

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO (CBG)

**THAÍS LESSA MARANHÃO**

LIVRARIA COMO ESPAÇOS PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS  
LIVRARIA SARAIVA, CULTURA E TRAVESSA

Rio de Janeiro

2017

THAÍS LESSA MARANHÃO

**LIVRARIAS COMO ESPAÇOS PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS  
LIVRARIAS SARAIVA, CULTURA E TRAVESSA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como requisito  
parcial à obtenção do título de bacharel em  
Biblioteconomia.

Orientador (a): Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira

Rio de Janeiro

2017

**CIP – Dados Internacionais de Catalogação na Publicação**

M311t Maranhão, Thaís Lessa  
Livrarias como espaço público: um estudo de  
caso das livrarias Saraiva, Cultura e Travessa /  
Thaís Lessa Maranhão. - Rio de Janeiro, 2017.  
38 f.  
Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira  
Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).  
  
1. Livrarias. 2. Espaço público. 3. Atividades de cultura e lazer. 4.  
Leitura. I. Pereira, Patrícia Mallmann S. II. Título.

CDD: 381.45002

Elaborada pela autora

## **THAÍS LESSA MARANHÃO**

### **LIVRARIAS COMO ESPAÇOS PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS LIVRARIAS SARAIVA, CULTURA E TRAVESSA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como requisito  
parcial à obtenção do título de bacharel em  
Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 4 de janeiro de 2017.

---

Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira (Universidade Federal do Rio de Janeiro)  
Orientador (a)

---

Prof. Dr. Luciano R. S. Coutinho (Universidade Federal do Rio de Janeiro)  
Membro interno

---

Prof. Me. Robson Santos Costa (Universidade Federal do Rio de Janeiro)  
Membro interno

Dedico este trabalho às pessoas que mais  
me motivam, minha mãe e meu pai.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, a Deus.

Agradeço aos meus pais, que desde sempre me apoiaram da melhor forma possível em todos os momentos. Vocês são a minha força.

Vale ressaltar que em final de período, o nervosismo toma conta então agradeço a todos da família por terem suportado meu humor, agradeço meus fiéis companheiros de madrugadas: Vicky, Lilly e Jerry.

Rosiane, por ser a melhor tia que alguém poderia desejar e por mais incrível que pareça, eu não te imito, só pode ser genética, mas te admiro demais.

Isabele, Mariana e Rodrigo, o melhor grupo que eu poderia pedir, a Bibliotour vai estar para sempre no meu coração. Obrigada por compartilharem desse momento tão especial que foi a experiência da Universidade e por estarem sempre ao meu lado.

Minha turma querida que apesar de tudo que aconteceu nesses 4 anos, permanecemos unidos sempre nos ajudando da melhor forma possível, vocês são exemplos de como uma turma pode ser unida mesmo em momentos de tensão e agradeço a cada um de vocês por isso.

Aos meus professores que foram essenciais nesses 4 anos de aprendizado, muito obrigada por sempre estarem dispostos a ajudar.

A minha orientadora Patrícia um muito obrigada não seria suficiente para agradecer a orientação, preocupação e atenção que teve comigo.

Um agradecimento especial ao Daniel Castello Branco que foi super solícito e me esclareceu inúmeras dúvidas.

Todos os meus amigos e amigas, obrigada por tudo, os mais próximos e os que não estão tão próximos agora, mas que ainda são mais do que especiais para mim.

E por fim, só tenho a agradecer por esses 4 anos de Universidade, com certeza sairei com um aprendizado sem igual que só serviu para agregar. Essa experiência foi maravilhosa e minhas expectativas que já eram ótimas, ficaram ainda melhores, sairei, sem dúvidas, muito feliz e satisfeita. Hoje, posso dizer que sou eternamente grata por essa oportunidade que eu tive.

MUITO OBRIGADA!

## **RESUMO**

Esse trabalho trata das livrarias como espaço público de cultura e lazer. Atualmente as livrarias contam com uma série de atividades desenvolvidas para serem realizadas no ambiente das mesmas, com isso, há a possibilidade de enriquecimento cultural e literário dos indivíduos. Seus ambientes são criados de forma a atrair clientes, mas acaba sendo uma forma de contribuição, mesmo se tratando de empresas que visam o lucro. O objetivo geral desse trabalho é saber como se configura a utilização e o funcionamento das livrarias enquanto espaço público de cultura e lazer, e como isso impacta seus usuários, tendo como campo empírico as livrarias Saraiva, Cultura e Travessa na cidade do Rio de Janeiro. A pesquisa é um estudo de casos múltiplos de amostragem intencional, tendo como técnica de coleta de dados a observação simples e entrevistas estruturadas a serem realizadas.

**Palavras-chave:** Livrarias. Espaço público. Atividades de cultura e lazer. Leitura. Livraria Saraiva. Livraria Cultura. Livraria da Travessa.

## **ABSTRACT**

This work deals with libraries as a public space for culture and leisure. Currently bookstores have a number of activities to be carried out in the same environment, therefore, there is the possibility of cultural and literary enrichment of individuals. Their environments are created in order to attract customers, but ends up being a form of contribution, even if trying to companies seeking profit. The aim of this study is to know how to configure the use and operation of libraries as public space for culture and leisure, and how it impacts your users, with the empirical field of the bookstores Saraiva, Cultura e Travessa in the city of Rio de Janeiro. The research is a study of multiple cases of intentional sampling, with the data collection technique simple observation and structured interviews.

**Keywords:** Bookstores. Public space. Culture and leisure activities. Reading. Saraiva Bookstore. Cultura Bookstore. Travessa Bookstore.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	10
1.1	PROBLEMA.....	11
1.2	JUSTIFICATIVA.....	12
1.3	OBJETIVOS.....	13
<b>2</b>	<b>AS LIVRARIAS E SEUS ESPAÇOS .....</b>	14
2.1	LIVRARIA SARAIVA, CULTURA E TRAVESSA.....	15
2.2	AMBIENTE DAS LIVRARIAS.....	16
<b>3</b>	<b>AS LIVRARIAS COMO ESPAÇOS PÚBLICOS.....</b>	18
<b>4</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	20
3.1	TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	21
<b>5</b>	<b>RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	22
4.1	ESPAÇOS DAS LIVRARIAS.....	23
4.1.1	Descrição das atividades das livrarias.....	24
4.2	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	25
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	27
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	28
	<b>APÊNDICE A – Roteiro das entrevistas.....</b>	30
	<b>APÊNDICE B – Termo de consentimento livre e esclarecido.....</b>	31
	<b>ANEXO A - Espaço infantil da livraria Saraiva.....</b>	33
	<b>ANEXO B - Espaço de CDs e DVDs da livraria Saraiva.....</b>	34
	<b>ANEXO C – Interior da livraria Saraiva.....</b>	35
	<b>ANEXO D – Fachada da livraria Cultura.....</b>	36
	<b>ANEXO E – Interior da livraria Cultura.....</b>	37
	<b>ANEXO F - Espaço infantil da Livraria da Travessa.....</b>	38

## 1 INTRODUÇÃO

As livrarias encontram-se em grande evidência atualmente, visto que estão investindo em diversas atividades para atrair o seu público-alvo e possíveis clientes. Com isso, seu espaço está mais incrementado e movimentado, atraindo não só este público, mas também clientes que às vezes não estão dispostos a comprar, mas sim a utilizar o espaço da livraria como lazer, usufruindo das atividades propostas que por vezes não estão relacionadas diretamente com livros. Esses espaços contam com cafés e restaurantes dentro do próprio ambiente da livraria, muitas vezes chamando a atenção não só do público da mesma. Por conter espaços distintos em um mesmo ambiente, isso pode vir a auxiliar na difusão do espaço principal que, nesse caso, é o da livraria. Ao mesmo tempo, o público acostumado a frequentar o lugar sente-se mais a vontade de ter um espaço onde se sinta confortável de passar uma grande parte de seu tempo.

Algumas livrarias brasileiras que contam com essas estratégias atrativas são a Saraiva, a Cultura e a Travessa (que possuem filiais não só no Rio de Janeiro), que dispõem de ambientes com cafeterias, espaços infantis e espaços de leitura. Além disso, eventos culturais periódicos ocorrem, possibilitando uma maior interação com o público. É notável como a repercussão dessas atividades pode ser de grande valia não só para as empresas envolvidas, mas também para quem utiliza os espaços.

Uma estratégia utilizada pelas livrarias e que contribui para o interesse de seus frequentadores é a forma como lidam com o acesso a seus objetos principais de venda, que são os livros. Entende-se que poderia existir uma certa preocupação em deixá-los expostos a todo tipo de manuseio, pois tratam-se de livros novos que muitas vezes podem ser danificados. Não há, no entanto, esse tipo de inquietude por parte dessas livrarias. Os livros são expostos nas prateleiras, muitas vezes abertos de seus lacres pelos próprios funcionários para que o público possa manusear de acordo com sua necessidade, o que acaba por ser vantajoso para ambas as partes, para o público que pode ter acesso ao conteúdo e para a livraria que pode vir a vender seu produto.

Acredita-se que esses espaços podem ser de utilidade para a sociedade em geral, de forma a contribuir com o incentivo a leitura e, com isso, é importante buscar novas formas de incentivar a mesma, pois a leitura precisa ser vista como algo prazeroso. As livrarias como um espaço para leitura e convívio formam um novo ambiente, pois as mesmas deixam de ser vistas como um local apenas de compra.

De acordo com uma pesquisa desenvolvida pelo Instituto Pró-Livro em parceria com o Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE) em 2015, cerca de 5% dos 2798 leitores

responderam que a livraria é onde costumam ir para ler livros; este dado pode parecer mínimo, mas é importante considerar que a livraria não é um espaço primordialmente de leitura, mas, de compra de livros, e está sendo usado também para leitura. E 44% dos 3237 que já compraram livros responderam que o local onde mais se compra é a livraria, 8% dos 1455 que costuma ir pouco ou raramente à biblioteca afirmaram que o que os faria frequentar mais a biblioteca seria ela ter mais ambientes parecidos com os das livrarias (INSTITUTO PRÓ-LIVRO; IBOPE INTELIGÊNCIA, 2016). Ou seja, um dado que mostra que algumas pessoas deixam de frequentar o ambiente das bibliotecas, por elas não possuírem ambientes semelhantes aos das livrarias, tais que podem ser citados como exemplo são os espaços destinados exclusivamente para o público infantil, cafeterias, lugares mais confortáveis e atrativos.

A livraria poderia então ser vista como um espaço aberto ao público, de forma a contribuir positivamente para a prática da leitura, o que pode ser importante para o incentivo a leitura, que merece mais atenção no país. Espaços democráticos para a leitura que não possuem cunho lucrativo seriam as bibliotecas públicas. De fato, atualmente há um grande aumento da população leitora; como mostra a pesquisa, em 2011 era 50% o percentual de não leitores e 50% o de leitores; em 2015 o percentual de não leitores diminuiu para 44% e o de leitores aumentou para 56% (INSTITUTO PRÓ-LIVRO; IBOPE INTELIGÊNCIA, 2016). Apesar do aumento no percentual de leitores, deve-se ter cautela, pois a pesquisa não avaliou o nível dessa leitura, portanto, a qualidade e o nível dessa leitura como não foram avaliados, é difícil classificá-la em níveis acima de algum padrão. Assim como as bibliotecas públicas, acredita-se que as livrarias também têm contribuído para isso. As livrarias têm interesse na ampliação do número de leitores no país, pois leitores são potenciais compradores e entende-se que, justamente por isso, elas façam uso de estratégias para despertar o interesse pela leitura e proporcionem ambientes interativos, que não só atraiam reais leitores mas também possíveis novos leitores. Portanto, as atividades e eventos são formas de incentivar as compras, visto que em sessões de autógrafos de livros, por exemplo, necessita-se de ter o livro em mãos. Walters (1995, p. 22, tradução minha) discorre sobre os recursos das livrarias:

A quantidade de recursos que uma livraria pode investir no crescimento da literatura vai depender em como bem-sucedido é na venda de livros. Contrariamente, o papel da biblioteca pública é encorajar a difusão da leitura entre todos os grupos de idades e toda a parte da comunidade, para fornecer informação e suporte para toda aventura literária, não importa se isso resulta na questão do livro ou visitas a livraria.

As livrarias, de uma maneira ou de outra, mostram-se cada vez mais espaços destinados ao público, aberto para os indivíduos que quiserem utilizar a livraria, trazendo a ideia de um

ambiente com acesso democrático. Porém, como são espaços públicos de pessoas que visam o lucro, talvez não estejam abertas a todo o tipo de público, como as bibliotecas públicas estão, mas ao cumprirem esse papel, que pode ser considerado determinante, é notável a importância dessas livrarias culturalmente de forma a trabalhar o conceito de espaço público.

### 1.1 PROBLEMA

O problema de pesquisa deste trabalho é responder a seguinte pergunta: como se configura a utilização e o funcionamento das livrarias enquanto espaço público de leitura, cultura e lazer?

### 1.2 JUSTIFICATIVA

Observou-se uma necessidade de pensar e analisar como o público utiliza o espaço das livrarias nos dias de hoje, como isso pode contribuir e ter se desenvolvido ao longo do tempo. É importante entender esses novos espaços das livrarias como espaços destinados à cultura e ao seu incentivo, trazendo uma nova contribuição e perspectiva para a área da Biblioteconomia. Essa nova configuração dos espaços das livrarias é um recente fenômeno social e, portanto, é necessária uma maior atenção e compreensão acerca deste tema, visto que há pouca literatura sobre o mesmo dentro da área de Biblioteconomia.

As livrarias, no contexto atual, são espaços onde se propaga a compra e venda de livros – não exclusivamente estes – mas também revistas e objetos relacionados a papelaria no geral, além das mídias digitais, como CDs, DVDs e equipamentos tecnológicos. Atualmente, o conceito de livraria pode ser bem amplo, pois não se trata apenas desse lugar para compra e venda, mas também um lugar de interação, é o que se pode observar em Miller (1999, p. 387, tradução minha), que afirma: “[...] o papel das livrarias tem se expandido para incluir a atuação como centro cultural, um lugar para interação e um recurso da comunidade.” A livraria tem se tornado um lugar que assume um papel acolhedor para os leitores e a comunidade a qual está inserida.

### 1.3 OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é analisar como se configura a utilização e o funcionamento das livrarias enquanto espaço público de leitura, cultura e lazer, tendo como campo empírico as livrarias Saraiva, Cultura e Travessa, na cidade do Rio de Janeiro/RJ.

Os objetivos específicos para a realização deste trabalho são:

- a) descrever como se encontra o ambiente atual e as atividades realizadas nessas livrarias;
- b) averiguar como se originou essa utilização do espaço das livrarias;
- c) explorar como esses espaços são utilizados.

## 2 AS LIVRARIAS E SEUS ESPAÇOS

Atualmente, as livrarias presentes no país e no mundo estão diversificadas e buscam servir não só como um local de venda, mas como um lugar onde os indivíduos possam frequentar e que se sintam atraídos e bem recebidos por este, levando em consideração que o que elas oferecem não se estende unicamente para os produtos ofertados (MCMENEMY, 2009; MILLER, 1999; RAYMOND, 1995; WALTERS, 1995). Em nível nacional, o Brasil já possuía algumas livrarias no passado, apesar de ser um país em constante desenvolvimento, seu início no mercado de livros não foi recente. Machado (2008, p. 21-22) discorre sobre o início do comércio dos livros no Brasil e no Rio de Janeiro: “No final do século XVIII, o comércio de livros se intensificou, inclusive com a vinda de livreiros portugueses à cidade, interessados nas promissoras possibilidades da colônia.”. Machado (2008, p. 22) discorre: “Mas havia outros locais onde se vendiam livros, pois é bom lembrar que, na época, o comércio ainda não se especializara e livros podiam ser encontrados em muitos tipos de negócios, entre selas, alho, artigos de papelaria.”.

Em Machado (2008, p. 16), pode-se observar como se deu a questão da venda de livros ao longo dos séculos: “Assim, sabemos que no século XVII (e até mesmo no XVI) já circulavam livros nas principais cidades, mas é quase certo a inexistência de pontos de venda. Tais obras vinham de Portugal trazidas pelos colonos, por encomenda ou adquiridas de marinheiros de navios estrangeiros, como ainda era comum no início do século XIX. Em seguida, o mercado de livros foi se intensificando e atualmente contamos com uma série de livrarias com o propósito de venda de livros, entre outros artigos”.

As livrarias, de alguns anos para cá, porém, ganharam espaços maiores e com objetivos bem definidos. Uma série de eventos de cunho literário, cultural e de lazer têm acontecido e podem contribuir com a comunidade a qual estão inseridas. As livrarias no país se assemelham também com as de outros países, alguns considerados economicamente mais desenvolvidos, mas todas as táticas e meios de funcionamento são parecidos entre elas (MILLER, 1999; RAYMOND, 1995). Comunidade nesse sentido, por sua vez, é definida por Goldwasser (1974, p. 70):

O conceito de comunidade tem sido convencionalmente compreendido ou como um determinado segmento populacional ocupando uma área territorial contígua, ou como um certo tipo de relação social evocando os aspectos mais positivos dos processos de associação humana. As definições explícitas de comunidade têm de certa forma se ligado mais enfaticamente a um ou outro destes ângulos, algumas vezes salientando variáveis de natureza ecológica ou demográfica, outras vezes acentuando processos sociais ou psicológicos catalizadores da unidade comunitária.

Comunidade não está necessariamente ligada apenas pelo espaço físico, mas pela suas relações, ou seja, as comunidades possuem ligação por interesses, pois partilham dos mesmos em comum.

Esse modelo de livrarias acaba por funcionar como um espaço de convívio com tudo que podem oferecer, um espaço público de leitura, lazer e cultura. As livrarias podem ter muito com o que contribuir, pois possuem focos de trabalho que são fomentos à leitura, à cultura e ao lazer, possibilitando a elas possíveis boas escolhas ao realizarem qualquer evento ou atividade que tenha ligação com isso, possibilitando além de enriquecimento com o público, uma possível vantagem nas vendas de seus produtos.

A leitura por si só não está ligada apenas com a decifração da escrita, mas sim com a experiência, ler pode provocar sensações (YUNES, 2003; FIDALGO, 2016). Em Fidalgo (2016, p. 220) observa-se a importância do apoio da leitura: “Apoiar e divulgar programas e iniciativas que promovem a leitura é de extrema importância para que essas iniciativas cresçam e os leitores se espalhem pelo país.”.

E, atualmente, deve-se considerar outros tipos de leitores, os de livros digitais. Na livraria encontra-se uma série de plataformas que podem servir de interesse para possíveis leitores, a tecnologia e os filmes associados e em parceria com o mundo literário pode ser de grande importância para a leitura.

## 2.1 LIVRARIAS SARAIVA, CULTURA E TRAVESSA

As livrarias Saraiva, Cultura e Travessa são exemplos que têm investido em um modelo de livraria que constitui uma série de atividades e eventos que possuam ligações com a leitura, a cultura e o lazer.

A Livraria Saraiva atualmente é uma livraria *megastore*, que além da venda de livros, vende artigos de papelaria, revistas, CDs e DVDs etc. Mas como pode-se observar em Machado (2008, p. 117), em seu início era diferente do que é atualmente: “[...] a Saraiva começou a partir do sonho de um imigrante português, Joaquim Inácio da Fonseca Saraiva [...].” Na época em que foi fundada era apenas concentrada em livros jurídicos usados, porém posteriormente iniciou no ramo editorial e, em 1968, foi rebatizada com o nome Saraiva, e já possuía um grande prestígio. Em 1996, a empresa se baseou nas tendências internacionais e inaugurou a sua primeira *megastore* em São Paulo (MACHADO, 2008, p. 118). Atualmente, é muito comum algumas livrarias brasileiras seguirem padrões de livrarias de outros países, portanto, as práticas da maioria são parecidas entre si.

A Livraria Cultura também é uma livraria que possui grande presença. E assim como a Livraria Saraiva, foi fundada por imigrantes. Em seu início era um serviço de empréstimo especialmente voltado para a colônia alemã. Posteriormente, devido à recepção que teve, sua fundadora Eva Herz montou uma pequena livraria e, depois disso, a livraria foi crescendo e ampliando-se (MACHADO, 2008, p. 171). Um fator importante que também é citado por Machado (2008, p. 173) é: “Assim, em 1997, foi a primeira livraria brasileira a organizar os chamados cafés filosóficos, reuniões para discutir problemas humanos, sob uma ótica filosófica, com a assessoria de especialistas em filosofia.”. Ou seja, foi um grande passo para a questão das atividades e eventos desenvolvidos nas livrarias como se vê atualmente.

A Livraria da Travessa, assim como as outras duas, possui grande renome. Esta surgiu a partir de um impasse entre sócios, em que o livreiro Rui Campos assumiu a direção que inicialmente se chamava Dazibao da Travessa e, posteriormente, Livraria da Travessa (MACHADO, 2008, p. 236). Atualmente, a livraria pode ser considerada uma livraria com ambiente familiar, aconchegante, tendo em vista que não possui o perfil *megastore* como as outras livrarias, apesar de vender alguns dos mesmos produtos.

Todas as três livrarias iniciaram há anos no mercado (Saraiva em 1917, Cultura em 1947 e Travessa em 1986) e são de grande influência nesse setor. Elas possuem características particulares, assim como na forma que foram iniciadas, porém todas realizam atualmente atividades e eventos de leitura, culturais e de lazer em geral em seus espaços físicos, além de permitirem o acesso e folheio aos livros pelos clientes.

## 2.2 O AMBIENTE DAS LIVRARIAS

O ambiente das livrarias pode ser bem específico, visto que a maioria das grandes livrarias hoje em dia contam muitas vezes com uma cafeteria, algum lugar reservado para leitura com grandes poltronas ou cadeiras e outro para a realização de suas atividades de cultura e lazer. E como pode-se observar em Miller (1999, p. 387, tradução minha):

O resultado é que a livraria é crescentemente vista como provedora de seminários com renomados autores, um ambiente em que se pode demorar em um cappuccino, um espaço de encontro para um grupo de leitura ou um destino apropriado para um encontro sábado a noite.

As livrarias, então, podem ser consideradas espaços não só para leitura, mas um local de encontro entre as pessoas ou apenas para se passar o tempo, pois acaba sendo um lugar

agradável e de funcionamento aos fins de semana, o que pode vir a ser um atrativo para pessoas que não possuem disponibilidade em dias comuns da semana.

As bibliotecas públicas, atualmente, não possuem um horário tão expansivo como os das livrarias, é o que pode-se observar em Raymond (1995, tradução minha), que afirma que “Bibliotecas deveriam pensar mais cuidadosamente sobre horas e conforto. Críticas são certas: a maioria das pessoas querem ir à caça aos livros no fim de semana. Assim, faz sentido para as bibliotecas abrirem então.”. As livrarias possuem uma série de diferenças quando comparadas às bibliotecas e apesar de possuírem funções totalmente diferentes, algumas práticas das livrarias poderiam ser aplicadas às bibliotecas, como observa Mcneminy (2009, p. 8, tradução minha), que declara: "Assim, há muito que pode ser aprendido do setor de vendas em como eles promovem material para potenciais clientes e o ambiente que criaram entregando estes materiais.". Como quebra desse paradigma, porém, pode-se citar como exemplo as Bibliotecas Parque, que possuem uma proposta mais como de espaço de leitura, cultural e de lazer também, além de possuírem eventos diversos e atividades. Contudo, devido a políticas públicas que não priorizam o acesso à cultura, elas estão sem condições de se manterem abertas e funcionando como deveriam.

Atualmente, as livrarias podem também contribuir para a formação de novos leitores, com seus eventos literários, culturais e espaços de lazer. É o que pode-se observar em Silva (2009, p. 119): “É importante que haja a multiplicação de livrarias especializadas, que além de se preocuparem com a venda imediata, também se preocupem em formar novos leitores.”. Silva (2009, p. 120) também discorre sobre os espaços para o público infantil nas livrarias: “Algumas livrarias no Brasil já tomaram a iniciativa de transformar seus ambientes, dando-lhes aspecto lúdico, com atividades como: hora do conto, brincadeiras, trabalhos com materiais recicláveis etc.”. Mesmo que com o objetivo comercial inteiramente evidente, pode-se observar que o ambiente que a livraria proporciona é significativo para alcançar o seu propósito e conscientemente ou não proporcionar a comunidade atividades culturais e de lazer que podem ser proveitosa para a mesma.

As livrarias que dividem seus espaços, geralmente com cafeterias e restaurantes, possuem uma série de atividades de cultura e lazer destinadas ao público, atividades estas, como: clube do livro, discussões e debates, conversas com autores, atividades relacionadas ao público infantil, etc. Dessa forma, as livrarias podem ser consideradas como espaços públicos, pois são lugares abertos ao público, mesmo que sejam instituições com fins lucrativos.

### 3 AS LIVRARIAS COMO ESPAÇOS PÚBLICOS

O espaço público é um conceito que pode ser bem explorado, pois tem diversas definições acerca desse termo. Inicialmente, como afirma Balula (2010, p. 43-44):

No centro da pólis grega, a ágora representa o espaço público por excelência. Cercada por edifícios públicos e local de mercados e feiras, esta praça central constitui igualmente o lugar privilegiado de encontro dos cidadãos, onde os temas das cidades são debatidos e onde se formam as decisões políticas.

Por um lado atual e na perspectiva em nível de Brasil, Leite (2008) discorre que:

No Brasil, o debate contemporâneo sobre “espaço público” retoma a crítica social como princípio analítico, para reafirmar a necessidade da constituição desses “espaços” como instâncias nas quais os direitos sociais possam ser reconhecidos, numa perspectiva em que a cidadania pressupõe a existência de uma sociabilidade baseada no reconhecimento dos diferentes valores e interesses da sociedade.

As livrarias podem ser entendidas como espaços abertos ao público para realizações de atividades destinadas ao mesmo. No entanto, sem esquecer o motivo principal que é o de atrair clientes, pois são instituições que visam o lucro, ou seja, a venda de produtos. Entretanto, por outro lado, essas atividades que são realizadas, e não só elas, mas com o ambiente muitas vezes agradável proporcionado por essas instituições, acaba contribuindo para atrair mais pessoas a um lugar cercado de produtos literários, além de produtos ligados a tecnologia, CDs e DVDs. Ou seja, mesmo se tratando de um espaço de caráter privado, uma loja, ela acaba por se tornar um espaço público, pois é aberta ao mesmo e, ao menos, em teoria, pode ser frequentada por qualquer cidadão da comunidade em que esteja inserida, além de agregar as pessoas para um espaço de leitura, cultura e lazer. Assim como afirma Habermas (2012, p. 218):

Por Espaço Público entendemos inicialmente o âmbito da nossa vida social no qual se pode formar algo assim como a opinião pública. A rigor, o acesso a ele está aberto a todos os cidadãos. Parte do Espaço Público ocorre em qualquer conversação na qual as pessoas privadas se reúnem enquanto um público.

Pode-se também observar a relação desses espaços públicos em meio ao privado em Almeida (2006, p. 2), que afirma que “[...] há uma proliferação de espaços coletivos privados, sobretudo de *shopping centers*, os quais redirecionam para si o fluxo de usuários do meio urbano, através da concentração de atividades e serviços em um conjunto edificado.”. Apesar do objetivo privado das livrarias, as mesmas de alguma forma podem contribuir nas interações

sociais que são realizadas em seu espaço, constituindo assim um espaço público. As atividades que compõem as livrarias atualmente, por si só, atraem a atenção das pessoas, e não só elas, mas o próprio interesse em estar em um espaço composto por uma série de atrativos faz desses espaços lugares bastante frequentados. Também em Almeida (2006, p. 8): “[...] o usuário do espaço público não é apenas observador, mas parte atuante, onde os elementos físicos e imóveis em relação com as pessoas e atividades caracterizam os ‘lugares’ da cidade.”. Dessa forma, os espaços ditos “públicos” podem partir do princípio de que são públicos, pois podem e são abertos à utilização dos cidadãos em que os mesmos são partes atuantes nesses espaços. Balula (2010, p. 44) discorre que: “Para além *daquilo que acontece* no espaço público, é assim igualmente importante considerar *aquilo que ele é*, ou seja, os lugares físicos que o conformam, o palco no qual os actores sociais se movimentam.”. As livrarias, dentro de espaços que são em grande parte fechados, pois não consistem em praças, por exemplo, podem possuir o mesmo efeito de espaço aberto ao público. Ainda em Balula (2010, p. 47):

É necessário reconhecer que a vasta maioria dos actuais espaços privados de uso público não são de acesso livre, pois alojam actividades económicas que exigem geralmente o pagamento de um ingresso, ou o consumo de algum tipo de produto ou serviço. Com efeito, há um grande défice de espaços interiores públicos, ou “salas de estar” urbanas, na cidade actual onde seja possível permanecer sem pagar ou consumir algo. No entanto, apesar desta forte limitação em termos de acessibilidade universal, os espaços privados acessíveis ao público constituem uma importante extensão do espaço público da rua e influem decisivamente na vitalidade do espaço urbano.

Por essas observações pode-se entender que lugares onde se pode haver a interpretação de um espaço público, mesmo constituindo um espaço privado, com formas acessíveis para todos pode ser um importante passo para a sociedade. Sendo assim, as livrarias podem vir a ser um espaço público, mas que mesmo que seja uma instituição que visa o lucro, seja possível a interação entre os indivíduos, além de um espaço onde venha a se obter cultura e/ou lazer.

Além disso, as livrarias se configuram em espaços públicos, pois permitem e estimulam uma interação interpessoal, o acesso a bens culturais e o estímulo de debates referentes a temas de interesse do seu público, sejam culturais, sociais ou políticos. De modo geral, as livrarias também permitem que se permaneça em seu interior sem que, necessariamente, se precise consumir ou pagar ingresso, pois é possível que se passe algum tempo folheando e, mesmo, lendo obras inteiras e saia sem gastar nenhum dinheiro.

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Neste trabalho, foi utilizado como método a pesquisa qualitativa de caráter descritivo, uma vez que foram analisadas e descritas as características de algumas livrarias pré-determinadas, pois como afirma Gil (2008, p. 28): “As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.”. Foi realizado um estudo de casos múltiplos. Foram selecionadas três livrarias que possuem ambientes alternativos ao apenas de venda de livros e revistas, ou seja, as que contam com ambientes que dispõem de assentos confortáveis, restaurantes e cafeterias, auditórios e/ou espaços de recreação e leitura, se constituindo em espaços públicos. Gil (2008, p. 57-58) define estudo de caso como: O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado [...]”

O campo da pesquisa que foi escolhido para o desenvolvimento deste trabalho é empírico. Foram escolhidas três livrarias, Saraiva, Travessa e Cultura, localizadas na cidade do Rio de Janeiro, em áreas pré-determinadas, sendo elas as unidades da Zona Sul (Saraiva e Travessa) e Centro da cidade (Cultura). Essas livrarias foram escolhidas por serem grandes livrarias, que possuem um espaço físico amplo e que não propagam apenas a compra e venda de livros, mas também atividades culturais, muitas vezes relacionadas ao livro e à leitura. As livrarias em questão são muito conceituadas por estarem no mercado há anos.

As três livrarias foram escolhidas por possuírem características particulares que interessavam para esta pesquisa. A amostragem escolhida é a amostragem intencional, que é definida por Gil (2008, p. 94) como: “Também constitui um tipo de amostragem não probabilística e consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. Essas livrarias foram escolhidas devido a seu renome, seus projetos, ações culturais e espaços amplos e diversos. A unidade escolhida da Livraria da Travessa se encontra no bairro de Botafogo, na Zona Sul do Rio de Janeiro, em uma rua que recebe um grande fluxo de pessoas e de fácil acesso, é uma livraria de rua, portanto, não está dentro de algum outro lugar e está muito próxima de uma estação de metrô. A unidade da Livraria Cultura selecionada fica localizada no bairro Centro do Rio de Janeiro, esta é uma livraria que conta com diversos andares e que promove diversos eventos de literatura, ela recebe também um grande número de visitantes, pelo fato de ser um local de bastante circulação de pessoas e por ser o bairro facilmente acessado, de ônibus e de metrô. A Livraria Saraiva, por outro lado, é uma unidade dentro de

um *shopping*, o Rio Sul, localizado na divisa dos bairros Botafogo e Urca, na Zona Sul do Rio de Janeiro, mas dada a sua localização (ambiente cercado por universidades e algumas empresas) é um *shopping* de acesso constante, devido ao grande fluxo de pessoas que transitam por esse lugar, assim como as outras duas unidades de livrarias escolhidas.

### 3.1 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Foram utilizadas duas técnicas de coleta de dados: observação simples e entrevista estruturada. Gil (2008, p. 101) define observação simples como: “Por observação simples entende-se aquela em que o pesquisador permanece alheio a comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que ocorrem.”.

A observação consistiu em visitas periódicas aos locais de pesquisa, foram observados os espaços destinados a atividades e eventos dentro das livrarias, portanto, foi feito um levantamento da programação oferecida por estas livrarias após visitas aos *websites* destas, consultando a agenda de eventos de cada unidade estudada. O ponto principal que foi analisado nas livrarias em estudo foram os indivíduos que utilizavam os espaços que essas dispõem. Foram observadas as pessoas que liam livros ou revistas, faziam reuniões etc., ou seja, usufruíam do espaço, buscando apreender para que finalidade utilizavam o espaço das livrarias; foram observadas todas as pessoas que desfrutavam desses espaços, seja para lazer, para estudo ou outras atividades relacionadas. As observações foram feitas com todos os indivíduos que estivessem utilizando o espaço das livrarias, no momento da coleta de dados.

A observação simples foi realizada nos períodos dos meses de agosto a novembro de 2016, com visitas aleatórias, sendo elas tanto em dias de eventos e atividades como em dias em que estes não haviam. O registro das observações foi feito a partir de diário de campo e de máquina fotográfica (no caso dos espaços).

Foram feitas, também, entrevistas estruturadas (roteiro no Apêndice A), a fim de se obter maior aprofundamento da realização dos eventos e atividades culturais, com gestores intimamente ligados a tais, sendo utilizado um pequeno roteiro com perguntas pré-estruturadas. As entrevistas foram realizadas a fim de responder, mais especificamente, ao objetivo específico b, mas também ou outros dois. O instrumento utilizado para o registro das informações foi gravador de voz, com prévia autorização dos entrevistados, que assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice B).

## 5 RESULTADOS DA PESQUISA

Esta seção apresenta os resultados da pesquisa. Foi possível perceber diferenças na utilização do espaço de cada uma das três livrarias, que serão apresentadas na subseção seguinte.

As visitas para observação se deram nos dias descritos, com as atividades seguintes, sendo observados os pontos já mencionados anteriormente, que são importantes pontos para análise desta pesquisa:

Livraria Saraiva do *shopping* Rio Sul:

- a) 1<sup>a</sup> visita: dia 29 de agosto de 2016, segunda-feira;
- b) 2<sup>a</sup> visita: dia 31 de agosto de 2016, quarta-feira;
- c) 3<sup>a</sup> visita: dia 21 de outubro de 2016, sexta-feira (evento de sessão de autógrafos);
- d) 4<sup>a</sup> visita: dia 30 de outubro de 2016, domingo (evento de lançamento de livro com encontro de fãs).

Livraria Cultura do Centro:

- a) 1<sup>a</sup> visita: dia 8 de setembro de 2016, quinta-feira;
- b) 2<sup>a</sup> visita: dia 11 de outubro de 2016, terça-feira (evento de sessão de autógrafos);
- c) 3<sup>a</sup> visita: dia 20 de outubro de 2016, quinta-feira.

Livraria Travessa de Botafogo:

- a) 1<sup>a</sup> visita: 12 de novembro de 2016, sábado (evento contação de histórias infantis);
- b) 2<sup>a</sup> visita: dia 18 de novembro de 2016, sexta-feira (evento de lançamento de livro);
- c) 3<sup>a</sup> visita: dia 02 de dezembro de 2016, sexta-feira (evento de lançamento de livro).

As observações que foram feitas foram essenciais para esta pesquisa, sendo possível a visualização dos eventos e atividades que aconteciam, além da observação dos indivíduos, como eram utilizadas as livrarias, para qual finalidade. Todos os eventos observados tinham um número considerável de público, em torno de no mínimo 50 pessoas e os dias da semana foram fatores importantes para a coleta dos dados.

Nos dias de semana, na parte da tarde, a livraria que mais se encontrava com um grande público presente foi a Livraria Cultura; já a Livraria Saraiva nos horários da tarde não possuía um número muito grande de público, o que mudava quando se tratava do turno da noite. Alguns

pontos podem ser considerados: a Livraria Cultura por ser uma livraria no Centro da cidade do Rio de Janeiro, para muitas pessoas pode ser uma melhor opção frequentar nesse turno da tarde; já na Livraria Saraiva, frequentar a noite pode ser mais interessante, visto que é uma livraria de um *shopping center* e por estar cercada de universidades, o fim das aulas poderia ser um fator. A Livraria da Travessa também possui um grande número de público quando o turno é a noite, o que também pode-se considerar o grande fluxo de pessoas onde a livraria está localizada, assim como a facilidade por ser uma livraria de rua.

#### 4.1 ESPAÇOS DAS LIVRARIAS

As livrarias em questão possuem espaços bem diversificados entre elas, porém contam com basicamente os mesmos ambientes, como os espaços para o público infantil, cafeteria, espaço de venda de eletrônicos e de CDs e DVDs.

A Livraria Saraiva analisada nesta pesquisa possui alguns espaços específicos, que consistem em: uma área com cafeteria em um lugar cercado; em meio às estantes, ao lado do café, há a presença de duas mesas e algumas cadeiras, neste mesmo espaço são realizados alguns dos eventos de autógrafos de autores e clube do livro; uma outra área que a livraria possui é a área infantil, que conta com pequenas mesas e cadeiras infantis e uma televisão onde passam filmes destinados a este público durante o horário de funcionamento da livraria. Na entrada da livraria situam-se os livros de lançamento e ao longo da livraria são distribuídos os livros no geral, destacando a área das revistas que fica próxima às estantes dos livros de lançamento e a área da papelaria, próxima ao espaço infantil.

A Livraria Cultura, das três que foram analisadas, é a que possui um espaço físico maior, são quatro andares que ocupam uma grande área. No térreo há uma área infantil onde possui uma grande montagem de um dragão e nesse há bancos e lugares para se deitar ou sentar. A livraria possui duas opções para locomoção entre os andares, escada rolante e um acesso de rampa por todos os andares, onde o indivíduo percorre estantes de livros enquanto vai passando pelo caminho. No andar abaixo do térreo, subsolo, há um teatro, chamado Eva Herz, onde são realizados alguns dos eventos proporcionados pela livraria; este espaço dispõe de cadeiras, poltronas e bancos. No andar acima do térreo, o segundo andar da livraria, é a área destinada a CDs e DVDs e dispõe de espaços com bancos e cadeiras. Acima deste, no terceiro andar, é a área de eletrônicos, revistas e livros culinários e de arte, além da cafeteria da livraria. Assim como na Livraria Saraiva, os livros de lançamento estão localizados logo na entrada da livraria, aonde possui uma grande área com livros de literatura, distribuídos ao longo dela.

A Livraria da Travessa possui um espaço físico menor em relação às outras duas livrarias estudadas neste trabalho, mas que dispõe de vários espaços similares aos das outras livrarias analisadas de espaços maiores. Possui dois andares, sendo o primeiro com área infantil e de CDs e DVDs. A área infantil é localizada ao fundo da loja, com um espaço grande; na entrada da livraria, assim como das outras duas livrarias, há os livros de lançamento. No segundo andar encontra-se a cafeteria. A livraria conta ainda com um jardim em uma área ao ar livre dentro da própria livraria, onde possui mesas e cadeiras que são abertas ao público, ou seja, mais um local para se poder estudar ou ler um livro.

#### 4.1.1 Descrição das atividades das livrarias

Todas as atividades realizadas nas livrarias estudadas são previamente determinadas e divulgadas, seja por meio eletrônico, nos *websites* das instituições, ou por propagandas nas próprias livrarias. São atividades organizadas pelas livrarias e que contam, em sua grande maioria, com um número considerável de participantes.

Na Livraria Saraiva, as atividades relacionadas a sessão de autógrafos ou encontros com autores são realizadas no espaço ao lado da cafeteria; quando há a realização de conversas ou palestras, são organizadas fileiras de cadeiras. Quando há apenas a sessão de autógrafos há a mesa principal onde o autor do livro encontra-se presente. A fila é formada no espaço da livraria, geralmente com a organização de senhas. As atividades relacionadas ao público infantil, em geral, são organizadas no espaço destinado a este. Algumas atividades infantis são contação de histórias, música para crianças, os filmes que costumam passar na televisão que há no espaço, entre outras.

Na Livraria Cultura, os eventos, no geral, costumam ser realizados no espaço do teatro Eva Herz, onde há acomodações adequadas. São distribuídas senhas, assim como na Livraria Saraiva; porém, alguns eventos de grande porte contam também com a formação de uma fila, no geral, no lado de fora da livraria. Os principais eventos que podem ser citados são as sessões de autógrafos e clube do livro, além de palestras.

Na Livraria da Travessa, os eventos são realizados no centro da livraria, onde são afastadas algumas estantes para poder dinamizar o espaço. Na área infantil, que conta com um espaço bem distribuído, são realizadas as contações de histórias ou outras atividades infantis relacionadas.

O Quadro 1 apresenta, sinteticamente, as principais atividades que são realizadas nas livrarias estudadas

Quadro 1: Principais atividades realizadas nas livrarias Saraiva, Cultura e Travessa

Livrarias	Atividades
<b>Livraria Saraiva</b>	Sessão de autógrafos; lançamento de livro; contação de história; clube do livro.
<b>Livraria Cultura</b>	Sessão de autógrafos; lançamento de livro; palestras.
<b>Livraria da Travessa</b>	Sessão de autógrafos; lançamento de livro; contação de história.

Fonte: a autora.

Vale ressaltar que as sessões de autógrafos consistem basicamente no autógrafo de livros de um autor; e lançamentos de um livro consistem na divulgação de um novo livro do autor.

#### 4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em todas as visitas às livrarias para observação foram analisados os pontos anteriormente citados. Notou-se na primeira livraria em questão, a livraria Saraiva, que está presente dentro de um *shopping* na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, que os indivíduos utilizam a cafeteria como um espaço além de seu propósito principal, pois utilizam-no para ler os livros e revistas presentes na livraria, muitas vezes, sem compromisso de compra. Há um grande número também de pessoas que utilizam esse mesmo espaço da cafeteria para estudo e reuniões de trabalho. Foi observado também que não há um número muito grande de mesas e cadeiras no espaço físico da livraria, portanto, esse pode ser um motivo para que a cafeteria concentre um número maior de indivíduos em seus espaços já que os mesmos utilizam o espaço. O espaço infantil é bastante utilizado pelo próprio público infantil, porém há seu uso por adultos também, que consiste em grande parte na leitura de livros ou em assistir os filmes que são passados na televisão, que são também infantis.

Na livraria Cultura, ao contrário da Saraiva, o espaço da cafeteria não é muito usado para outros fins que não seu propósito principal, que é o consumo de bebidas e comidas; o fato dessa livraria ter um espaço físico maior pode ser um fator que contribui para isso. Durante as visitas foram observados poucos indivíduos utilizando o espaço da cafeteria para leitura, e os

poucos que foram estavam estudando ou realizando reuniões. As pessoas que utilizam o espaço para leitura dos próprios livros da instituição ficam ao longo da livraria, onde são distribuídos os assentos, pois não é permitido que se leve livros da livraria para leitura no café. No espaço infantil, assim como foi observado na Saraiva, além do público infantil, muitos adultos usam o espaço para descanso e leitura.

A livraria da Travessa, apesar de possuir um espaço físico relativamente menor em relação às demais, consegue realizar todos os eventos a que se propõe, sem que isso atrapalhe. Algumas pessoas utilizam o espaço da cafeteria não só para seu propósito principal, alimentação, mas também para reuniões. As pessoas se dividem entre as poltronas e o espaço infantil para a leitura de livros.

Em relação às entrevistas, após inúmeras tentativas não foi possível conseguir contato com responsáveis pelas Livrarias Saraiva e Cultura para que a entrevista pudesse ser realizada.

As entrevistas que foram realizadas em relação a Livraria da Travessa foram com duas pessoas, sendo uma dessas que trabalhou como livreiro durante um ano e meio na própria Livraria da Travessa de Botafogo e com um dos coordenadores dessa mesma, que continua trabalhando há dez anos. Ambos, que possuem alguns anos de experiência, afirmaram o compromisso da Travessa de ter o intuito de ser uma livraria familiar. Em relação as atividades para as quais as pessoas utilizam a livraria, que não a de compra, foi dito que há muita frequência desse tipo de público na livraria, quando perguntado se consideram a presença dessas pessoas na livraria, responderam que sim, a presença delas é importante para a livraria e as atividades serem gratuitas é sim, um meio para atrair mais público para os eventos realizados. Ao perguntado se a livraria se sentia prejudicada com o grande público que utiliza e muitas vezes não compra, responderam que de forma alguma isso prejudicava a livraria. O início dessas atividades é desconhecido, mas sua finalidade é para a divulgação de produto, o livro e por consequência, o autor.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que o ambiente atual das livrarias abordadas neste estudo encontra-se dinamizado, sendo que os espaços são utilizados pelo público para diversas finalidades e este mesmo público usufrui de atividades propostas pelas livrarias. Com isso, o que é oferecido pelas livrarias e a forma como isso é oferecido, além o uso dos espaços que é feito, contribuem para tornar essas três livrarias espaços públicos de leitura, cultura e lazer. Os indivíduos estão utilizando um espaço público, porém de uma instituição privada que visa lucro, mas que proporciona atividades gratuitas que podem vir a agregar para quem está envolvido, além de disponibilizarem os espaços para diversos usos. A preocupação principal, e única, de venda é retirada e as livrarias passam a observar o indivíduo e suas necessidades que, muitas vezes, não estão ligadas intimamente com o consumo, mas com a cultura, o lazer e o uso do espaço para diversos fins, se tornando em “salas de estar urbanas”, como salienta Balula (2010). Os indivíduos se sentem à vontade para utilizar o espaço das livrarias como quiserem, inclusive, ao praticar a leitura com os livros que ali estão presentes, não havendo forma de repreensão por meio de nenhuma das livrarias.

Entende-se que um fator que pode ser importante para o crescimento das livrarias no Brasil é a forma como elas vêm lidando com o seu público, proporcionando diversas atividades que incentivam o uso dos livros, da música, da tecnologia, de quaisquer que sejam os produtos que as livrarias comercializam. De alguma forma, elas podem continuar contribuindo para o enriquecimento da comunidade, especificamente, e da sociedade, de modo geral, visto que é importante a participação da população em ambientes que sejam para uso público, mesmo que sejam privados. O acesso e as possibilidades que as livrarias possuem podem fazer delas grandes aliadas da leitura, da cultura e do lazer, proporcionando grandes vantagens para seu público. Formar um público leitor, no sentido amplo, é importante para as livrarias que, em última instância, contribuem para formar o seu público consumidor.

Esse relativamente recente fenômeno das livrarias ainda é pouco estudado no âmbito nacional, e é importante que se tenha mais discussões sobre esse assunto, além de outros estudos que aprofundem algumas questões, como um foco maior no usuário das livrarias, por exemplo. É importante também uma maior aproximação entre bibliotecas e livrarias, pois ambas possuem um papel fundamental na formação de um público leitor e, mesmo que com focos distintos, acredita-se que um diálogo entre elas seria um fator chave para muitas abordagens acerca do tema da leitura, do livro, do espaço público urbano, e do acesso a bens culturais e ao lazer.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria Cecília Fernandes de. **Espaços públicos em João Pessoa (1889-1940): formas, usos e nomes.** 2006. Dissertação (Mestrado em Teoria e História da Arquitetura e do Urbanismo) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18142/tde-29012007-114542/pt-br.php>>. Acesso em: 01 out. 2016.
- BALULA, Luís. Espaço público e criatividade urbana: a dinâmica dos lugares em três bairros culturais. **Cidades, Comunidades e Territórios**, n. 20-21, 2010. Disponível em: <<http://revistas.rcaap.pt/cct/article/download/9328/6773>>. Acesso em: 01 dez. 2016.
- FIDALGO, Lúcia. Mediação de leitura: o lugar do bibliotecário nessa história. In: Informação e gestão: ensino, pesquisa e extensão. FREIRE, Gustavo Henrique de A; ASSIS, Juliana de; BARBOSA, Maria de Fátima S O (orgs.). Rio de Janeiro: E-papers, 2016. p. 217-226.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOLDWASSER, Maria Julia. Estudos de comunidade: teoria e/ou método? **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 69-81, 1974. Disponível em: <<http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/4606>>. Acesso em: 14 dez. 2016.
- HABERMAS, Jürgen. ESPAÇO PÚBLICO: (um verbete de enciclopédia). **Problemata-Revista Internacional de Filosofia**, v. 3, n. 2, p. 218-227, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/problemata/article/download/15109/8588>>. Acesso em: 01 dez. 2016.
- INSTITUTO PRÓ-LIVRO; IBOPE INTELIGÊNCIA. **Retratos da Leitura no Brasil**. 4<sup>a</sup> edição. Mar. 2016. Disponível em: <[http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf)>. Acesso em: 15 jun. 2016.
- LEITE, Rogério Proença. Localizando o espaço público: gentrification e cultura urbana. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 83, p. 35-54, 2008. Disponível em: <<https://rccs.revues.org/436?lang=fr>>. Acesso em: 01 dez. 2016.
- MACHADO, Ubiratan. **Pequeno guia histórico das livrarias brasileiras**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- MCMENEMY, David. Telling a true story or making it up: discourse on the effectiveness of the bookshop model for public libraries. **Library Review**, v. 58, n. 1, p. 5-9, 2009. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00242530910928889>>. Acesso em: 23 jun. 2016.
- MILLER, Laura J. Shopping for community: the transformation of the bookstore into a vital community institution. **Media, Culture&Society**, v. 21, n. 3, p. 385-407, 1999. Disponível em: <<http://mcs.sagepub.com/content/21/3/385.full.pdf+html>>. Acesso em: 07 jul. 2016.

RAYMOND, J. Librarians Have Little To Fear from Bookstores. **Library Journal**, v. 123, n. 15, p. 41-42, 1998. Disponível em: <<http://go.galegroup.com>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

SILVA, A. A. As livrarias como espaço de mediação de leitura. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 23, n. 2, p. 117-125, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/8440>>. Acesso em: 13 Dez. 2016.

WALTERS, Robert. The library, the bookshop and the literature centre. **New Library World**, v. 96, n. 3, p. 21-27, 1995. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03074809510085299>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

YUNES, Eliana. Leitura como experiência. In: **A experiência da leitura**. YUNES, Eliana; OSWALD, Maria Luiza (orgs.). São Paulo: Edições Loyola, 2003. p. 7-15.

## **APÊNDICE A – Roteiro das entrevistas**

- 1- Há quanto tempo trabalha/ou nessa livraria?
- 2- Nesse período em que trabalha/ou aqui, notou que as pessoas utilizam a livraria para finalidades distintas que a de compra?
- 3- Na sua opinião, é importante a presença dessas pessoas na livraria?
- 4- As atividades serem gratuitas é um meio de atrair um grande número de pessoas?
- 5- A livraria não se sente prejudicada de alguma forma, já que muitas vezes não há a compra de livros?
- 6- Como se iniciaram as atividades e eventos na livraria e qual sua finalidade?

## **APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO: SUJEITO (A) DA PESQUISA**

Grupo a ser pesquisado: Gestores ou livreiros nas livrarias estudadas: Livrarias Saraiva, Cultura e Travessa.

Você está sendo convidado (a) a participar como colaborador (a) da pesquisa “Livrarias como espaços públicos: um estudo de caso sobre as Livrarias Saraiva, Cultura e Travessa”

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro/ Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas/ Faculdade de Administração e Ciências Contábeis/ Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação

E-mail de contato: comissaotcc.cbg@gmail.com

Orientador: Patrícia Mallmann Souto Pereira SIAPE: 1856221

E-mail de contato: patriciamall@facc.ufrj.br

Orientando: Thaís Lessa Maranhão DRE: 113023115

E-mail de contato: thailessam@gmail.com

### **1 OBJETIVO DA PESQUISA**

Analisar como se configura a utilização e o funcionamento das livrarias enquanto espaço público de leitura, cultura e lazer tendo como campo empírico as livrarias Saraiva, Cultura e Travessa, na cidade do Rio de Janeiro/RJ.

### **2 EXPLICAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS**

Serão feitas observações a partir de visitas periódicas as livrarias para analisar a utilização do espaço por seus visitantes, além de entrevistas com pessoas ligadas diretamente com as livrarias estudadas.

### **3 POSSÍVEIS RISCOS E DESCONFORTOS**

Os procedimentos envolvidos neste estudo não devem proporcionar desconfortos ou riscos ao sujeito da pesquisa. Tampouco, proporcionará exposição de ideias e fatos não desejados.

### **4 DIREITO DE DESISTÊNCIA**

O sujeito da pesquisa poderá desistir, a qualquer momento, de participar do estudo, não havendo qualquer consequência decorrente dessa decisão.

### **5 SIGILO**

Todas as informações obtidas no estudo poderão ser publicadas com finalidade exclusivamente acadêmica. E será preservada a identidade do respondente (nenhum nome será identificado em qualquer material divulgado sobre o estudo).

Para casos específicos, em que seja previamente combinado com o pesquisado, a publicação da identidade do (s) sujeito (s) deverá ser explicitamente autorizada no verso deste documento.

### **6 TERMO DE CONSENTIMENTO COMO SUJEITO DA PESQUISA**

Eu, \_\_\_\_\_,

CPF \_\_\_\_\_, declaro ciência das informações acima com os devidos esclarecimentos das minhas dúvidas. Sendo assim, por este instrumento, tomo parte, voluntariamente, do presente estudo.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Assinatura do (a) participante ou responsável.

**ANEXO A - Espaço infantil da livraria Saraiva**

Fonte: Fotografia tirada pela autora, em 2016.

**ANEXO B - Espaço de CDs e DVDs da livraria Saraiva**

Fonte: Fotografia tirada pela autora, em 2016.

**ANEXO C – Interior da livraria Saraiva**

Fonte: Fotografia tirada pela autora, em 2016.

**ANEXO D – Fachada da livraria Cultura**

Fonte: Livraria Cultura. Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/loja/livraria-cultura-cine-vitoria-2100006>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

**ANEXO E – Interior da livraria Cultura**

Fonte: Livraria Cultura. Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/loja/livraria-cultura-cine-vitoria-2100006>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

**ANEXO F - Espaço infantil da Livraria da Travessa**

Fonte: Fotografia tirada pela autora, em 2016.