

Plataformas digitais e o hábito de leitura - um estudo sobre a rede *Skoob*

Dayane Guanabara¹

Orientação: Dra. Cleusa Kazue Sakamoto²

Resumo: O presente artigo se dedica a compreender as mudanças que as redes para leitores, em específico o *Skoob*, podem estar provocando nos hábitos de leitura do brasileiro. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com 22 usuários do *Skoob*, na qual foi analisado que essas tecnologias estão favorecendo as relações interpessoais entre leitores, democratizando a mediação, ajudando à descoberta de livros, autores e simplificando a organização dos títulos. As comunidades de leitores online mostram-se ferramentas promissoras para a criação de sólidos hábitos de leitura entre brasileiros.

Palavras-chave: Leitura; Redes sociais digitais; *Skoob*; Clube de livros; Tecnologias da comunicação.

Abstract: This article attempts to understand the changes that social networks for readers, specifically *Skoob*, may cause in the reading habits of brazilians. A qualitative research was carried out with 22 *Skoob* users and the analysis showed that those technologies are improving the interpersonal relations between readers, contributing to a democratic mediation, assisting on the discovery of titles, and authors, simplifying the organization of books. The online communities as promising tools to strengthen the habit of reading in the brazilians.

Keywords: Reading; digital social networks; *Skoob*; Book club; Communication technologies.

Introdução

A leitura é um processo cognitivo de interpretação de informação transmitida mediante determinados códigos, como a linguagem escrita. É uma prática extremamente importante para desenvolver o raciocínio, o senso crítico e potencializar a construção de sentidos. Nas palavras

¹ Estudante de graduação do curso de Produção Audiovisual na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação.

² Doutora em Psicologia do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo, Professora universitária junto a Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM, Coordenadora do Grupo de Estudos 'Criatividade e Inovação na Comunicação', autora de inúmeros artigos e capítulos.

de Cagliari (2002, p.148) “A maioria do que se deve aprender na vida terá de ser conseguido através da leitura fora da escola. A leitura é uma herança maior do que qualquer diploma.”

No contexto histórico do seu surgimento, a leitura era uma atividade social, no entanto mudou com o desenvolvimento de tecnologias e dos hábitos da sociedade, tornando a leitura um ato, em sua maioria, solitário. Saenger (1997) explica que a habilidade de ler de forma silenciosa e rápida foi um resultado da evolução da separação das palavras que, no começo do século 17, mudou o formato da página escrita, que tinha que ser lida oralmente e devagar para ser compreendida.

A experiência de compartilhar com outras pessoas sua opinião sobre uma obra lida não é uma prática nova, Colclough (2007) afirma que há mais de 500 anos existe uma tentativa contínua de formação de grupos de leitura em nossa sociedade. A princípio, tal movimento surgiu entre escolares e posteriormente, no público geral, com o acesso facilitado aos livros, que foram se popularizando com o barateamento de sua fabricação.

Em um estudo etnográfico sobre grupos de leitura, Sedo (2002) argumenta que nos clubes dos livros, os participantes satisfazem suas necessidades de ampliar o seu conhecimento, nutrir seu amor pelos livros, além de compartilhar laços de comunidade. Para a autora, o que sobressai nesses grupos é o aspecto social da experiência, já que todos podem participar da discussão, cada um com sua visão diferente do livro, sem censura aos julgamentos.

O advento da *internet* introduziu novas oportunidades de enriquecer a experiência literária, com a disseminação de tecnologias inovadoras que promovem espaços digitais de interação baseado em interesses comuns. Tal acontecimento, permitiu que os clubes de livros fossem levados para um novo patamar, potencializando a cultura participativa do ato de ler ao facilitar a construção de relações interpessoais entre leitores, tornando os aspectos sociais da leitura mais visíveis. “Redes sociais digitais informacionais ampliam as possibilidades de troca de informações, pois este ambiente favorece os interesses a respeito de livros, autores e principalmente experiências com outros temas semelhantes.” (MARASSI, 2017, p. 67).

A *internet* tem possibilitado a abundância de informações, o que de acordo com Anderson (2006) numa era em que não existe mais limitações de espaço físico e outros pontos de estrangulamento da distribuição, a cultura de nicho ganha força e com isso é possível perceber que o formato de redes sociais segmentadas é impulsionado. Diferente das, redes sociais abertas, como *Facebook*, *Twitter* e *Google+*, onde os usuários se reúnem sem um foco pré-determinado, as redes de nicho são destinadas a uma única temática.

Esse cenário propiciou o nascimento dos *clubes de livros 2.0*, redes sociais segmentadas, direcionadas ao público consumidor de livros, que funcionam como uma inteligência coletiva ao promover um espaço de interação social baseado em interesses pessoais. Nesse caso, o gosto pela leitura de livros é cultivado por uma comunidade que não necessita de um local físico para que a literatura seja compartilhada.

Neves (2014) define comunidades virtuais como grupos de pessoas com interesses comuns que se comunicam estruturadamente através de meios eletrônicos, principalmente através da *internet*. Esses grupos são estruturas compostas por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns.

As redes online quando se estabilizam em sua prática, podem formar comunidades, comunidades virtuais, diferentes das físicas, mas não necessariamente menos intensas ou menos eficazes na criação de laços e na mobilização. (CASTELLS, 2003, p. 109).

Lévy (1999) destaca que essas comunidades atuam como instrumento para a socialização independente de suas finalidades, sejam elas lúdicas, econômicas ou intelectuais. Essa ampla troca de informações manifesta uma inteligência coletiva que deriva da colaboração de muitos indivíduos com suas diversas experiências e ideias, em um processo mútuo de colaboração e troca.

Essa contribuição entre participantes pode ser vista na indicação de obras que ocorre nas comunidades leitoras. Segundo Sedo (2002), a recomendação de livros entre os membros da rede é uma das maiores razões para a participação em clubes de livros, destacando a relevância do mediador no processo literário.

A importância da mediação para incentivar a leitura é apontada por Petit (2009), em que, segundo a autora, na maioria dos casos a descoberta do universo literário não acontece de forma autônoma, mas através do contato com leitores mais maduros.

As redes sociais de leitores democratizam a mediação ao tornar cada participante um mediador para os demais integrantes, através das resenhas e avaliações das leituras realizadas e compartilhadas.

Neste sentido, as comunidades virtuais são capazes de influenciar as escolhas literárias de seus usuários, interferindo no processo de significação da leitura, ao alterar a percepção de uma obra, muitas vezes antes mesmo do leitor começar a ler. Segundo Almeida e Crippa (2009), a tecnologia abriu novas possibilidades para a produção, circulação e fruição cultural.

O que ocorre, diferente de épocas anteriores, é que as TICs configuram agora a possibilidade de criação de espaços menos hierárquicos de circulação dessas informações, podendo fazer de cada consumidor cultural um potencial crítico ou mediador da informação. (ALMEIDA; CRIPPA, 2009, p. 11).

Um paralelo pode ser traçado entre o grupo de leitura moderno e a trajetória do livro. Ele manteve sua função principal, transportar informações, mas sua materialidade sofreu alterações.

Durante toda a sua existência [o livro], provou ser uma ferramenta que permite transportar informação mesmo com as transformações do suporte. Essas transformações da materialidade acompanham as necessidades de cada época, chegando aos dias de hoje no formato digital por meio dos avanços tecnológicos e das mudanças em seu uso. (MARASSI, 2017, p. 30-31).

Da mesma forma, o clube de livro continua tendo em sua essência o compartilhamento da leitura realizada, mas devido aos avanços tecnológicos ele também se transformou para o ambiente digital e adicionou outras funções e características.

O presente artigo se dedica a compreender a possível relação entre as comunidades *online* de leitura, em específico a rede social *Skoob*, e os hábitos do leitor brasileiro. Assim, a pergunta que motiva a presente investigação é: como as novas plataformas digitais voltadas para o público consumidor de livros modificam os hábitos de leitura dos seus usuários no Brasil?

O objetivo geral do estudo é identificar as mudanças que as redes sociais para leitores podem estar provocando nos hábitos de leitura do brasileiro. Neste sentido, os objetivos secundários da pesquisa residem em estudar a mediação da leitura criada através das relações interpessoais estabelecidas entre os usuários da rede, averiguar o papel das estratégias de *gameificação* utilizadas pelo *Skoob* na rotina de leitura dos seus usuários e analisar o perfil do leitor 2.0, que utiliza o ciberespaço no seu ciclo ativo de leitura.

O estudo visa compreender se o *Skoob* está alterando o relacionamento entre intermediário, leitor e livros ao democratizar a mediação da leitura, favorecendo as relações interpessoais entre leitores. Além disso, o intuito é verificar se tal plataforma auxilia na descoberta de novos títulos, através das vitrines virtuais de livros e resenhas de obras lidas.

A relevância científica do projeto está em entender como as novas tecnologias digitais podem contribuir para a criação de uma prática sólida de leitura na população brasileira, otimizando a mediação e incentivando a leitura. Já a importância social do estudo consiste em identificar plataformas digitais que podem servir de suporte informativo, aguçando o interesse pela leitura.

***Skoob* e os novos modos de ser leitor**

Skoob é uma rede social brasileira para consumidores de livros. Ela foi lançada em janeiro de 2009 pelo desenvolvedor Lindenberg Moreira e atualmente conta com mais de quatro milhões de usuários, os *scoobers*³⁴.

Inspirada no modelo existente de comunidades virtuais direcionadas aos amantes da literatura, como o *Goodreads* e o *LibraryThing*, a plataforma funciona a princípio como um catálogo, uma estante virtual, em que seus usuários “colecionam” livros. Deste modo, os leitores podem organizar suas leituras a partir de categorias, algumas predefinidas pelo *site* como: *lido, lendo, desejado, abandonado e favorito*, ou criar suas próprias classificações.

O *site* moderniza o clube de leitura ao permitir que os participantes compartilhem suas opiniões sobre os títulos lidos através de resenhas e avaliações, agindo como um unificador de leitores isolados ao remover a barreira física.

Na rede social, os usuários podem recomendar livros para leitores de mentalidade semelhante em uma escala significativamente maior do que era possível antes da *internet*, ajudando a solucionar a tão difícil ‘busca pelo próximo livro’.

Um grande diferencial do *Skoob* em relação aos seus concorrentes é o seu programa de troca de livros entre os usuários de forma organizada. Para participar o integrante precisa criar um perfil *plus* através de um cadastro gratuito. Após a ativação, um painel com qualificação das trocas de cada usuário, lista dos livros disponíveis para troca e sistema de troca por pontos ou por livros é liberado ao *scoober*.

A plataforma passa por mudanças com frequência para melhorar a experiência do usuário. Em uma das suas últimas atualizações se tornou possível a interatividade com outras redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*, bem como com lojas de comércio eletrônico, por exemplo: *Saraiva, Americanas.com* e *Submarino*.

A primeira grande mudança realizada pela plataforma foi a criação de um espaço exclusivo para o programa de sorteio de cortesias, prática comum entre *blogs, sites* e *vlogs* de leitores na internet, o projeto utiliza exemplares de livros fornecidos pelas editoras parceiras para fidelizar seus usuários e angariar novos clientes.

³ Denominação atribuída aos participantes da rede social *Skoob*.

⁴ Números divulgados pelo sócio-fundador Lindeberg Moreira. Disponível em: < <https://goo.gl/dj2U3r> > Acesso em: 20 mar. 2018.

A convergência de canais midiáticos é forte no *Skoob*, através do *Youtube* os usuários podem disponibilizar vídeos com resenhas criadas pelos *booktubers*⁵ diretamente na página dos livros.

Sedo (2011) acredita no potencial desses espaços virtuais que permitem uma nova forma para a produção e a distribuição de textos, ao agir como uma força disruptiva sobre os processos tradicionais de criação e recepção literária, promovendo oportunidades para que os leitores ao redor do mundo se conectem uns aos outros em uma escala imprescindível.

No entanto, para ser um usuário ativo no *site* é preciso ser letrado digitalmente para compreender as interações e as ferramentas disponibilizadas. Soares (2002) conceitualiza “letramento digital” como a condição que adquirem os que se apropriam da tecnologia digital e exercem práticas de leitura e de escrita na tela.

Deste modo, os *scoobers* possuem um alto nível de letramento, não apenas literário, necessário para compreender criticamente um livro, mas também tecnológico, para interagir com os outros usuários, escrever resenhas, comentários e manejar o hipertexto do *site*.

No centro de todas as características do *Skoob* está a sua essência social; de acordo com Recuero (2011), uma rede social é definida por dois elementos: atores, que seriam os indivíduos, instituições ou grupos e, os nós da rede e as suas conexões, que seriam as interações entre os indivíduos. É a partir dessas interações que os laços sociais são criados.

Essas conexões ou laços que se formam entre as pessoas nas redes sociais são definidos a partir de sua relação de intimidade. Assim, segundo Granovetter (1983), os laços fortes se definem pela proximidade, enquanto os fracos são compostos por relações mais distantes.

Contudo, a relevância entre as duas formas de ligações não são iguais: os laços fracos são mais importantes que os fortes, ao formarem uma ponte entre grupos, funcionando como ilhas conectadas, que proporcionam à rede mais conhecimento e inovação, ao prover o compartilhamento do conhecimento entre grupos.

Tal cenário, é encontrado em qualquer tipo de rede social, seja ela *online* ou *offline*. Por exemplo, uma pessoa procurando emprego tem muito mais chances de conseguir por intermédio de um laço fraco, um conhecido, do que um laço forte, um familiar, isso acontece devido a alta quantidade de nós, conexões, entre laços fracos em comparação aos fortes.

Sedo (2011) destaca uma grande diferença entre a formação dos clubes de livros presenciais e os virtuais: clubes presenciais normalmente são formados por pessoas que já tem um relacionamento interpessoal pré-existente, ao contrário dos *online*, que proporcionam

⁵ Denominação atribuída aos produtores de conteúdo sobre livros na rede social *Youtube*.

oportunidades para leitores se conectarem a outros independentemente do contexto cultural, socioeconômico, gênero ou geografia. É uma forma conveniente para se conectar com outros amantes da leitura sem a desvantagem da distância física ou horários.

Deste modo, o *Skoob* mostra-se como uma plataforma criada a partir de pessoas com pouca intimidade entre si, mas que compartilham de uma mesma paixão, os livros. Dentro da própria rede social é possível encontrar pequenas ilhas que se conectam na forma de diferentes grupos de gêneros da literatura que interagem entre si.

Martin e Tian (2010) argumentam que hoje em dia para muitas pessoas, o ato da leitura sozinho não basta, elas querem participar de uma forma mais ativa, usando as extensas ferramentas fornecidas pela *web* para interagir com o texto.

Essa participação mais ativa é a responsável pelo surgimento do *leitor 2.0* que segundo Ceccantini (2009), é protagonista, criativo e produtor. Ou seja, ele interage com o ciberespaço sem abandonar a prática da leitura de livros. Almeida e Crippa (2009) visualizam isso como uma mutação do perfil do leitor, que pode acumular agora os papéis de autor, crítico e bibliotecário de referência.

A disposição a incluir outros atores na leitura não existe apenas *online*, os dados da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil 4 (2016) apontam que a leitura de uma obra pelos jovens no Brasil parece exigir cada vez mais a socialização. Revela-se na juventude uma necessidade de não ler apenas para si mesmo, mas com seus pares, compartilhando a leitura realizada, buscando identificações e coletivizando a fluência.

De acordo com Jenkins (2009), um ponto positivo da nova cultura de convergência⁶ que estamos vivendo é a facilidade que as novas plataformas provém aos leitores de compartilhar suas experiências de leitura em uma escala que não teria sido possível anteriormente. Ainda, segundo o autor, os produtos de novas e velhas mídias se tornam híbridos, acarretando um cruzamento entre mídias alternativas e mídias de massa, que se tornam receptivas por múltiplos suportes, em que uma mídia não exclui a outra, pois estas coexistem, caracterizando a era da convergência midiática.

Alguns críticos como Barstow (2003) questionam se a participação em clubes de livros é uma prática benéfica para o desenvolvimento do pensamento crítico, levando em conta a teoria de conformidade, influência social ou "pensamento de grupo", que sugere uma tendência para o pensamento coletivo e o consenso das opiniões entre os membros de um grupo.

⁶ Termo desenvolvido por Henry Jenkins. Refere-se a convergência dos produtos de novas e velhas mídias, tornando-os híbridos e reconfigurando a relação entre as tecnologias, indústria, mercados, gêneros e públicos.

Os achados na pesquisa *Book Clubs and Reconciliation* de Clarke e Nolan (2014) não dão suporte à ideia que o “pensamento de grupo” seja predominante em comunidades leitoras. Os pesquisadores identificaram que os membros do grupo de leitura vêem diferenças de opiniões sobre o texto lido como uma qualidade valiosa.

Neste sentido, Clarke e Nolan (2014) afirmam que os clubes de livros são bem sucedidos quando fornecem ambientes em que seus participantes se sentem seguros para expressar opiniões contrastantes. Deste modo, ouvir perspectivas que diferem das suas sobre uma obra lida, auxilia a obter novas interpretações do texto e aprofunda a leitura.

Da mesma maneira que Barstow (2003) questiona o benefício dos grupos de leitura físico, Newman (2008) argumenta contra a natureza competitiva das redes sociais de nicho para leitores, que tem em sua essência a coleção de livros como forma de status e competição, focando na quantidade da leitura em detrimento da qualidade.

O *Skoob* incita a competitividade dos seus usuários através de técnicas de gamificação, que utiliza mecânicas de jogos com o objetivo de incentivar as pessoas a praticarem uma ação. Ou seja, a plataforma utiliza esse artifício como forma de instigar seus usuários a lerem com mais frequência e por consequência, a acessarem mais o *site*.

Hunicke; LeBlanc e Zubek (2014) afirmam que o desafio é um dos 8 tipos de diversão mais comuns, visto que as pessoas encontram prazer em se testarem. O uso da competição na plataforma pode promover uma experiência mais divertida na hora da leitura.

A meta de leitura é uma das ferramentas que utiliza o conceito da gamificação no *Skoob*, com ela os usuários se desafiam a ler um determinado número de livros naquele ano. “O sistema de metas é uma funcionalidade que ajuda o usuário a organizar e manter o ritmo de sua leitura.” (MARASSI, 2017, p. 106).

Depois que os *skoobers* determinam a quantidade de livros que pretendem ler, eles começam a receber incentivos para concluir o seu desafio. A plataforma também oferece painéis em que é possível controlar o progresso feito, além de dados como o número de páginas lidas até o momento.

Outro estímulo proposto pela meta de leitura é o do reconhecimento. Ao concluir o desafio com sucesso os usuários ganham uma *badge*, que funciona como um troféu, mostrando aos demais participantes da rede que você atingiu seu objetivo. O leitor neste caso, ganha o reconhecimento da base de usuários, que se converte em prazer para ele.

Desta forma, no *Skoob*, percebe-se o livro como um objeto de desejo e a motivação da leitura como uma construção multidimensional, que inclui dimensões de interação social, autoafirmação, aquisição de conhecimento e passatempo.

A Pesquisa: proposta e resultados

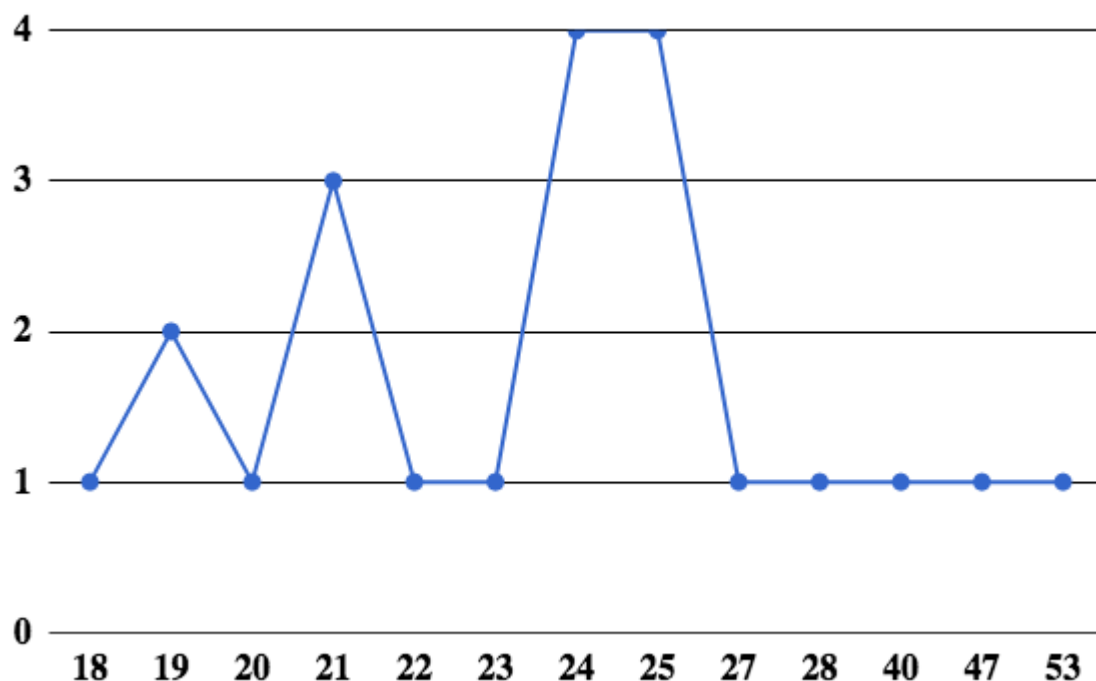
Para responder a questão levantada no estudo, foi escolhida a pesquisa de campo de abordagem qualitativa e objetivos exploratórios, cujo instrumento para coleta de dados foi um questionário com perguntas abertas e fechadas. As 5 primeiras perguntas do questionário tinham como objetivo estabelecer o perfil da amostra e as demais 8 questões tiveram a finalidade de conhecer os hábitos de leitura dos usuários da plataforma *Skoob* e suas opiniões acerca da leitura.

O questionário foi aplicado aos participantes através de um link, enviado via mensagem no *Skoob*, acompanhado de uma Carta Convite para participação na pesquisa e um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que os participantes deveriam dar concordância antes de responderem as questões. A pesquisa foi enviada no dia 06 de setembro de 2017 e ficou aberta a receber respostas durante o período de 30 dias. Os formulários foram enviados propositalmente durante um feriado prolongado, considerando-se que o maior tempo livre do período poderia favorecer aos usuários da plataforma estarem mais propensos a participarem da pesquisa; essa suposição foi confirmada, pois 72% dos participantes responderam o questionário durante o feriado, o que pode ser considerado um dado relevante, uma vez que, mesmo as pessoas estando conectadas o tempo todo, ainda é durante seu tempo livre que elas se dedicam a atividades de interesse pessoal.

A pesquisa contou com uma amostra de 22 usuários da rede social *Skoob*, selecionados de forma aleatória, a partir da participação voluntária destes sujeitos ao responderem o questionário na plataforma digital.

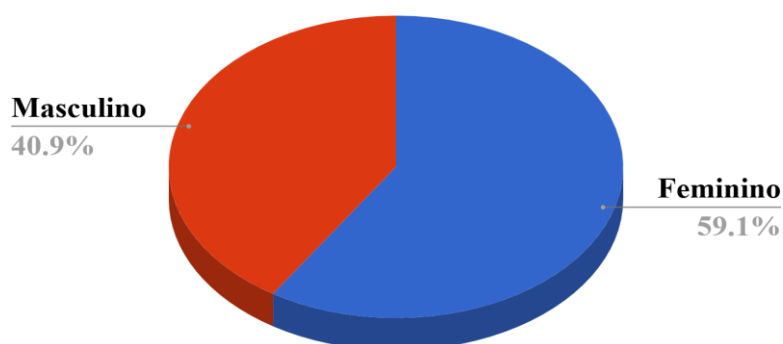
A seguir serão apresentados os resultados da pesquisa organizados a partir das questões respondidas ao formulário pelos participantes.

Gráfico 1 - Distribuição dos Sujeitos da Pesquisa por idade



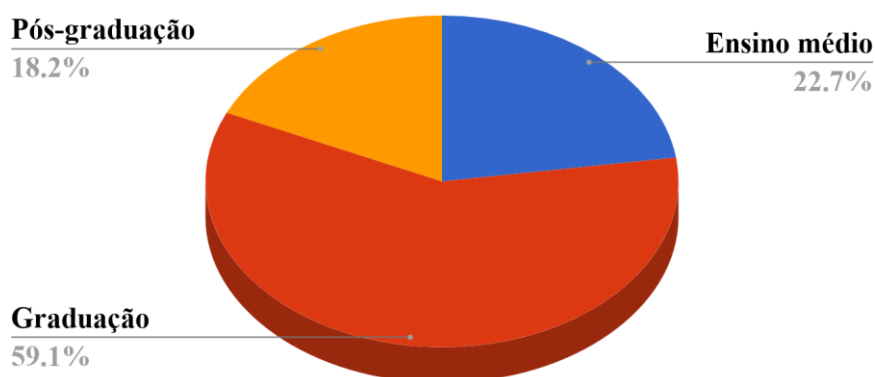
A grande maioria dos participantes ou 86.36% foram jovens adultos, na faixa etária dos 18 a 28 anos, sendo 13.63% dos participantes pessoas na faixa etária acima de 40 anos. Os dados contrariam a ideia que o jovem, em uma era multimidiática está se afastando cada vez mais da prática da leitura.

Gráfico 2 - Distribuição de Gênero dos Sujeitos de Pesquisa



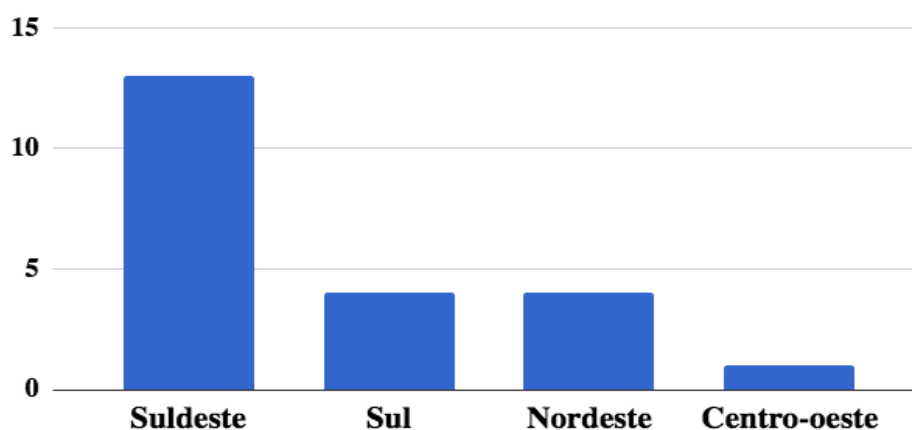
Os participantes da pesquisa em maior número foram mulheres (59,1%), dado que condiz com os números disponibilizados pelos administradores do *Skoob*, que apontam a predominância feminina na rede social, composta de 68% por mulheres.

Gráfico 3 - Distribuição dos Participantes da Pesquisa em relação à escolaridade



O grau de escolaridade encontrado nos entrevistados é elevado, pois a maioria dos participantes ou 59.1% possuem nível superior de ensino e 18.2% completou sua pós-graduação. Por outro lado, 22,7% das pessoas completaram o ensino médio e estão no momento cursando a faculdade ou no processo de ingressar em uma universidade. Os dados da pesquisa sugerem que 77,3% dos usuários entrevistados da rede social demonstram perfil intelectual avançado.

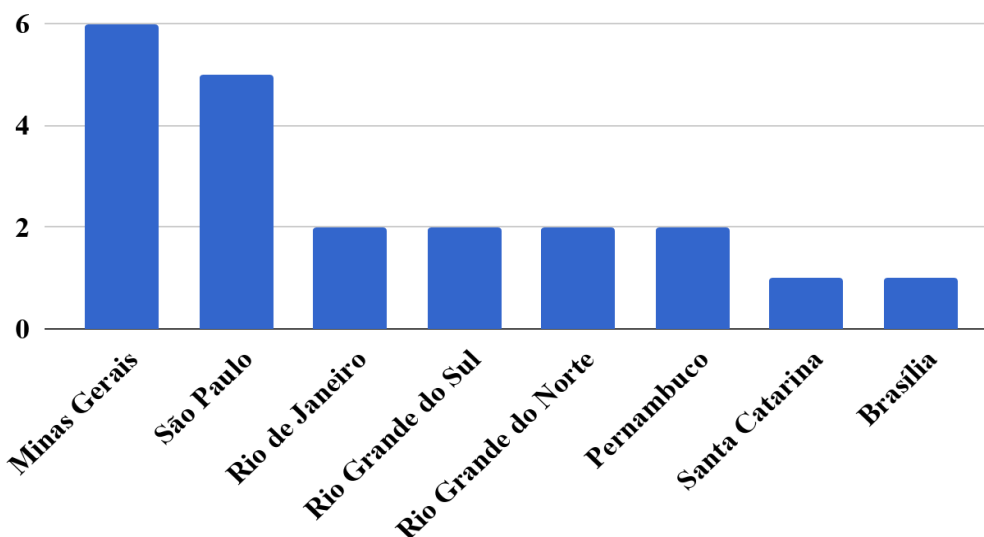
Gráfico 4 - Distribuição dos Participantes da Pesquisa por região brasileira



Os leitores entrevistados residem predominantemente no sudeste do Brasil (59%), dado que é esperado, visto que a região abriga a maior população do país, além de ser a mais industrializada e desenvolvida economicamente. Essa economia privilegiada reflete-se no maior número de população letrada (a taxa de analfabetismo na região é de 4,3%) quando comparada com outras regiões como o nordeste (onde a taxa de analfabetismo chega a 16,2%)⁷.

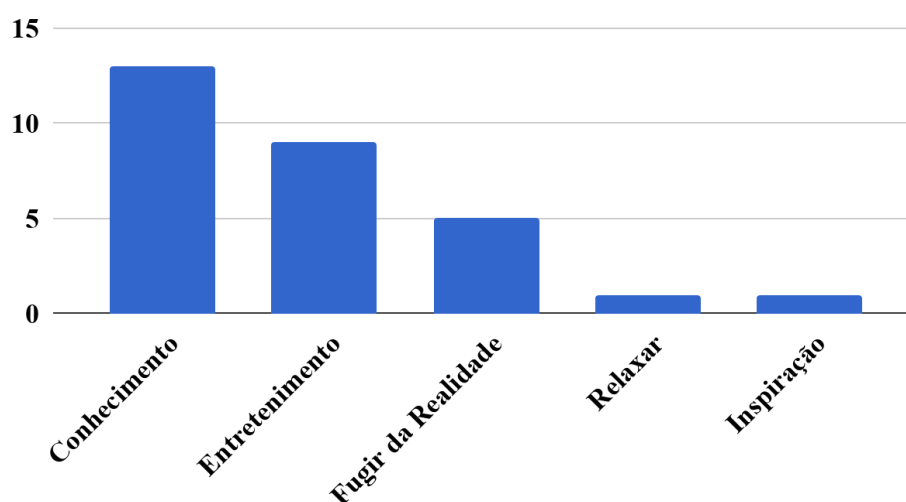
⁷ Estatísticas fornecidas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<https://goo.gl/5AK2bJ>>. Acesso em: 27 mar 2018

Gráfico 5 - Distribuição dos Participantes da Pesquisa por Estado brasileiro



Minas Gerais foi o estado com o maior número de entrevistados (27.2%), revelando um cenário diferente dos números fornecidos pelos administradores do *Skoob*, que indicam o estado de São Paulo como o maior detentor de usuários do site (52%).

Gráfico 6 - Respostas à questão: Qual principal motivação ao ler livros?



Com o intuito de compreender os hábitos de leitura dos usuários do *Skoob* os participantes foram questionados sobre suas principais motivações ao lerem livros, cada sujeito estava livre para nomear quantas razões desejasse. Dos motivos mencionados, a busca por conhecimento foi a mais recorrente com 49,8%. Segundo os usuários, a leitura os ajudou a aprimorar o vocabulário, melhorar a escrita e conhecer novas culturas.

A segunda motivação mais citada pelos participantes foi o entretenimento, 31% apontam que a prática da leitura é um lazer, um divertimento.

Os usuários (em pequeno número) também buscam a leitura para fugir da realidade, relaxar e buscar inspirações.

Em relação a influência das redes digitais no hábito de ler, 100% dos entrevistados consideram a tecnologia como um influenciador positivo para a leitura. De acordo com eles, o universo digital proporcionou uma maior visibilidade às obras, ampliou o acesso aos livros através dos *e-books* e facilitou o compartilhamento de experiências entre os leitores, transformando a leitura em uma atividade mais fluida e dinâmica.

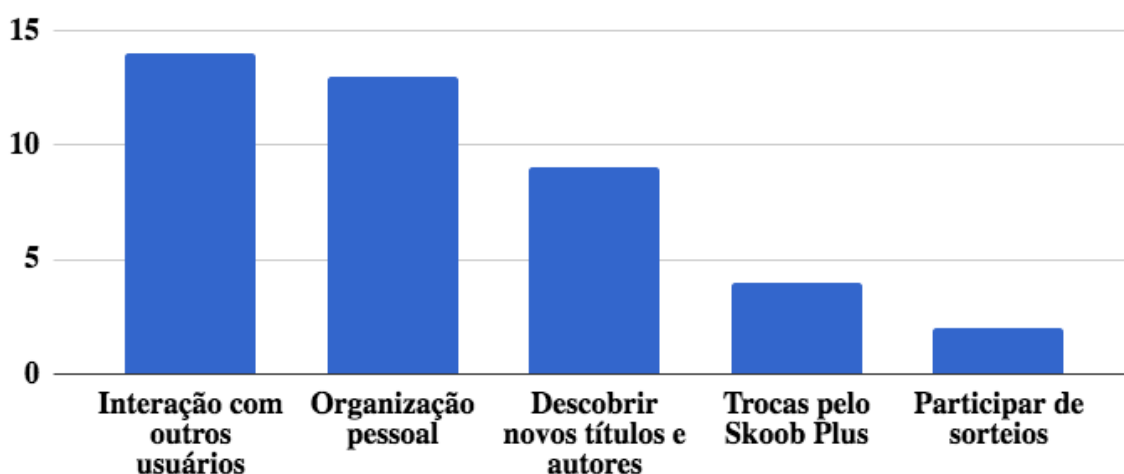
Algumas das respostas podem ser apreciadas abaixo:

A meu ver, as redes digitais influenciam positivamente no tocante à divulgação das obras e opiniões sobre elas, incentivando a leitura dos demais usuários. Também influencia de forma positiva através da realização de debates acerca dos livros, o que é facilmente organizado por meio das plataformas digitais (grupos no *Facebook*, *WhatsApp* etc), fomentando, assim, os grupos de leitura online e o hábito da leitura. (ENTREVISTA 12).

As redes sociais deram maior visibilidade às opções de leitura e ampliaram a acessibilidade aos resumos e comentários sobre os livros. (ENTREVISTA 1).

As redes sociais ajudam a unir gostos, a facilitar na descoberta de novos livros e na organização pessoal de títulos. Contudo, não acho que incentivem a leitura, pois essa vontade deve surgir infelizmente desde cedo e mantida de forma contínua pela vida. (ENTREVISTA 13).

Gráfico 7 - Respostas à questão: Quais razões levam ao uso da plataforma *Skoob*?



Quanto a razões de utilizar o *Skoob*, 33.3% dos participantes consideram a interação com outros usuários como fator mais relevante. Em segundo lugar, 30.9% identificam o uso da rede social como ferramenta de organização pessoal, que oferece aos leitores uma solução fácil de manter um registro funcional das leituras passadas, presentes e futuras.

Descobrir novos títulos e autores foi uma razão mencionada com frequência pelos entrevistados (em 21.4%), já que através da plataforma os *skoobers* ficam por dentro de lançamentos dos seus gêneros preferidos; no perfil dos livros eles buscam informações sobre as obras e conhecimento de novos autores.

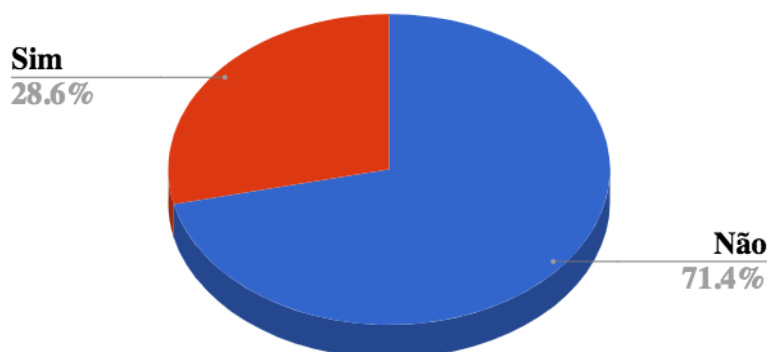
Os usuários mencionaram ainda, que apreciam as ferramentas do *site* que possibilitam o acesso a novos títulos sem um investimento financeiro, pois através do *Skoob Plus* é possível realizar trocas de livros organizadas (9.5% das respostas) e participar de sorteios (4.7% das respostas).

Algumas das respostas desta questão podem ser apreciadas abaixo:

Adoro livros, mas nem todos que convivo têm essa adoração. Então, encontrei no *Skoob* um espaço para trocar opiniões e recomendar livros, além de poder ter um controle melhor dos livros que leio e dos que pretendo ler sem precisar fazer uso de planilhas. (ENTREVISTA 11).

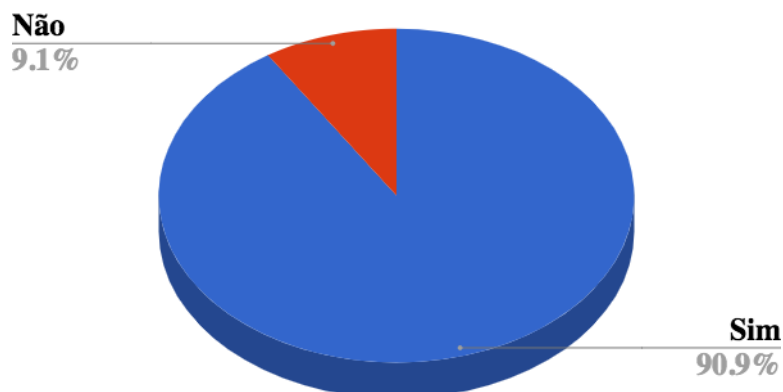
São quase 20 milhões de títulos disponíveis e quase 4 milhões de usuários em todo o Brasil, o que amplia a possibilidade de trocas seguras pelo sistema *PLUS*. (ENTREVISTA 1).

Gráfico 8 - Respostas à questão: Você participa de discussões sobre livros em outras redes digitais?



Sobre a participação dos usuários em discussões sobre livros em outras redes digitais, 71,4% dos entrevistados afirmaram utilizar apenas o *Skoob* para compartilhar as suas leituras, os demais 28.6% mencionaram que interagem com outros leitores no *Facebook*, *Instagram*, *Wattpad* e também no *Youtube*. A criação de um espaço exclusivo para interação entre leitores na *internet* pode indicar que a maioria dos entrevistados aprecia a maneira dinâmica de interagir com outros leitores.

Gráfico 9 - Respostas à questão: Você costuma ler resenhas de livros?



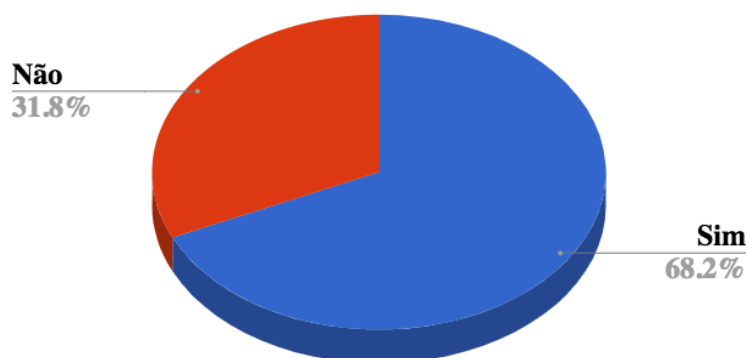
A maioria dos participantes da pesquisa, 99,9%, costumam ler resenhas de livros no *Skoob*, geralmente com o objetivo de criar uma impressão acerca do livro que se pretende ler, mas também existem aqueles que procuram as opiniões de outros leitores ao terminar sua leitura, para comparar suas experiências.

Algumas argumentações podem ser apreciadas a seguir:

Costumo ler algumas (resenhas) antes de iniciar uma leitura que estou na dúvida se será interessante e também depois de ler para verificar se a experiência das pessoas foi igual ou parecida com a minha. (ENTREVISTA 11)

Sim, leio após terminar o livro para ter outras perspectivas da leitura, verificar novos pontos de vista e, assim, formar minha opinião. (ENTREVISTA 12)

Gráfico 10 - Respostas à questão: Você escreve resenhas de livros?



Ao concluir a leitura de uma obra, 68,2% dos entrevistados afirmam já terem compartilhado suas opiniões por meio de resenhas e avaliações na plataforma. Esses recursos são utilizados pelo leitor como uma forma de validar a sua leitura. No entanto, a maioria relata escrever resenhas às vezes ou com pouca frequência - "somente se a leitura me impacta de

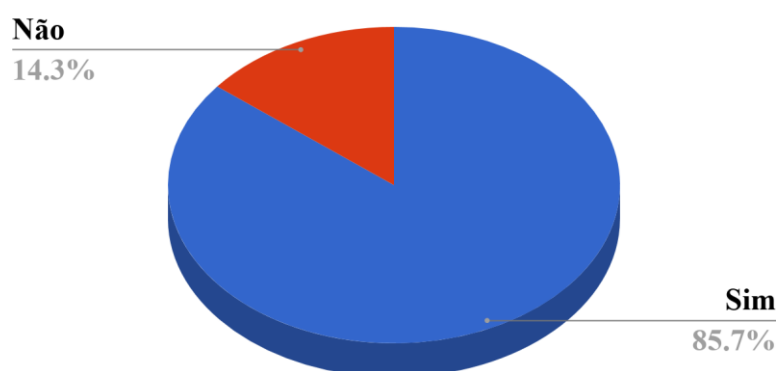
alguma forma" (sic), ou seja, os leitores costumam resenhar um livro apenas quando o amaram ou o odiaram. Nas palavras dos entrevistados, as respostas foram:

Sim. É muito raro. Geralmente as escrevo quando a leitura me deixou empolgada e reflexiva. (ENTREVISTA 20)

Sim, sempre que eu gosto muito de um livro ou odeio um livro. (ENTREVISTA 21)

Além disso, dos 42.8% dos usuários que afirmam não escrever resenhas, 28.5% declararam interesse em começar a fazê-lo no futuro. Um dos entrevistados declarou: “Não, porém pretendo começar a fazer.” (ENTREVISTA 9)

Gráfico 11 - Respostas à questão: O *Skoob* modificou seu hábito de leitura?



A maior parte dos entrevistados, 85,7%, afirmou que o *Skoob* modificou o seu hábito de leitura de uma maneira positiva. Segundo os participantes, a plataforma os ajudou a se tornarem leitores mais consistentes, frequentes e abertos. Afirmam alguns:

Definitivamente! Quando comecei o *Skoob* minha leitura era limitada apenas aos meus pensamentos e conhecimentos, além do pouco incentivo que eu tinha. Com o *Skoob*, tudo isso mudou. (ENTREVISTA 13)

Sim, eu percebi que lia somente determinados gêneros o que me levou a procurar outros tipos de leitura. (ENTREVISTA 17)

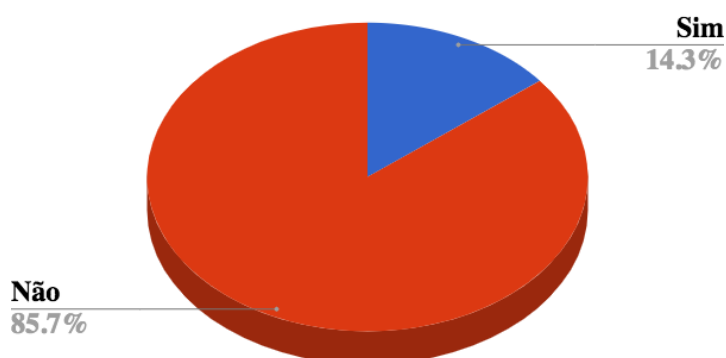
Sim. Organizando minhas leituras passei a ter maior controle sobre o que leio, a quantidade de livros que leio e o tempo que levo para finalizar uma leitura. Então comecei a ler mais e em menos tempo. (ENTREVISTA 14)

De acordo com os entrevistados, através de ferramentas como a ‘meta de leitura’ é possível organizar melhor suas leituras que se refletem positivamente na frequência que eles leem. O incentivo da competição dessas ferramentas também ajuda a incentivar a prática. Afirmando alguns participantes da pesquisa:

Sim. Leio com mais frequência, de modo que eu posso terminar o quanto antes um livro, para que possa começar outro! Gosto de ver meu contador de páginas crescer!
(ENTREVISTA 9)

Sim, pois com uma meta de leitura fica mais fácil para organizar o que vou ler.
(ENTREVISTA 18).

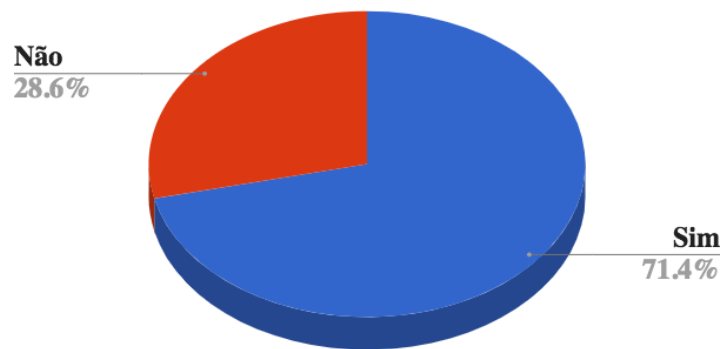
Gráfico 12 - Respostas à questão: Você participa de desafios *online* de leitura?



Sobre desafios de leitura propostos *online*, a maioria dos entrevistados ou 85,7% afirmam nunca terem participado, no entanto as razões para nunca terem ingressado diferem; para um dos usuários ler no seu próprio ritmo é importante, contudo 16,6% afirmam ter interesse de participarem no futuro; menciona um dos entrevistados: "ainda não participei mas quero participar" (sic).

Todos os entrevistados que participaram de desafios de leitura afirmam que a experiência foi positiva. Um usuário contou que "foi legal poder ver que eu posso terminar de ler 15 livros em duas semanas" (sic), enquanto para outro em suas palavras: "a experiência é bastante interessante, principalmente na hora de trocar as informações" (sic).

Gráfico 13 - Respostas à questão: Você participa de eventos como Bienais e lançamentos de livros?



Os usuários do *Skoob* segundo a presente pesquisa não estão envolvidos apenas *online*, pois 71.4% dos entrevistados afirmam participarem de eventos literários presenciais como feiras Bienais e lançamentos de livros.

Conclusão

Embora existam no presente estudo, muitos fatores que gravitam na relação usuário, leitura e plataforma, a ação de ler fica no centro da pesquisa. Os dados obtidos sugerem que os usuários da rede social são leitores engajados no mundo literário, em busca de trocar informações com outros, compartilhar suas leituras e celebrar os livros.

A plataforma *Skoob* conta com usuários de todos os recantos do Brasil que devido a *internet* supera as barreiras geográficas entre as comunidades leitoras. Segundo Teixeira e Costa (2016), o uso das tecnologias digitais criam oportunidades das pessoas articularem sua inteligência, criatividade e criticidade, promovendo mudanças nos modos de comunicar, interagir e compartilhar ideias em rede.

Os leitores possuem o desejo de compartilharem suas leituras, mas a maioria dos entrevistados não se sente confortável para discutir literatura em redes sociais abertas como *Facebook*, *Twitter* e outros. Por esse motivo, o *Skoob*, como uma rede de nicho, tem um ambiente seguro e propício para a troca, onde os participantes atuam como mediadores e mediados. “Qualquer pessoa ou instituição que fica entre a arte e a experiência artística do receptor desempenha uma função, útil ou inútil de mediação.” (HAUSER, 1977, p. 591).

O leitor é peça fundamental no processo literário, é ele quem lê, propaga e dá sentido ao texto. O mesmo acontece com o *Skoob*, devido a sua natureza altamente interativa, a participação do usuário é essencial para o seu funcionamento. Isso porque os participantes precisam contribuir com suas avaliações e resenhas dos livros para o ambiente ganhar sentido.

Os dados da pesquisa mostraram que os entrevistados parecem ser ativos na plataforma. Dentro dela, o leitor tem voz, atua como mediador e essa mediação tem influência direta nas escolhas de outros leitores.

A plataforma proporciona uma maior visibilidade às opções de leitura e amplia a acessibilidade aos títulos, o que ajuda os leitores a decidirem suas próximas leituras. Ela também parece ajudar os seus participantes a saírem da sua ‘zona de conforto’ literária e explorarem novos gêneros.

O fluxo natural de troca das relações interpessoais entre leitores é um dos maiores benefícios encontrados pelos entrevistados; a possibilidade de se comunicarem com pessoas de gosto literário semelhante e compartilharem opiniões sobre obras lidas, é um motivo importante de ajuda ao leitor a expandir seu horizonte literário e lhe possibilitar identificação com outros usuários.

Apesar do desafio de leitura ainda não ser um costume do leitor brasileiro, ele pode ser uma ferramenta importante para incentivar a leitura; ao utilizar artifícios como a competição, o desafio para motivar o jovem leitor a ler mais funciona como um criador de hábito, introduzindo a leitura de uma forma mais consistente na vida do leitor.

Uma vez que uma pequena vitória foi conquistada, forças que favorecem outra pequena vitória são postas em movimento. Pequenas vitórias alimentam mudanças transformadoras, elevando vantagens minúsculas a padrões que vencem as pessoas de que conquistas maiores estão dentro de seu alcance. (DUHIGG, 2012, p. 159).

O *Skoob* incentiva uma espécie de “corrida” entre usuários, na qual a quantidade de páginas lidas, a média de páginas e a meta de leitura anual são informações importantes exibidas em seu perfil, ao mostrar a “velocidade” em que se lê. Recuero (2009, p. 81) explica que “a competição pode, por exemplo, gerar cooperação entre os atores de uma determinada rede”. Ou seja, os leitores podem incentivar uns aos outros ao concorrerem em suas leituras.

Os dados obtidos na pesquisa indicam que comunidades de leitores *online* como o *Skoob* são ferramentas promissoras para a criação de sólidos hábitos de leitura na população brasileira. A maioria dos entrevistados acredita que participar da rede social enriqueceu a sua leitura, expandiu seus horizontes literários e trouxe mais constância para a prática em sua vida.

Apesar da comunidade *Skoob* reunir membros identificados como leitores maduros, ou um público escolarizado e apreciador de livros, existe também a ideia de que a plataforma configura-se como uma rede ou instrumento incentivador da leitura para o jovem brasileiro, inclusive porque emprega as estratégias de gamificação aplicadas a favor de educadores.

Vários títulos de livros inseridos no contexto educacional são reportados por professores que indicam a leitura a seus alunos de resenhas e comentários na plataforma.

Considerando que segundo seu proponente, Lindeberg Moreira, a maioria ou 62% dos usuários da rede social *Skoob* têm entre 18 a 30 anos, é interessante considerar que se trata de um espaço de relevância social com representatividade jovem. No *Skoob*, estão formadores de opinião que provavelmente possuem olhar crítico sobre a realidade e que podem participar de modo engajado e decisivo nas questões sociais do país. Este dado pode trazer esperança sobre a participação de jovens nas decisões importantes da nação frente a conjuntura de crise que atravessa o país. Nação leitora é uma nação mais preparada para pensar o presente e futuro, no plano pessoal e social.

Para finalizar as últimas considerações desta pesquisa, é interessante ressaltar que por se tratar de uma temática não consolidada academicamente – as plataformas digitais de leitura, estudos futuros serão necessários para aprofundar o assunto, explorando outros pontos de abordagens para compreender as possibilidades que essas novas ferramentas possam trazer para o incentivo à leitura no Brasil.

Referências Bibliográficas

AMORIM, Galeno (org.). *Retratos da leitura no Brasil 4*. Rio de Janeiro: Sextante/ Instituto Pró-livro, 2016.

ALMEIDA, Marco Antonio de; CRIPPA, Giulia. Informação, cultura e tecnologia: novas mediações para a produção e o consumo cultural. In: *Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação e Múltiplas Linguagens*. Paraíba: UFPB, 2009. Disponível em: < <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xenancib/paper/viewFile/3227/2353> >. Acesso em: 03 abr. 2018.

ANDERSON, Chris. *Cauda longa – a nova dinâmica de marketing e vendas: lucrar com a fragmentação dos mercados*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARSTOW, Jane Missner. Reading in Groups: Women's Clubs and College Literature Classes. *Publishing Research Quarterly*, v. 18, p. 3, Doi: s12109-003-0010-x, 2003.

CAGLIARI, Luiz Carlos. *Alfabetização e linguística*. São Paulo: Scipione, 2002.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

- CLARKE Robert; NOLAN. Marguerite. Book Clubs and Reconciliation: A Pilot Study on Book Clubs Reading the 'Fictions of Reconciliation'. *Australian Humanities Review*, v. 56, p. 121-140, 2014.
- CECCANTINI, João Luís. Leitores iniciantes e comportamento perene de leitura. In: SANTOS, Fabiano dos; MARQUES NETO, José Castilho; ROSING, Tania. (Org). *Mediação de leitura: discussões e alternativas para a formação de leitores*. São Paulo: Global, 2009, p. 207-231.
- COLCLOUGH, Stephen. *Consuming Texts: Readers and Reading Communities, 1695-1870*. London: Palgrave Macmillan, 2007.
- DUHIGG, Charles. *O poder do hábito: Por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- FISTER, Barbara. Reading as a contact sport: online book groups and the social dimensions of reading. *Reference and User Services Quarterly*, v. 44, p. 303-309, 2005.
- GRANOVETTER, Mark. The Strength of weak ties: a network theory revisited. *American Journal of Sociology*, Chicago: University Chicago Press, v. 78, n. 6, p. 1930-1938, 1973.
- HUNICKE, Robin. LEBLANC, Marc. ZUBEK, Robert. MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. *Proc. AAAI workshop on Challenges in Game*, AAAI Press, 2004. Disponível em: <<http://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/pubs/MDA.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2017.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2006.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARASSI, Alessandra de Castro Barros. *Interações digitais e o consumo e o de livro*. São Paulo: Gênio Criador Editora, 2017.
- NEWMAN, Richard. LibraryThing: the book club you can 'win'. *Australian Journal of Communication*, v. 35, n. 3, p. 15-27, Doi: 0811-6202, 2008. Disponível em: <<https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=200902205;res=IELAPA>>. Acesso em: 03 abr. 2018.
- NEVES, André de Jesus. *Processo de construção de identidade autoral nas comunidades virtuais e blogs literários*. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.
- PETIT, Michele. *Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva*. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SAENGER, Paul. *Space between words: The origins of silent reading*. Palo Alto: Stanford University Press, 1997.

SEDO, DeNel Rehberg. Readers in reading groups: an online survey of face-to-face and virtual book clubs. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 9, n. 1, p. 66 - 90, 2003. DOI: 10.1177/135485650300900105

SEDO, DeNel Rehberg. *Reading communities from salons to cyberspace*. New York: Palgrave Macmillan, 2011.

SEDO, DeNel Rehberg. Predictions of life after Oprah: A glimpse at the power of book club readers. *Publishing Research Quarterly*, v. 18, n. 3, p. 11–22, 2002. DOI: 10.1007/s12109-002-0009-8

SOARES, Magda. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. *Educação e Sociedade*, Campinas, v. 23, n. 81, 2002.

TEIXEIRA, Claudia Souza; COSTA. Andressa Abraão. Movimento booktubers: Práticas emergentes de mediação de leitura. *Periódicos Letras*. Belo Horizonte: UFMG, 2016. DOI: 10.17851/1983-3652.9.2.13-31.