

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA

CARLIENE CRISTINA OLIVEIRA DA SILVA

BLOGS LITERÁRIOS NO INCENTIVO À LEITURA

Belém
2016

CARLIENE CRISTINA OLIVEIRA DA SILVA

BLOGS LITERÁRIOS NO INCENTIVO À LEITURA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Pará.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Franciele Marques Redigolo.

Belém
2016

Dados internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

Silva, Carliene Cristina Oliveira de.

Blogs literários no incentivo à leitura / Carliene Cristina Oliveira de Silva ; orientadora: Prof^a. Dr^a. Franciele Marques Redigolo. — 2016.
51f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Biblioteconomia (FABIB), Belém, 2016.

1. Redes Sociais – Internet 2. Blogs Literários. 3. Mídias Sociais.
4. Incentivo à leitura. I. Redigolo, Franciele Marques, *orient.* II. Título

CDD:303.483

CARLIENE CRISTINA OLIVEIRA DA SILVA

BLOGS LITERÁRIOS NO INCENTIVO À LEITURA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Pará.

Aprovado em: 30/09/2016

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Franciele Marques Redigolo - Orientadora
Universidade Federal do Pará

Prof^a. Dr^a. Marise Teles Condurú
Universidade Federal do Pará

Prof^o. MSc. Williams Jorge Correa Pinheiro
Universidade Federal do Pará

Dedico a minha família, em especial a minha mãe pelo apoio e incentivo na elaboração deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela força nesta jornada.

Agradeço a minha mãe Maura de Oliveira e minha irmã Carla Danielle por sempre me apoiarem nestes anos de graduação.

À Professora Dr^a Franciele Marques Redigolo pela orientação, conselhos e críticas.

Sou grata aos meus chefes Bibliotecários nos estágios que passei: Rosemarie Costa (ETDUFPA – Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Para) por me proporcionar minha primeira experiência de estágio na área; Andréia Monteiro, Márcia Campos, Paulo Maia e a auxiliar administrativa Cláudia Aranha (SEMAS – Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Sustentabilidade) pela amizade e conhecimento que me repassaram durante a minha temporada no estágio, muito obrigada pelo apoio.

Aos amigos e colegas da turma 2012 (manhã) pelo carinho, conversas e risadas, em especial as minhas amigas Míriam Pimenta e Irlaneide Brito, pois não sei o que seria de mim nesta graduação sem o apoio e amizade de vocês, minhas companheiras de trabalhos e eventos literários.

Também agradeço aos meus amigos do tempo de escola que estão até hoje ao meu lado: Benedito Júnior, Grazielly Lardoza, Yane Amorim, Maysa Mayron, Amanda Thaís, Alessandra Santos, Thalita Ayass e Kalilo Miranda, só tenho a agradecer por toda alegria e amizade que me proporcionam.

Agradeço a todos os blogueiros literários que se dispuseram a participar desta pesquisa e que demonstraram muita simpatia ao entrarem em contato.

Enfim agradeço a todos que participaram direta e indiretamente deste trabalho.

“A leitura torna o homem completo; a conversação torna-o ágil; e o escrever dá-lhe precisão.”

(Francis Bacon)

RESUMO

As mídias sociais e as novas tecnologias estão presentes no dia-a-dia da sociedade, sendo usadas como meios de interação entre usuários assim como utilizadas no compartilhamento de informações relevantes nos mais diversos assuntos na *web*. Esta pesquisa aborda como objetivo principal o uso dos *blogs* literários como incentivadores de leitura mostrando os métodos usados por estas mídias sociais na prática e divulgação da literatura nacional e estrangeira. A metodologia utilizada baseou-se na revisão de literatura sobre leitura e as tecnologias de informação e comunicação (TICs) correlacionando os dois temas além da aplicação de questionário aos blogueiros literários. Identificaram-se os meios de interação que os blogueiros possuem com seus leitores. Os dados coletados e analisados basearam-se de acordo com os objetivos específicos proposto nesta pesquisa. Os resultados obtidos mostraram pontos positivos e negativos em relação à interatividade do leitor com o blogueiro e vice-versa. Espera-se que esta pesquisa venha contribuir e mostrar aos profissionais de Biblioteconomia, Letras, Pedagogia entre outras áreas afins que o uso desta e de outras redes sociais podem colaborar com uma sociedade mais interessada no hábito de leitura.

Palavras-chave: Leitura. Práticas de Leitura. Mídias Sociais. Blogs Literários.

ABSTRACT

Social media and new technologies are present in the day-to-day society, being used as a means of interaction between users as well as used in the sharing of relevant information in various subjects on the web. This research deals with the main objective of the use of literary blogs as reading incentive showing the methods used by these social media in practice and dissemination of national and international literature. The methodology used was based on the reading of literature review and information and communication technologies (ICTs) correlating the two issues beyond the questionnaire to literary bloggers. They identified the means of interaction that bloggers have with their readers. The collected and analyzed data were based according to the specific objectives in this research. The results showed positive and negative points from the player's interaction with the blogger and vice versa It is hoped that this research will contribute and show Librarianship professionals, Letters, Education entres other related areas that the use of this and other social networks can collaborate with a society more interested in reading habits.

Keywords: Reading. Reading Practices. Social media. Blogs Literary.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| Imagem 1 - Top Comentarista de agosto..... | 24 |
| Imagem 2 - Capa do livro Muito mais que 5inco Minutos..... | 26 |
| Imagem 3 - Capa do livro Tudo tem uma Primeira Vez..... | 27 |
| Imagem 4 - Capa do livro O amor nos tempos de #likes..... | 28 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Relação dos objetivos específicos com os capítulos da pesquisa..... | 13 |
| Quadro 2 - Critérios usados na elaboração do questionário..... | 29 |
| Quadro 3 - <i>Blogs</i> Literários participantes, por região brasileira..... | 34 |
| Quadro 4 - Lista de desafios e projetos literários 2016..... | 37 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 - Faixa etária..... | 31 |
| Gráfico 2 - Nível de Escolaridade..... | 32 |
| Gráfico 3 - Profissões dos blogueiros entrevistados..... | 33 |
| Gráfico 4 - Regiões Brasileiras..... | 33 |
| Gráfico 5 - Idade dos <i>blogs</i> | 35 |
| Gráfico 6 - Meios de incentivos literários..... | 37 |
| Gráfico 7 - Gêneros Literários..... | 40 |
| Gráfico 8 - Frequência de postagens..... | 42 |
| Gráfico 9 - Incentivo à leitura..... | 43 |
| Gráfico 10 - Retorno financeiro..... | 43 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 12 |
| 2 A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS NO PROCESSO DE LEITURA.. | 15 |
| 2.1 O LEITOR NA ERA DIGITAL..... | 16 |
| 3 O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO INCENTIVO À LEITURA..... | 18 |
| 3.1 <i>BLOGS</i> | 20 |
| 3.2 <i>BLOGS LITERÁRIOS</i> | 21 |
| 3.3 <i>BLOGS ALÉM DE ENTRETENIMENTO: PARCERIAS</i> | 24 |
| 4 DE BLOGUEIROS/YOUTUBERS A AUTORES DE LIVROS..... | 26 |
| 5 METODOLOGIA..... | 29 |
| 6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS..... | 31 |
| 6.1 DISCUSSÃO GERAL DOS RESULTADOS..... | 44 |
| 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 46 |
| REFERÊNCIAS..... | 48 |
| APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA APLICAÇÃO COM OS BLOGUEIROS... | 50 |

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e a criação das mídias sociais, como redes sociais e comunidades virtuais vieram por facilitar a troca de informações e possibilitando uma maior interação entre a população, seja para fins pessoais e/ou profissionais.

Essa evolução possibilitou também novas formas de suportes de leitura e escrita, com a criação de *e-readers* (leitores digitais) possibilitando que os leitores tenham diversos livros armazenados em um só lugar. Entre os mais conhecidos ultimamente estão o *Kobo*, *Kindle* e *Lev*¹.

Di Luccio e Nicolaci-da-Costa (2010) afirmam que os novos suportes proporcionaram a interação com os textos produzidos, assim possibilitando também uma maior interação entre autor e leitor.

No processo de escrita temos várias plataformas utilizadas na divulgação e incentivo à leitura. As redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Wattpad* e comunidades virtuais como *blogs* funcionam como meios de aproximar autores e leitores.

Na internet podemos encontrar vários *blogueiros*² e *youtubers*³ com conteúdos direcionados a livros literários, onde por meio de suas experiências de leitura levam seus leitores a conhecerem novos livros e autores, sejam por meio de resenhas, maratonas literárias, projetos de leitura, eventos literários entre outros.

No princípio os *blogs* eram utilizados como diários pessoais, atualmente são usados como uma forma de disseminar informação e conteúdo em diversas áreas do conhecimento. Por meio da observação em vários destes meios de comunicação, pôde-se constatar um crescimento no número de usuários. Outra ferramenta bastante utilizada também é *linkar a homepage* do *Facebook* e perfis do *Twitter* e *Instagram* ao próprio *blog*.

Diante deste panorama, destaca-se que ler é essencial a todo ser humano e o ato e a prática de leitura, nos tornam capazes de enriquecer nosso conhecimento, sejam por intermédio de livros, artigos, periódicos, gibis, entre outros.

¹ Marcas de leitores digitais disponibilizadas no mercado respectivamente pela Livraria Cultura, Amazon e Saraiva.

² São chamados *blogueiros* os criadores de conteúdos nos blogs.

³ São chamados *youtubers* os indivíduos criadores de conteúdos no *Youtube*.

Desta forma, os autores de blogs utilizam vários meios para disseminar seu conteúdo, experiências e pontos marcantes que encontraram nos livros lidos, o compartilhamento em outras redes sociais conectadas aos *blogs* também colaboram com essa disseminação.

Com isso questionou-se: Quais métodos são utilizados na prática de incentivo à leitura? Quais gêneros literários são mais abordados e compartilhados nestes blogs? Como ocorre a interação dos blogueiros com seus usuários? Esta interação é frequente?

Neste contexto, o interesse pelo tema desta pesquisa manifestou-se por ser um assunto que está inserido nesta sociedade atualmente digital, onde a informação pode ser inserida, editada, recuperada e acessada de qualquer lugar e em diversos suportes tecnológicos.

A partir desta problemática, a proposta para o desenvolvimento desta pesquisa centra-se na investigação sobre alguns *Blogs* Literários de diferentes estados brasileiros a partir da interação com seus usuários e incentivo à leitura.

O objetivo geral deste trabalho é contribuir para a área de Disseminação da Informação por investigação de blogs literários que colaboram no incentivo à leitura.

Sendo assim, espera-se que com este estudo haja uma contribuição na compreensão de se utilizar as tecnologias que estão surgindo, usando-as na Disseminação da Informação e do Conhecimento.

No quadro 1 apresenta-se os objetivos específicos usados no desenvolvimento prático da pesquisa.

Quadro 1 - Relação dos objetivos específicos com os capítulos da pesquisa

| Objetivos específicos | Capítulos da pesquisa |
|---|--|
| a) Identificar os métodos utilizados pelos <i>blogs</i> literários de diferentes estados brasileiros na prática de incentivo à leitura; | Capítulo 3 - O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO INCENTIVO À LEITURA |
| | Capítulo 6 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS |
| | APÊNDICE A |
| b) Observar o conteúdo literário compartilhado nestes <i>blogs</i> ; | Capítulo 6 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS |
| | APÊNDICE A |
| c) Verificar os meios de interação entre blogueiros e os leitores dos <i>blogs</i> . | Capítulo 3 - O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO INCENTIVO À LEITURA |
| | Capítulo 6 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS |

| | |
|--|------------|
| | RESULTADOS |
| | APÊNDICE A |

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

A metodologia utilizada foi à observação direta dos blogs e a aplicação de questionário aos blogs literários (vide apêndice A, p. 56).

O trabalho está estruturado em sete capítulos, sendo que o primeiro apresenta introdução, objetivos geral e específicos e um breve comentário sobre a metodologia utilizada na elaboração da pesquisa. O segundo capítulo dedica-se a conceituar a importância da prática de leitura na era digital. O terceiro capítulo aborda o uso das mídias sociais como incentivadores de leitura, sendo esta seção subdividida para apresentar a comunidade escolhida nesta pesquisa: *blogs literários*. O quarto capítulo apresenta a popularização no mercado editorial dos livros escritos por *blogueiros/youtubers*. O quinto capítulo apresenta a metodologia e os instrumentos usados na pesquisa. Os dois últimos capítulos são dedicados aos resultados e discussão dos dados analisados, assim como as considerações finais. Finalizando com a lista de referências usadas na realização do corpo do trabalho e a apresentação do apêndice com as perguntas elaboradas para a prática da pesquisa.

2 A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS NO PROCESSO DE LEITURA

Neste capítulo será abordada a importância da prática de leitura e a utilização das novas tecnologias pelos leitores nesta era digital.

A prática de leitura é essencial para o ser humano, sendo capaz de enriquecer nosso conhecimento, vocabulário, aumentando nossa criatividade e desenvolvimento em relação à escrita.

“A leitura e a escrita são práticas sociais cada vez mais exigidas para a participação ativa na sociedade moderna” (DIAS; GOMES, 2015, p. 185).

É comum encontrarmos pessoas que não gostam de ler, isto pode ocorrer por vários motivos, dentre eles por acharem cansativa a leitura de um livro. Esta é uma situação que pode ser revertida ao se encontrar o livro certo que consiga prender a atenção destas pessoas, fazendo com que a leitura seja prazerosa, além de incentivar as crianças desde cedo a ter esse gosto por ler um livro.

Se um livro é para alguns, objeto de temor, tédio, inquietação e desprezo, para outros, no entanto, é objeto de amor, cumplicidade, veneração e respeito. Permitem práticas antigas e contemporâneas, solitárias e coletivas, oralizadas e vistas, ouvidas e sentidas (GOULART, 2014, p.17).

Para Alquéres (2008, p. 11), “o gosto pela leitura é um hábito que consolida a partir da prática cotidiana, devendo, portanto, ser estimulado desde a infância, até tornar-se uma necessidade”.

Este incentivo deve vir tanto dos familiares quanto da escola. No contexto escolar, os jovens são motivados a ler com as chamadas leituras obrigatórias para realizarem provas de ingresso às universidades.

“As dificuldades de leitura configuram de inadequada formação educacional, decorrente da precariedade e da ineficiência do sistema de ensino” (ALQUÉRES, 2008, p.12).

O letramento escolar ainda é um desafio a ser superado pela sociedade. Além do analfabetismo em si, temos nos deparado com o analfabetismo funcional, onde a pessoa sabe ler, mas não consegue compreender e/ou interpretar até mesmo textos simples.

O conceito de alfabetização, além de designar a aprendizagem inicial da leitura e da escrita, envolve também a capacidade da criança de ler e produzir gêneros textuais variados com diversos propósitos e em variadas esferas de interação social (MACIEL; RESENDE, 2015, p.159)

O incentivo de leitura na escola deve ir além da sala de aula, sendo apoiada também pela biblioteca, porém ainda é comum encontrar no Brasil escolas sem biblioteca e Bibliotecários.

O acesso ao livro e a leitura deveria ser estimulado na família, na escola e na biblioteca em todos os ciclos do desenvolvimento humano, propiciando o acesso universalizado para todos e propondo ações de inclusão digital, social e informacional, por meio da leitura e do acesso a informação (ESTABEL; MORO, 2011, p.68).

Nas escolas que possuem bibliotecas, o acervo destas deve conter além de livros didáticos, os livros literários e se possível até mesmo gibis. Isso faz com que os estudantes tenham uma área que além de ser usada para os estudos também seja vista como um lugar de lazer, e que se estiver dentro do orçamento da escola é importante que as bibliotecas se mantenham atualizadas com as novas tecnologias de informação que surgem a todo o momento.

As TICs tornam-se valiosos auxiliares no processo de leitura, funcionando como estímulo e acesso nos suportes (eletrônico e bibliográfico) em que a família, a escola e a biblioteca, por seus atores (pais, professores e bibliotecários) tornam-se os mediadores entre o texto e o leitor, propiciando ambientes de leitura e de aprendizagem mais lúdicos e prazerosos nos espaços/lugares em que as pessoas vivem (ESTABEL; MORO, 2011, p.75).

Com isso, as escolas podem em conjunto com as bibliotecas/Bibliotecários elaborar projetos de leitura, peças teatrais, competições de redações entre outros, incentivando os alunos a praticarem tanto a leitura, quanto à escrita e imaginação.

Na próxima seção serão abordados os novos suportes de leitura e a utilização destes pelos leitores nesta era digital.

2.1 O LEITOR NA ERA DIGITAL

Nesta seção serão abordadas as transformações nos suportes de leitura, visando estes “novos” leitores da então conhecida era digital.

Os suportes de leitura e escrita sofreram grandes transformações no decorrer do tempo. Desde os rolos de papiro e pergaminhos, aos códices, passando pelos textos impressos com a invenção da imprensa por Gutenberg, chegando aos documentos armazenados e disponibilizados em meio eletrônico.

O texto, ao assumir uma determinada forma física, permite uma prática de leitura distinta; num suporte digital, por exemplo, basta apenas um *click* para se acionar o escrito sobre o qual pode se ajustar a forma o tamanho, a cor das letras, como também o formato textual, pela ação audaciosa e operante do leitor que aproxima o objeto-texto digitalizando as suas necessidades, as suas apreciações ou as suas preferências particulares (GOULART, 2014, p.10).

Estas formas de interação com os textos nestes suportes digitais são de grande interesse dos leitores desta nova era, como também as vantagens que estes suportes trazem: capacidade de armazenar infinitos livros em um mesmo lugar, a praticidade e leveza física que difere dos livros impressos. Porém, não se pode deixar de levar em consideração que isto varia de leitor para leitor, onde muitos ainda preferem os livros físicos.

As TICs oferecem inúmeras possibilidades de comunicação de interação e de inclusão social e digital, reduzindo o tempo e o custo e atendendo a maior número de necessidades individuais, tornando-se cada vez mais presentes e mais necessárias e assumindo papel significativo de importância educacional, social e pessoal (ESTABEL; MORO, 2011, p. 68).

Juntamente com os novos suportes, as mídias sociais também vieram para facilitar e incentivar esta geração de leitores a interagirem com autores, com outros leitores e todos envolvidos com este tema em comum.

No próximo capítulo veremos como ocorre essa interação e incentivo à leitura por meio de comunidades sociais.

3 O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO INCENTIVO À LEITURA

Neste capítulo veremos a propagação dos veículos de comunicação utilizados no âmbito informacional e no incentivo à leitura.

Com a internet tendo cada vez mais espaço na sociedade, o acesso às mídias sociais tornou-se parte do cotidiano do cidadão. Novas formas de comunicação e interação surgem para atender o interesse da população.

A última década do século XX se caracterizou pelo período de desenvolvimento e transformações sociais e individuais, mediadas pelas tecnologias de informação e de comunicação (TICs) e caracterizada como a sociedade da informação, que tem como cerne principal o cidadão e o acesso e o uso da informação para todos. A primeira década do século XXI, preconizada pela sociedade do conhecimento, tem como enfoque o sujeito no processo de aprendizagem, mediado pela web, no acesso, no uso e na produção da informação, por meio da interação e do compartilhamento nas redes sociais, propiciando inclusão social, digital e informacional (ESTABEL; MORO, 2011, p. 68).

Entre as redes sociais mais conhecidas mundialmente estão: *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Outra rede que vem crescendo em termo de popularidade é o *Snapchat*, onde o usuário pode utilizar as funções câmera ou vídeo com duração de 4 a 10 segundos no qual tais imagens e vídeos ficam disponibilizados num período de 24 horas, após isso os arquivos são automaticamente excluídos.

Editoras brasileiras como: Valentina, Intrínseca, Autêntica (selo da Editora Gutenberg) e Seguinte já utilizam o *snapchat* para interagir e manter atualizados seus leitores sobre os lançamentos editoriais, chegando a mostrar também como funcionam os setores de trabalho dentro das editoras.

Existem redes sociais que são direcionadas especificamente aos leitores, podemos citar três:

- a) **Skoob**: rede social brasileira, criada em 2009, Sua interface possibilita que o leitor compartilhe com seus amigos os livros que está lendo, que pretendem ler, estão relendo ou que abandonaram. Este apresenta uma ferramenta chamada 'Cortesia' onde todos os usuários podem participar dos sorteios de livros que estão em lançamento, através do *skoob plus* os leitores podem trocar livros com outros leitores, sendo que cada leitor se responsabiliza pelo envio do seu livro.

- b) **Goodreads**: rede social internacional, fundada em 2007, considerada a maior rede social literária do mundo em torno de 50 milhões de leitores inscritos, 1.5 bilhões de livros cadastrados.
- c) **Wattpad**: comunidade online, criada em 2006, possibilita aos usuários além de lerem livros na plataforma estes também pode publicar livros, poemas entre outros, um bom recurso para autores independentes divulgarem suas obras.

Segundo Silva (2011, p. 36):

para trabalhar a leitura e a produção textual, a rede social *Skoob* vem se destacando no ciberespaço como canal de interação entre internautas que visam compartilhar as suas experiências de leitura. No Brasil, a rede social *Skoob* é uma experiência similar a outras redes sociais internacionais, tais como: *Goodreads* e *Shelfari*, que visam à troca de informações sobre livros, autores e obras, possibilitando a criação de estantes virtuais.

Assim como o *wattpad*, outras comunidades virtuais também são utilizadas neste meio literário. Estas comunidades são muito conhecidas entre os leitores.

O termo 'comunidades virtuais' é usado para designar a reunião de pessoas na internet com interesses em comum.

"As comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses comuns, independente de fronteiras ou demarcações" (LEMOS, 2013, p.89).

Desde a antiguidade o ser humano demonstrou uma necessidade em se comunicar com seus semelhantes e com o surgimento das tecnologias, a invenção da *internet*, essa comunicação tornou-se grande parte instantânea.

Segundo Freitas e Silva (2014, p.141):

Os avanços tecnológicos e uma maior difusão da internet configuram, a cada dia, mais possibilidades para o uso do espaço virtual, principalmente novas formas de comunicação e maneiras de relacionar-se.

Atualmente existe na internet uma grande variedade de comunidades virtuais, onde as pessoas podem interagir e socializar com outras pessoas com predileções semelhantes.

A comunidade virtual abordada nesta pesquisa são os *blogs*, em especial os direcionados a livros literários.

3.1 BLOGS

Nesta seção abordamos o histórico e ferramentas da comunidade virtual: *blogs*.

O termo *weblog* foi criado em 1997 por Jorn Barger, mais tarde ficou conhecido apenas como *blog*.

De acordo com Freitas e Silva (2014, p.141), “o *blog* é uma página da *Web* atualizada frequentemente e composta de pequenos textos apresentados em ordem cronológica inversa. Um blog típico combina texto imagens e links para outros blogs”.

Essa estrutura apresentada nesta ordem cronológica inversa, como propõe Freitas e Silva (2014), é o que possibilita ao leitor encontrar de maneira rápida as postagens mais recentes.

É possível encontrar, no meio eletrônico, várias plataformas para a criação dos blogs e são oferecidas de forma paga ou gratuita. As mais conhecidas e utilizadas entre os blogueiros são o *Blogger* e *Wordpress*, ambos gratuitos onde os usuários não precisam pagar nenhuma taxa na utilização das ferramentas oferecidas pela plataforma.

Há uma ampla diversidade de blogs espalhados na internet, a qual pode-se dividir em três categorias:

- a) pessoais;
- b) corporativos/ organizacionais;
- c) de gêneros.

Segundo Castro e Santos Júnior (2015, p.493):

Em *blogs* inseridos em diferentes contextos de atratividade, é possível analisar as ações gerenciais de acordo com as tarefas relativas à frequência de postagem, que analisa o quanto o blogueiro se preocupa em fornecer informações para o ambiente; de acordo com o nível de *feedback* dado aos leitores pela resposta de comentários, indicando a preocupação em manter ou captar novos leitores interagentes.

Quando os *blogs* foram criados estes eram mais utilizados como diários pessoais, hoje em dia também são usados como uma forma de divulgar e disseminar informação/conteúdo em diversas áreas do conhecimento.

Pode-se dizer que os usuários de *blog* e/ou *microblog* escrevem sobre “tudo”: de literatura a cinema, música, mídia, política, economia, saúde, educação, meio ambiente, informática, culinária, dê(s)emprego), consumo, direito/deveres, denúncia contra crime de toda ordem (KOMESU, 2010, p.345).

Os *blogs* começaram a popularizar-se no Brasil entre os anos 2000, atualmente dividem espaço com outras mídias sociais como: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Snapchat*.

“A publicação de textos em um blog prevê a interação com os leitores por meio de comentários, o que possibilita a disseminação de informação e experiências vivenciadas pelo autor e pelos leitores” (ARAÚJO, 2010, p. 202).

Esta ferramenta comentários é um dos recursos disponibilizado pelos *blogs* onde podemos observar o *feedback* de interatividade entre blogueiro/leitor.

3.2 BLOGS LITERÁRIOS

Nesta seção apresentamos o objeto desta pesquisa: os *blogs* literários.

Como mencionado anteriormente, podemos encontrar na *internet* os mais variados *blogs* direcionados a diversos temas como: maquiagens, tutoriais, dicas de saúde/beleza assim como relacionados a leitura e livros literários.

“Os *blogs* literários, que como o nome sugere, trata-se de *blogs* nos quais se aborda de várias maneiras a temática da leitura, dos livros e da literatura em geral” (ARAÚJO; ARAÚJO, 2015, p.243).

Houve um grande aumento na popularidade dos *blogs* literários, então cabe a cada blogueiro elaborar estratégias para fazer com que seu *blog* se destaque e se diferencie dos demais.

A *internet* disponibilizou diferentes panoramas para o saber, melhorou o acesso e o tempo de conhecimento mudaram os modelos de relação entre autor e leitor, novas formas de ver o conteúdo. Ao mesmo tempo imagens, sons e links, abrindo um novo horizonte para o ser e o saber (MORAES, 2012, p. 60).

A difusão da leitura por meio dos *blogs* literários ocorre de uma forma onde as pessoas veem neste meio de comunicação uma forma de encontrar ao mesmo tempo entretenimento e conhecimento de temas mais relevantes para si.

No universo literário o aparecimento que apresenta inúmeras comunidades virtuais, que são destinadas às pessoas que mantêm o

hábito da leitura, dentre elas enfatiza-se os blogs literários, páginas na web nas quais moderadores postam com uma determinada frequência, informações referentes a essa temática (ARAÚJO; ARAÚJO, 2015, p. 241).

Os autores de *blogs* utilizam vários meios para propagar seus conteúdos, experiências e pontos marcantes que encontraram nos livros lidos, o compartilhamento em outras redes sociais conectadas aos *blogs* também colaboram com essa difusão.

Entende-se que as “novas” tecnologias têm possibilitado a inserção de comunidades de leitores na *web*, principalmente entre os jovens. Estas podem ser denominadas como grupos de indivíduos que compartilham o interesse pela leitura, com o intuito de socializar seus interesses. No caso dos *blogs* literários, pessoas que se organizam em torno de uma obra ou autor literário e utilizam a internet como mecanismo para interação. (ARAÚJO, R. L.; ARAÚJO R. F., 2015, p. 246).

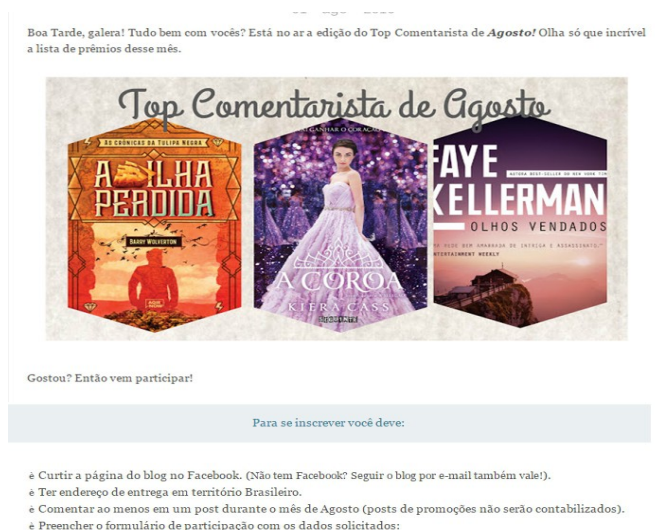
Os blogueiros têm autonomia e liberdade de escolhas para os critérios de publicações, alguns contam com a ajuda de resenhistas e colunistas. Estes utilizam vários métodos dinâmicos para interagirem com os leitores. Dentre eles podemos citar:

- a) **Resenhas:** publicações do *blog* relatando a sinopse e pontos relevantes nos livros lidos, geralmente o blogueiro posta após a sinopse sua opinião em relação à leitura, em alguns casos aplicam uma nota ao livro. Pode-se dizer que as resenhas são em grande parte o que levam os leitores a visitarem constantemente os *blogs*;
- b) **Maratona Literária:** consiste onde o(a) blogueiro(a) convida seus leitores a lerem determinado livro ao mesmo tempo e isso ocorrerá em um dia estipulado pelo blogueiro/*booktuber*, após esta leitura conjunta os blogueiros utilizam as redes sociais como *Facebook* e *Twitter* para junto com seus leitores comentarem sobre suas considerações em relação ao livro lido. Outra maratona conhecida no mundo literário é a ‘Maratona Literária 24h’ que consiste em ler livros não importando a quantidade, gênero e suporte (físico ou *e-book*), isso é o leitor que escolhe contanto que leia num período de 24 horas;
- c) **Desafios literários:** são desafios que os blogueiros/*instagrans* literários e até mesmo alguns leitores tomam para si, consiste em seguir uma regra diária ou mensal de leitura com tempo determinado de finalização estabelecido;

- d) **Tags literárias:** também fazem parte de desafios literários, porém nas *tags* o blogueiro desafia outros blogueiros a responderem perguntas e relacionarem as repostas com livros;
- e) **Sorteios:** assim como as resenhas são os que mais trazem leitores e seguidores para os *blogs* e outras redes sociais literárias, cada blogueiro determina as regras a serem seguidas. A parceria com outros blogs aumenta a quantidade de livros sorteados. Um ponto negativo deste processo são os leitores que só aparecem e se mantêm ativos para usufruir dos sorteios;
- f) **Projetos de leitura:** consiste em ler ou reler clássicos, séries, todos os livros publicados de determinado autor entre outros. São parecidos com os desafios literários, porém alguns podem levar um tempo indeterminado para se finalizarem;
- g) **Clube do livro:** espaço onde os leitores podem encontrar com outros leitores, seja presencialmente ou online por meio das redes sociais;
- h) **Eventos Literários:** eventos mediados por blogueiros muitas vezes organizados pelas editoras para divulgar seus lançamentos, como também sendo organizados de fã para fã sobre determinado gênero e/ou autor(a);
- i) **Top comentarista do mês:** uma das colunas do *blog* dedicado à interação com leitores, onde o leitor com o maior número de comentários no final de determinado mês recebe algum livro ou brindes.

Na imagem 1 é apresentada um Top comentarista do mês de agosto do *blog* Livros & Fuxicos.

Imagem 1 - Top Comentarista de agosto



De acordo com Silva (2011, p. 29):

é preciso reconhecer que o ciberespaço rompe fronteiras, promovendo novas formas de acesso à informação, bem como outras maneiras de definir o conhecimento. Os indivíduos tentam redescobrir estratégias para lidar com as tecnologias intelectuais na era cibernética.

Estas estratégias funcionam como meios de incentivar a leitura.

3.3 *BLOGS* ALÉM DE ENTRETENIMENTO: PARCERIAS

Neste segmento entenderemos como funcionam as parcerias de autores/editoras com os blogueiros literários.

Para muitos, os *blogs* podem ser visto apenas como uma forma de passatempo e entretenimento, mas para alguns blogueiros estes também são considerados uma forma de trabalho, onde dedica grande parte de seu tempo mantendo-os atualizados.

Isto ocorre por meio de parcerias, onde as empresas e lojas entram em contato com blogs ou outras redes sociais onde os públicos alvos tenham a ver com seus produtos e solicitam o trabalho destes blogueiros para a divulgação de seus produtos.

As parcerias podem acontecer com *blogs*, *instagrans* e *youtubers* literários. Uma ou duas vezes por ano, as editoras abrem parcerias e ditam as regras de como participar e como a parceria ocorrerá, estipulando o tempo de duração entre seis meses a um ano.

Vários *blogs* brasileiros competem entre si, para renovações e novas parcerias, a disputa é bastante acirrada e dificilmente *blogs* iniciantes conseguem tais parcerias.

Estas parcerias com editoras consistem basicamente nas divulgações dos produtos destas editoras. Os blogueiros recebem os lançamentos das editoras ou mesmo um catálogo para escolherem os livros desejados, após isto eles recebem um prazo para postarem em seus *blogs* resenhas dos livros recebidos, estes também terão que postar as novidades e lançamentos das editoras, caso os blogueiros não cumpram as regras, a parceria com a editora é desfeita.

Contudo, não são todas as editoras que dão esta liberdade na escolha dos livros que serão resenhados, em alguns casos a própria editora envia os exemplares

independentemente do gênero. Este tipo de parceria pode causar um desconforto para os blogueiros, pois é maçante ler um livro com um gênero que não se identifiquem, ainda mais quando se tem um prazo para postar as resenhas. Boas parcerias são onde ambas as partes se beneficiem.

4 DE BLOGUEIROS/YOUTUBERS A AUTORES DE LIVROS

Neste capítulo abordamos a popularidade do mercado editorial de livros descritos por blogueiros/*youtubers* estão fazendo por todo o Brasil.

De acordo com Bittencourt, Motta e Viana (2015, p.4):

o *Youtube* viabilizou com que o internauta se tornasse canal de comunicação, postando vídeos, permitindo a ele ser formador de opinião e agregando sujeitos em torno de discussões de temas diversificados. Esses produtores são chamados de *youtubers* e concentram milhões de internautas em seus canais, por meio de assinaturas.

A popularidade de blogueiros e *youtubers* vem crescendo no Brasil. Com isso, gerou-se um interesse nas editoras em publicarem livros escritos por esses jovens com uma quantidade elevada de seguidores na internet.

Podemos citar o “Muito Mais que Cinco minutos” escrito por Kéfera Buchmann, *youtuber* com mais de oito milhões de seguidores em seu canal no *Youtube*, seu livro foi publicado pela Editora Paralela (imagem 2).

Imagem 2 - Capa do livro Muito mais que Cinco Minutos



Fonte: <http://www.saraiva.com.br/muito-mais-que-cinco-minutos-8931620.html>, 2016.

Recentemente a Editora Intrínseca revelou a publicação de um livro escrito pela *youtuber* de 15 anos Vitória Moraes, conhecida por seus seguidores como Viih Tube. O livro intitulado “Tudo tem uma Primeira vez”, onde a adolescente conta como foram suas experiências vivenciadas pela primeira vez nesta fase infância/adolescência.

Imagem 3 - Capa do livro Tudo tem uma Primeira Vez



Fonte: <http://www.travessa.com.br/tudo-tem-uma-primeira-vez/artigo/1d294cd2-a612-4c2e-b703-62672317fdf8>, 2016.

Dentre outros blogueiros/*youtubers* com livros publicados temos: Bruna Vieira (Depois dos Quinze); Christian Figueiredo (Eu Fico Loko); Felipe Neto (Não Faz Sentido – Por Trás das Câmeras); Rafael Moreira (Diário de um Adolescente Apaixonado).

Apesar de estes livros fazerem bastante sucesso entre os adolescentes, eles acabam também recebendo muitas críticas por parte de alguns leitores.

Com essa fácil liberdade de se expressar na *internet*, as redes sociais das editoras são frequentemente atacadas com comentários contra estes livros, há um desgosto por parte de alguns leitores que alegam que as editoras deixam de publicar continuação de trilogias/sagas ou outros tipos de lançamentos literários para publicarem estes livros que popularmente são chamados de “modinhas” e em alguns casos chegam a alegar que estes livros não acrescentam em nada em suas leituras.

Porém, muitos nem chegam a ler estes livros e criticam algo que não conhecem, por simples falta de interesse ou até mesmo por certo preconceito em relação à *youtubers*.

Podemos apontar um lado positivo no lançamento destes livros, pois apesar da maioria ser livros de não ficção é possível observar uma grande quantidade de crianças e jovens interessados neste tipo de leitura. O importante é incentivarmos a prática de leitura para crianças, jovem e até mesmo para os adultos.

As editoras estão sempre publicando livros de diferentes gêneros, para satisfazer os mais variados gostos literários.

Encontramos também no mercado editorial livros de ficção escritos por este grupo de pessoas. Como o caso da *booktuber*⁴ e ex blogueira Pâm Gonçalves, dona Do canal no *youtube* Garota It, *booktuber* bastante conhecida entre os leitores brasileiros.

Esta conta com um livro de contos publicado pela editora Galera Record chamado 'O amor nos tempos de #likes' em parceria com outros três *booktubers*: Bel Rodrigues, Hugo Francione e Pedro Pereira. Este livro é baseado em romances clássicos como Orgulho e Preconceito, Romeu e Julieta e Dom Casmurro nos tempos atuais (vide imagem 4).

Imagem 4 - Capa do livro O amor nos tempos de #likes



Fonte: <http://www.saraiva.com.br/o-amor-nos-tempos-de-likes-9332606.html>, 2016.

A *booktuber* está se preparando para seu livro solo intitulado 'Boa Noite', com lançamento marcado para a Bienal do livro de São Paulo 2016. A capa do livro foi escolhida pelos leitores por meio de votação nas redes sociais da autora.

No próximo capítulo veremos a metodologia utilizada nesta pesquisa.

⁴ São chamados de *booktubers* os criadores de conteúdos no *youtube* relacionados à literatura.

5 METODOLOGIA

Com base nos objetivos da pesquisa esta se caracteriza como exploratória e qualitativa, pois pretende familiarizar-se com o tema abordado buscando descrever, compreender e esboçar graficamente os métodos de incentivo à leitura através das mídias sociais.

Para o desenvolvimento da primeira parte da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico em livros e repositórios digitais buscando publicações que abordam o tema desta pesquisa.

Para a segunda parte da pesquisa foi realizada coletas de dados em blogs literários. Estas coletas foram realizadas por meio de observação dos conteúdos literários publicados nos blogs e também a aplicação de um questionário aos blogueiros que se prontificaram a participar desta pesquisa.

A elaboração do questionário foi realizada a partir dos objetivos específicos, e desta forma é composto de 15 perguntas, sendo as quatro primeiras perguntas sobre os dados pessoais do(a) blogueiro(a) e 11 questões restantes estão relacionadas aos blogs literários. Estas perguntas estão dispostas em formato aberta e fechada. O quadro 2 apresenta a ordem e os critérios usados na elaboração do questionário.

Quadro 2 - Critérios usados na elaboração do questionário

| | |
|--|--|
| Perguntas Pessoais | 1ª) Idade |
| | 2ª) Escolaridade |
| | 3ª) Profissão |
| | 4ª) Região onde reside |
| | 5ª) Nome do blog |
| | 6ª) Há quanto tempo você possui o <i>blog</i> ? Por que decidiu criá-lo? |
| a) Identificar os métodos utilizados pelos <i>blogs</i> literários de diferentes estados brasileiros na prática de incentivo à leitura; | 7ª) Quais critérios utilizados para as publicações do <i>blog</i> ? |
| | 8ª) Quais meios utilizados para incentivar os leitores do seu <i>blog</i> a se interessarem mais pela leitura? |
| | 9ª) O <i>blog</i> possui parcerias (com autores e/ou editoras)? Se sim, como funciona esta(s) parceria(s)? |

| | |
|--|--|
| c) Observar o conteúdo literário compartilhado nestes <i>blogs</i>; | 10ª) Quais gêneros mais resenhados no <i>blog</i> ? |
| e) Verificar os meios de interação entre blogueiros e os leitores dos <i>blogs</i>. | 11ª) Qual a maior dificuldade enfrentada depois da criação do <i>blog</i> ? |
| | 12ª) Qual sua opinião sobre a interação dos blogueiros com seus leitores? |
| | 13ª) Com que frequência o <i>blog</i> é atualizado? |
| Pergunta Pessoal | 14ª) Você acredita que seu <i>blog</i> consiga incentivar as pessoas a terem o gosto pela leitura? |
| | 15ª) Você recebe algum retorno financeiro com o <i>blog</i> ? |

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Foram contatados 102 *blogs* através de e-mails solicitando a autorização do envio do questionário, destes 102 emails obteve-se 59 respostas positivas para o envio do questionário. O número de questionários que retornaram respondidos até a finalização desta pesquisa foram 33.

Os critérios de escolha dos *blogs* literários ocorreram de forma aleatória, porém levando em consideração se estes estiveram constantemente atualizados durante a realização da pesquisa, outro fator relevante foi à observação do *layout* onde apresentassem de forma organizada os conteúdos postados nos *blogs*.

As categorias desenvolvidas para a discussão dos dados coletados nos *blogs* literários foram baseadas nas próprias perguntas do questionário.

A análise das repostas obtidas no questionário foram divididas em dois blocos. O primeiro bloco nomeado como 'Perfil do Blogueiro' apresenta as primeiras quatro perguntas do questionário relacionadas aos dados pessoais dos entrevistados. O segundo bloco apresenta as 11 perguntas relacionadas ao *blog* e ao seu conteúdo.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os dados coletados na pesquisa, por categoria: a) o perfil do blogueiro; b) *blogs* literários: conteúdo e métodos de incentivo.

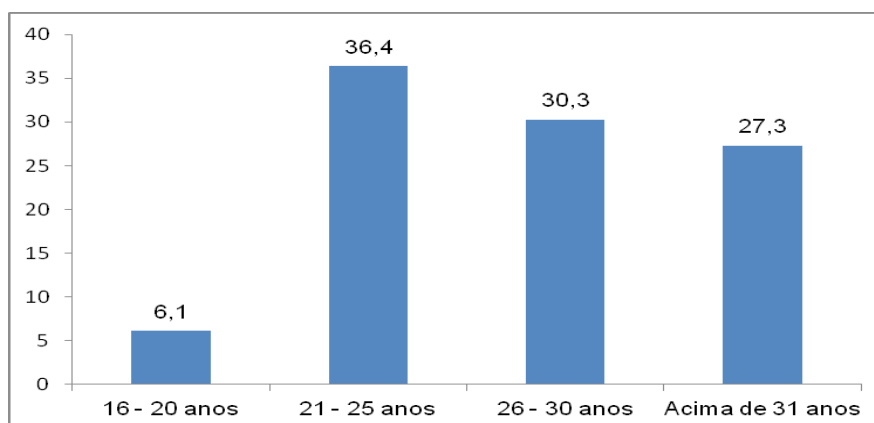
O PERFIL DO BLOGUEIRO

Para conhecermos melhor o perfil dos blogueiros que participaram desta pesquisa, utilizamos as quatro primeiras perguntas do questionário referentes à idade, escolaridade, profissão e região onde reside. Serão apresentadas as perguntas e em seguida a discussão sobre as respostas dos blogueiros literários.

1ª QUESTÃO: Idade

A partir dos 33 questionários respondidos, foi possível observar que as faixas etárias dos blogueiros variam de 16 acima de 31 anos, onde 6,1% respondeu ter idade de 16 a 20 anos; 36,4% dos entrevistados possuem de 21 a 25 anos sendo este o resultado com maior número de respostas nesta questão; 30,3% possuem de 26 a 30 anos e 27,3% tendo idades acima de 31 anos. Estes resultados nos mostram que não há uma idade fixa para utilização desta mídia social. Os resultados estão apresentados no gráfico 1.

Gráfico 1 - Faixa etária

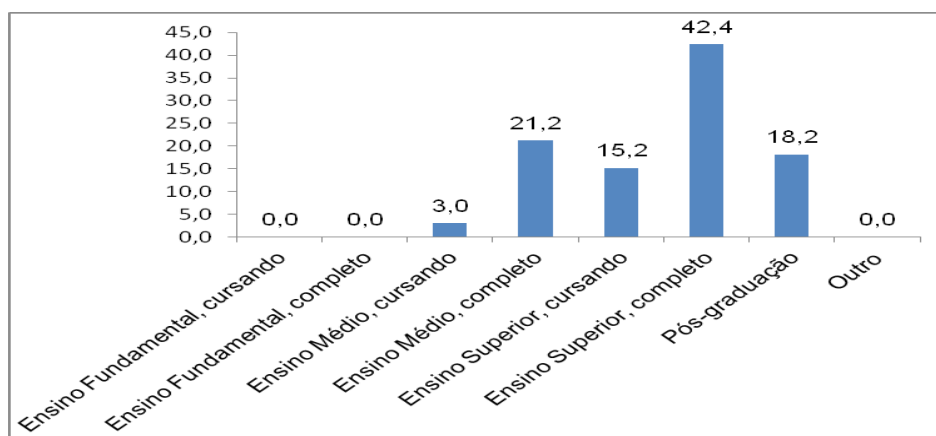


Fonte: elaborado pela autora, 2016.

2ª QUESTÃO: Escolaridade

Em relação ao nível de escolaridade, podemos observar uma predominância no ensino superior completo, onde 42,4% dos blogueiros entrevistados responderam que já possuem graduação em nível superior. Sendo que 3% dos entrevistados estão cursando o ensino médio; 21,2% já possuem nível médio completo; os blogueiros que estão cursando o ensino superior são 15,2% dos entrevistados e os que possuem alguma pós-graduação são 18,2%, como exposto no gráfico 2.

Gráfico 2 - Nível de Escolaridade



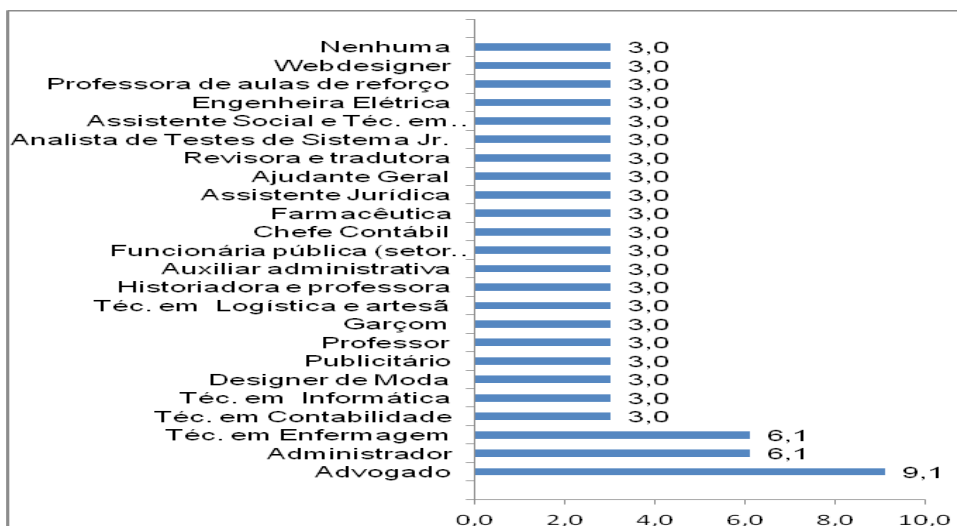
Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

3ª QUESTÃO: Profissão

Em relação às profissões pôde-se observar que se apresentam de formas diversas.

O resultado com um percentual maior foi a profissão advocacia com 9,1% de profissionais nessa área, empatados em terceiro lugar ficaram Administração e Técnico(a) em Enfermagem com 6,1% cada. As demais profissões tiveram apenas uma resposta cada. Conforme observa-se no gráfico 3.

Gráfico 3 - Profissões dos blogueiros entrevistados

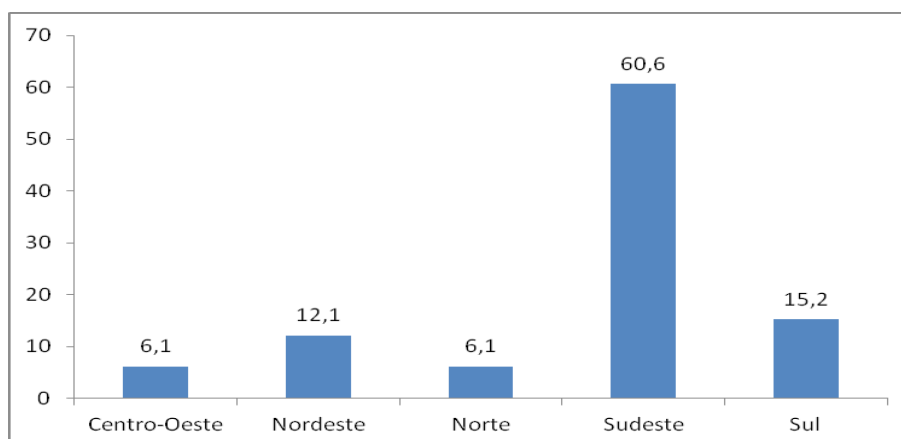


Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

4ª QUESTÃO: Região onde reside

Para finalizar a primeira parte do questionário dedicada às perguntas pessoais foi questionada aos entrevistados a região onde estes residem, pois mostraremos graficamente qual região do Brasil predominou nesta pesquisa sobre blogs literários. Veja o resultado no gráfico 4.

Gráfico 4 - Regiões Brasileiras



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

A região Sudeste foi a que mais retornou o questionário respondido apresentando 60,6% dos resultados. As regiões Centro-Oeste e Norte ficaram empatadas com 6,1% das respostas cada. A região Nordeste apresentou 12,1% dos resultados e a região Sul com 15,2%.

No próximo bloco veremos o resultado e discussão das questões relacionadas aos *blogs* literários e seu conteúdo compartilhado.

BLOGS LITERÁRIOS: CONTEÚDO E MÉTODOS DE INCENTIVO

Neste tópico estão abordados os resultados das 11 perguntas do questionário relacionadas aos conteúdos compartilhados nos *blogs* e sua disseminação literária. Serão apresentadas as perguntas e em seguida a discussão sobre as respostas dos blogueiros literários.

5ª QUESTÃO: Nome do *blog*

Abaixo estão listados os nomes dos *blogs* participantes da pesquisa, organizados por ordem alfabética e por regiões brasileiras.

Quadro 3 - *Blogs* Literários participantes, por região brasileira.

| REGIÃO | BLOGS |
|--------------|---------------------------|
| CENTRO-OESTE | Book Bus |
| | Três Leitoras |
| NORDESTE | Irreparável |
| | Livroterapias |
| | Minha Contracapa |
| | O Clube da Meia Noite |
| NORTE | Coleções Literárias |
| | Palácio de Livros |
| SUDESTE | Alquimia dos Romances |
| | Apaixonadas por Livros |
| | Coisas de Diane |
| | Desbravador de Mundos |
| | Doces Letras |
| | Dragonmountbooks |
| | Geek Meow |
| | Livros e Chocolate |
| | Livros e Chocolate Quente |
| | Livros em Série |
| | Lua Literária |
| | Mais que Livros |
| | Mundo de Tinta |
| | Mundo Silencioso |
| | Pacote Literário |
| | Paradise Books |
| | Prefácio |

| | |
|-----|---------------------|
| | Sem Serifa |
| | Srta. Bookaholic |
| | Vida de Leitor |
| SUL | Desbravando Livros |
| | Fome de Livros |
| | Leitura Maravilhosa |
| | Livros & Fuxicos |
| | Retrô Books |

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

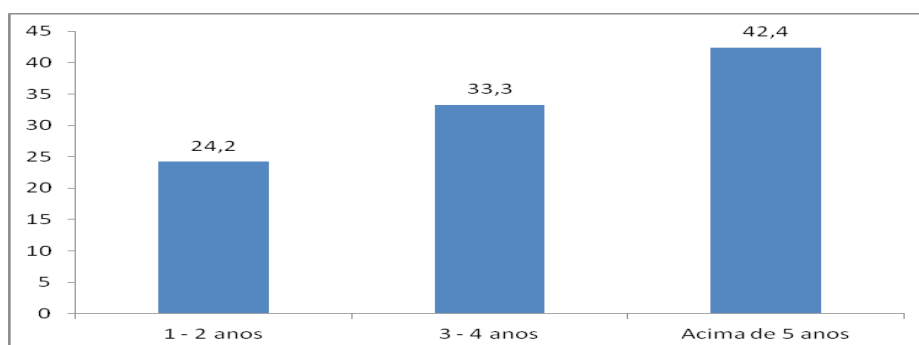
6ª QUESTÃO: Há quanto tempo você possui o *blog*? Porque decidiu criá-lo?

De acordo com o questionamento sobre a criação dos *blogs*, os motivos levantados pelos blogueiros literários são bastante semelhantes com o fato dos *blogs* serem uma boa ferramenta de divulgação, onde os blogueiros podem expressar e compartilhar suas opiniões sobre livros, trazendo novidades sobre as literaturas nacionais e estrangeiras.

Outro motivo ressaltado por alguns blogueiros é o fato de não terem pessoas próximas para conversarem sobre livros e estes veem que com os *blogs* literários pode-se interagir com pessoas em todo lugar do Brasil.

Sobre o tempo de criação dos *blogs*, no gráfico 5 podemos observar o tempo em os *blogs* estão no ar.

Gráfico 5 - Idade dos *blogs*



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Os dados apresentados no gráfico 5 foram resumidos e divididos em três colunas através das respostas dos blogueiros, onde 24,2% dos entrevistados disseram possuir os *blogs* literários entre um a dois anos; 33,3% de três a quatro anos e com 42,4% relataram que possuem há mais de cinco anos.

7ª QUESTÃO: Quais critérios utilizados para as publicações do *blog*?

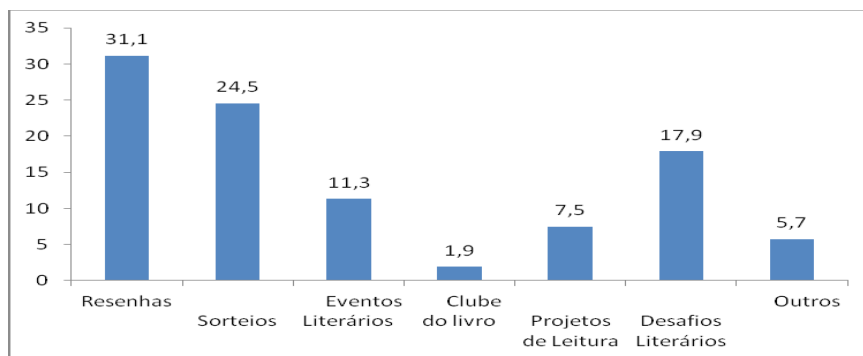
Ao analisarmos as respostas dos blogueiros literários verificamos que muitos não apresentam critérios fixos, porém estes se preocupam bastante em trazer conteúdos originais com postagens sinceras e de boa qualidade tanto na escrita quanto visualmente, outra preocupação é em não infringir os direitos autorais dos autores.

Alguns *blogs* são mais pessoais neste quesito, o blogueiro publica o que gosta de ler, mas não deixa de levar em consideração o interesse dos leitores dos *blogs*.

8ª QUESTÃO: Quais meios utilizados para incentivar os leitores do seu *blog* a se interessarem mais pela leitura?

Foram apresentadas aos blogueiros várias opções de métodos de interação e incentivo à leitura, onde eles podiam escolher mais de uma alternativa. Os métodos que mais predominaram nas respostas foram as resenhas com 31,1%, os sorteios com 24,5%, desafios com 17,9% e eventos literários com 11,3%. As opções com menos respostas como “projetos de leitura” e “clube do livro” que obtiveram 7,5% e 1,9% respectivamente.

No gráfico 6 estão apresentados os resultados obtidos por meio do questionário.



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

A partir da análise dos blogs foi possível observar os desafios e projetos literários utilizados pelos blogs literários como incentivo a leitura.

No quadro 5 estão listados os desafios e projetos literários que os *blogs* entrevistados estão participando ou participaram no ano de 2016.

Quadro 4 - Lista de desafios e projetos literários 2016

| PROJETOS/DESAFIOS LITERÁRIOS 2016 | DEFINIÇÃO |
|--|--|
| PROJETO LITERÁRIO RELEITURAS 2016 | Rerler mensalmente um livro que o leitor gostou muito |
| DESAFIO HISTÓRICOS & EU | Ler doze romances históricos ao longo do ano seguindo uma lista de regras. |
| DESAFIO FUXICANDO SOBRE CHICK-LITS 2016 | 4ª edição do desafio. Consiste em ler quaisquer doze chick-lits durante o ano, também segue uma lista de regras estabelecidas. |
| PROJETO ÒPTICA LITERÁRIA | No começo de cada mês é escolhido um gênero literário, a partir da escolha os participantes terão que ler dois livros, sendo um de escolha do leitor e outro escolhido por um dos participantes do projeto, após a leitura dos livros estes deverá resenhados e postados nos blogs/canais dos participantes. |
| PROJETO TÁ NA ESTANTE NÃO LEU? SEU AMIGO ESCOLHEU! | A partir do perfil do <i>Skoob</i> um blogueiro escolhe outro blogueiro e selecionará um livro na estante do <i>skoob</i> de livros não lidos do blogueiro escolhido e este deverá ler o livro num período de 15 dias, após isso resenhar o livro e postar em seu <i>blog</i> . |
| BINGO LITERÁRIO | Desafio com participação dos leitores do <i>blog</i> onde estes deverão escolher entre três cartelas disponibilizadas pelo <i>blog</i> Fome de Livros, cada cartela dispõe de 16 desafios de leituras a serem cumpridas, onde todos os livros relacionados já foram resenhados no <i>blog</i> . Ao final do bingo os |

| | |
|---|---|
| | leitores que conseguirem completar toda a cartela concorrerão a um vale de R\$ 50,00 em livros. |
| DESAFIO LITERÁRIO BOOK-A-MONTH: O DESAFIO DO OLIMPO | Um livro deve ser lido por mês, cada mês será representado por um dos 12 Deuses do Olimpo, o leitor tem um período de 15 dias para ler o livro com a característica dos deuses de cada mês, após a leitura o blogueiro deverá postar a resenha do livro, caso o leitor não possua blog deverá postar uma foto do livro lido em seu <i>instagram</i> . |
| PROJETO #LENDOSHAKESPEARE | Leitura de dez obras do autor previamente já escolhidas pelo projeto, sem prazo de término. O leitor pode escolher a ordem que deseja ler. |
| DESAFIO “ALFABETO LITERÁRIO” 2016 | Ler e resenhar pelo menos um livro por mês relacionado ao tema escolhido pelo desafio durante o ano. O leitor deverá postar a resenha em suas redes sociais e depois disponibilizar estas resenhas no formulário do Blog Mundo de Tinta para assim concorrerem aos sorteios de livros no <i>blog</i> . |

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Observamos por meio do quadro 5 que os projetos e desafios são feitos em grande parte com parceria de outros *blogs*, possibilitando assim um alcance maior aos leitores.

Estes meios de interação e incentivo são abertos a todos os leitores que quiserem participar.

9ª questão: O *blog* possui parcerias (com autores e/ou editoras)? Se sim, como funciona esta(s) parceria(s)?

Dos 33 *blogs* entrevistados três responderam que não possuem parcerias, sendo que um desses explicou que o *blog* foi feito para os leitores e que seu objetivo nunca foi de obter parcerias.

Os blogueiros que responderam sim a pergunta relataram os critérios para parcerias e após a análise das respostas observou-se que os critérios eram bem semelhantes, onde estes blogueiros recebem os livros (físicos e/ou *e-books*) dos autores ou editoras e em troca estes deverão postar uma resenha sobre os livros recebidos com um prazo estipulado para apresentação das resenhas. As

resenhas devem ser sinceras tanto se forem positivas ou negativas, a decisão de colocar ou não estas resenhas no ar vai da editora e dos autores.

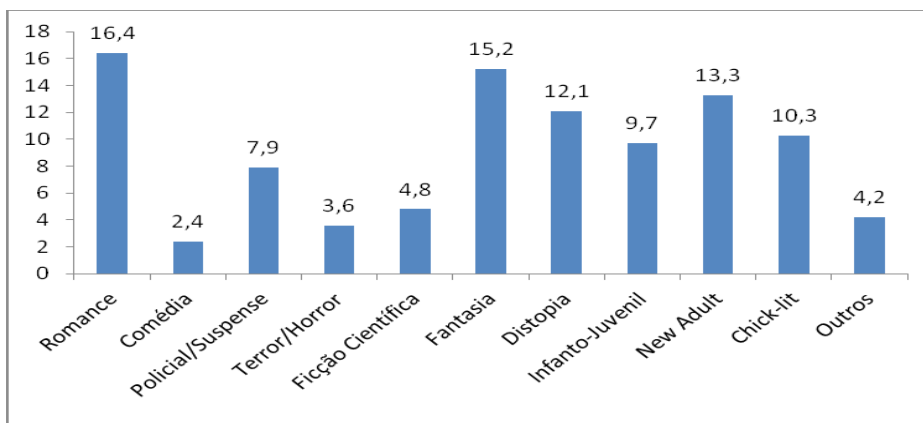
Dentre estes blogueiros que responderam que apresentam parcerias, um deles informou que não faz parceria com autores, porém disse que pode publicar em seu blog os lançamentos literários de autores mesmo não recebendo os livros para resenhar.

10ª questão: Quais gêneros mais resenhados no *blog*?

Os resultados obtidos com esse questionamento mostram que as publicações literárias são bem diversificadas. Os gêneros que predominaram foram “romance” com 16,4% das respostas; “fantasia” 15,2%; “distopia” 12,1%, “*new adult*” 13,3% e “*chick-lit*” com 10,3% dos resultados.

Os gêneros distopia, *new adult* e *chick-lit* estão tendo grandes espaços no mercado editorial. Livros de distopia como Jogos Vorazes, Divergente e *Maze Runner* já possuem adaptações cinematográficas. O gênero *new adult* são livros de ficção onde seu público alvo são jovens que estão entrando na vida adulta, com temas abordando as transições que ocorrem nessa fase como faculdade, primeiro emprego entre outros. O gênero *chick-lit* está voltado para o sexo feminino, são romances que mostram a mulher moderna e independente.

As outras opções citadas no questionário como “comédia” receberam 2,4% das respostas; “policial/suspense” obtiveram 7,9%; “terror/horror” com 3,6%; “ficção científica” 4,8%; infanto-juvenil 9,7% e outros com 4,2%. No gráfico 7 observamos os resultados obtidos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

11ª questão: Qual a maior dificuldade enfrentada depois da criação do *blog*?

Os blogueiros entrevistados citaram várias dificuldades que enfrentaram nesse processo, no entanto, relataram que começar um *blog* não é complicado, porém muitas dificuldades aparecem com o tempo.

Um dos fatores mais citados é a falta de tempo, pois manter o *blog* requer dedicação de tempo para mantê-lo atualizado, além do tempo para ler os livros que serão resenhados, ainda mais se estes livros vierem de parcerias, pois há um prazo para postagem de resenhas.

Desta forma, alguns blogueiros evitam ter muitas parcerias, pois é difícil conciliar os livros de parceiros com os outros livros que os blogueiros desejam ler e isso se complica mais se estes blogueiros não tiverem a ajuda de colaboradores em seus *blogs*.

Outra dificuldade relatada pelos blogueiros é a interação dos leitores com os *blogs* novos, pois de acordo com a resposta de um dos blogueiros entrevistados, os *blogs* pequenos sofrem preconceito pela pouca quantidade de seguidores.

Para manter o *blog* visualmente agradável o blogueiro necessita configurar o código HTML do *blog*, e esta foi uma das dificuldades relatadas por um blogueiro, onde cada ferramenta do *blog* apresenta um código HTML diferente, é possível encontrar estes códigos na internet junto com tutoriais de como configurar. Por ser um pouco complicado de se configurar é possível usar os *templates* já prontos ou encomendar com pessoas que criam e vendem estes *layouts* de acordo com o gosto dos blogueiros.

12ª questão: Qual sua opinião sobre a interação dos blogueiros com seus leitores?

As respostas para esta questão foram bastante divergentes, entre críticas e elogios para ambos os lados (leitor/blogueiros).

Dentre os pontos positivos descritos estão o fato desta interação dos blogueiros com os leitores são muito importantes, pois estes escrevem os conteúdos para os leitores, por intermédio dos comentários nos *blogs* e outras redes sociais os blogueiros sentem o carinho dos leitores e isso os motivam a continuar e melhorar cada vez mais os *blogs*.

Alguns relataram a relação de amizade que fizeram com seus leitores. Os blogueiros tem consciência de que suas indicações literárias são levadas em consideração pelos leitores e isso faz com que tais leitores leiam ou não determinado livro. Por isso os leitores escolhem os *blogs* literários onde os blogueiros tenham o mesmo gosto literário que o seu. Uma das blogueiras relatou no questionário que já recebeu mensagens de leitores pedindo indicações literárias e tirando dúvidas em relação a alguns livros.

Houve críticas também nas respostas do questionário, as críticas em relação aos leitores onde alguns só aparecem nas épocas de sorteios, deixam comentários vazios nas postagens, com isso um dos blogueiros relatou que os comentários estão ficando pobres.

A postura de alguns blogueiros também foi criticada, foi relatado que alguns se preocupam mais em agradar os parceiros e ganharem livros, além do reconhecimento nas redes sociais do que interagir com seus leitores, e no fato de cobrarem por comentários, isso ocorre muito em grupos que são criados para retribuição de comentários, onde os participantes são obrigados a comentarem nas publicações dos blogs participantes.

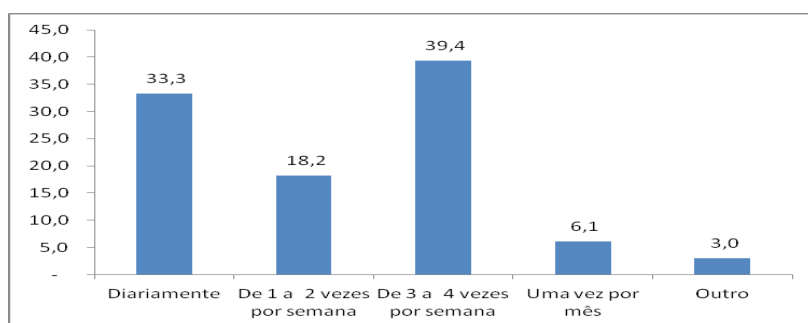
13ª questão: Com que frequência o *blog* é atualizado?

Sobre a frequência de atualização das postagens dos *blogs* foram disponibilizadas cinco alternativas para os blogueiros literários responderem.

Houve predominância em duas respostas com diferença de apenas duas respostas entre o primeiro e o segundo lugar. A alternativa sobre publicações que são feitas “Diariamente” recebeu 33,3% das repostas; a alternativa de “3 a 4 vezes por semana” foi a mais selecionada e receberam 39,4% das respostas obtidas na pesquisa.

As opções “1 a 2 vezes por semana”, “Uma vez por mês” e “Outro” receberam, respectivamente, 18,2%, 6,1% e 3% das respostas obtidas. No gráfico 8 está apresentado às respostas do blogueiros.

Gráfico 8 - Frequência de postagens

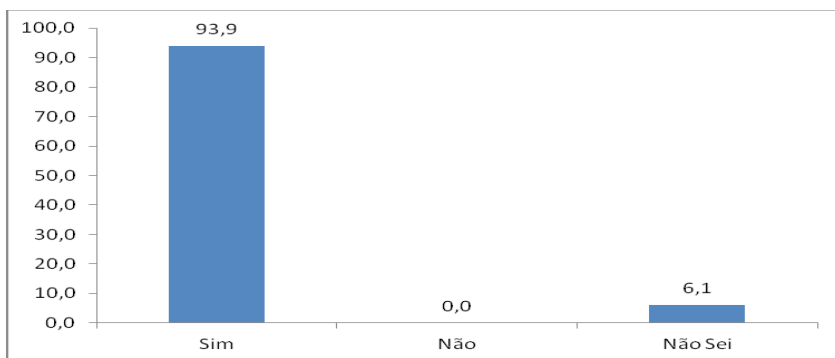


Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

14ª questão: Você acredita que seu *blog* consiga incentivar as pessoas a terem o gosto pela leitura?

Dos 33 *blogs* literários entrevistados apenas 6,1% relataram não saberem se seus *blogs* conseguem incentivar à leitura. Os outros 93,9% responderam que sim que seus *blogs* conseguem incentivar à leitura, conforme se observa no gráfico 9.

Gráfico 9 - Incentivo à leitura



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

É possível que estes que responderam positivamente tenham bastante retorno dos leitores no blog e em outras redes sociais.

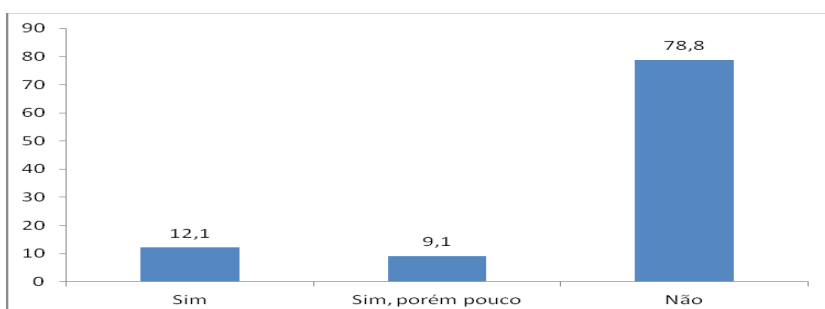
15ª questão: Você recebe algum retorno financeiro com o *blog*?

Analisando as respostas nesta última pergunta do questionário, observamos que uma grande parte 78,8% dos blogueiros respondeu que não recebem retorno financeiro ou que não se interessam em receber. Outros responderam que não recebem financeiramente, mas que recebem os livros por meio das parcerias.

Três blogueiros responderam que recebem, mas que esse retorno é pouco, que muitas vezes não dá para suprir as necessidades do *blog*.

Os outros quatro *blogs* restantes que responderam que recebem retorno financeiro com o blog informaram que recebem através de publicidades e vídeos, porém não informaram o valor. No gráfico 10 observamos os resultados obtidos neste questionamento.

Gráfico 10 - Retorno financeiro



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

6.1 DISCUSSÃO GERAL DOS RESULTADOS

Após a análise dos três primeiros gráficos (vide gráficos 1, 2 e 3) observamos que grande parte dos blogueiros literários está na fase adulta, com profissões estabelecidas graduação em nível superior, nota-se que estes não mantêm os blogs como fonte de renda, informação confirmada no gráfico 10 onde 78,8% responderam não receber retorno financeiro com o *blog*.

Sobre a questão relacionada à região onde os blogueiros residem, achou-se importante acrescentar esta pergunta ao questionário para sabermos quais regiões do Brasil possuem uma quantidade maior de *blogs* literários e observamos a predominância na região Sudeste com 60,6% das respostas.

Foi importante conhecermos os motivos que levaram os leitores a se tornarem blogueiros literários e o tempo que estes possuem os blogs, onde mostraram que um dos motivos fundamentais é compartilhar suas leituras e conhecer pessoas com quem possam debater sobre literatura. O *blog* mais antigo está entre os 42,4% dos resultados obtidos e possui sete anos de existência.

De acordo com os resultados obtidos sobre os critérios de publicações dos conteúdos nos mostraram que os blogueiros literários se preocupam com a qualidade da escrita das resenhas apresentado um texto conciso e com uma boa ortografia.

Por intermédio da análise dos conteúdos compartilhados nos *blogs* literários observamos que os meios mais usados no incentivo e propagação da leitura se baseiam nas resenhas dos livros este meio ficou com 31,1% dos resultados, onde o blogueiro apresenta a sinopse da obra lida seguida de sua opinião crítica seja ela de forma positiva ou negativa, além dos sorteios com 24,5% e nos mostram que este método pode ser bastante usado como atrativo para trazer novos leitores aos *blogs*.

Foi observada a importância na qualidade das resenhas, alguns blogueiros ainda dão notas aos livros lidos, fazendo com que os leitores que acompanham seus blogs tenham uma base se a história do livro agradou ou não as pessoas que leram determinado livro, por isso é importante que o blogueiro literário seja o mais crítico e sincero possível.

Os eventos literários que obtiveram 11,3% das respostas são meios de diversão onde blogueiros e leitores podem se encontrar pessoalmente para

discutirem sobre determinada literatura, além dos sorteios que os leitores podem participar de livros cedidos pelas editoras que atuam como parceiras em alguns eventos literários.

Sobre os projetos e desafios literários que obtiveram 7,5% e 17,9% respectivamente, observamos por meio do quadro 5 que os blogueiros utilizam estes meios para colocarem suas leituras em dia, assim como também sendo uma maneira de interagir com os outros blogs e com os leitores.

De acordo com os conteúdos compartilhados nos blogs observou-se através dos resultados que os gêneros em alta como: romances (época e eróticos) com 16,4% dos resultados, fantasia com 15,2%, distopia com 12,1%, *new adult* com 13,3% e *chick-lit* com 10,3% predominam nas publicações dos blogs literários. Estes gêneros tornaram-se populares devido ao alto mercado editorial que vem crescendo cada vez mais com a grande demanda de leitores que apreciam estas leituras.

As editoras utilizam-se das parcerias para divulgação de seus livros, pois sabem que a opinião dos blogueiros literários e *booktubers* são bastante relevantes aos leitores brasileiros que os acompanham.

Sobre as dificuldades enfrentadas pelos blogueiros depois da criação blogs, notamos que a falta de tempo é o que mais foi apontado pelos blogueiros, assim como a falta de interação dos leitores com os *blogs* novos.

Obsevamos o trabalho que os blogueiros possuem para deixar o *blog* o mais atualizado possível, por isso requerer tempo de leitura de livros e de elaboração das postagens, além do quesito financeiro, pois hospedar blogs em domínio público custa uma determinada quantia, assim como a compra dos layouts por alguns *blogs*.

É importante considerarmos que quanto mais atualizado o *blog* literário for mais leitores irão frequentá-lo e possivelmente estes podem tornar-se leitores fieis ao blog, pois *blogs* com frequência de postagem baixa acabam por deixar seus leitores sem conteúdos novos.

Um ponto negativo observado remete ao retorno no contato com alguns *blogs* mostrando que questão de interatividade ainda precisa ser melhorada, pois em caso de alguma dúvida o leitor ao entrar em contato acaba por ter uma resposta demorada ou até mesmo não obter resposta alguma.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o estudo realizado nesta pesquisa que atingiu todos os objetivos específicos propostos, podemos afirmar que os *blogs* literários contribuem direta ou indiretamente no incentivo à leitura, dessa forma propagando a literatura nacional e estrangeira aos leitores brasileiros.

Diante das discussões que circundaram essa pesquisa, foi possível elaborar as seguintes considerações a partir dos objetivos específicos:

- a) Identificar os métodos utilizados pelos *blogs* literários de diferentes estados brasileiros na prática de incentivo à leitura:

Foram observados os meios de incentivos como projetos/desafios literários, sorteios entre outros que os blogueiros elaboram e/ou participam para estar constantemente em contato com seus seguidores, apesar de que houve poucos projetos e desafios no ano de 2016 com participação dos *blogs* usados nesta pesquisa (vide quadro 5, p. 42).

Foi interessante observar durante a análise dos questionários as motivações dos blogueiros literários em divulgarem suas leituras e manter os *blogs* ativos onde muitos não o fazem esperando retorno financeiro e sim para levar o melhor da literatura aos seus leitores.

Apesar dos *blogs* em geral já terem quase 20 anos desde sua criação estes ainda se mostram populares, mesmo perdendo um pouco do seu espaço para o *youtube*, onde observamos que uma parcela dos entrevistados possui canais nesta plataforma, complementando e divulgando as publicações dos *blogs*, utilizando também outras redes sociais como *twitter*, *facebook*, *instagram* e *snapchat*.

O uso de outras redes sociais faz com que os conteúdos literários se disseminem de forma mais rápida assim chegando a um número ilimitado de leitores.

- b) Observar o conteúdo literário compartilhado nestes *blogs*:

Foi observado que os conteúdos literários são bem diversos, entre eles: resenhas dos livros lidos, lançamentos editoriais, listas de livros desejados,

adaptações cinematográficas entre outros, estes conteúdos compartilhados nunca perdem o foco em relacionar as postagens com a literatura.

Os gêneros literários também são bastante variados trazendo aos leitores uma infinidade de livros dos mais diversos autores nacionais e internacionais.

c) Verificar os meios de interação entre blogueiros e os leitores dos *blogs*:

Assim como métodos de incentivo os projeto/desafios literários e os sorteios também funcionam como meios de interação entre os blogueiros e leitores, pois são propostas dinâmicas para manter os *blogs* sempre propagando a prática de leitura.

Sobre as ferramentas próprias de interação como o e-mail e as caixas de comentários dos *blogs* ainda há o que melhorar, os blogueiros devem tentar ser mais ativos com os seguidores dos seus *blogs*, assim como estipular um limite de tempo para as respostas dos e-mails para não deixarem os leitores esperando muito tempo por respostas, o que foi bastante observado durante a realização da pesquisa.

Sendo assim após a análise de todos os dados da pesquisa podemos compreender que as mídias sociais podem ser aliadas em colaborar no incentivo e prática de leitura além de que é possível trazer este tema para a área de Biblioteconomia tanto aos alunos graduandos quanto aos profissionais formados mostrando os projetos elaborados pelos blogueiros literários que podem ser colocados em práticas pelos bibliotecários escolares com o apoio das escolas assim incentivando desde cedo as crianças e jovens a prática e hábito de leitura.

REFERÊNCIAS

ALQUÉRES, Hubert. Por uma nação de leitores. In: AMORIM, Galeno (Org.). **Retratos da leitura no Brasil**, São Paulo: Imprensa Oficial: Instituto Pró-Livro, 2008. 232p. Disponível em: <<http://www.prolivro.org.br/images/antigo/1815.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2016

ARAÚJO, Paula Carina de. O blog “na era da informação” como ferramenta de compartilhamento de informação conhecimento e para promoção Profissional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 201-213, jan/jun. 2010. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/676>>. Acesso em: 17 jun. 2016

ARAÚJO, Rafaela Lima de; ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de. Ler, compartilhar e interagir: blogs como ferramentas de mediação de leitura. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 240-260, maio./ago., 2015. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5226876.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

BITTENCOURT, Maíra; MOTTA, Bruna Seibert; VIANA, Pablo Moreno Fernandes. A influência de youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **Revista de Associação Nacional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/E-compós**, Brasília, v.17, n.3, p. 1-25, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1013/794>>. Acesso em: 15 set. 2016.

CASTRO, Isadora Vergara; SANTOS JÚNIOR, Carlos Denner dos. “O Que Gerencio e de Quem Dependo?”: determinantes da ação de blogueiros. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 486-507, jul./ago. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v19n4/1415-6555-rac-19-04-00486.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

DIAS, Maíra Tomayno de Melo; GOMES, Maria de Fátima Cardoso. Práticas sociais de leitura em uma sala de aula de jovens e adultos: contrastes em foco. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.31, n.02, p. 183-210, abr./jun. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/edur/v31n2/0102-4698-edur-31-02-00183.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

DI LUCCIO, Flávia; NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Blogs: de diários pessoais a comunidades virtuais de escritores/leitores. **Psicologia, Ciência e Profissão**, n.30, n.1, p.132-145, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v30n1/v30n1a10.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2016

ESTABEL, Lizandra Brasil; MORO, Eliane Lourdes da Silva. A mediação da leitura na família, na escola e na biblioteca através das tecnologias de informação e de comunicação e a inclusão social das pessoas com necessidades especiais. **Inc. Soc.**, Brasília, DF, v.4, n.2, p.67-81, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1657>>. Acesso em: 03 set. 2016.

FREITAS, Elisa Aires Rodrigues de; SILVA, Luiz Carlos Avelino da. Escritas de si mesmos: os adolescentes e seus blogs. **Psic. Clin.**, Rio de Janeiro, vol. 26, n.2, p.139-157, 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652014000200009>. Acesso em: 17 jun. 2016

GOULART, Ilsa do Carmo Vieira. Entre a materialidade do livro e a interatividade do leitor: práticas de leitura. **Rev. Digit. Bibliotecon. Cienc. Inf.**, Campinas, SP, v.12, n.2, p.5-19, maio/ago.2014. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1611>>. Acesso em: 03 set. 2016

KOMESU, Fabiana. Espaços e fronteiras da “liberdade de expressão” em blogs na internet. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 49, n. 2, p. 343-358, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-18132010000200003&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 17 jun. 2016

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 296p.

MACIEL, Francisca Izabel Pereira; RESENDE, Valéria Barbosa de. Letramento escolar: reflexões sobre a produção escrita de adolescentes. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.31, n.04, p.157 – 178, out./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/edur/v31n4/1982-6621-edur-31-04-00157.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

MORAES, Maria Helena Machado de. As tecnologias de informação e comunicação contribuindo para a disseminação da produção científica. **BIBLOS** – Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, v.26, n.1, p. 57-63, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.furg.br/biblos/article/view/2685>>. Acesso em: 17 jun. 2016

SILVA, Ivanda Maria Martins. Tecnologias e letramento digital: navegando rumo ao desafios. **Educação Temática Digital**, Campinas, v.13, n.1, p. 27-43, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/1164>>. Acesso em: 15 set. 2016.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA APLICAÇÃO COM OS BLOGUEIROS

QUESTIONÁRIO (BLOGUEIROS)

| | |
|--|---|
| 1) Idade | |
| 2) Escolaridade | <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental, cursando <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental, completo <input type="checkbox"/> Ensino Médio, cursando <input type="checkbox"/> Ensino Médio, completo <input type="checkbox"/> Ensino Superior, cursando <input type="checkbox"/> Ensino Superior, completo <input type="checkbox"/> Pós-graduação |
| 3) Profissão: | |
| 4) Região onde reside: | <input type="checkbox"/> Norte <input type="checkbox"/> Nordeste <input type="checkbox"/> Centro-Oeste <input type="checkbox"/> Sudeste <input type="checkbox"/> Sul |
| 5) Nome do blog: | |
| 6) Há quanto tempo você possui o blog? Por que decidiu criá-lo? | |
| 7) Quais critérios utilizados para as publicações do blog? | |
| 8) Quais meios utilizados para incentivar os leitores do seu blog a se interessarem mais pela leitura? | <input type="checkbox"/> Resenhas <input type="checkbox"/> Sorteios <input type="checkbox"/> Eventos Literários <input type="checkbox"/> Clube do livro <input type="checkbox"/> Projetos de Leitura <input type="checkbox"/> Desafios Literários <input type="checkbox"/> Outros |
| 9) O blog possui parcerias (com autores e/ou editoras)? Se sim, como funciona esta(s) parceria(s)? | |
| 10) Quais gêneros mais resenhados no blog? | <input type="checkbox"/> Romance <input type="checkbox"/> Comédia <input type="checkbox"/> Policial/Suspense <input type="checkbox"/> Terror/Horror <input type="checkbox"/> Ficção Científica <input type="checkbox"/> Fantasia <input type="checkbox"/> Distopia <input type="checkbox"/> Infanto-Juvenil <input type="checkbox"/> New Adult <input type="checkbox"/> Chick-lit <input type="checkbox"/> Outros |
| 11) Qual a maior dificuldade enfrentada depois da criação do blog? | |
| 12) Qual sua opinião sobre a interação dos blogueiros com seus leitores? | |
| 13) Com que frequência o blog é atualizado? | <input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> De 1 a 2 vezes por semana <input type="checkbox"/> De 3 a 4 vezes por semana |

| | |
|--|--|
| | <input type="checkbox"/> Uma vez por mês <input type="checkbox"/> Outro |
| 14) Você acredita que seu blog consiga incentivar as pessoas a terem o gosto pela leitura? | <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Não sei |
| 15) Você recebe algum retorno financeiro com o blog? | |