoas que compraram uma ou duas vezes no site e nunca mais voltaram; se tiveram problemas ao finalizar as compras; se postaram uma avaliação negativa, etc (O’NEIL, 2017, Cap. 5). Como a loja também vende livros impressos e digitais, dados cada vez mais específicos do gosto pessoal do consumidor podem ser coletados ou até estimulados. O papel dos algoritmos de recomendação na construção do gosto tem sido examinado em outros trabalhos, por exemplo, no caso de usuários do Spotify (DORDA, 2017) e do YouTube (DAVIDSON, 2010).

No caso dos livros digitais, além de dados de navegação que alimentam sistemas de recomendação, como o da Amazon apontado por O’Neil (2017), dados ainda mais específicos de leitura também podem ser coletados. Essas informações nunca foram confirmadas pela Amazon ou outra empresa semelhante – o que confirma a opacidade dos dados –, mas algumas reportagens (DRUM, 2012; KASTE, 2010) sugerem que é bastante provável que isso aconteça. Os e-books podem ser lidos em tablets, laptops, *e-readers* e *smartphones*. A versatilidade de aparelhos – poder começar um livro no laptop e continuá-lo no celular – implica no uso de arquivos sincronizados com internet e ligados a uma conta de usuário na nuvem. Isso faz com que os hábitos de leituras sejam mais facilmente rastreados.

Mas que tipo de dados podem ser rastreados? Quanto tempo passamos em uma página; a última página lida; anotações, marcações e qualquer tipo de destaque;

---

<sup>8</sup> No original: *Vulnerability is worth gold. I always has been so.*



servidores localizados fora do país onde vive, segundo outra matéria (CAWLEY, 2015). Ao ser questionada sobre os dados, a representante do Kindle, Kinley Pearsall afirmou: “Pensamos nisso como uma inteligência coletiva de todas as pessoas lendo no Kindle.” (apud CAWLEY, 2015). Notam-se com frequência – principalmente em empresas de tecnologia – termos como “inteligência coletiva”, popularizada por Pierre Lévy (2007), sendo usados para justificar qualquer ação, como se fosse algo intrinsecamente bom.

A leitura de livros podendo ser feita facilmente por meios digitais com acesso à internet gera, portanto, a possibilidade de rastreamento por meio da coleta de dados para fins comerciais ou fins outros (os quais ainda não foram identificados totalmente).

### **Opinião dos leitores**

Com o objetivo de compreender as condições de acesso, consumo e a leitura de livros em celulares, optamos pela pesquisa qualitativa, entrevistando 12 leitores, sendo quatro homens e oito mulheres, todos com Ensino Superior (concluído), moradores da cidade do Rio de Janeiro e região metropolitana. Os dados foram coletados entre julho e outubro de 2017 e serviram para a pesquisa de mestrado realizada pela autora. O critério de seleção foi já ter lido um livro digital inteiro ou em partes pelo celular.

Destacamos a seguir as falas mais significativas sobre a experiência de leitura de livros digitais no celular, com destaque para a presença de notificações próprias desses aparelhos e a facilidade de aquisição de títulos.

Segundo Anne,<sup>9</sup> 29 anos e doutoranda em Letras, o bom dos livros digitais é ter muitas opções: é possível ter mais livros digitais do que livros físicos. No entanto, o principal problema do celular, na sua opinião, é a conexão com a internet e as constantes notificações.

Ficar longe do celular é, na verdade, ficar longe da internet. Acho que a gente está muito condicionada a ficar olhando o celular. É bom porque tenho livro no celular, mas às vezes deixo de ler porque estou na internet. As notificações atrapalham. Fico curiosa para saber o que é. Se a notificação aparece, dá uma “curiosidadezinha”, uma vontade de olhar, aí você que está ali, mergulhado na leitura, acaba saindo.

A experiência com livros digitais para Bianca, 27 anos e também doutoranda em Letras, aconteceu mais pela necessidade do que pelo desejo. Na faculdade precisou ler um livro cuja diagramação era fragmentada, mas como baixou um pirata pela internet,

---

<sup>9</sup> Todos os nomes são fictícios para preservar o sigilo dos entrevistados.

ficou na dúvida se a fragmentação era intencional da autora ou apenas um erro de conversão para o formato e-pub, extensão típica dos livros digitais que se adéquam a diferentes aplicativos e telas. Seu primeiro livro no celular foi comprado por R\$ 9,90 na loja virtual Amazon. Começou a ler *Como se estivéssemos em um palimpsesto de putas* de Elvira Vigna no tablet e depois no celular, principalmente porque no tablet a bateria acabava mais rápido. Assim como com Anne, as notificações e a vontade de checar as redes sociais também estavam presentes durante a leitura.

No início, achei estranho, pois tinha vontade de checar as redes sociais enquanto eu lia. Tem essa coisa de estar muito ligado nas redes, aconteceu de eu ler de noite aí não tive notificação do Whatsapp, mas se acontecesse ia atrapalhar, ia me distrair, porque eu lia de madrugada. Quando leio livros impressos deixo o celular bem longe para não querer ver, e ali não tinha isso, a não ser que eu acionasse o modo avião, mas eu nem tinha pensado nisso e acho que ia melhorar bastante. Li assim e depois que passei dessa fase de pensar nas redes sociais eu embarquei, mas demorou um tempo. Quando eu me desconecto eu me sinto até melhor para fazer qualquer coisa, inclusive ler. Eu gosto muito de estudar em biblioteca, porque o celular fica bem longe de mim.

Tanto Anne quanto Bianca destacaram certa “dependência” dos celulares atualmente e como isso gera ansiedade quando maior concentração é requerida. “Gosto da imersão no livro, o que é uma forma de me afastar do celular. O livro proporciona uma imersão que não tenho no celular, porque o livro... não tem notificação”, comenta Bianca. Ela relata ainda que sua atenção é dispersa no celular, mas que o problema não é o aparelho em si, mas o vício nas redes sociais.

Para Cosette, 30 anos e tradutora de inglês, o celular significa “rede social e leitura”, pois acredita que é mais fácil ler livros pelo celular. Assinante do programa Kindle Unlimited (preço mensal para ter acesso a um amplo catálogo de livros digitais), Cosette conta que tenta diminuir o uso de redes sociais em geral, não somente quando está lendo, mas quando lê, procura silenciar notificações.

Eu tento diminuir meu uso de rede social, em geral, independentemente de estar lendo ou não. Agora não tenho mais Facebook, mas, quando eu tinha, eu desinstalei o aplicativo no celular, aí não recebia notificação. Só no Whatsapp recebo, mas se eu não quiser receber, eu silencio. Quando eu leio, eu leio muito mais de madrugada, então eu não tenho distração.

Dulcinea, 26 anos e professora, conta que resistiu um pouco à ideia de ler livros no celular. Mas lembra-se do dia exato que leu pela primeira vez um livro digital pelo celular mais por necessidade do que por vontade. Da segunda vez, percebeu a praticidade de ter um aparelho conectado à internet e poder baixar livros quase que instantaneamente.

---

Tive muita resistência, mas naquele dia eu precisava ler o livro. Eu estava lendo um livro, aí estava no ônibus e não tinha nada para ler. Lembrei que eu tinha esse livro no celular, aí comecei a ler. Gostei. Depois, durante uma aula, uma professora mencionou uma obra, e eu fiz o download na hora. Foi esse que li freneticamente no celular.

Emily, 35 anos, economista e servidora pública, diz que possui poucas notificações de aplicativos em seu celular, mesmo quando não coloca no modo silencioso, algo que faz com frequência. Conta que, às vezes, desvia a atenção em mais momentos no celular do que no Kindle, mas que já está acostumada a ler livros por pedaços curtos.

De vez em quando você se desvia lendo no celular mais do que no Kindle. No celular leio picadinho mesmo, leio no metrô, no elevador, na fila do restaurante, já é picado assim. E à noite na cama deitada. Minha atenção em relação à história é a mesma, mas que eu e o mundo inteiro estamos com déficit de atenção por causa do celular é um fato, não é?

Fiódor, 27 anos e assistente editorial, conta que sempre está com o celular, o que torna a leitura mais disponível, mas que o problema de ler livros no celular são os aplicativos de comunicação.

Aplicativos tipo Whatsapp, com sempre novas mensagens, me trazem a ansiedade de resolver coisas, assim fico sempre consumindo algo. Não é a quantidade de informação que me deixa ansioso, mas sim as demandas que vêm sem eu solicitar. Se o celular fosse apenas um aparelho em que eu pudesse me conectar a internet, estava bom. O que me incomoda é o fato de ser um meio de comunicação com outras pessoas.

Galadriel, 26 anos e também assistente editorial, partilha da opinião de que o celular tem nos deixado um pouco dependentes, pois ele envia demandas passivamente.

Você não precisa ir atrás das coisas para que elas cheguem até você, e isso é estressante. Antes eu ficava com o celular, o tempo inteiro. Agora todas as notificações que posso desativar eu desativo, mas ainda assim tem umas que não é possível. Prefiro não ficar mais tanto tempo perto dele. Comecei a perceber como fazia mal as coisas virem passivamente para mim, então resolvi deixar longe.

Homero, 44 anos, músico e relações públicas, diz que, quando lê livros no celular, retira as notificações de todos, exceto dos filhos ou da pessoa que está com eles. E diz ainda que sua atenção não é diferente de outros meios.

Tem vezes que eu silencio direto, sempre que leio eu tiro notificações, só não tiro notificações de quem está com minha filha e com meus dois filhos. Minha atenção não é diferente, é a mesma, depende do conteúdo, não depende do digital ou do papel, só do conteúdo mesmo (Homero).

---

“Quando penso em celular, a primeira coisa que vem à cabeça são as redes sociais”, revela Ítalo, 26 anos e professor, usuário de Facebook e Whatsapp. Ele diz que é difícil ficar longe do celular por muito tempo; sente-se desatualizado e costuma dormir perto dele.

Se acontecer de ficar sem celular pode ter um impacto. Às vezes, um dia inteiro é bastante tempo. Parece que estou desatualizado, sem ter contato com o mundo. Não me incomoda estar sempre conectado. Uso as redes sociais, mas leio notícias também. Costumo dormir com o celular próximo....

Jane, 27 anos e assistente administrativa, diz que teve seu primeiro telefone móvel aos 13 anos e que está sempre com o celular por questões de segurança e porque “pode acontecer alguma coisa”. Além disso, o celular ajuda a matar o tédio ou quando se está em um ambiente sem nenhum conhecido.

O celular? Sempre está comigo. Não consigo ficar sem. Tem a parte da segurança, se eu vou à esquina sempre levo o celular, porque pode acontecer alguma coisa. Fico com medo de deixar o celular jogado e ter um milhão de notificações. Tenho medo se acontece alguma coisa. E eu posso estar entediada num lugar, e o celular é uma coisa para fazer. Com o celular, você nunca está sozinha. É verdade. Faço muita coisa com o celular, leio livros, jogo, coloco timer... E se eu estou num lugar em que eu não conheço ninguém, o celular ajuda.

Lolita, 33 anos e mestranda em Linguística, diz que lê bastante no celular quando está em uma aldeia indígena a trabalho. Relata que, como não tem internet no local, não costuma receber muitas notificações. Quando possui sinal de 3G, acha que os apelos atrapalham não só sua leitura, mas qualquer outra atividade.

As notificações me atrapalham em tudo, para qualquer coisa, não só ler. Acho chato. Não recebo notificação de nada, eu silêncio. Tenho problemas de atenção, sempre tive essa dificuldade. Mas no celular rola uma olhadinha no Whatsapp, no e-mail, mas se eu estou lendo alguma coisa legal, não fico pensando no Whatsapp, não.

Já Machado, 26 anos e bacharel em filosofia, encara as notificações com naturalidade, como parte desta vida em constante conexão. Quando está lendo, costuma ignorar e, só depois que parou de ler, procura checar e responder a mensagens.

Não me incomoda, eu espero terminar de ler e depois vejo a notificação. Faço uma pausa. Faz parte da vida essa conexão constante. Não vejo tão pessimista o uso de tecnologia hoje. Dizem que as pessoas ficam distraídas com o celular, mas há trinta anos era o jornal. Não acho que seja necessariamente alienante [o celular].

---

Quatro entrevistadas, cujas falas detalharemos a seguir, afirmaram seguir recomendações automáticas de livros digitais em sites da internet. Apontaram dois tipos de recomendações: as presentes em sites de compras de livros em que o usuário cria um perfil e, baseado em seu comportamento de compra anterior, são enviadas recomendações de produtos por meio de algoritmos; e sites que utilizam a técnica de remarketing, que disponibiliza anúncios “seguindo” o usuário por diferentes sites caso ele tenha pesquisado um título específico em um site de busca.

Bianca utiliza o aplicativo da Kobo e notou as recomendações de leitura em sua conta no aplicativo com base no que já consumiu anteriormente.

Eu gostei muito do aplicativo da Kobo, porque ele mostra promoções principalmente, e tem um sistema de recomendação. Achei esse sistema muito bom, porque como baixei um livro de literatura brasileira, ele mostrou vários outros que tenho interesse em ler, aí já fiquei fuçando o *preview*, achei bem legal.

Cosette menciona a facilidade de acesso a livros pelo celular e isso fez com que lesse muito mais livros digitais. Como ela lia muitos livros em inglês importados, a compra feita pela internet de livros impressos demorava, no mínimo, 30 dias para chegar. Ela utiliza diversas plataformas, busca livros gratuitos na internet e considera as recomendações de sites de compra de livros.

Pelo celular consegui ler livros que eu nunca conseguiria ler se não fosse no formato digital. Uso o Kindle, Google Books e Kobo. Tenho mais acesso a livros com o celular, pego no Gutenberg Project. É mais fácil de procurar, é mais fácil de achar, e você ainda tem recomendações (Cosette).

Emily costuma acompanhar seus autores favoritos por meio de sites de literatura, e quando sai um livro novo ela rapidamente busca o título na Amazon. Em sua conta da Amazon, que divide com marido, costuma passar algum tempo navegando entre milhares de títulos. Ela destaca a prontidão em se baixar um livro pela internet e lê-lo no celular, o que a ajuda a ler mais.

Acompanho muitos autores na conta da Amazon que divido com meu marido, então fico navegando naqueles milhares de livros recomendados. Se eu li em algum lugar sobre um livro, ou se alguém me falou de um livro, eu imediatamente baixo uma amostra ou compro e começo a ler, não preciso esperar, não preciso ir a uma livraria, não preciso encomendar. Leio imediatamente. O celular me ajuda a ler mais.

---

Jane diz que olha as recomendações de leitura e, às vezes, há títulos que lhe interessam. Aponta que o algoritmo costuma oferecer apenas os gêneros que ela comprou, limitando seu interesse por livros de gêneros diferentes.

Eu sempre olho as recomendações nos sites e, às vezes, tem coisas que me interessa. Só que é chato quando comprei apenas um livro de um gênero, e essas recomendações ficam me perseguindo com aquele gênero, mas eu só comprei uma vez, não queria mais.

## Conclusão

A primeira conclusão a que chegamos foi que a disponibilidade dos celulares parece propiciar mais ocasiões de leitura. As entrevistas apontaram que o *smartphone* é entendido como a mídia mais disponível em comparação a outros meios digitais, tanto pela materialidade (portátil, leve) quanto por sua imprescindibilidade nos dias atuais (poder realizar várias tarefas em um único aparelho), o que favorece leituras 24/7, curtas e compartilhadas com outros aparelhos, até mesmo o impresso. Com o celular, a leitura torna-se ainda mais corriqueira, mais disponível no cotidiano, pela inviabilidade (peso na mochila) ou indisponibilidade (preferências momentâneas) do livro impresso.

Sendo a mídia mais disponível, os celulares favorecem a compra ou a aquisição por download de forma instantânea – sendo essa nossa segunda conclusão. Entrevistados citaram situações em que se lembraram de um título ou ouviram indicações de um professor e rapidamente conseguiram acesso ao conteúdo por meio da conexão com a internet. Além disso, os sistemas automáticos de recomendação mostraram-se pertinentes para alguns entrevistados, na medida em que sugerem títulos baseados em outros já lidos. Esse dado corrobora as análises dos algoritmos e sistemas matemáticos de risco que predizem o futuro com base em comportamento passado e que são bastante utilizados em estratégia de marketing digital (O'NEIL, 2017). Uma das entrevistadas comprou um título de um gênero e, depois, se irritou quando outros títulos foram lhe sugeridos em websites de compra de livros. Esse fato suscita algumas questões: Em que medida tais sistemas reforçam a noção de “bolha” tão comum nas redes sociais? Como os novos leitores descobrirão outros gêneros ou outros autores diferentes do que já leem?

Dessa forma, vemos exemplos na pesquisa que confirmam o consumo de bens a qualquer tempo e a realidade de coleta de dados na rede, sendo algumas das características típicas do capitalismo contemporâneo (CRARY, 2014). Nessa

perspectiva, pode-se relativizar a afirmação do escritor inglês Aldous Huxley na distopia *Admirável Mundo Novo* de que “não se pode consumir muita coisa, se se fica sentado lendo livros”. Nos dias atuais, momentos de leituras em aparelhos conectados à internet podem servir para coleta de informações sobre o leitor, favorecendo a construção de um “perfil” que receberá recomendações de compra de outros títulos relacionados.

Esses dois aspectos – disponibilidade e conectividade – parecem caracterizar, ao menos em parte, a leitura de livros digitais em celulares na contemporaneidade, revelando um papel relevante de novos agentes na experiência desses leitores.

## REFERÊNCIAS

- CAVALLO, Guglielmo. CHARTIER, Roger. **História da leitura no mundo ocidental**. Vol.1. São Paulo: Ed. Ática, 1998.
- CAWLEY, Christian. Why E-Books Are Recording Information About Your Reading Habits. **Make Use Of**, 26 fev 2015. Disponível em: <<http://www.makeuseof.com/tag/reading-ebooks-secure-think/>>. Acesso em 5 de janeiro de 2018.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CRARY, Jonathan. **24/7 – Capitalismo tardio e fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DAVIDSON, James et alli. The YouTube video recommendation system. **RecSys**, Barcelona, v. 26, n.30, p. 293-296, 2010.
- DORDA, María F. **Serendipia programada: la construcción del gusto según las recomendaciones de Spotify**. Trabajo de fin de Máster. Getafe: Universidad Carlos III de Madrid, 2017.
- DRUM, Marcela. E-books are tracking your reading habits. **Deutsche Welle**, Berlim, 7 nov 2012. Disponível em: <<http://p.dw.com/p/16c6Z>>. Acesso em 5 de janeiro de 2018.
- FARRAR, Lara. "Cell phone stories writing a new chapter in print publishing". **CNN**. 26/02/2009. Disponível em <http://edition.cnn.com/2009/TECH/02/25/japan.mobilenovels/>. Acesso em 20 de janeiro de 2019.
- GONÇALVES, Márcio Souza; CLAIR, Ericson Saint. Antes Tarde do que nunca: notas sobre as contribuições de Gabriel Tarde para a análise da articulação entre comunicação e cultura. In: **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 14, p. 137-148, dez. 2007
- HUXLEY, Aldous. **Admirável Mundo Novo**. São Paulo: Editora Globo, 2009.
- KASTE, Martin. Is Your E-Book Reading Up On You? National Public Radio (NPR), Washington, EUA, 14 dez 2010. Disponível em: <<https://www.npr.org/2010/12/15/132058735/is-your-e-book-reading-up-on-you>>. Acesso em 5 de janeiro de 2018.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007
- O'NEIL, Cathy. **Weapons Of Math Destruction: How big data increases inequality and threatens democracy**. Nova York: Broadway Books, 2017. E-book.
- RIFKIN, Jeremy. **The age of access: The new culture of hypercapitalism**. Nova York: Penguin, 2001. E-book.