

Os livros da pandemia: uma investigação metodológica virtual ¹

André Carlos MORAES²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Realizando ao mesmo tempo uma experimentação metodológica e um esboço de investigação quantitativa, este trabalho discute a viabilidade de empregar ferramentas de métrica abertas do Google como fonte de dados para um levantamento sobre o comportamento de leitores brasileiros durante sete meses de pandemia, entre março e setembro de 2020. Os dados foram cotejados com a edição 2020 da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, com a qual dialogam. Entre os pontos observados está uma forte elevação da busca eletrônica por livros gratuitos no período, um fenômeno que, aqui, é abordado sob a perspectiva da convergência e da multiplataforma. O trabalho também discute formas de contornar as fortes limitações metodológicas observadas na aplicação da técnica de obtenção dos dados testada, tendo em vista a opacidade instrumental da suíte de serviços do Google Trends, aqui analisada.

Palavras-chave: livros; multiplataforma; pandemia.

Em um ano marcado por medidas especiais de distanciamento social, cujas consequências incluem a inédita realização de um congresso nacional virtual da Intercom, este trabalho discute ao mesmo tempo uma metodologia de pesquisa eletrônica e insights sobre o comportamento de leitores de livros durante a quarentena. Parte-se do pressuposto de que indicadores sobre a busca on-line de obras por parte de usuários constituem uma instância da convergência ou multiplataforma, um conceito abordado em outros trabalhos³ e que integra o escopo temático do GP de Produção Editorial.

O ponto de partida do presente artigo é uma experimentação metodológica. Em artigo anterior⁴ foi testada a aplicação da suíte de ferramentas de métrica Google Trends como técnica de obtenção de insights quantitativos sobre comportamento de usuários.

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM UFRGS), e-mail: andrecmoraes@uol.com.br.

³ Ver <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0739-1.pdf>>, acesso em 11/10/20.

⁴ Ver <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0245-1.pdf>>, acesso em 11/10/20.

Trata-se de um conjunto de recursos oferecidos pelo mecanismo de busca da Internet que permite que sejam visualizados relatórios sobre as buscas realizadas pelos usuários da rede em determinados períodos. As ferramentas de métrica são utilizadas cotidianamente por criadores de conteúdo on-line para observar tendências do público ou do mercado em determinados períodos temporais. Investiga-se se o mesmo conjunto de funcionalidades pode originar resultados com validade e confiabilidade científica, que eventualmente possam ser empregados para embasar postulados teóricos. O presente artigo integra, assim, um teste da assertividade de uma técnica específica de obtenção de dados.

O conteúdo da pesquisa propriamente dita diz respeito à leitura de livros. Especificamente, à busca por obras disponíveis gratuitamente por parte de leitores/usuários da rede mundial de computadores, enfocando o período da quarentena (entre março de 2020 e o mês de setembro, imediatamente anterior à submissão do presente texto). Buscava-se verificar objetivamente, de preferência com corroboração de dados empíricos, a intuição corrente de que no período de distanciamento social teria havido um aumento da leitura de livros, especialmente de forma eletrônica, uma vez que muitas pessoas estavam isoladas em casa, com menos acesso físico a outras formas externas de entretenimento, formação e informação.

O recorte cronológico é relevante, entre outros motivos, porque dialoga com a edição de 2020 da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, o maior levantamento quantitativo periódico sobre o livro no País, que no mês de setembro apresentou sua quinta edição. A Retratos traz dados de 2019 traçando um amplo panorama de leitores, leituras e acesso aos livros em todo o Brasil. Entre os resultados apresentados e analisados está a diminuição de leitura de livros em relação à edição anterior da Retratos, de 2016. No contexto da expressiva ruptura de rotinas culturais e sociais observada em 2020, cabe contrapor dados observacionais de leitura do período corrente com aqueles da quinta edição da Retratos, que são de 2019.

A próxima seção apresenta rapidamente pressupostos teóricos. Em seguida, é exposta a mecânica metodológica. Os dados obtidos são apresentados juntamente com um cotejo com resultados da Retratos 2020. Ao final, as Considerações Finais sintetizam o aprendizado deste exercício investigatório.

Livros e convergência ou multiplataforma

Trabalha-se aqui com o conceito de convergência ou multiplataforma, uma modalidade comunicacional na qual o conteúdo se organiza e é distribuído em diferentes canais e camadas midiáticas, frequentemente com uma participação no processo pronunciadamente ativa por parte do usuário ou leitor, que muitas vezes assume a dimensão de um produtor de conteúdo adicional simultaneamente ao ato de recepção. O conceito é aqui entendido na acepção delineada por Ana Gruszynski (2015; 2016), tendo por referência também o entendimento de convergência de Henry Jenkins (2008). Transposta ao segmento específico dos livros, a convergência ou multiplataforma passa por questões como as versões/adaptações multimídia de obras literárias e a distribuição em múltiplos canais, tema tratado por autores como John Thompson (2012) e Ted Striphas (2011). Torna-se importante, também, levar em consideração as construções interpretativas e as cocriações dos leitores, agentes especialmente importantes no processo multiplataforma. No caso dos livros, no entendimento referenciado aqui esta dimensão mobiliza conceitos como o da leitura como operação de caça de Michel Certeau (1998) e a questão da importância da acessibilidade aos textos como porta de inclusão social, descrita por Michèle Petit (2002).

Decorre que no recorte tratado aqui conta-se com um concerto de todos estes elementos, na forma da trajetória virtual dos eventuais leitores em isolamento social que buscam obras para ler por vias eletrônicas. O que é possível apreender, neste caso, não é o ato da leitura em si, mas um indício virtual de que ele aconteceu ou foi ativamente procurado pelos usuários, que acessaram a rede mundial de computadores em busca de obras para ler. Uma série de fatores pode concorrer para este ato de procura, à parte a ausência de opções diversas de lazer ou dificuldade de contato físico com livros que não estejam em casa. Este público consumidor de textos on-line congrega, concebivelmente, desde adultos que procuram leitura por lazer até estudantes privados do acesso às escolas, profissionais sem condições de frequentar cursos de treinamento e professores buscando opções para aulas virtuais, entre outros.

Metodologia

Para a obtenção dos dados utilizados para a análise neste artigo, foram empregadas ferramentas da suíte de aplicativos Google Trends, novo nome para a suíte de serviços anteriormente chamada de Google Insights. Trata-se de um recurso do site de buscas que permite aos usuários fazer consultas sobre a quantidade de buscas que usuários da

rede mundial de computadores fizeram sobre determinados termos ao longo de períodos específicos. É possível customizar os relatórios solicitando informações de países ou regiões específicas e determinar o intervalo temporal.⁵

As ferramentas de métrica do Google Trends são utilizadas por sites comerciais e publicadores de conteúdo, porém seu emprego para fins científicos esbarra em uma série de limitações, que foram discutidas em artigo anterior⁶. Uma delas é que os relatórios não trazem quantidades absolutas de acessos. O Google Trends apresenta um gráfico relacional, que traz curvas e picos com base nas porcentagens de cada busca em relação ao máximo e mínimo daquele período. Isso torna impossível, por exemplo, verificar abrangência de dados do relatório. Isso só é possível por vias indiretas. Outra limitação diz respeito ao próprio mecanismo do Google para compilação dos resultados. De acordo com o sistema de ajuda do serviço, os relatórios são elaborados a partir de uma amostragem dos dados totais de busca do portal, não a partir da totalidade deles. Assim, duas consultas ao Google Trends correm o risco de não trazer os mesmos resultados. O site de buscas utiliza técnicas estatísticas para tornar as amostras mais confiáveis, o que torna múltiplas consultas muito parecidas umas com as outras. Mesmo assim, quando se trata de pesquisas com resultados muito reduzidos, a amostragem pode produzir variações consideráveis. E uma vez que os relatórios não trazem quantidades absolutas, só percentuais, torna-se difícil estimar se os dados de cada relatório são suficientemente abrangentes para não ser afetados pela técnica de amostragem.

Decorre desta última limitação um problema observado durante o levantamento. O Google Trends apresenta relatórios em forma de gráficos. Usuários interessados em examinar os dados detidamente podem descarregar os dados em forma tabular, em arquivo de planilha eletrônico. Observou-se, entretanto, que os dados dos arquivos de planilha, quando descarregados, trazem pequenas variações em relação aos dados dos gráficos. Isso provavelmente acontece porque os gráficos e as planilhas fornecidas pelo portal provêm de amostragens diferentes.

Como parte do experimento metodológico tratado no presente trabalho, buscou-se compensar estas limitações técnicas da ferramenta com cruzamento de dados. Comparando-se buscas com os dados da pesquisa Retratos, por exemplo, é possível avaliar seu grau de confiabilidade. Outra técnica consiste em comparar, dentro do próprio Goo-

⁵ Disponível em: < <https://trends.google.com.br/trends/?geo=BR>>, acesso em 11/10/20.

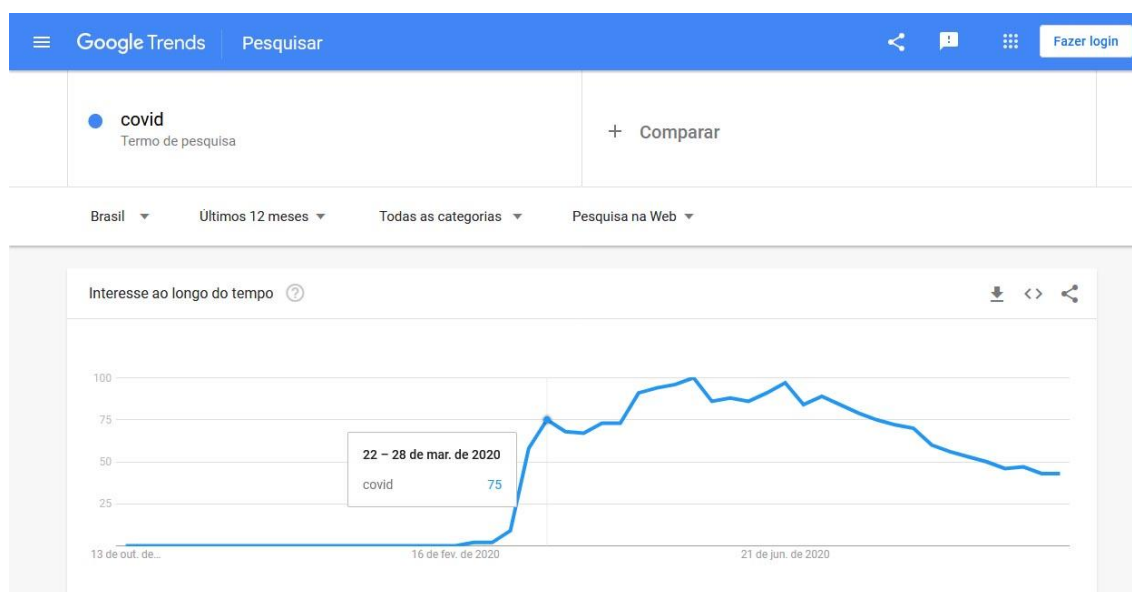
⁶ Ver <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0245-1.pdf>>, acesso em 11/10/20.

gle Trends, buscas diferentes. Comparando-se pesquisas diversas, pode-se estimar suas importâncias relativas, mesmo sem obter os números absolutos. A seção a seguir apresenta os dados utilizados como corpus para a análise.

Os dados

O Gráfico 1, abaixo, exemplifica como funcionam os dados do Google Trends, trazendo um relatório sobre as buscas para o termo “covid” no Brasil ao longo dos últimos 12 meses.

Gráfico 1. Buscas no Google no Brasil por 12 meses para “covid”



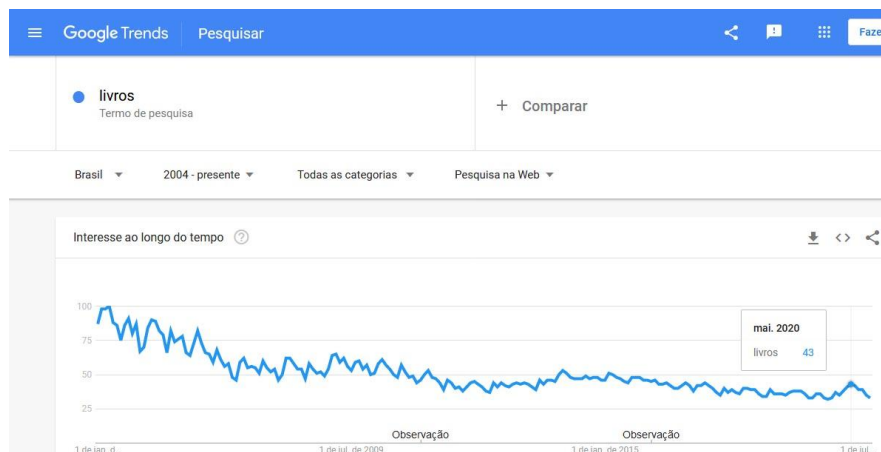
FONTE: Google Trends

Observe-se no Gráfico 1 a característica interativa da apresentação visual dos dados do Google Trends. Para obter a posição percentual de cada pico da curva é preciso manter o apontador do mouse sobre ele, de outra forma só é possível fazer uma estimativa a partir da régua da esquerda, que traz intervalos percentuais. Na captura de tela do Gráfico 1, está em evidência o primeiro pico do gráfico, que corresponde ao intervalo de 22 a 28 de março de 2020. Esta é outra característica dos dados. Os intervalos dos dados são geralmente semanais, não mais específicos do que isso. Neste gráfico utilizado como exemplo, nota-se o aumento súbito de buscas dos usuários para “covid” no final do mês de março, o que efetivamente corresponde ao início da pandemia.

Tendo sido apresentado o método, no Gráfico 2 entra-se na temática do artigo propriamente dita. Ali são mostradas as consultas pela palavra “livro” por usuários do

Brasil desde o ano de 2004 até o ano presente.

Gráfico 2. Buscas no Google no Brasil para “livros” de 2004 a 2020



FONTE: Google Trends

O Gráfico 2 traz como características a curva em declínio nas buscas por “livro” entre 2004 e 2020, com o pico concentrado no início, no começo da primeira década, e os pontos mais baixos perto do período atual. Exceção é uma elevação registrada em maio de 2020. Trata-se de um período cronologicamente próximo do início da pandemia vista no Gráfico 1. A Tabela 1, abaixo, traz alguns dos dados do Gráfico 1 detalhados mês a mês, em três anos, 2004, 2019 e 2020 (até setembro)

Tabela 1. Buscas mensais no Google no Brasil para “livros” em 2004, 2019 e 2020

mês	2004 (%)	2019 (%)	2020 (%)
janeiro	88	37	38
fevereiro	95	38	35
março	100	39	38
abril	100	38	42
maio	88	36	44
junho	88	33	43
julho	77	33	40
agosto	87	36	40
setembro	90	37	36
outubro	82	34	-
novembro	89	32	-
dezembro	68	34	-

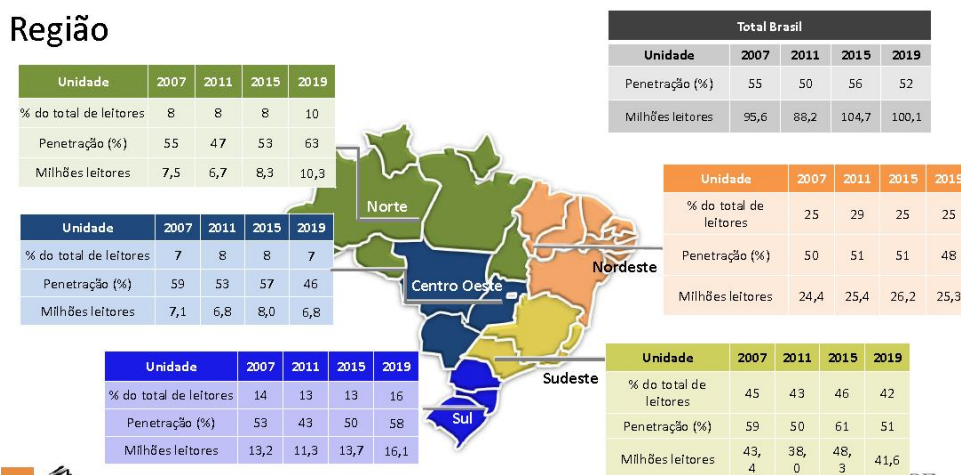
FONTE: Google Trends

Nota-se na Tabela 1 a diferença expressiva nas quantidades percentuais de busca

entre o primeiro ano do intervalo (2004) e os dois últimos (2019 e 2020). O detalhe, no final, é a elevação súbita que começa a ficar pronunciada em abril de 2020, passando pela primeira vez em dois anos dos 40%, patamar mantido até agosto.

O Gráfico 2 e a Tabela 1, como em geral os relatórios do Google Trends, só trazem percentuais, não quantias absolutas. Porém, é possível comparar os dados, para avaliar fiabilidade, com os da pesquisa Retratos. O Gráfico 3 traz dados da Retratos 2020.

Gráfico 3. Penetração de leitores de 2007 a 2019 – Retratos 2020



FONTE: Retratos da Leitura no Brasil 2020⁷

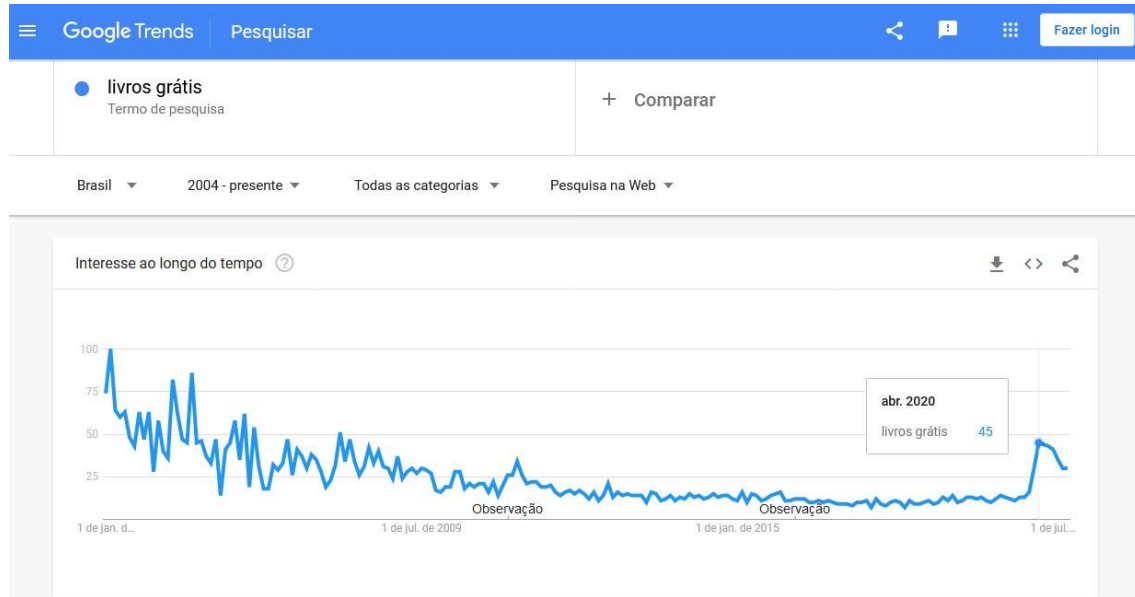
Embora possua metodologia diferente e aborde assunto diverso, tratando de leitores, o Gráfico 3 também traz números em queda em várias regiões, quando mostra o Centro Oeste declinando de 7,1 milhões de leitores de livros em 2007 para 6,8 milhões em 2019, ou o Sul declinando de 43,4 milhões de leitores em 2007 para 41,6 em 2019. Este ângulo de queda é semelhante aos números do Gráfico 2. Embora os intervalos sejam diferentes, observa-se uma tendência de queda. A planilha de dados mês a mês do relatório do Google Trends, que não é reproduzida aqui, trazia, para fins de comparação, médias anuais de 54% em 2007, 45% em 2011, 48% em 2015 e 35% em 2019. Como no Gráfico 3, nota-se um aumento em 2015 e uma queda em 2019. Há semelhanças nos gráficos, o que indica que, em princípio, os dados do Google Trends acompanham os da Retratos em alguma medida. Na prática, o que isso significa é que pode haver certo grau de paralelismo entre as quantidades de buscas pelo termo “livros” no Google e a efetiva penetração de livros entre usuários nas diversas regiões do País, conforme mensurada

⁷ Retratos (2020), Apresentação, p. 22.

pela Retratos. Obviamente, trata-se de uma semelhança não necessariamente com nexos causal. Os dois grupos podem variar juntos por motivos diversos.

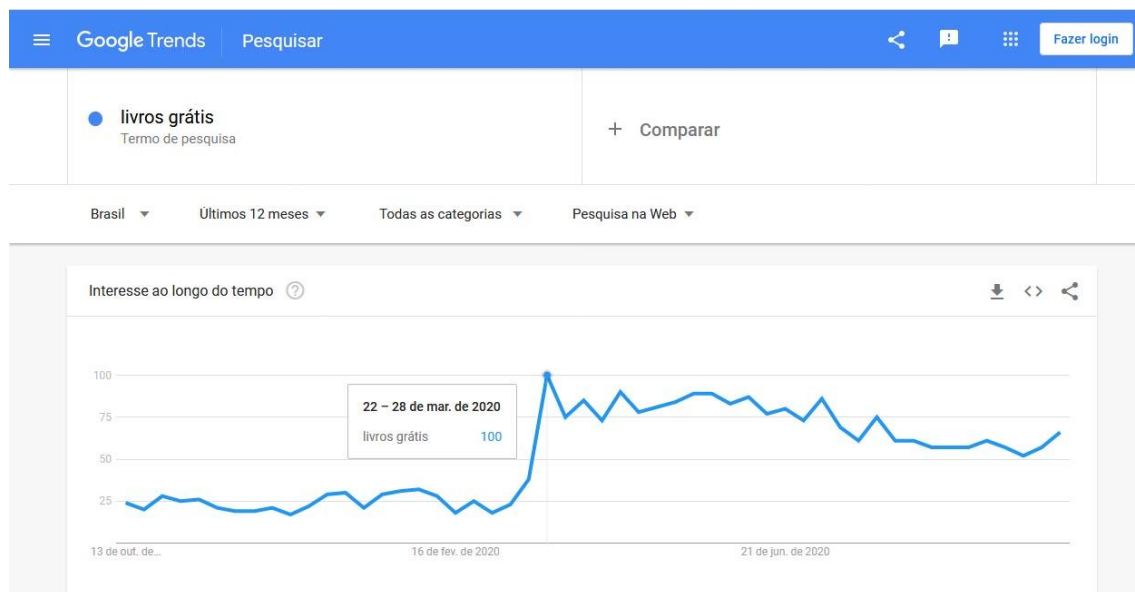
Mais diretamente ligados à temática do presente artigo, os Gráficos 4 e 5, abaixo, trazem dados do Google Trends para o termo “livros grátis” no Brasil em dois intervalos: 2004 a 2020 no Gráfico 4 e os últimos 12 meses (até outubro 2020) no Gráfico 5.

Gráfico 4. Busca por “livros grátis” no Brasil de 2004 a 2020



FONTE: Google Trends

Gráfico 5. Buscas por “livros grátis” no Google nos últimos 12 meses no Brasil (até outubro)



FONTE: Google Trends

O Gráfico 4 traz um pico em abril de 2020 e o Gráfico 5 um pico mais específico começando no final de março de 2020. O intervalo coincide com o início da pandemia, conforme já era visto no Gráfico 1. Os Gráficos 4 e 5 mostram picos maiores no início da pandemia do que acontecia no Gráfico 2, aquele que trazia as buscas para “livros”. As buscas pelo termo “livros grátis” estão contidas dentro das buscas pelo termo mais amplo “livros”, o que explica a curva mais acentuada neste ponto específico.

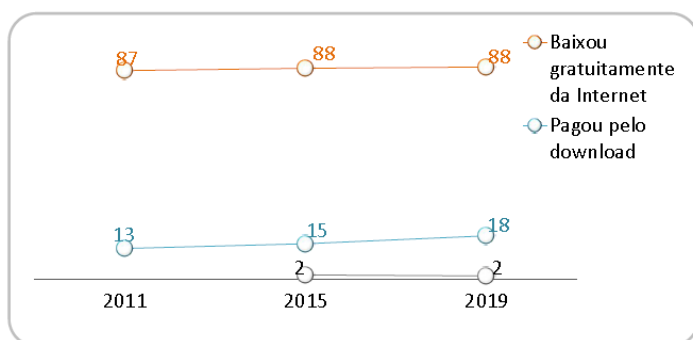
Não é possível cotejar os dados dos Gráficos 4 e 5 com a pesquisa Retratos, que teve seu levantamento realizado em 2019. Também não é possível estimar quantidades de buscas e de leitores que eles trazem. Mas é seguro assumir que de fato houve um aumento pronunciado de buscas por livros gratuitos a partir de final de março, uma vez que o pico do Gráfico 1, que tratava das buscas por “covid”, começou no mesmo período e, efetivamente, corresponde a um fenômeno observado socialmente (no caso, o aumento de interesse pela doença pandêmica).

A relevância do tema “livros grátis” se justifica em função de dados preexistentes. O Gráfico 6 traz dados da pesquisa Retratos⁸, mostrando as formas de obtenção de livros eletrônicos entre os leitores que fizeram este tipo de leitura ao longo dos três últimos intervalos da pesquisa:

Gráfico 6. Formas de Acesso a Livros Digitais segundo a pesquisa Retratos 2020

FORMAS

de acesso a livros digitais



Base: Já leu livro digital 2011 (270) / 2015 (539) / 2019 (1452)

Ainda que o pagamento pelo download aumente entre os leitores de classes e renda mais alta, ainda assim a grande maioria lê livros digitais baixados gratuitamente da Internet.



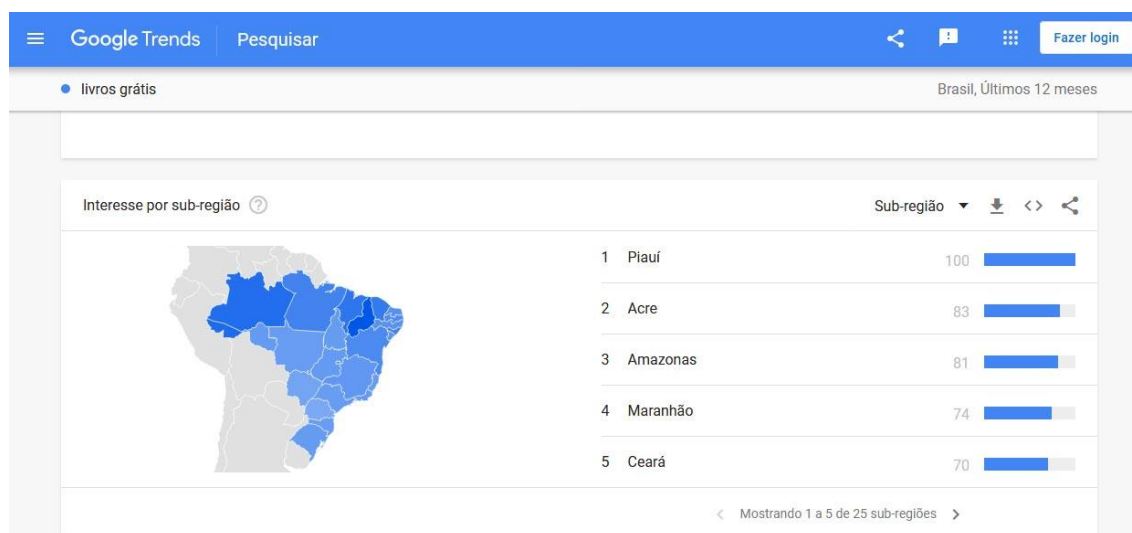
FONTE: Retratos da Leitura no Brasil 2020

⁸ Retratos (2020), Leitura em Outros Suportes, p.14.

O Gráfico 6 indica que a ampla maioria de leitores de livros eletrônicos indica obter o material de leitura gratuitamente pela Internet. É lógico supor que um aumento na quantidade de livros lidos pela modalidade eletrônica venha acompanhada de um crescimento na obtenção dos títulos por esta via. Daí a investigação sobre o termo.

Abaixo, o Gráfico 7 traz outro dado relacionado a livros grátis no Google Trends. Trata-se da porção do relatório de uma pesquisa no Brasil nos últimos 12 meses fracionada por Estados.

Gráfico 7. Busca por “livros grátis” no Google nos últimos 12 meses (até outubro)



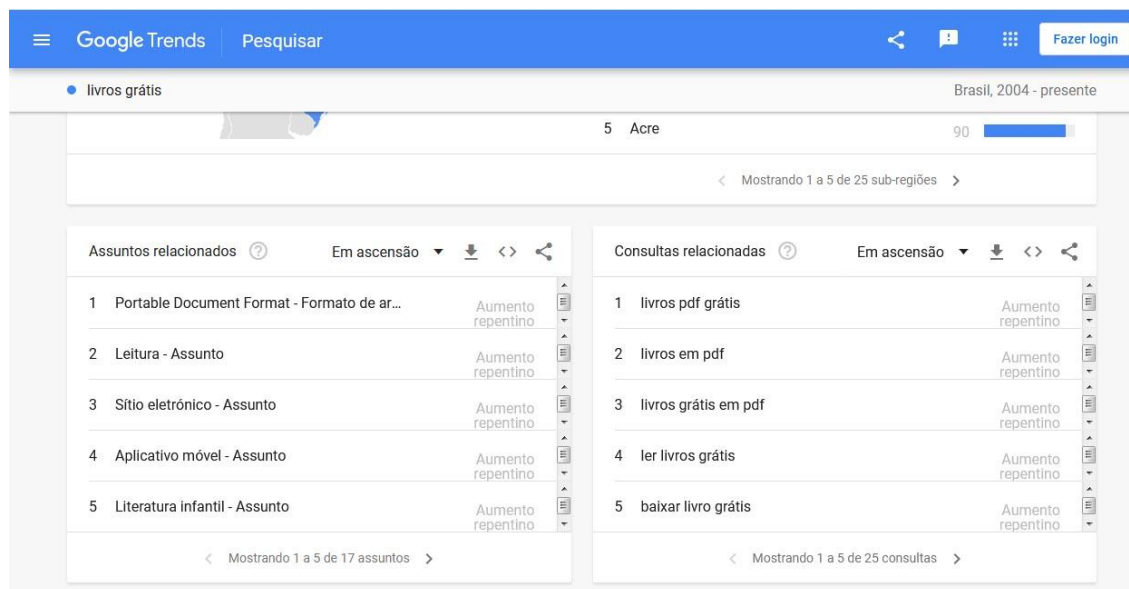
FONTE: Google Trends

No Gráfico 7, o mapa do Brasil mostra cores em azul, cuja intensidade acompanha o percentual de busca. Os maiores percentuais são no Nordeste e Norte, como pode ser visto nos cinco primeiros estados listados na relação que vem ao lado do mapa. Esta informação é relevante, por sua vez, porque poderia ser um indicativo da precariedade de acesso aos textos por outras vias nestas regiões. Lembrando que se trata de resultados da busca no Google, os dados são gerais, podendo incluir desde buscas escolares ou profissionais até leitura por lazer.

O Gráfico 8 traz outro conjunto de dados que faz parte dos relatórios do Google Trends para a mesma pesquisa por “livros grátis” no Brasil ao longo dos últimos 12 meses. Trata-se das buscas relacionadas. Aqui, são listados outros termos associados a este que os mesmos usuários podem ter inserido no buscador ou então que o algoritmo

do Google entende como assemelhados, tanto por afinidade do termo quanto por associação lógica.

Gráfico 8. Termos associados pelo Google Trends à busca Livros Grátis no Brasil em 12 meses



FONTE: Google Trends

Dois campos integram o tipo de relatório do Google Trends mostrado no Gráfico 8. À esquerda vêm os “assuntos relacionados”, que constituem uma associação lógica por algoritmo feita pelo mecanismo automático do serviço. Aqui, podem estar contidos desde termos assemelhados até material patrocinado. No caso da pesquisa por “livros grátis”, é listado o padrão Portable Document Format, o PDF, formato de arquivo comumente empregado para livros eletrônicos, e que tende a ser associado tanto nas buscas quanto na própria hospedagem de e-books. Outros resultados incluem “leitura”, “sítio eletrônico”, “aplicativo móvel” e “literatura infantil”, indicando, por sua vez, que o Google Trends agrupa as buscas por “livros grátis” em um conjunto lógico que inclui estes termos. Interessante apontar a literatura infantil como a primeira das associações lógicas temáticas. Ela vem na frente de outros termos possíveis como “romance”, “livro escolar” ou “livro texto”.

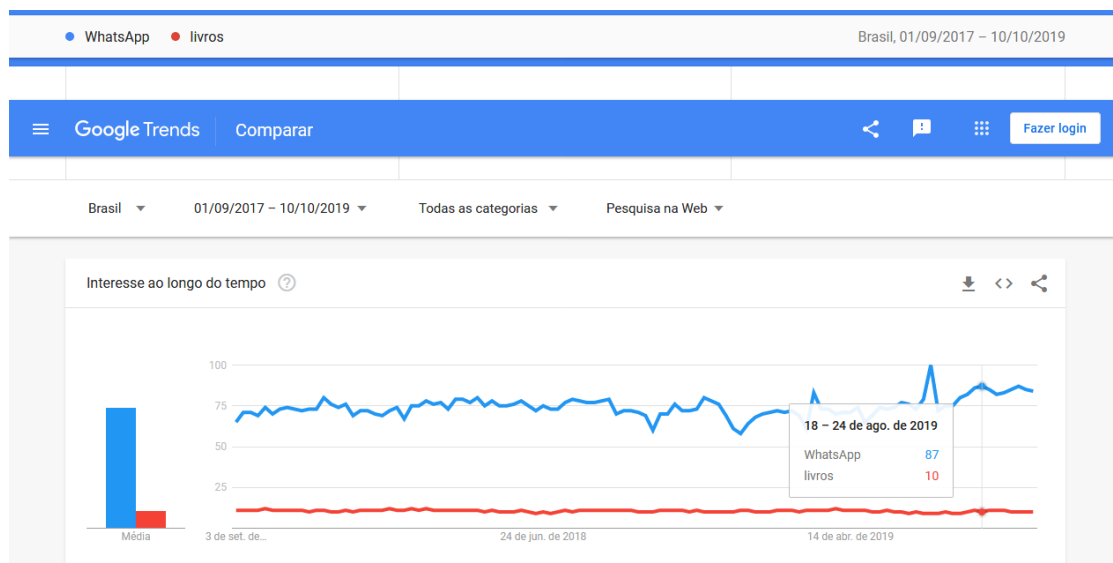
A coluna da direita no Gráfico 8 traz buscas relacionadas, ou seja, pesquisas que os mesmos usuários fizeram em seguida ao termo “livros grátis”, ou então outras pesquisas de outros usuários que tiveram o mesmo campo de resultados. Aqui, aparecem variações como “livros PDF grátis”, “livros em PDF”, “livros grátis em PDF”, “ler livros grátis” e “baixar livros grátis”. As formas que incluem o termo PDF podem denotar

uma certa intimidade do usuário com livros eletrônicos em geral, já que este é o formato mais comumente usado para os e-books, ou ao menos indicam domínio técnico do procedimento de download deste tipo de arquivo. Os termos mais amplos “ler livros grátis” e “baixar livros grátis” podem ser compatíveis com os dados mais amplos vistos na pesquisa do Google Trends sobre aumento súbito de buscas por texto eletrônico na época de pandemia. Pode-se especular que leitores que não costumem fazer este tipo de busca tenham a tendência de procurar inicialmente não o formato de arquivo mas a ação de leitura que desejam fazer.

Um último dado relevante trazido pelo Gráfico 8 é a indicação “aumento repentino” ao lado de cada termo de busca relacionado ou assunto relacionado. Para cada entrada deste tipo no relatório, o Google Trends traz uma indicação sobre a intensidade da busca pelo termo, ou sua relevância lógica. Em todos os casos citados, vem assinalado “aumento repentino”. Produtores de conteúdo procuram este indicador porque ele assinala tendências em ascensão, mostrando temas que estejam no interesse dos usuários naquele momento. No caso do que é mostrado no Gráfico 8, a indicação acompanha o que já foi visto no Gráfico 5, que é um crescimento acelerado, a partir do período de pandemia, das buscas por “livros grátis” e todos os conteúdos associados.

Uma última pesquisa realizada vem no Gráfico 9. Trata-se de um comparativo entre os termos “livros” e “WhatsApp” no Brasil entre 2017 e 2019. Aqui, buscava-se comparar a intensidade do interesse pelos dois tópicos.

Gráfico 9. Comparativo de buscas no Google por “WhatsApp” e “livros” entre 2015 e 2019



FONTE: Google Trends

A comparação entre duas pesquisas é outro dos recursos oferecidos pelo Google Trends. Esta técnica permite que se tente contornar a limitação de que não são mostradas quantidades absolutas nos relatórios. É possível contrapor um termo a outro e avaliar sua importância relativa. Supõe-se, a partir de outros dados, inclusive os listados na pesquisa Retratos, que o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp seja um dos termos mais buscados pelos usuários no campo de telecomunicações. O Gráfico 9 mostra a importância relativa que os livros têm em relação ao popular aplicativo. Nota-se que a linha vermelha do Gráfico 9, referente às leituras, está quase na base, enquanto o termo WhatsApp aparece proeminentemente no alto.

Considerações finais

O exercício realizado pelo presente artigo buscava experimentar um método de obtenção de dados quantitativos virtual ao mesmo tempo que investigava um tema ligado à leitura multiplataforma. Os resultados obtidos devem ser vistos principalmente como um insight, um indicativo sobre a relevância ou viabilidade de certas pesquisas, não necessariamente dados consolidados. São relevantes os amplos indicativos de que efetivamente houve um aumento do interesse dos usuários por livros em via eletrônica durante o período da pandemia, assim como a sugestão de que esses livros foram na maioria buscados gratuitamente pela Internet. Literatura infantil pode também estar relacionada a este aumento, o que sugere um contexto de pais com os filhos em casa na quarentena, muitos sem acesso sequer virtual à escola. Também é relevante a presença mais saliente dos Estados do Norte e Nordeste entre os resultados, possivelmente ligada a dificuldades adicionais de acesso aos títulos.

Estes dados não substituem uma pesquisa quantitativa ou levantamentos rigorosos, mas podem, como observado no cotejo com dados da pesquisa Retratos, dialogar com outras pesquisas. No caso da Retratos, inclusive, o importante levantamento periódico brasileiro foi lançado este ano mas, infelizmente, não inclui dados do período de pandemia, uma vez que foi realizado em 2019. Neste caso, recursos como o Google Trends podem ser, por enquanto, a única via de obter dados atualizados. Esta é a maior utilidade desta ferramenta, permitindo acesso facilitado a dados quantitativos empíricos. Deve-se levar em conta, claro, as numerosas limitações e ressalvas a esta técnica, quando empregada com finalidade científica.

A opacidade dos algoritmos do Google Trends é o principal obstáculo para sua consideração como técnica de pesquisa efetiva. O serviço não fornece quantidades absolutas, nem especifica tamanho da amostragem, universo de pesquisa ou sequer margem de erro. Este fator é especialmente importante quando se coteja os dados projetados pela pesquisa Retratos, que indicam que alguns dos termos de pesquisa podem envolver milhões de leitores e usuários. Nos relatórios do Google Trends, só há percentuais, e toda inferência sobre quantidade tem que ser realizada por vias indiretas, como era feito no Gráfico 9, que comparava a intensidade do interesse por WhatsApp e livros.

O funcionamento obscuro dos algoritmos do Google também é um obstáculo à utilidade dos dados, já que não é possível compreender os critérios usados para agrupar pesquisas relacionadas ou assuntos relacionados. É possível que inclusive patrocínios estejam mesclados nos resultados. Isso não aconteceu nas pesquisas trazidas neste artigo, mas é comum que marcas comerciais sejam listadas como pesquisas relacionadas quando se pesquisa no Google Trends por outros assuntos.

Um aprendizado inicial do exercício empreendido aqui é que a ferramenta técnica do Google Trends é relevante por sua acessibilidade e abrangência relativa, permitindo insights que podem ser muito significativos a respeito de comportamentos sociais. Deve-se lembrar, contudo, que a opacidade dos resultados, que não podem ser submetidos ao rigor da verificação metodológica, representa forte obstáculo para sua aplicação como instrumento de obtenção de dados confiáveis. O Google Trends pode ser indicado para pesquisas prospectivas, na fase em que ainda se buscam dados para embasar a proposição de um projeto, ou eventualmente, como aqui, pode ajudar a trazer dados iniciais em períodos ou circunstâncias nas quais não foi possível fazer uma pesquisa quantitativa de outra forma. A economia de tempo e recursos da ferramenta é tentadora, mas com a devida cautela metodológica.

REFERÊNCIAS

- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1998
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design editorial e publicação multiplataforma. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p.571-588, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58547>>. Acesso em 15 jan. 2016.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Dispositivos de leitura no cenário de convergência das mídias. In: RÖSING, Tania; ZILBERMAN, Regina. **Leitura: história e ensino**. Porto Alegre: Edelbra, 2016. p.169-187

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

PETIT, Michèle. **Éloge de la lecture**: la construction de soi. Paris: Belin, 2002.

Retratos da leitura no Brasil 5ª edição / São Paulo: Instituto Pró-livro, 2020.
Disponível em: < <https://prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/a-pesquisa-5a-edicao/>>. Acesso em 12/10/20.

STRIPHAS, Ted. **The late age of print**: everyday book culture from consumerism to control. New York: Columbia University Press, 2011.

THOMPSON, John B. **Books in the digital age**. Cambridge: Polity, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2002