

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS (MESTRADO)**

THIAGO DE OLIVEIRA SOARES

O *SKOOB* E A LEGITIMAÇÃO DE OBRAS LITERÁRIAS

**MARINGÁ-PR
2016**

THIAGO DE OLIVEIRA SOARES

O *SKOOB* E A LEGITIMAÇÃO DE OBRAS LITERÁRIAS

Dissertação apresentada à Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Letras, área de concentração: Estudos Literários.

Orientadora: Prof^a Dr^a Alice Áurea Penteado Martha.

**MARINGÁ-PR
2016**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá, PR, Brasil)

S676s Soares, Thiago de Oliveira
O skoob e a legitimação de obras literárias /
Thiago de Oliveira Soares. -- Maringá, 2016.
86 f. : il. color., figs., tabs.

Orientadora: Prof.* Dr.* Alice Áurea Penteadó
Martha.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de
Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,
Programa de Pós-Graduação em Letras, 2016.

1. Redes sociais de literatura. 2. Skoob (site de
rede social). 3. Sociologia da leitura. 4. Obras
literárias - Legitimação. 5. Literatura - Redes
sociais. I. Martha, Alice Áurea Penteadó, orient.
II. Universidade Estadual de Maringá. Centro de
Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-
Graduação em Letras. III. Título.

CDD 23.ed. 807

GVS-002703

THIAGO DE OLIVEIRA SOARES

O SKOOB E A LEGITIMAÇÃO DE OBRAS LITERÁRIAS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras (Mestrado), da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Letras, área de concentração: **Estudos Literários**.

Aprovada em 29 de janeiro de 2016.


BANCA EXAMINADORA



Prof^ª Dr^ª Alice Aúrea Penteado Martha
Universidade Estadual de Maringá – UEM
- Presidente -



Prof. Dr. Márcio Roberto do Prado
Universidade Estadual de Maringá – UEM



Prof. Dr. Thiago de Oliveira Valente
Universidade Estadual do Norte do Paraná – UENP/Cornélio Procópio-PR

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-graduação em Letras (PLE) e ao seu corpo docente pela oportunidade de participar deste curso.

À Prof. Dra. Alice Áurea Peteado Martha pelo apoio, incentivo e paciência.

Ao Prof. Dr. Márcio Roberto do Prado pelas aulas, dicas, referências e comentários.

Ao Prof. Dr. Thiago Alves Valente pelas relevantes contribuições.

E aos amigos que não me deixaram desistir, mesmo quando queria muito.

RESUMO

A presente dissertação discorre sobre a relação da literatura com o usuário de uma rede social virtual e aprofunda a discussão sobre a influência das ferramentas virtuais na relação entre leitores e os livros. Mais especificamente, este trabalho aborda conceito e objetivo dos *sites* de redes sociais brasileiros focados em literatura, e suas funcionalidades e consequências para seus usuários. O objetivo foi verificar se o *Skoob*, o maior *site* de rede social brasileiro focado em literatura, pode funcionar como instância de legitimação de obras literárias. Para isso, fundamentado em questionários quantitativos e qualitativos aplicados ao público utilizador dos *sites*, os *Skoobers*, que revelaram, entre outros aspectos, as preferências literárias, a construção do ethos na internet, o processo de escolha de novas leituras e formas de consumo das obras, e embasado pela Sociologia da Leitura, teoria que tem como centro de seus estudos o leitor do texto literário, o trabalho debateu acerca do processo de legitimação de obras literárias e a participação do leitor usuário do *Skoob* nele. A pesquisa proporcionou uma visão atual sobre a relação do *Skoob* com o ambiente literário acadêmico, o que mostrou possíveis mudanças no processo de legitimação de obras literárias e a influência das editoras, consequentemente do mercado, nesse sistema.

Palavras-chave: Leitura de literatura; redes sociais; *skoob*; Sociologia da leitura; legitimação de obras literárias.

ABSTRACT

This dissertation discourses about the relation between the literature and the user of a virtual social network and deepen the discussion on the influence of virtual tools in the relationship between readers and books. More specifically, this work approaches concept and objective of the Brazilian social networking sites focused on literature and their functionalities and consequences for their users. The objective was to verify if Skoob, the largest site of Brazilian social network focused on literature, can function as legitimizing instance of literary works. For this reason, grounded on quantitative and qualitative questionnaires applied to the users of the sites, the Skoobers, which revealed, among other aspects, their literary preferences, the process of choosing new readings and forms of consumption of the books, and based by the Sociology of Reading, theory that has as its study center the literary text reader, the work discussed about the process of legitimation of literary works and the participation of the Skoob user and reader in it. The research provided a current view on Skoob's relationship with the academic literary environment, which showed possible changes in the legitimation process of literary works and the influence of publishers, consequently of the market, on that system.

Keywords: Reading of literature; social networking; Skoob; Sociology of reading; legitimation of literary works.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 8 |
| 1 LEITURA E LEITORES NA REDE | 14 |
| 1.1 <i>Internet</i> e Redes Sociais | 14 |
| 1.2 Literatura, Sociologia da leitura e Legitimação de obras literárias | 16 |
| 2. PESQUISA E METODOLOGIA | 25 |
| 2.1 <i>Skoob</i> | 25 |
| 2.2 Metodologia | 30 |
| 2.3 A pesquisa | 33 |
| 3 A PLATAFORMA, SEUS USUÁRIOS E OS DADOS COLETADOS | 36 |
| 3.1 Mudanças na plataforma | 36 |
| 3.2 Os usuários | 40 |
| 3.3 Cooperação, competição e conflito | 54 |
| 3.4 Resultados | 61 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 68 |
| REFERÊNCIAS | 71 |
| APÊNDICES | 74 |
| ANEXOS..... | 82 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 - <i>Home Skoob</i> | 38 |
| Figura 2 - Livros em destaque | 39 |
| Figura 3 - Ofertas livros | 39 |
| Figura 4 - Ofertas encontradas..... | 40 |
| Figura 5- Resenha Dom Casmurro | 48 |
| Figura 6 - Resenha clássico | 48 |
| Figura 7 - Comentário Prô Rosangela | 53 |
| Figura 8 - Resenha polêmica | 56 |
| Figura 9 - Resenha conflito 1 | 56 |
| Figura 10 - Resenha conflito 2 | 57 |
| Figura 11 - paginômetro | 59 |
| Figura 12 - Competição | 59 |
| Figura 13 - Meta de leitura | 61 |
| Figura 14 - Harry Potter clássico..... | 65 |
| Figura 15 - Comentário usuário..... | 68 |

ÍNDICE DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Usuários <i>Skoob</i> x O Livreiro | 28 |
| Tabela 2 - Redes Sociais: <i>Skoob</i> x O Livreiro | 29 |
| Tabela 3 - Usuários cadastrados no <i>Skoob</i> | 30 |
| Tabela 4 - Faixa etária | 41 |
| Tabela 5 - Escolaridade | 41 |
| Tabela 6 - Consumo de informação | 42 |
| Tabela 7 - Ferramentas no <i>Skoob</i> | 43 |
| Tabela 8 - Consulta de livros | 43 |
| Tabela 9 - Avaliação de livros no <i>Skoob</i> | 44 |
| Tabela 10 - Influência do <i>Skoob</i> na leitura do usuário | 44 |
| Tabela 11 - Aspectos importantes no perfil do livro | 45 |
| Tabela 12 - O que é um clássico? | 46 |
| Tabela 13 - Você lê os clássicos? | 46 |

INTRODUÇÃO

O crescimento das redes sociais virtuais é impressionante. No início de 2014, o *Facebook*, atualmente a maior rede social virtual do mundo, anunciou alguns dados marcantes sobre esse cenário para comemorar seus primeiros 10 anos de existência. Nos números divulgados pela própria plataforma no dia de seu aniversário, há informações significativas, como os 1,23 bilhão de acessos únicos ativos por mês no mundo, sendo, desses, 83 milhões só no Brasil. Segundo o *Facebook*, diariamente são enviados 10 bilhões de mensagens no *site* e seu valor de mercado já atingiu a cifra de 150 bilhões de dólares.¹

Com todos esses números, valores e informações, é fácil entender por que muitos outros *sites* de redes sociais virtuais surgiram nos últimos anos. Nessa busca por um espaço no concorrido mercado, uma alternativa nítida entre as novas plataformas foi a segmentação de conteúdo. Para não bater de frente com líderes do mercado, como o próprio *Facebook*, e também direcionar as comunicações para um público específico, impulsionando assim o crescimento da plataforma, muitas dessas redes surgiram com temáticas segmentadas, como música, filmes e livros.

Hoje existem *sites* de redes sociais para cinéfilos, apaixonados por música, leitores e muitos outros. A tendência é tão forte que nos últimos anos surgiram redes sociais virtuais exclusivas para colecionadores de discos de vinil, colecionadores de álbuns de figurinhas de futebol, fãs da Lady Gaga e até uma específica para pessoas que gostam de beber cerveja.

Entender o conceito de um *site* de rede social, o contexto em que vivemos nesse meio, a tendência pela segmentação de conteúdo e a participação dos usuários nessas plataformas, são alguns dos pontos específicos deste trabalho, que irão conduzir o projeto ao seu objetivo central, focado no usuário dessas redes e a participação deles nestas plataformas.

Se no começo desses *sites* o que chamava atenção era o crescimento avassalador, hoje o que vira pauta nos veículos de comunicação é a repercussão de fatos cotidianos nas redes sociais virtuais. A ferramenta em si não representa uma notícia, ela apenas faz

¹ Dados retirados das matérias comemorativas do aniversário de 10 anos do *Facebook* disponíveis em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/02/facebook-faz-dez-anos-veja-numeros-e-video-dos-seus-melhores-momentos.html>, <http://veja.abril.com.br/reportagens-especiais/10-anos-facebook/> e <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-numeros-do-facebook-dez-anos-apos-sua-criacao#5> Todas acessadas em novembro de 2014.

parte do cotidiano de seus usuários, já está incorporada ao seu dia-a-dia, transformou-se em um canal de comunicação para a expressão da opinião de um público. Já a repercussão de determinado assunto dentro dessas plataformas, é o que, muitas vezes, guia as comunicações dos grandes veículos, determinando o foco de suas produções.

Há alguns anos o que saía nos jornais eram notícias de como o *Twitter* havia crescido e se tornado uma ferramenta poderosa de comunicação. Depois disso, o *Facebook* seguiu o mesmo caminho, com direito a livros e filmes sobre o seu criador. Hoje é possível ver que os assuntos repercutidos nessas plataformas são mais interessantes do que o próprio *site*, pois revelam a opinião de um público que se vê no direito de comentar e opinar sobre tudo que vivência.

A Copa do Mundo de 2014, por exemplo, teve a repercussão nas redes sociais mais difundida do que os resultados de alguns dos jogos realizados no próprio campeonato. Nilton Kleina, jornalista do *Tecmundo*, um *site* especializado em notícias de tecnologia que fica hospedado no portal de comunicação da Rede Globo, publicou no dia 30 de junho de 2014, uma matéria falando sobre os números gigantescos envolvendo a interação do público nas redes sociais virtuais e a Copa do Mundo. Para ter uma ideia, houve um pico de mais de 350 mil postagens por minuto em uma única rede social após um pênalti perdido durante uma das partidas da competição.²

Kleina não é o único. Assim como ele, outros jornalistas escreveram sobre o assunto e divulgaram os mesmos dados em seus veículos de comunicação. Ele, na verdade, é só mais um reprodutor do conteúdo divulgado pelas próprias plataformas sociais que, por sua vez, já perceberam que o grande trunfo de suas ferramentas está exatamente no conteúdo gerado por seus usuários e não só na quantidade perfis cadastrados.

O presente trabalho resulta de uma pesquisa que analisou a participação dos usuários de um *site* de rede social brasileiro focado em literatura – *Skoob* – procurando compreender como acontece essa participação e qual a relevância do conteúdo produzido – comentários, dicas de leitura – para os demais usuários. A pergunta norteadora da pesquisa – “O usuário de uma rede social especializada em literatura é uma instância de legitimação de obras literárias?” – encaminhou o objetivo geral: verificar se o usuário do *site* de rede social *Skoob* pode atuar como instância de legitimação de obras literárias.

² Disponível em <http://www.tecmundo.com.br/copa-do-mundo-2014/58426-copa-mundo-1-bilhao-postagens-facebook-recorde-no-twitter.htm> Acessado em novembro de 2014.

Para isso, e a partir de um contexto histórico de redes sociais e conceitos, foi necessário selecionar, por meio de critérios pré-estabelecidos, uma plataforma específica para ser o universo de análise. Uma rede social digital que servisse de base para os estudos. Mais a fundo nesse universo, também foi preciso identificar, por meio de pesquisas quantitativas e qualitativas, qual é o perfil do usuário desse *site* de rede social.

Entender qual é e como funciona a participação do usuário dentro de uma rede social virtual focada em literatura é algo, no mínimo curioso, que pode ajudar a entender como a própria literatura funciona hoje entre os leitores. Mais do que fornecer dados mercadológicos, de interesse coletivo no ambiente literário, essa pesquisa pode ajudar a entender o sistema de legitimação de obras literárias, ou pelo menos como, ou mesmo se, ele funciona hoje, pensando, claro, na participação do leitor usuário de redes sociais digitais nesse processo.

Resgatar discussões sobre o processo de legitimação de obras literárias e a função do leitor na literatura, já são, por si só, assuntos válidos a serem debatidos aqui, afinal (e não só por isso) são assuntos recorrentes nos estudos literários. O que essa pesquisa propõe de novo é a discussão de assuntos, como esses citados anteriormente, em um novo ambiente: os *sites* de redes sociais, um universo relativamente novo dentro da *internet*, que por sua vez é também algo que está longe de tornar-se exaustivamente investigado.

A *internet* possibilita outro olhar para assuntos já conhecidos. As notícias comentadas aqui são exemplos disso. As relações sociais, seja nos *sites* de redes sociais ou não, também. E se é assim, por que não pesquisar a relação com os livros? Ou melhor, para não estabelecer um formato específico já que o assunto é *internet*: por que não pesquisar a relação dos usuários com a literatura nesse ambiente digital?

A relação das redes sociais virtuais de literatura com os livros e leitores é algo contemporâneo e, por isso, além de não ter sido excessivamente investigada, traz os eventuais problemas da falta de uma bibliografia específica nessa área, ou pelo menos de trabalhos e estudos publicados sobre o assunto. Outro fator que interfere na pesquisa é a relação entre o objeto de estudo (*sites* de redes sociais) e seus usuários, que é mantida apenas em ambiente virtual, criando uma possibilidade interessante em relação à veracidade dos dados coletados, o que foi levado em consideração. Sobre isso, já adiantando, vale pensar que o usuário “real”, ou melhor, “físico”, cria dentro da plataforma virtual, uma versão digital de si mesmo, com as informações que bem

entender. Mas isso será discutido, embasado na fundamentação teórica, em outro momento.

Além disso, por ser um fenômeno recente e muito mutável, a pesquisa implica a atenção quanto às variações no estudo, já que o objeto de pesquisa pode sofrer alterações significativas em sua estrutura em um curto espaço de tempo. O que de fato aconteceu. Os dois maiores *sites* de redes sociais virtuais brasileiras de literatura (o *Skoob* e O Livreiro) ainda estavam em fase beta, ou seja, em fase de testes, quando essa pesquisa foi iniciada. Atualmente o site O Livreiro não existe mais. Aqui já é pertinente adiantar uma citação de Raquel Recuero em que a autora diz: “a grande falha da abordagem de redes sociais é não observar a rede como um elemento em constante mutação no tempo” (RECUERO, 2009, p.79).

O fato de identificar estas situações com antecedência já foi de grande valia para os resultados da pesquisa. As mudanças e transformações que ocorreram nas plataformas durante o tempo de pesquisa deste trabalho, foram colhidas e analisadas como dados importantes para o resultado deste estudo.

Mesmo com a falta de uma bibliografia específica sobre o tema em questão, outras ideias, trabalhos e pesquisas, juntos, supriram as necessidades teóricas para a realização dos objetivos aqui propostos. A inconstância das redes sociais virtuais gerou dados ainda mais interessantes à pesquisa, já que a mudança em si, suas consequências e motivos, são fatores importantes para a análise, assim como a veracidade ou não das informações coletadas junto aos usuários virtuais dessas redes sociais, já comentadas e que não foram ignoradas nesse estudo, afinal só a dúvida já traz consigo outra possibilidade e olhar para a análise das informações obtidas durante a pesquisa.

Enfim, o trabalho, com os objetivos aqui expostos, revela resultados de uma pesquisa que compilou dados interessantes sobre esse universo, para, além de conhecer melhor os leitores usuários dos *sites* de redes sociais de literatura, conhecer a nova relação da *internet* com o ambiente literário, ou pelo menos parte dela. É importante salientar, por exemplo, que esse estudo não abrange de forma específica a literatura feita em redes sociais virtuais ou produzida para as redes sociais, afinal só isso já renderia outro projeto, outra pesquisa. O foco, neste trabalho, está na ideia de entender a relação da literatura com o usuário deste ambiente virtual.

Para isso, a dissertação foi dividida em três capítulos centrais, além de Introdução e Considerações finais. O primeiro desses capítulos, intitulado “Leitura e leitores na rede”, apresenta e discute os conceitos usados nesse estudo, por meio das

teorias que sustentam a pesquisa. Nesse capítulo, por exemplo, foram desenvolvidas as ideias em torno da Sociologia da Leitura, que direcionam o foco da pesquisa até o leitor do texto literário e às práticas de leitura; o conceito de redes sociais e sua adaptação às plataformas digitais; o conceito de legitimação de obras literárias e as ideias precursoras de teóricos sobre a influência da tecnologia nesse processo de legitimação e na leitura de textos literários.

No capítulo seguinte, intitulado “Pesquisa e metodologia”, o trabalho apresenta a metodologia da pesquisa, números relacionados aos critérios de seleção utilizados na escolha do objeto de análise, além do próprio desenvolvimento da seleção e coleta de dados nessa plataforma. Neste capítulo, o estudo descreve os *sites* redes sociais brasileiras de literatura, detalha as mudanças ocorridas nas plataformas durante o tempo de observação, as tendências que surgiram no segmento durante esse período e a elaboração e aplicação dos questionários nos usuários de uma rede social virtual escolhida por meio de critérios predeterminados, como quantidade de usuários cadastrados, tempo de existência e repercussão na mídia nacional.

Ainda nesse capítulo, o presente trabalho detalha os dois tipos de questionários e entrevistas aplicados entre os usuários do *site* de rede social de literatura *Skoob*, os resultados coletados, e a metodologia utilizada para aplicação dos mesmos.

No terceiro capítulo, intitulado “A plataforma, seus usuários e os dados coletados”, são apresentados os resultados dos dados coletados com os dois tipos de questionários aplicados entre os usuários do *site* de rede social de literatura, sem deixar de lado a preocupação com a veracidade da informação obtida. É nesse terceiro capítulo que, com base nas teorias apresentadas na fundamentação teórica, os resultados são confrontados com as ideias que norteiam este estudo, para a realização da análise.

Quanto ao estado da questão, recentemente alguns temas que serão discutidos neste trabalho foram abordados em estudos interessantes. Destes, evidencia-se o projeto das doutorandas da faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Fernanda Ariane Silva Carrera e Mônica de Sá Dantas Paz, que em um artigo apresentado no *Simpósio em tecnologias digitais e sociabilidade*, sobre a construção de perfis de usuários dentro de redes sociais segmentadas (ou “temáticas” para manter o termo utilizado pelas pesquisadoras) e a veracidade da informação encontrada nesses perfis, escreveram:

Os indivíduos produzem e compartilham conteúdo com o objetivo de construir a sua imagem de si, ou seja, aquela instância subjetiva que confere autoridade ao autor da enunciação. Isto é, no ato da comunicação, o enunciador busca mostrar ao seu interlocutor os traços de caráter que a ele trazem boa impressão, e é esse conjunto de idealizações imagéticas – que não necessariamente está relacionado à sinceridade – que constitui o seu ethos. (CARRERA; PAZ, p.7, 2012)

No artigo, as pesquisadoras utilizam o *Skoob* para o estudo de caso apresentado. Lá, analisam, entre outros aspectos, a rede social, seus usuários e o capital social. O *Skoob*, na verdade, já rendeu diferentes estudos sobre suas ferramentas, interações e usuários. Além do artigo citado acima, é fácil encontrar na *internet* uma análise de folksonomia³, ou seja, uma análise sobre a utilização de palavras-chave na rede, um trabalho de conclusão de curso sobre a rede social e seus “laços fracos” e “laços fortes”, alguns estudos sobre as práticas de letramento utilizando a plataforma e até a recepção das obras de Machado de Assis dentro do *site*.

Entre os estudos, sobressai o artigo *Redes de sociabilidade virtuais de leitura e a formação do jovem leitor* (2014), da Prof. Dra. Luzmara Curcino, que vê nas redes sociais virtuais de literatura, um importante banco de dados sobre o perfil dos leitores, que “se dispõem espontaneamente a comentar o que leram com outros leitores distantes fisicamente e não raro bastante distintos entre si, que também consultam ou fazem parte da comunidade por razões e interesses diversos”. (CURCINO p. 238, 2014)

O grande destaque das pesquisas, independente de qual seja a metodologia, geralmente está no usuário da rede social: o leitor cadastrado no *site*, que alimenta as páginas e produz conteúdo diariamente com o que ele acredita ser seus gostos e opinião. Mas isso será apresentado a seguir.

³ Expressão criada por Thomas Vander Wal (2004) para falar sobre a utilização de palavras-chave por pessoas ou grupos na indexação de informações.

1 LEITURA E LEITORES NA REDE

Neste capítulo serão apresentadas as teorias que norteiam esta dissertação, sendo primeiramente exposta uma discussão sobre *internet* e redes sociais digitais, discorrendo acerca do contexto e conceitos do segmento; seguido de um subcapítulo específico para a Sociologia da leitura, o próprio termo literatura e a legitimação de obras literárias.

1.1 *Internet* e Redes Sociais

Já em 1995, em um precursor estudo sobre a *internet*, Nicholas Negroponte, em *A vida digital*, cogitou a segmentação de conteúdo como um dos prováveis caminhos viáveis da era da “pós-informação”. Entre acertos e, pelo menos até o momento, equívocos (superestimação talvez caiba melhor aqui), Negroponte previu que o meio digital iria extrapolar o *narrowcasting*, ou seja, ultrapassar a “transmissão voltada para grupos específicos de interesse” (NEGROPONTE, 2001⁴, p.158) rumo às transmissões individuais, filtradas de acordo com um histórico particular arquivado na rede. *Sites* como *Youtube* e *Netflix*, que oferecem uma programação em vídeos por *streaming* baseado nas suas preferências e histórico, são exemplos disso.

Se em alguns aspectos, como principalmente o publicitário, já se avançou a passos largos rumo às previsões de Negroponte, com anúncios segmentados de acordo com seu histórico de navegação na *internet*, preferências e pesquisas na rede, em outros ainda não se atingiu todo o seu potencial. Em seu trabalho, o autor cogita uma máquina que te auxiliaria na compra de bebidas para um jantar, levando em consideração as preferências de seus convidados em um evento anterior. O que, no contexto tecnológico atual, não seria difícil de desenvolver.

Enfim, o fato é que a segmentação de conteúdo foi e ainda é uma das armas da *internet*. Isso, claro, foi aplicado também às redes sociais digitais que se popularizaram rapidamente por todo o mundo.

Raquel Recuero é, provavelmente, o nome mais popular no Brasil quando o assunto é redes sociais na *internet*. Em seu livro, *Redes Sociais na Internet*, publicado em 2009, a autora traça um contexto histórico dos estudos de redes sociais, desde a primeira utilização do termo “rede” em 1736 pelo matemático Leonard Euler, até

⁴ Foi utilizada a segunda edição da tradução do livro, de 2001. A primeira é de 1995.

estudos mais recentes sobre definições, conceitos e objetivos das redes sociais nas plataformas digitais.

Recuero criou um estudo minucioso, cheio de referências, contextos e explicações, para, nas suas próprias palavras, “oferecer algumas ideias e reflexões a quem deseja também compreender como essas redes estão modificando os processos sociais e informacionais da nossa sociedade” (RECUERO, 2009, p.22). Se o objetivo era esse, aparentemente ela conseguiu. É difícil encontrar um estudo hoje, sobre redes sociais na *internet*, sem referências à obra dela.

A autora parte da definição de que “uma rede social é [...] como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2009, p.24) e aplica isso ao ambiente digital. Nas redes sociais, Recuero explica que os atores são “os primeiros elementos da rede social. [...] Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa” (2009, p.25), e que as conexões “são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2009, p.30). A autora diz que “uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, 2009, p.23). No ambiente digital, a estrutura se repete, tendo como atores os usuários das plataformas virtuais e como laços as conexões e interações sociais realizadas entre esses atores dentro desse ambiente digital.

Analisando essas características, é possível identificar duas possibilidades de redes sociais digitais: as redes emergentes, que, segundo Recuero (2009, p.94) são aquelas “expressas a partir das interações entre os atores sociais”, ou seja, redes sociais interativas que surgem, ou nas palavras da autora, são construídas e reconstruídas constantemente, a partir de comentários em *blogs* e *sites* no ambiente digital; e as redes por filiação ou redes associativas, que são redes sociais digitais onde pessoas aderem ao ambiente por algum motivo, como identificação ou laços sociais. Diferente das redes emergentes, as redes por filiação são estáticas, pois estão estruturadas dentro de uma plataforma específica, em que os atores se unem para interagir ou não, como o *Facebook* ou até o extinto *Orkut*. Recuero diz que “as redes sociais de filiação ou associativas na *internet* são aquelas derivadas das conexões ‘estáticas’ entre os atores” (2009, p.98).

Mas são os *sites* de redes sociais, ou SRSs, que melhor definem o objeto de análise nesse estudo. Segundo Recuero, esses *sites* “não são exatamente um elemento

novo, mas uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais” (2009, p.102).

Boyd & Ellison (2008, p. 211) escreveram:

Definimos site de redes sociais como serviços baseados na web que permitem (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem esses usuários dividem uma conexão; (3) ver e navegar em suas listas de conexões e naquelas feitas por outros no sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site”.⁵

Essa é, provavelmente, a definição para *site* de rede social mais utilizada entre os teóricos do segmento. É a base utilizada por Raquel Recuero (2009) e também o primeiro parágrafo do artigo *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* (2008), uma referência no tema.

Os *sites* de redes sociais são plataformas digitais que sustentam as redes por filiação ou associação, e é a partir dessa definição, e das três características colocadas por Boyd & Ellison (2008), que foi selecionado o objeto de pesquisa desse trabalho.

A ideia, desde o princípio desta pesquisa, era analisar *sites* de redes sociais brasileiros que tivessem como tema central de sua plataforma, a literatura. No início deste estudo, entre o segundo semestre de 2012 e início de 2013, dois *sites* de redes sociais brasileiras focadas em literatura, que cumpriam com os critérios de seleção e definição propostos por Boyd & Ellison (2008): *sites* com a possibilidade de construção de um perfil público ou semipúblico, listas de outros usuários com quem esses usuários dividem uma conexão, e navegabilidade em suas listas de conexões e nas conexões feitas por outros no sistema; destacavam-se no mercado nacional: o *Skoob* e O Livreiro.

1.2 Literatura, Sociologia da leitura e Legitimação de obras literárias

No que concerne à literatura, este trabalho tem como base os estudos da Sociologia da leitura e as discussões acerca da legitimação de obras literárias. Em relação ao conceito de literatura especificamente, convém o resgate de alguns aspectos

⁵ Tradução livre de: We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.

históricos das definições empregadas por pesquisadores, desde de Platão, na antiga Grécia, até as ideias apresentadas por Marcia Abreu, em seu livro *Cultura letrada literária e leitura*, de 2006, em que a autora discute as várias concepções do termo ao longo dos anos, contextos e estudos realizados.

O objetivo desse trabalho não é encontrar uma definição única e muito menos definitiva para o termo literatura. Em um resumo, as mais variadas definições apresentadas pelos mais diversos teóricos, entre suas convergências e divergências, não devem ser levadas em conta isoladamente. Aqui é adotada a visão de Candido (2002, p.4), de que “a integridade de uma obra não permite adotar nenhuma dessas visões dissociadas e que só a podemos entender fundindo texto e contexto”. O que se vê são mudanças quanto à definição de Literatura de acordo com o contexto sócio histórico em que o termo é utilizado e a região, povo ou grupo social que o estão utilizando.

Antonie Compagnon, em seu livro *Demônio da teoria* (2001), afirma:

Os estudos literários falam da literatura das mais diferentes maneiras. Concordam, entretanto, num ponto: diante de todo estudo literário, qualquer que seja seu objetivo, a primeira questão a ser colocada, embora pouco teórica, é a da definição que ele fornece (ou não) de seu objeto: o texto literário. O que torna esse estudo *literário*? Ou como ele define as qualidades literárias do texto *literário*? Numa palavra, o que é para ele, explícita ou implicitamente, a literatura? (COMPAGNON, 2001, p.29)

Seguindo essa linha de pensamento, e já seguindo um caminho literário que forma a base desta pesquisa, destaca-se Stanley Fish, pesquisador e crítico literário, que em seu livro *Is there a text in this class?* (1980), defende o leitor como peça fundamental no processo literário. Para ele, assim como para outros teóricos que fundamentam este trabalho, o leitor é quem produz significado ao texto. Ele é o foco dos estudos. Sobre o próprio conceito do que é Literatura, Fish diz:

Literatura, eu afirmo, é produto de um modo de ler, de um acordo comunitário sobre o que será considerado literatura, que leva os membros de uma comunidade a prestar certa atenção e, desse modo, a criar literatura. Como essa maneira de ler ou prestar atenção não é eternamente fixa, mas varia com a cultura e o tempo, a natureza da instituição literária e sua relação com outras instituições das quais as configurações são semelhantes continuamente serão modificadas (FISH, 1980, p. 97-98).⁶

⁶ Tradução livre de: Literature, I argue, is the product of a way of reading, of a community agreement about what will count as literature, which leads the members of the community to pay a certain kind of attention and thereby to *create* literature. Since that way of reading or paying attention is not eternally

Voltando para Compagnon, o autor afirma:

A literatura, ou o estudo literário, está sempre impressada entre duas abordagens irredutíveis: uma abordagem histórica, no sentido amplo (o texto como documento), e uma abordagem linguística (o texto como fato da língua, a literatura como arte da linguagem). (COMPAGNON, 2001, p.30)

Compagnon vai do que ele chama de sentido mais amplo, em que classifica a literatura como “tudo o que é impresso (ou mesmo manuscrito)”, ou seja, “todos os livros que a biblioteca contém (incluindo-se aí o que se chama literatura oral doravante consignada)” (COMPAGNON, 2001, página 31) até uma definição mais restrita em que ele cita a ideia de que “literatura são os grandes escritores” (2001, p.33). Mas antecipa:

Evidentemente, identificar a literatura com o valor literário (os grandes escritores) é, ao mesmo tempo, negar (de fato e de direito) o valor do resto dos romances, dramas e poemas, e, de modo mais geral, de outros gêneros do verso e da prosa. Todo julgamento de valor repousa num atestado de exclusão. Dizer que um texto é literário subentende sempre que um outro não é. O estreitamento institucional da literatura no século XIX ignora que, para aquele que lê, o que ele lê é sempre literatura (COMPAGNON, 2001, p.33)

São vários os autores que defendem essa ideia de valor sobre a Literatura. Obras que, a partir de uma análise subjetiva sobre seu valor estético, entram ou não para o grupo de livros que podem ser considerados Literatura. Para esses autores, como Harold Bloom (1994), por exemplo, nem tudo é literatura. Há uma lista específica, com nome de autores e obras que entraram para o seleto grupo de bons escritores, ou obras de valor. É a boa literatura contra o que não tem valor. É o cânone literário, que merece e deve ser respeitado.

Sobre as teorias literárias utilizadas nesse trabalho, prevaleceram as que, assim como Fish, possuem como foco de seus estudos os leitores ao invés de obra ou autor, o que Regina Zilberman (2001, p. 73) define como o componente da literatura “menos levado em conta, embora tão evidente”. Sobre isso, interessa a explicação de Antoine Compagnon (2001, p. 139) de que “os estudos literários dedicam um lugar muito

fixed but will vary with cultures and times, the nature of the literary institution and its relation to other institutions whose configurations are similarly made will be continually changing.

variável ao leitor”. Segundo o autor, é possível dividir as teorias em dois polos: “de um lado, as abordagens que ignoram tudo do leitor, e do outro, as que o valorizam, ou até o colocam em primeiro plano na literatura, identificam a literatura à sua leitura” (COMPAGNON, 2001, p. 139).

Para Candido (2006, p.13),

é preciso estabelecer uma distinção de disciplinas, lembrando que o tratamento externo dos fatores externos pode ser legítimo quando se trata de sociologia da literatura, pois esta não propõe a questão do valor da obra, e pode interessar-se, justamente, por tudo que é condicionamento. Cabe-lhe, por exemplo, pesquisar a voga de um livro, a preferência estatística por um gênero, o gosto das classes, a origem social dos autores, a relação entre as obras e as idéias, a influência da organização social, econômica e política etc.

A Sociologia da Leitura é um dessas teorias que foca o leitor do texto literário ao invés de obra ou autor:

[...] a sociologia da leitura é o segmento da sociologia da literatura que tem como objetivo estudar o público como elemento atuante no processo literário, considerando que suas mudanças em relação às obras alteram o curso da produção das mesmas. Nesse sentido, pesquisam-se as preferências do público, levando em conta os diversos segmentos sociais que interferem na formação do gosto e servem de mediadores de leitura, bem como as condições específicas dos consumidores segundo seu lugar social, cultural, étário, sexual, profissional, etc. (AGUIAR, 1996, p. 23)

Ainda sobre a participação do leitor nos estudos ligados a Sociologia da Leitura, Zilberman (2001, p.77) explica que o fato de admitir o leitor como um fator determinante do sistema literário “sustenta a sociologia da leitura, que, enquanto campo de investigação, não prescinde da pesquisa histórica, retomando dados e acontecimentos do passado”. Além disso, a autora diz que Sociologia da Leitura “lida prioritariamente com as publicações consumidas sobretudo pela classe trabalhadora. A metodologia empregada e os resultados alcançados apontam, na maioria dos casos, para o material que ficou de fora da história da literatura.” (ZILBERMAN, 2001, p.78)

Isso porque, a Sociologia da Leitura vem, por meio de pesquisas, questionários e estudos sobre o público leitor e consumidor de obras literárias, identificar a produção e consumo de livros, sem se preocupar com o julgamento de valor dos textos. E aqui, entende-se por valor, a ideia de Bloom para a definição do que é Literatura ou não. Por essa razão Zilberman diz que os estudos apontam, na maioria dos casos, “para o

material que ficou de fora da história da literatura”, porque estuda livros, independente do julgamento estético dos críticos ou listas de cânones. Sobre o conceito de história da literatura, Escarpit, em seu livro *Hacia una sociologia del hecho literario*, (1974, p.13) explica a história da literatura é o estudo diacrônico de um determinado número de eventos históricos do todo, ou seja, o estudo histórico de uma quantidade específica de obras selecionadas de acordo com algo ou alguém.

A Sociologia da Leitura não aborda o cânone de obras literárias. É claro, há essa divisão, mas não faz parte dos estudos da teoria se interessar pelos livros que entraram ou não para a história da literatura, ou ainda estudar as instituições responsáveis por inserir ou não a obra nesse seleto grupo de escolhidos, “seu objetivo é estudar o público enquanto fator ativo do processo literário, já que as mudanças de gosto e preferências interferem não apenas na circulação, e portanto na fama, dos textos, mas também em sua produção”. (ZILBERMAN, 1989, p.17).

Em uma explicação rápida sobre a trajetória do texto literário até o referido processo de produção, em que o público alvo do texto também é visto como fator determinante neste sistema literário, Zilberman diz que, com algumas mudanças ocorridas depois do século XVIII, entre elas a consolidação do público burguês, “dá-se a emancipação do escritor; porém, este não pode fugir demasiadamente do gosto dominante, que é sobretudo o da camada dirigente” (ZILBERMAN, 1989, p.17).

Sobre R. Escarpit, teórico da Sociologia da Leitura, já citado nesse trabalho, Regina Zilberman diz que o autor delimita sua área de atuação no consumo dos textos, ou seja, “o momento em que eles se convertem em leitura” (ZILBERMAN, 1989, p.18). Para a autora (1989), Escarpit investiga principalmente os mecanismos de distribuição e circulação do livro, considera situação social do escritor, identifica os diferentes circuitos percorridos pelos textos, examina por que a cultura se biparte em erudita e de massa, discute as políticas de popularização do livro e da leitura, a interferência do mercado na produção e difusão de uma obra, o tempo de permanência de uma criação artística no horizonte do consumo do presente ou a duração do prestígio de um autor.

Em suas análises prevalece a ótica empírica, sendo o patrimônio literário considerado vivo enquanto efetivamente absorvido por seus virtuais destinatários. Escarpit não interpreta textos, nem emite juízos de valor; [...] seu enfoque sociológico não procura encontrar contrapartida estética, o que restringe sua contribuição à teoria da literatura. Todavia, a sociologia da leitura não tem sua importância diminuída por essa causa; suas pesquisas permitem compreender o fato literário no cotidiano de sua existência, caracterizado por sua circulação e consumo. (ZILBERMAN, 1989, p.18)

Na verdade, o fato de não impor um juízo de valor para a obra literária faz com que surjam outras possibilidades para a Sociologia da Leitura. Na Estética da Recepção e Teoria do Efeito, por exemplo, o fato do leitor também ser o centro do processo literário inaugura uma busca por “hiatos” no texto. Para os autores dessas linhas teóricas, sem o leitor, não há literatura. É o pensamento típico entre os pesquisadores da Estética da Recepção e Teoria do Efeito, que consideram o papel do leitor tão importante quanto a do próprio autor do texto literário. Eagleton, em seu trabalho *Teoria da literatura: uma introdução* (1997), ao falar sobre a Estética da Recepção, afirma que os textos “não existem nas prateleiras das estantes”, segundo o autor, eles “são processos de significação que só se materializam na prática da leitura”. (1997, p.102-103).

Ainda segundo Eagleton (1997), “para a teoria da recepção, qualquer obra, por mais sólida que pareça, compõe-se na realidade de ‘hiatos’”, ou seja, a obra literária é “cheia de ‘indeterminações’, elementos que, para terem efeito, dependem da interpretação do leitor, e que podem ser interpretados de várias maneiras, provavelmente conflitantes entre si”. Para a Estética da Recepção, “quanto mais informação a obra transmitir, mais indeterminada ela se tornará” (EAGLETON, 1997, p.105). A Teoria do Efeito, de Iser, por exemplo, diz que o leitor, por meio de seu “repertório”, irá complementar esse hiato criado pela obra, dando seu próprio sentido ao texto. A autor afirma que “o não-dito de cenas aparentemente triviais e os lugares vazios do diálogo incentivam o leitor a ocupar as lacunas com suas projeções. Ele é levado para dentro dos acontecimentos e estimulado a imaginar o não dito como o que é significado” (ISER, 1999, p.106). Aqui, em “repertório”, entrariam suas experiências, conhecimento adquirido e história de vida. Ou seja, cada leitor dá um sentido único e pessoal para o texto.

Na Sociologia da Leitura, a busca é, analisando o perfil social e o comportamento do leitor, entender as escolhas literárias feitas por ele, e as consequências disso no funcionamento do mercado dos livros.

Uma ciência da literatura coloca o leitor na posição de protagonista; contudo, não pode excluir o objeto a que se dirige a atenção dele, o livro, mercadoria que dispõe de mecanismos próprios de distribuição e circulação. O livro confere materialidade à literatura, e seu consumo participa da lei da oferta e da procura que movimentam a sociedade capitalista, gerando lucros, acionando

indústrias e abarcando trabalhadores assalariados. Um deles detém um estatuto particular, o escritor, cuja situação social e econômica depende do grau de envolvimento e compromisso com o mercado (ZILBERMAN 2001, p. 80-81)

Os *sites* de redes sociais focados em literatura oferecem uma ponte entre todos esses setores do ambiente literário. Neles é possível identificar as editoras, os livros, os escritores, números voltados ao consumo das obras literárias e, principalmente, o perfil e escolhas dos leitores. Os *sites* de redes sociais deste segmento, assim como outros ambientes voltados ao mundo literário, como a Universidade, oferecem informações de todos os tipos ao leitor. Resta saber se isso é o suficiente para que essas plataformas digitais sejam consideradas instâncias de legitimação de textos literários, como a Universidade é.

O ponto é que, como afirma Zilberman (1989, p.17) “a sociedade dispõe de mecanismos que facilitam ou inibem a difusão de uma obra ou de um autor”, ao falar de L. L. Schücking, um dos precursores da Sociologia da Leitura, a autora explica que ele “analisa então as agências formadoras do gosto, relacionadas acima de tudo à crítica literária e à escola, concluindo que esta desempenha o papel mais determinante”, Zilberman (1989, p.17).

O sistema de ensino cumpre inevitavelmente uma função de legitimação cultural ao converter em cultura legítima, exclusivamente através do efeito de dissimulação, o arbitrário cultural que uma formação social apresenta pelo mero fato de existir e, de modo mais preciso, ao reproduzir, pela delimitação do que merece ser transmitido e adquirido e do que não merece. (BOURDIEU 2007, p.120)

Sobre estas instâncias, o que este trabalho sugere, é que, mesmo sem o julgamento de valor pregado pela Sociologia da Leitura, é necessário discutir sobre as legitimações de obras literárias, pois os assuntos se fundem, independente se as obras analisadas entre as preferências dos leitores são pertencentes ou não da elitizada “história da literatura” criada pela Universidade.

Enquanto a recepção dos produtos ditos "comerciais" é mais ou menos independente do nível de instrução dos receptores, as obras de arte "puras" são acessíveis apenas aos consumidores dotados da disposição e da competência que são a condição necessária de sua apreciação. Por conseguinte, os produtores-para-produtores dependem muito diretamente da instituição escolar, contra a qual, de resto, insurgem-se constantemente. (BOURDIEU, 1996, p.169).

Como afirma o próprio Escarpit (1974, p.25)⁷, entre o escritor e o leitor existe o um sistema de seleção e hierarquização da instituição literária. Nela estão as seleções dos editores, orientação dos livreiros, avaliações da crítica e, principalmente, a lista de escritores reconhecidos e aceitos pela Universidade.

Esses são, em outras palavras, alguns, talvez os principais, órgãos legitimadores de obras literárias. São eles que ditam o que deve ou não ser lido, a qualidade do livro produzido, ou simplesmente, o que é ou não considerado literatura de acordo com seus próprios critérios.

Escarpit (1974) afirma que é perigoso limitar a qualidade literária de uma obra de acordo com o sucesso diacrônico. A leitura “comercial”, que não depende do nível de instrução do leitor, como afirmou Bourdieu (1996), também pode trazer coisas positivas ao leitor, assim como a leitura de obras presentes da “história da literatura”, segundo Escarpit (1974), mesmo que isso não seja a compatível com o que essas instâncias legitimadoras definam como literatura.⁸

Os *sites* de redes sociais focados em literatura, na intenção de abranger boa parte da produção literária já lançada, comportam informações sobre o maior espectro possível de obras produzidas, seja pertencente à história da literatura ou não, seja do catálogo de uma editora ou não, seja um livro com formato físico ou não. De uma forma ampla, os *sites* de redes sociais de literatura tendem a ser uma plataforma democrática sobre a informação do texto literário... Ou não.

Existe hoje uma profusão de textos para ler. As incessantes novidades oferecidas pelas editoras acumulam-se sem deixar às vezes mesmo ao leitor eventual o tempo de ler, de imergir-se no texto, de esquecer-se na leitura ou de saboreá-la. Uma leitura expulsa a outra. O “é preciso ler” repetido nem sempre é convincente, nem acompanhado de efeito porque o gosto pela leitura é frequentemente rebelde, nem sempre se curva às injunções dos especialistas atilados ou às incessantes seduções publicitárias. A leitura

⁷ Tradução livre de: “Entre el escritor y el lector se interpone el formidable sistema de selección y de jerarquización de la institución literaria: selección de sus editores, orientación de los librereros, juicios de la crítica y, especialmente, acceso al cuerpo de los escritores reconocidos y aceptados por la Universidad”. (ESCARPIT, 1974, p.25)

⁸ Tradução livre de: “Sería verdaderamente peligroso limitar la calidade literaria de la obra a la diacronia del éxito. El valor imediato de la comunicación, que permite a cada individuo de un grupo social encontrar em la lectura el alimento cotidiano de um diálogo entre su libertad, por un lado, y la representación de un aspecto de la situación histórica contemplado a través de la consciencia del escritor, del outro, puede ser también duente de valor. Pero no es seguro que este valor sea compatible con el que nuestra sociedad cultural es capaz de pensar como literatura” (ESCARPIT, 1974, p.32)

continua sendo uma prática sempre errante e incontrolável. (LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p.148)

A decisão sobre o que ler, mesmo longe das instâncias de legitimação já citadas, não é livre de influências do ambiente externo. No próximo capítulo, esse trabalho aprofundará a descrição da metodologia utilizada na pesquisa, dos questionários aplicados, da seleção do público participante e nas práticas e funcionalidades que os *sites* de redes sociais de literatura oferecem aos seus usuários.

2. PESQUISA E METODOLOGIA

Este capítulo, dividido em três seções, abordará, de uma forma geral, a pesquisa realizada neste trabalho, desde o momento de observação e seleção do *site* de rede social especializada em literatura que se tornou objeto de análise do estudo, até o processo metodológico empregado e a coleta dos dados junto aos usuários da plataforma.

2.1 *Skoob*

Como descrito anteriormente, a pesquisa que originou essa dissertação começou no segundo semestre de 2012, a partir de uma análise dos dois principais *sites* brasileiros de redes sociais focados em literatura, o *Skoob* e o *site* O Livreiro.

Os critérios usados na escolha das plataformas utilizadas como objeto de análise desse projeto foram: quantidade de usuários cadastrados, acessibilidade, alternativas de interação entre *site* e usuários, tempo de existência e repercussão da plataforma entre mídia especializada e a análise dos próprios usuários leitores de textos literários.

O *Skoob* e o Livreiro eram as principais redes sociais no cenário nacional no segundo semestre de 2012 porque possuíam os maiores números de usuários cadastrados e uma grande repercussão nos veículos de comunicação nacionais quando a pauta era redes sociais virtuais de literatura. Ambas funcionavam de forma semelhante: os usuários faziam um cadastro particular e adicionam, além de informações básicas sobre suas preferências literárias, livros que já leram, livros favoritos, livros que pretendem ler e outros dados semelhantes. Além disso, as duas redes permitiam que seus usuários sincronizassem suas contas com outras redes sociais virtuais populares, como *Twitter* e *Facebook*, para ajudar na disseminação “espontânea” (ou seja, sem custo para a empresa) de seus *sites*. Um fato interessante é que, na primeira pesquisa sobre os dois *sites*, ambos ainda estavam em fase “beta”, ou seja, em fase de testes.

Apesar do mesmo propósito principal, havia algumas diferenças em relação aos recursos que os *sites* ofereciam. Por exemplo, enquanto o *site* O Livreiro apostava em um campo específico para checar os resumos de livros cobrados nos principais vestibulares do país, como *A Escrava Isaura* ou mesmo *Dom Casmurro*, a rede social *Skoob* oferecia um sistema interno de troca de livros entre seus próprios usuários, os denominados usuários “*plus*”.

Com uma rápida pesquisa no *Google* é possível encontrar avaliações e comparações dos próprios usuários das duas redes sociais. Em vários casos, como no *site* Minha Estante (minhaestante.com) e no *blog* Na Casa dos Livros (nacasadoslivros.blogspot.com)⁹, os pontos positivos das duas redes são iguais. No *Skoob* destacam a “praticidade e eficiência”, enquanto que no O Livreiro os elogios ficam por parte do design. Outro ponto positivo abordado pelos internautas sobre o *Skoob* é a maior possibilidade de interação e colaboração do usuário com o *site*, destacando as permissões que eles têm para, entre outras coisas, cadastrar um novo livro no banco de dados da plataforma. Já para O Livreiro, o recurso de resumos para obras cobradas em vestibulares era bem visto por seus usuários, o que leva a acreditar que aparentemente parte desse público acessava o *site* em busca de algum benefício e não uma indicação de leitura.

Uma diferença significativa entre as duas plataformas é a relação delas com os *e-books*, ou pelo menos a possibilidade de leitura de livros digitais. Sem querer entrar na discussão entre o que é e o que não é um *e-book*, sobre formatos e formas de lançamento, será utilizada aqui apenas a ideia de que um livro que possa ser lido por meio de algum equipamento eletrônico, como computadores, *tablets* ou aparelhos semelhantes. Sem uma nomenclatura classificatória específica. José Luiz Jobim (2005) traz essa questão com uma informação interessante:

O que é um e-book?” Esta é uma das perguntas mais frequentes respondidas no site www.openebook.org. Embora o site empregue o termo “e-book” em sua própria titulação, na resposta à questão declara-se a preferência por evitar esse emprego, porque “pessoas diferentes usam esse termo de modo diferente. (JOBIM, 2005, P.117)

Voltando às diferenças entre as redes, o *site* O Livreiro oferecia, além dos já citados resumos de obras cobradas em vestibular, alguns trechos de livros para que seus usuários pudessem ler no próprio *site*. Ele também dava dicas de *sites* para adquirir livros digitais e equipamentos para leitura desse material. Já o *Skoob* prioriza, ou pelo menos se mostra mais interessado, nos livros físicos, muitas vezes, ignorando os livros digitais. Foi só no início de 2015, durante algumas modificações no *site*, que a plataforma disponibilizou uma ferramenta para leitura em formato digital do primeiro

⁹ Ambos foram escolhidos no início dessa pesquisa, em 2013, quando eram os primeiros resultados da busca no *Google*: *Skoob* x O Livreiro. Hoje, dois anos depois, Minha Estante não existe mais e o *blog* Na Casa dos Livros se tornou um *site* de avaliações literárias com domínio próprio: <http://www.nacasadoslivros.com.br/>

capítulo de alguns livros cadastrados no *Skoob*, claro, apenas aqueles com as quais a plataforma possui uma parceria com a editora responsável pelo lançamento.

Essa relação entre o *Skoob* e a preferência do *site* para os livros físicos ao invés dos digitais, fica nítida em alguns casos, como a ação de marketing em outras redes sociais virtuais em que o *site* divulga *shelfies*¹⁰ dos usuários, ou seja, fotos da estante física de livros de seus usuários; ou mesmo quando incentiva seus usuários a criarem, dentro do *site*, sua própria “estante virtual”¹¹, que nada mais é do que uma versão digital da estante física, ou seja, uma estante digital que reflete os livros que os usuários possuem em casa. Essa estante digital é formada, entre outras opções, com os livros que cada pessoa marca no *site* com a ferramenta “eu tenho”.

Essa abordagem em relação aos livros digitais é um ponto interessante entre as diferenças dessas duas redes sociais, visto que o *e-book* é tão discutido em função da importância na literatura atualmente. Essas discussões, que inicialmente giravam em torno do futuro do livro de papel, sua morte e a possibilidade de os livros digitais substituírem completamente os livros impressos, hoje já atingiram outros temas, como “autoria”, “suporte para leitura” e “diretos autorais”.

Enfim, não cabe aqui, neste trabalho, discutir se o livro digital vai ou não substituir o livro de papel, porém é interessante mostrar que o livro digital chegou, se popularizou e mudou a história da literatura, criando e ampliando as possibilidades literárias, tanto para os escritores que podem inovar em suas obras, quanto para os leitores, que podem modificar sua forma de ler. Isso, claro, sem falar nas editoras e seus custos, lucros entre outros.

Os motivos que levam a escolha do *Skoob* vão além da relação dele com os livros digitais, e as preferências nas conclusões das análises dos internautas. Os motivos estão diretamente ligados a alguns dados interessantes gerados a partir do comparativo das duas plataformas.

O primeiro deles é a quantidade significativamente maior de usuários que o *Skoob* possui em relação ao O Livreiro. Em janeiro de 2012, o *Skoob* comemorou a marca de 420 mil usuários cadastrados no *site*, no segundo semestre desse mesmo ano, data em que uma segunda análise numérica entre os dois *sites* foi realizada, a rede já

¹⁰ *Shelfie* é uma variação de *selfie* que significa especificamente o ato de tirar uma foto de sua estante ou prateleira de livros para publicar na *internet*.

¹¹ Apesar de utilizar do *Skoob* utilizar “Estante Virtual” para definir a lista de livros que cada usuário já adicionou ao seu perfil no *site*, o termo realmente se popularizou por ser também o nome do maior portal de comércio de livros novos e usados na *internet*. O site Estante Virtual, por sinal, surgiu antes do *Skoob*, em 2005, e ficou conhecido por reunir diversos sebos do país em um só lugar.

conta com mais de 630 mil. Nessa mesma época, em uma última consulta a base de usuários do Livreiro, o *site* informava pouco mais de 250 mil cadastros.

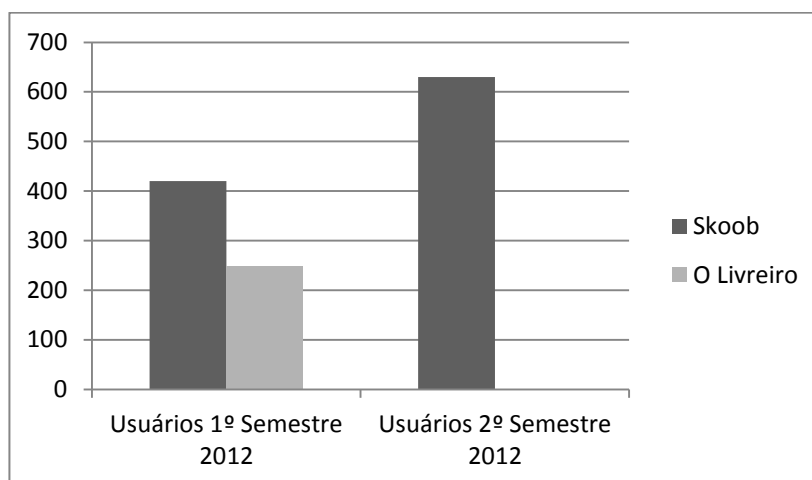


Tabela 1 - Usuários Skoob x O Livreiro

Não foi possível realizar outra consulta na base de usuários do Livreiro, pois entre o final do primeiro semestre e o começo do segundo semestre de 2012, a rede passou por algumas alterações em seu *layout*. Uma das mudanças foi justamente a exclusão de boa parte da interação e consulta de dados de usuários no *site*. A justificativa da própria equipe se resumiu a falta de participação do público e remanejamento de trabalho interno para outras áreas do *site* mais visitadas pelos usuários, o que deixa claro a baixa competitividade em relação aos concorrentes e falta de interatividade do público.

Essa interação entre os usuários também é outro ponto favorável para o Skoob. O número de aceitação e apoio dos usuários do *site* em outras redes sociais virtuais é consideravelmente maior se comparado ao Livreiro. Enquanto a página do Skoob no Facebook contava, ainda em 2012, com mais de 165 mil “curtidas”, a página do Livreiro ficava com pouco mais de 19 mil. Também nesse período, a diferença entre o número de usuários das duas redes no Twitter era menor, porém, ainda assim o Skoob levava uma vantagem numérica em relação ao seu concorrente. Enquanto a primeira contava com mais 33 mil “seguidores”, a segunda tinha cerca de 15 mil.

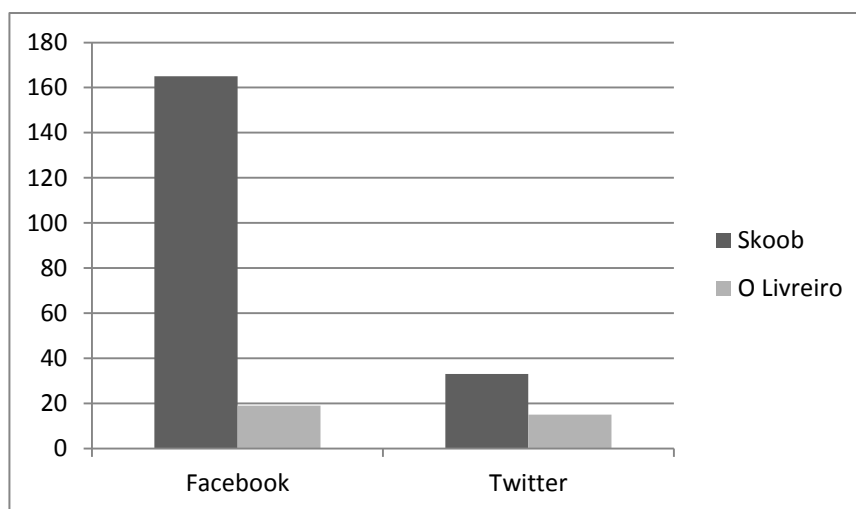


Tabela 2 - Redes Sociais: *Skoob* x *O Livreiro*

Esses dados são importantes, pois exemplificam numericamente o apoio e interesse dos usuários aos *sites*, já que isso é completamente facultativo ao público. Além disso, o cadastro em ambos é gratuito, não existe nenhum tipo de obrigatoriedade em relação a acessos ou interação com os *sites*, muito menos restrições de qualquer tipo de conteúdo em relação ao apoio ou não desses usuários nessas outras redes sociais virtuais. Ou seja, se você não sincronizar seu perfil do *Skoob* com outros *sites* de redes sociais, você não perderá nenhum tipo de conteúdo disponível na plataforma. Vale lembrar que um mesmo internauta pode se cadastrar, apoiar e frequentar as duas redes sociais.

No segundo semestre de 2013, mais especificamente em outubro, em uma nova pesquisa em relação aos usuários cadastrados e números para comparações entre as duas redes sociais, um fato chamou a atenção. Enquanto o *Skoob* cresceu significativamente, subindo para mais de 360 mil fãs no *Facebook* e mais de 50 mil no *Twitter*, o *site O Livreiro* saiu do ar. Isso, apesar de não atrapalhar nos resultados da pesquisa como um todo – e tornar a escolha pelo *site Skoob* óbvia –, levanta o questionamento sobre o quão efêmero pode ser o conteúdo produzido na *internet*, inclusive os estudos (ou principalmente eles) sobre ela.

Para encerrar a sequência de números e informações estatísticas sobre o *Skoob*, cabe a citar a publicação no *Facebook* da sócia fundadora da plataforma, Viviane Lordello, que, em maio de 2015, comemorou com seus “seguidores” a marca de 2,3 milhões de cadastros em seu *site* de rede social. Um grande crescimento durante o tempo de pesquisa.

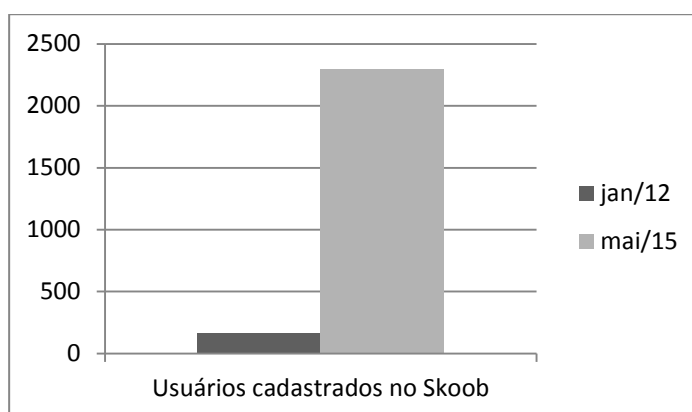


Tabela 3 - Usuários cadastrados no *Skoob*

2.2 Metodologia

Com a plataforma selecionada, foi necessário delimitar um recorte para desenvolver a pesquisa. Esse, inclusive, é um dos grandes desafios para pesquisas em redes sociais na internet, segundo Raquel Recuero. Segundo a autora “o desafio da limitação é um dos grandes problemas para o estudo das redes sociais na Internet. Por conta disso, é preciso definir como se vai observar a rede. Essa limitação arbitrária também pode influenciar as propriedades que são observadas nessas redes” (RECUERO, 2009, p.71).

Para tentar não interferir tanto nos resultados e abranger da melhor forma o público do site, foram desenvolvidos, para a pesquisa de campo aplicada entre os usuários do *Skoob*, dois tipos de questionários¹²: um estruturado (Apêndice 1), para uma pesquisa quantitativa que visava identificar o perfil sociocultural do público do *site* e suas principais intenções com a plataforma, e outro aberto (Apêndice 2), para uma pesquisa qualitativa que identificou entre usuários extremamente participantes da rede, suas opiniões sobre livros, crítica e legitimação de obras literárias.

A pesquisa de campo, segundo Marconi e Lakatos (2010, p.113) é “utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou hipótese, que se queira comprovar”. Apesar do “tradicional debate entre pesquisadores que adotam uma abordagem de base qualitativa e aqueles que adotam uma abordagem de base quantitativa” (MOTTA-ROTH; HENDGES, 2010, p. 114) no trabalho foram utilizadas as duas abordagens. Afinal, “em

¹² Pesquisa realizada durante o ano de 2014 e início de 2015

linguística (e talvez em todas as outras áreas), ambas as metodologias são necessárias” (MOTTA-ROTH; HENDGES, 2010, p.114).

A pesquisa quantitativa é mais abrangente em relação ao público, e sua proposta é identificar números, estatísticas e outros dados que possam ser de interesse do trabalho, por isso, geralmente é realizada com um grande número de entrevistados. Aqui, neste trabalho, a pesquisa quantitativa foi utilizada para encontrar, entre outras coisas, o perfil sociocultural do leitor usuário dessa rede social virtual de literatura. A proposta foi criar um questionário *online* estruturado e distribuir o *link* deste formulário entre os usuários do *site* de rede social *Skoob*. Essa distribuição foi realizada por meio de abordagens nos perfis de usuários, com mensagens diretas, e divulgação em tópicos de grupos da plataforma com grande número de usuários e alta taxa de interatividade.

A pesquisa qualitativa tem outro objetivo, ela é direcionada em relação ao assunto, não se preocupa com números e estatísticas, e sim, com a ideia e opinião dos entrevistados. Segundo Marconi e Lakatos (2010), existem algumas ferramentas principais para a coleta de dados em uma pesquisa de campo com caráter qualitativa. Entre essas ferramentas, duas foram utilizadas nesse trabalho: a observação não participante e a entrevista focalizada.

Para a observação não participante, que consiste em um método de observação consciente do objeto de estudo, porém sem uma interação com a comunidade, foi criado um perfil na rede social virtual de literatura analisada, que não interagiu com outros usuários, grupos ou tópicos de discussão da rede. Esse perfil foi necessário, pois só com ele era possível analisar as interações, participações e atitudes desses usuários leitores dentro da rede social virtual, que como em outras plataformas desse tipo, muitas vezes tem seu conteúdo, ou pelo menos parte dele, restrito apenas para usuários cadastrados.

A entrevista focalizada consiste em uma abordagem temática com o entrevistado sem um roteiro previamente definido de maneira integral, ou seja, com um formato semiestruturado. Essa entrevista contém algumas perguntas que dão base à abordagem, mas permite, caso seja necessário, que outras sejam feitas ao decorrer da conversa com o entrevistado, de acordo com os assuntos abordados.

Para esse segundo método de pesquisa qualitativa, o estudo realizou entrevistas focalizadas com um pequeno número de “usuários modelo”, ou seja, usuários selecionados a partir de critérios pré-estabelecidos, como quantidade de acessos mensais e semanais, tempo de utilização do *site*, interação com a plataforma e utilização das ferramentas disponíveis na rede social virtual. O usuário modelo nada mais é do que

usuários extremamente ativos nessas redes sociais virtuais, que correspondem ao máximo às expectativas da plataforma. Nessa etapa, por meio de um perfil de usuário, todos os entrevistados foram contatados e entrevistados após uma breve explicação sobre a pesquisa sem detalhes específicos sobre os objetivos.

Essas entrevistas foram realizadas de forma virtual por dois motivos: o primeiro deles foi para não restringir a localização do usuário entrevistado, já que a rede social analisada tem abrangência nacional; e o segundo é em relação a veracidade das informações.

Desde os estudos de Bourdieu (2005) é possível notar uma preocupação do referido leitor ao declarar suas práticas ou preferências literárias. Segundo ele, em pesquisas, muitos entrevistados omitem suas preferências literárias para declarar em seu lugar obras que já são consagradas pelas instâncias de legitimação. Para esses entrevistados, suas preferências literárias podem não ser “dignas” de serem declaradas. Em relação a isso, Chartier diz para Bourdier:

Pierre Bourdieu: os senhores têm a chance, interroguem as pessoas sobre o que elas lêem, não somente sobre o que lêem, mas sobre a maneira de ler. De fato, evidentemente, a mais elementar interrogação da interrogação sociológica ensina que as declarações concernentes ao que as pessoas dizem ler são muito pouco seguras em razão daquilo que chama de efeito de legitimidade: desde que se pergunta a alguém o que ele lê, ele entende “o que eu leio que mereça ser declarado?” isto é: “o que é que eu leio de fato de literatura legítima?” (CHARTIER, 2009, p.236).

A entrevista realizada de forma virtual, tanto pelo distanciamento entre o entrevistado e entrevistador, quanto por ser a respeito de um ambiente virtual do qual ele faz parte como um usuário ativo, pode ter criado um “anonimato” no qual o usuário tenha sentido liberdade de expressar suas verdadeiras práticas e preferências literárias. Claro que esses mesmos motivos podem ter gerado um comportamento justamente contrário, que não foi descartado nesse trabalho. Lüdke e André (1986, p.36) afirmam:

[...] não é possível aceitar plena e simplesmente o discurso verbalizado como expressão de verdade ou mesmo do que pensa ou sente o entrevistado. É preciso analisar e interpretar esse discurso à luz de toda aquela linguagem mais geral e depois confrontá-lo com outras informações da pesquisa e dados sobre o informante.

As respostas, sinceras ou não, representam uma informação que o entrevistado resolveu transmitir. Ela pode ser a idealização de algo, um comentário equivocado ou

até uma mentira que, por algum motivo ele resolveu contar. Todas as possibilidades devem ser consideradas e confrontadas com outras informações obtidas durante a pesquisa.

2.3 A pesquisa

Essa avaliação sobre os resultados dos dados coletados, foi levada em conta, nos dois modelos de pesquisa aplicados entre os usuários do *Skoob* separadamente, e depois confrontadas. Quanto aos dados dos questionários especificamente, o primeiro deles, qualitativo, disponível no Apêndice 1 desse trabalho, foi desenvolvido em uma plataforma digital gratuita de questionários e disponibilizado em perfis de usuários e grupos de discussão da plataforma. Nessa primeira etapa, foram colhidas 90 respostas de usuários aleatórios do *site* de rede social. Apesar da quantidade relativamente baixa em relação à quantidade de usuários cadastrados na plataforma, os questionários conseguem apresentar um panorama interessante sobre a opinião e preferências dos *Skoobers*¹³. Não foi realizado nenhum tipo de filtro específico nesse público. Qualquer usuário da rede poderia responder as perguntas. Os dados finais coletados estão disponíveis no Apêndice 4 deste trabalho.

Esse tipo de pesquisa é o que Recuero (2009) chama de “Rede Inteiras”, uma abordagem por amostragem para descobrir o que pensa ou como age uma rede social. “A abordagem de rede inteira trabalha com uma população limitada ou finita, onde investigam-se as relações dentro do grupo. A rede inteira, portanto, constitui-se naquela abordagem centrada em uma rede e suas relações” (RECUERO, 2009, p.70).

O segundo questionário, disponível no Apêndice II, foi enviado para seis usuários da rede social, que foram selecionados de acordo com alguns critérios específicos, como tempo de cadastro na plataforma, participação em fóruns e grupos do *site*, quantidade de livros marcados como “lidos” e nível de interação entre usuário e plataforma. Esse nível de interação foi medido com a participação deste usuário específico com as ferramentas disponibilizadas pelo próprio *site*, como resenhas, análise de livros, quantidade de amigos e cadastro de metas de leitura anuais.

Esse é o tipo de abordagem que Recuero (2009) chama de Rede Ego (ou Rede Pessoal). Nela, a pesquisa “parte de um nó determinado e, a partir das conexões deste, em um determinado grau de separação, a rede é traçada. É assim, um conjunto de nós

¹³ *Skoobers* é o termo utilizado pelo próprio *Skoob* para se referir a seus usuários.

definidos a partir de um ator central” (RECUERO, 2009, p.70). Ou seja, a partir de um determinado usuário (ator), o pesquisador investiga suas ações, práticas e conexões (nós) dentro da plataforma.

Nessa etapa foram seis usuários entrevistados. Os usuários escolhidos foram: Bruna¹⁴, Rosana Bernas, Carol Gimenes, Simone Flores, Rosângela Tufanetto e Rebeca¹⁵. Todas as respostas dos questionários abertos estão disponíveis, sem edição textual, no Apêndice III deste estudo.

Bruna, 21 anos, é uma usuária da plataforma de Santo André, São Paulo. A usuária, que preferiu responder o questionário em uma resposta única – e não por tópicos, como sugerido no questionário – foi selecionada, entre outros motivos, por ter cadastrado mais de 400 livros como “lidos”, uma quantidade que destoa entre os outros usuários do *site*. O “paginômetro” dela (uma ferramenta que contabiliza a quantidade de páginas lidas, criando uma média de páginas lidas por dia, simulando um velocímetro) ultrapassa a marca de 132 mil páginas.

Rosana Bernas é usuária do *Skoob* desde 2009. Ela tem 40 anos e mora em Salvador, Bahia. Além de ter cadastrados mais de 280 livros como “lidos” na plataforma, Rosana tem mais de 730 programados em sua lista de futuras leituras do *Skoob*. Mas o que mais chama atenção no perfil da usuária, são as mais de 200 resenhas e comentários cadastrados sobre as leituras já realizadas, além da participação e mediação de conteúdo em fóruns internos *site*.

Carol Gimenes, de São Paulo, tem 24 anos e é usuário do *Skoob* a três. A usuária foi escolhida por interagir com os usuários da plataforma de maneira extremamente ativa. Além de ter uma quantidade de amigos maior do que o comum - são mais de 280 *links* de amizades -, Carol mantém em seu perfil uma lista atualizada de usuários com os quais já realizou algum tipo de troca de livros. Seja enviando, seja recebendo. Por meio de trocas pessoais ou pelo sistema “*plus*”, desenvolvido pelo próprio *Skoob* para essa finalidade.

Simone Flores é usuária do *Skoob* há cinco anos, reside em Niterói, Rio de Janeiro e tem 40 anos. Em seu perfil no *site*, Simone tem cadastrados mais de 500 livros lidos, mais de 700 na lista de leituras desejadas, participa de seis fóruns de discussão e

¹⁴ Bruna é um nome fictício. A usuária não respondeu o pedido para divulgação de sua identidade. Para garantir, seu nome foi alterado.

¹⁵ Rebeca é um nome fictício. A usuária respondeu o pedido, mas pediu para que seu verdadeiro nome fosse alterado no trabalho.

já ultrapassou a marca de 2900 amigos. Todos os números são impressionantes quando comparados à grande maioria de usuários da plataforma.

Rosângela Tufanetto, que adotou o nome de “Prô Rosângela” na rede social (Prô, um diminutivo de professora), tem 51 anos, é de São José dos Campos, São Paulo, utiliza o *Skoob* há cinco, e tem mais de 700 livros lidos registrados na plataforma. A lista de livros que pretende ler é ainda mais impressionante, e já ultrapassa a marca de 1700 publicações. Entre os dados marcantes do perfil de Rosângela, o que chama atenção é seus 1770 livros marcados como “tenho”, ou seja, uma representação para a quantidade de livros físicos que a usuária possui. Desses, mais de 170 estão disponíveis para troca dentro do *site*, que inclusive é uma das ferramentas preferidas da professora.

Rebeca tem 16 anos, mora em Ivoiti, Rio Grande do Sul e se cadastrou no *Skoob* no ano passado. Apesar da pouca idade, Rebeca já possui cadastrados na estante virtual de livros lidos do *Skoob*, mais de 400 obras. Além disso, do fato de participar de grupos de discussão na plataforma, de ter uma meta de leitura registrada no *site* de quase 50 livros por ano, uma “fila de leitura” de mais de 100 obras, mais de 500 amigos virtuais, Rebeca também foi selecionada para a pesquisa qualitativa desse trabalho por ter um *blog* de resenhas literárias e utilizar o *Skoob* para divulgá-lo.

A seleção apenas de mulheres para a pesquisa qualitativa não foi proposital. Ao todo foram convidados 10 usuários do *Skoob* para responder ao questionário, desses, três eram homens. Os seis perfis de usuários descritos acima foram os únicos que atenderam ao convite.

3 A PLATAFORMA, SEUS USUÁRIOS E OS DADOS COLETADOS

Nesse capítulo será desenvolvida a análise, tanto dos dados coletados a partir dos dois questionários aplicados aos usuários do *Skoob*, quanto da própria plataforma e as mudanças que ocorreram nela durante o tempo da pesquisa. Além disso, também será discutida a participação dos usuários no desenvolvimento do *Skoob* e a influência das editoras nesse processo.

3.1 Mudanças na plataforma

Segundo Raquel Recuero, as mudanças são de extrema importância para as redes sociais digitais. As mudanças surgem a partir de necessidades e interações dos usuários com a plataforma e devem ser levadas em consideração. Nas palavras da autora: “uma rede social, mesmo na internet, modifica-se em relação ao tempo. Essas modificações constituem-se também em um padrão importante de compreensão dessa rede”, para Recuero “essas dinâmicas são dependentes das interações que abarcam uma rede e podem influenciar diretamente sua estrutura” (RECUERO, 2009, p.79).

As mudanças mais visíveis no *Skoob* durante esta pesquisa, entre o segundo semestre de 2012 e o primeiro semestre de 2015, aconteceram na página inicial do *site*. No início, quando algum usuário acessava o *site*, ele era direcionado a uma página com algumas listas de livros prontas. Essas listas eram compilações dos livros mais lidos, dos livros mais marcados como “quero ler”, dos livros mais marcados como “lendo”, dos últimos usuários que acessaram o *site* e dos últimos usuários que se cadastraram na plataforma.

A intenção, com isso, era bem nítida. O *Skoob*, com essas informações, destacava o tamanho do *site* por meio de números. Tanto de usuários ativos, quanto da quantidade de livros cadastrados no sistema, ou seja, o volume de informação contida na plataforma. O foco era mostrar o tamanho do *site* para os interessados (mídia, usuários, curiosos e concorrentes), e direcionar o público para os pontos mais elogiados pelos usuários, como as listas para marcar as leituras e a opção de construir novos laços de amizade. Mudanças significativas realizadas a partir da interação do público com a plataforma, como explica Recuero (2009).

Redes são dinâmicas e estão sempre em transformação. Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas

interações. É possível que existam interações que visem somar e construir um determinado laço social e interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço (RECUERO, 2009, p.79).

Todo esse conteúdo logo na primeira página, além de facilitar o acesso do usuário, levando ele rapidamente para as ferramentas mais acessadas, convidando-o a participar desses “*rankings*” e, conseqüentemente estimulando seu cadastro e interação, deixava bem claro, aos concorrentes e interessados de uma forma geral, no patamar que o *Skoob* havia atingido. Não é à toa que a *site* se autointitula “a maior rede social para leitores do Brasil”.

No primeiro semestre de 2015 a *home* do *Skoob* já estava bem diferente. A primeira grande mudança evidenciada foi o grande destaque dado ao programa de sorteio de cortesias, em que o *site* sorteia entre seus usuários, vários exemplares de livros fornecidos pelas editoras parceiras. Por ser uma prática comum entre *blogs*, *sites* e *vlogs* de leitores na *internet*, o programa, que começou há alguns anos, ganhou força e destaque pela quantidade de exemplares sorteados pelo *Skoob*. A rede social, que tem apoio de muitas editoras e parceria com elas, usou dessa atividade para fidelizar seus usuários e angariar novos. Para concorrer aos sorteios o leitor precisa estar cadastrado no *site* e clicar em um botão aceitando os termos da promoção, automaticamente o *Skoob* divulga a participação desse usuário no perfil do *Facebook* dele, aproveitando uma sincronização entre as duas plataformas.

O *Skoob* também fez com que as listas formadas a partir da interação do usuário com o *site* se transformaram em listas criadas pela própria plataforma para categorias bem específicas, muitas vezes com o conteúdo até “maleável”, formados a partir da interação do *Skoob* com as editoras. Por exemplo, na página inicial do *site*, é possível encontrar quatro listas diferentes: últimos lançamentos, mais procurados hoje, livros em destaque e melhores editoras. Todas elas, e claro, mais especificamente a última citada, revelam a influência das editoras no conteúdo produzido pelo próprio *site*.



Figura 1 - Home Skoob

As “melhores editoras” na verdade são aquelas que fazem algum tipo de parceria com o *site*, os “últimos lançamentos” são os livros lançados pelas “melhores editoras” e as outras duas categorias são compilações de obras escolhidas pelo próprio *site* sem critérios específicos informados.

Como uma empresa, é natural ver o caminho que o *Skoob* encontrou para se tornar financeiramente viável. Como um veículo de comunicação, a publicidade certamente é a melhor fonte de renda para o *site*, que não cobra nenhum tipo de mensalidade ou mesmo taxa de adesão de seus usuários. Dessa forma, dentro das opções de mercado, as editoras, em troca de visibilidade tanto para a marca quanto para seus títulos, se tornaram rapidamente os maiores patrocinadores da plataforma.

O interessante, nesse caso, é que o *site* mantém locais destinados exclusivamente para anúncios publicitários. Na *home*, por exemplo, além das propagandas geradas pelo *Google* de acordo com suas últimas pesquisas que o usuário realizou na rede e *sites* recentemente visitados (ponto para o Nicholas Negroponte), há um banner rotativo que divulga, financiado pelas editoras, o lançamento de livros.

Outro fator interessante em relação a isso é a recente sincronização que o *Skoob* fez com o *site* de comércio de livros *Amazon*. Agora, todos os livros da rede social que também estão disponíveis para venda no *site* da loja virtual, possuem um botão “comprar”, que leva o usuário direto do *Skoob* para a seção de compras da *Amazon*. Esse é, inclusive, o diferencial da lista de livros em destaques, pois o botão de “compra” fica localizado na própria *home* e não na página interna que o *site* cria para cada livro cadastrado, como nos outros casos.

skoob Busque por título, autor, editora, ISBN... Expl

Livros em destaque [ver mais](#)

IMPOLUTOS
SC Douglas
Enzo Fortuny é um pacato arquiteto que mora com a mãe e o irmão, Thomas Fortuny, na cidade fictícia de Montes Verdes. O que Enzo não sabe, é que Thomas – promissor cientista em pesquisas genéticas – descobriu um projeto secreto desenvolv...

[comprar](#)

O Diário de Anne Frank
Anne Frank, Otto H. Frank, Mirjam Pressler
Anne Frank escreveu em seu diário toda a tensão que a família Frank sofreu durante a Segunda Guerra Mundial. Ao fim de longos dias de silêncio e medo aterrador, eles foram descobertos pelos nazistas e deportados para campos de concentra...

[comprar](#)

Figura 2 - Livros em destaque

A página criada no *Facebook* pelo *Skoob* inclusive dá dicas de promoções de livros de *sites* especializados como a *Amazon* e o *Submarino* com *links* diretos para compra dos livros recomendados pelo *site*.

Skoob 1 h · 🌐

==== OFERTAS =====
Tudo por R\$ 19,90
Morri para Viver ➡ <http://goo.gl/9414Bb>
O Trono Vazio - Crônicas Saxônicas - Vol. 8 ➡ <http://goo.gl/yV6Jj...>
Ver mais

Livro - Morri para Viver **R\$ 19,90**

Livro - O Trono Vazio - Crônicas Saxônicas - Vol. 8 **R\$ 19,90**

Livro - A Gardia no Trem **R\$ 19,90**

Livro - Segredos de uma Noite de Verão **R\$ 19,90**

Livro - Prometo Falhar **R\$ 19,90**

Livro - Livro de Marcar Livros **R\$ 19,90**

Figura 3 - Ofertas livros

Sobre o perfil do usuário, algumas mudanças na mesma direção da *home*. Agora, todo comentário ou resenha feita por um dos amigos adicionados aparece direto na *timeline* do usuário *logado*. Nesse *post*, o tradicional ícone de carrinho de compras que, quando clicado, abre uma janela com *links* para os *sites* que oferecem ofertas de compra do livro comentado.



Figura 4 - Ofertas encontradas

Além disso, algumas mudanças no *layout* do perfil do usuário proporcionaram facilidades para edição do próprio perfil e segmentação de conteúdo a ser visualizado, como mudança de foto e filtro na *timeline* de acordo com o interesse (por exemplo: ver apenas mensagens publicadas pelas editoras, ver apenas mensagens de amigos, ver apenas seguidores e ver apenas mensagens dos grupos). Essas mudanças, assim como outras, como a foto dos aniversariantes do mês no próprio perfil, reforçam o caminho seguido pela plataforma de incentivar a interação entre os amigos e seguidores de cada usuário.

Além de seguir usuários, autores e participar de grupos segmentados, o *Skoob* também te dá a opção de seguir editoras cadastradas na plataforma. O perfil utilizado para a realização desse trabalho segue seis editoras que, apesar da opção de cancelamento, aparentemente não foram adicionadas de livre e espontânea vontade. Provavelmente mais uma opção proposta para os parceiros comerciais do *Skoob*.

Essas mudanças deixam claro o objetivo da plataforma atualmente: manter o *site* financeiramente rentável e garantir a interação entre usuários, para que eles acessem e voltem com frequência para a rede social. Vale lembrar que os valores cobrados por publicidade na internet variam, entre outras coisas, em relação ao número de acessos, cadastros e tempo gasto pelos usuários nos sites e plataformas.

3.2 Os usuários

Com o questionário quantitativo foi possível observar que grande parte do público do *site Skoob* tem entre 21 e 30 anos. Dos 90 entrevistados da pesquisa

quantitativa, 55,6% assinalaram essa faixa etária. A segunda alternativa mais marcada entre os participantes da pesquisa foi “entre 15 e 20 anos” com 20%, seguido de “entre 31 e 45 anos” com 17,8%. As respostas “menos de 15” e “mais de 45” tiveram 4,4% e 2,2% respectivamente.

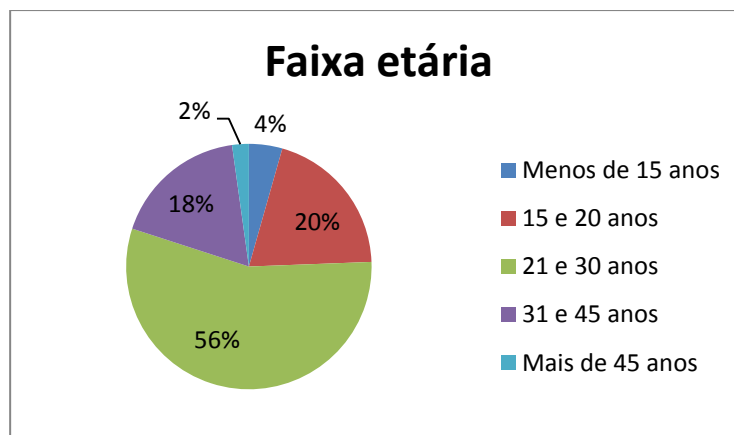


Tabela 4 - Faixa etária

O grau de escolaridade dos entrevistados segue na mesma linha, com 48,9% respostas para “Graduação”, 23,3% para “2º Grau”, 22,2% para “Pós-Graduação” e 5,6% para “1º Grau”. Tais informações já delimitam bem o público do *site*, que é formado por jovens e adultos que cursaram ou estão prestes a cursar uma faculdade.

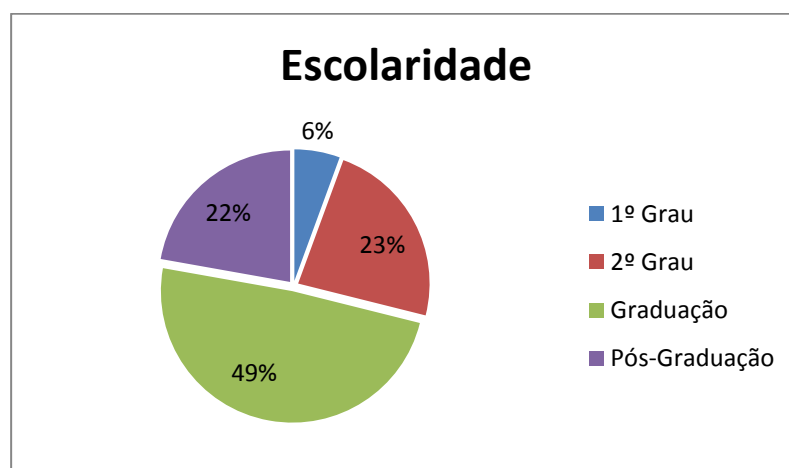


Tabela 5 - Escolaridade

As entrevistas qualitativas com usuários “modelos” da plataforma, comprovam a informação. Das cinco entrevistadas, quatro cursam ou já cursaram uma graduação.

Apenas Rebeca, de 16 anos, não entrou em um curso superior, e isso provavelmente aconteceu por causa da idade da usuária.

Desse público, uma característica muito forte é o consumo de informação em ambiente digital. Segundo a pesquisa quantitativa realizada, 96,7% dos entrevistados utilizam a *internet* como principal meio para se informarem, com apenas 2,2% para “televisão” e 1,1% para “jornais impressos ou revistas”. Outro fator predominante é o gosto por livros. Além de 100% dos usuários se declararem leitores por opção, ou seja, leem livros porque gostam, apenas 45,6% desses dividem a responsabilidade da leitura entre prazer e obrigação. Os outros 54,4% dizem ler simplesmente porque gostam de ler.

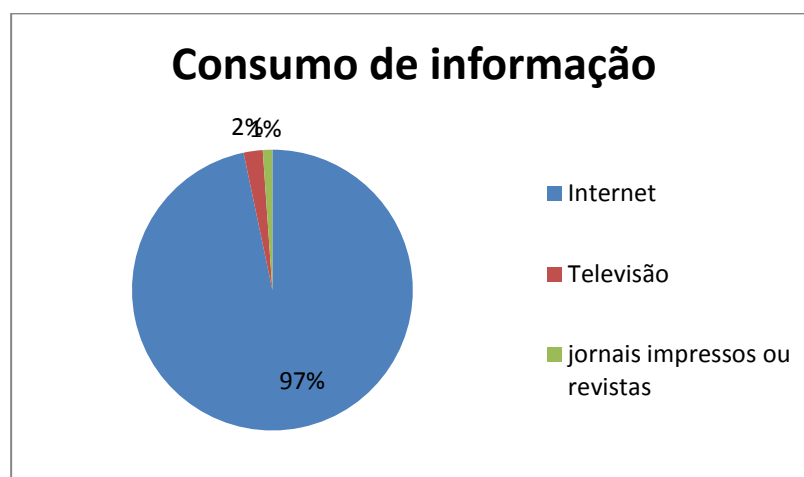


Tabela 6 - Consumo de informação

Quanto ao *Skoob*, e mais especificamente em relação aos benefícios e ferramentas oferecidos pelo *site*, 38,9% dos usuários que responderam ao questionário afirmam gostar de tudo o que a plataforma disponibiliza. A segunda opção mais assinalada, com 26,7% dos votos, é referente à ferramenta de registro de leituras realizadas pelos usuários. Outros 22,2% afirmam que o que mais gostam no *Skoob* é a possibilidade de “descobrir livros novos para ler”. A última opção com votos nesta pergunta ficou com 12,2% e é referente ao gosto por ver o que outros usuários comentam sobre os livros.

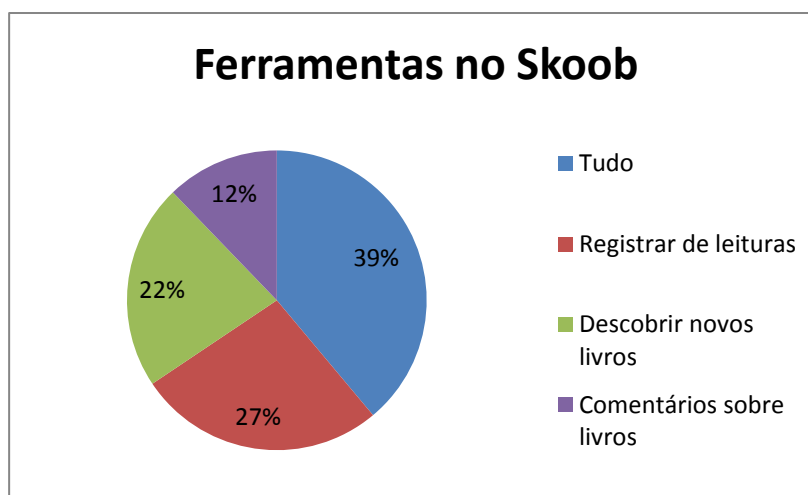


Tabela 7 - Ferramentas no Skoob

Sobre a consulta por livros, de usuários no *site*, 18,9% afirmam que buscam apenas livros que pretendem ler, para descobrir a opinião de outros usuários sobre a obra; 13,3% das respostas são para as buscas por livros já lidos, com a intenção de adicionar a estante do próprio perfil; 3,3% fazem buscas aleatórias; e a grande maioria, com 61,3% dos votos, afirmam que utilizam a barra de busca do *site* para todos os tipos de pesquisa citados anteriormente. Apenas 3,3% afirmaram não fazer consultas na plataforma.

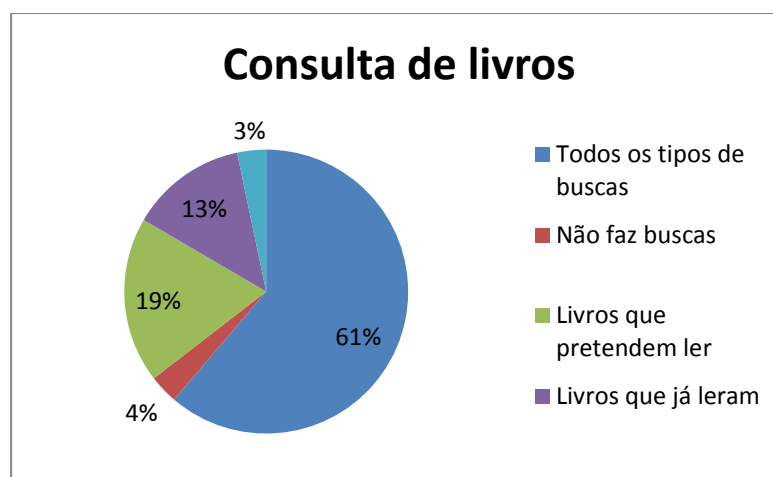


Tabela 8 - Consulta de livros

Em relação à avaliação de livros por usuários na plataforma, a grande maioria, (58,9% dos entrevistados) afirmam que avaliam no *Skoob* todos os livros que leem. 26,7% também utilizam a ferramenta de avaliação de obras disponível na plataforma,

porém apenas em alguns casos. 13,3% não utilizam a ferramenta e um dos entrevistados assinalou a opção “Aqueles avaliações não servem para nada!”.

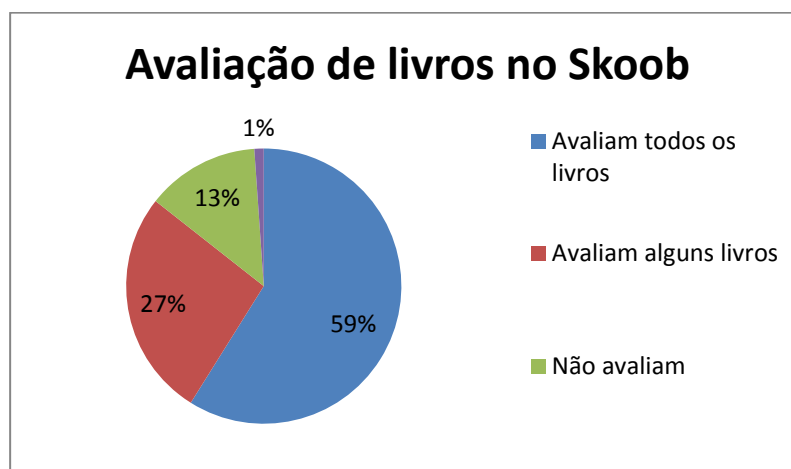


Tabela 9 - Avaliação de livros no Skoob

Quanto à influência do *site* de rede social *Skoob* na decisão de seu usuário sobre o que ler, apenas 7,8% dos entrevistados responderam que fazem essa escolha na plataforma. A grande maioria, 54,4% dos usuários participantes da pesquisa, dizem que consultam o *site*, porém não é isso que os fazem decidir por ler determinado livro. Bem próximo disso, 26,7% dos usuários confessam “sempre dar uma olhada nas avaliações para ver se vale a pena ler”. Os 11,1% restantes dizem que só consultam na plataforma os livros que já leram.

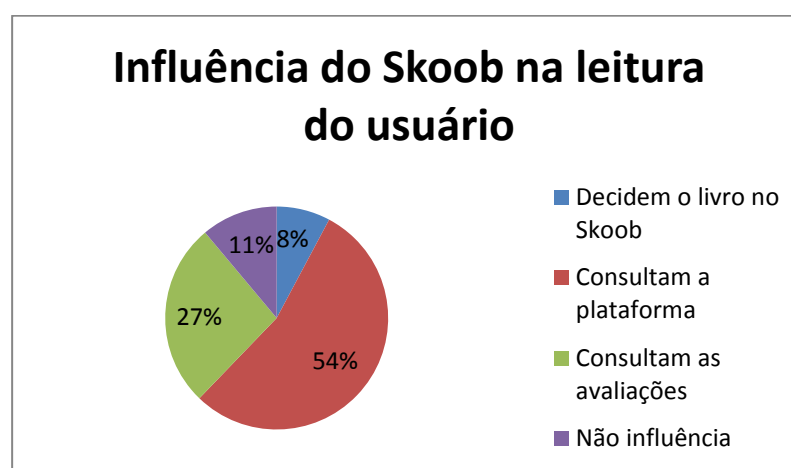


Tabela 10 - Influência do *Skoob* na leitura do usuário

Sobre a opinião dos usuários em relação ao que seria mais importante para o perfil de um livro no *Skoob*, a maioria dos entrevistados responderam que o melhor é “ter boas resenhas”. A segunda opção mais assinalada, com 26,7%, foi “ter uma boa nota”, seguido da opção “Nada”, com 14,4%. Por último, considerado o item menos importante dentre as opções dos questionários, estava o quesito “ter muitos leitores”, com apenas 3,3%.

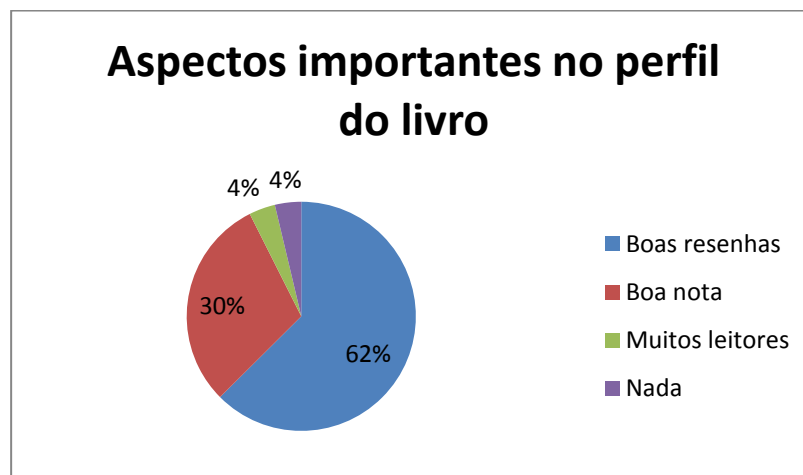


Tabela 11 - Aspectos importantes no perfil do livro

As últimas duas perguntas do questionário quantitativo aplicado entre os usuários do *Skoob* foram direcionadas às suas opiniões acerca dos livros considerados clássicos. A primeira, “O que você considera um livro clássico”, tinha como opção de resposta “Os melhores livros do mundo” (ficou com 14,4%), “Os livros mais velhos” (13,3%), “Os melhores livros na opinião de professores, crítica e meios de comunicação” (28,9%), “Os melhores livros em minha opinião” (6,7%), “Eu não sei o que é um clássico” (3,3%) e a mais assinalada, “Nenhuma das opções, mas eu sei o que é um clássico” (33,3%).

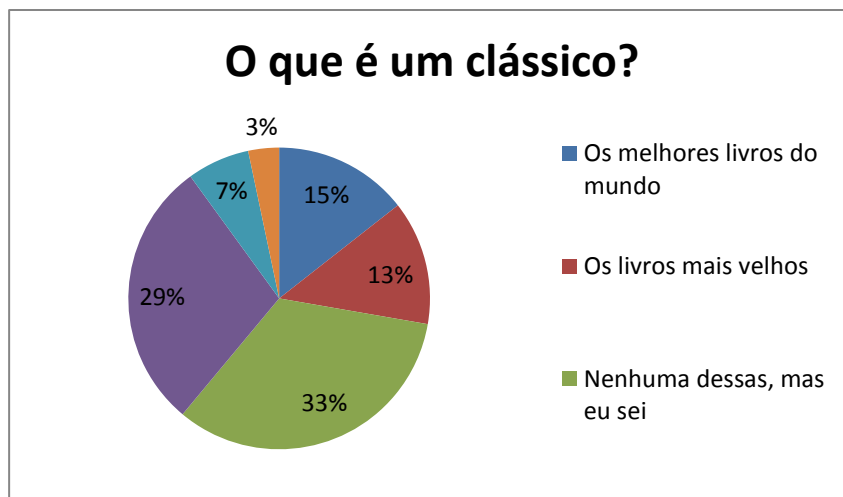


Tabela 12 - O que é um clássico?

A segunda pergunta sobre o tema foi “você lê livros clássicos?”. As respostas foram: “Leio, mas só porque sou obrigado” (3,3%), “Leio livros clássicos e livros que não são clássicos” (83,3%), “Leio livros que um dia se tornarão clássicos, mas hoje ainda não são” (5,6%), “Não gosto de clássicos” (4,4%) e “Eu não sei o que é um clássico” (3,3%). A opção “Só leio livros clássicos” não foi marcada por nenhum entrevistado.

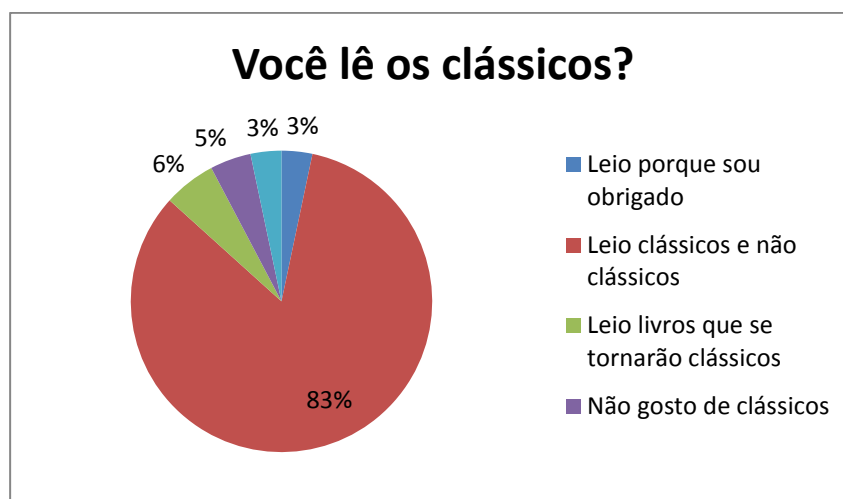


Tabela 13 - Você lê os clássicos?

Os gráficos com todas essas respostas também estão disponíveis no Apêndice 3 deste trabalho. Lá as informações estão compiladas em sequência, mas de uma forma geral, é possível dizer que o perfil do usuário comum do *Skoob* é um jovem ou adulto (não cabe aqui entrar nesta discussão) que tem entre 21 e 30 anos, está cursando ou já

curvou uma graduação, utiliza a *internet* como seu principal veículo de comunicação e informação e lê apenas porque gosta, nunca por obrigação. Quanto à relação entre usuário e o *site*, a pesquisa aponta que a maioria dos usuários gostam de tudo o que o *Skoob* oferece, seja as ferramentas para registro das leituras efetuadas, seja os canais para avaliação de obras, as interações entre usuários ou até as possibilidades de encontrar e sugerir novas leituras.

Quanto às ações realizadas pelos usuários dentro da plataforma, a pesquisa revela que a grande maioria utiliza o *site* de rede social para marcar e avaliar os livros que leem; pesquisar novos títulos e ler comentários sobre eles, para ajudar na decisão de ler ou não uma obra, embora não seja esse um fator determinante na sua escolha. Isso reflete também não opinião dos usuários de que o mais importante para um livro, dentro do *Skoob*, é ter boas resenhas.

Sobre clássicos, os usuários são mais enfáticos: leem livros clássicos e não clássicos; e, embora a grande maioria não concorde com nenhuma das opções de descrição apresentados no questionário citadas anteriormente, afirmam saber o que o termo significa. Nos questionários qualitativos há respostas um pouco mais nítidas. Segunda as entrevistadas, os clássicos são livros definidos como atemporais ou ligados a alguma instituição de ensino. Carol Gimenes, uma das entrevistadas na pesquisa qualitativa, quando questionada sobre o que era um clássico, respondeu: “Em minha opinião, livros clássicos são aqueles escritos por Machado de Assis, Jorge Amado, Graciliano Ramos, Mário de Andrade... Livros que nos mandam ler no ensino médio, os exigidos para os exames da Fuvest”.

Em quase todos os casos temos referência ao Machado de Assis como um exemplo do termo “clássico”. Essa é uma definição boa quando se pensa em todas as referências já citadas nesse trabalho, de Escarpit a Bourdieu, uma visão tradicional do processo de canonização de obras literárias e até presente, de uma forma não tão direta, nas opções do questionário fechado, com a alternativa “Os melhores livros na opinião de professores, crítica e meios de comunicação”, que representa bem a posição que Machado ocupa no mundo literário nacional, e é a segunda mais assinalada.

Machado de Assis, inclusive, possui uma boa popularidade também no *Skoob*. Seu livro, *Dom Casmurro*, é o livro brasileiro mais lido da plataforma (em 18º lugar), tem uma boa média de notas (4,1 em mais de 40 mil avaliações) e muitas resenhas cadastradas (mais de 600 cadastradas). Sobre as resenhas, reforçando, o item mais importante para um livro dentro do *Skoob*, segundo seus próprios usuários, *Dom*

Casmurro possui, na maioria dos casos, referências diretas às discussões desenvolvidas em sala de aula, como o julgamento a respeito da traição ou não de Capitu, críticas em relação à linguagem utilizada pelo autor, e contexto histórico e literário em que a obra está inserida.

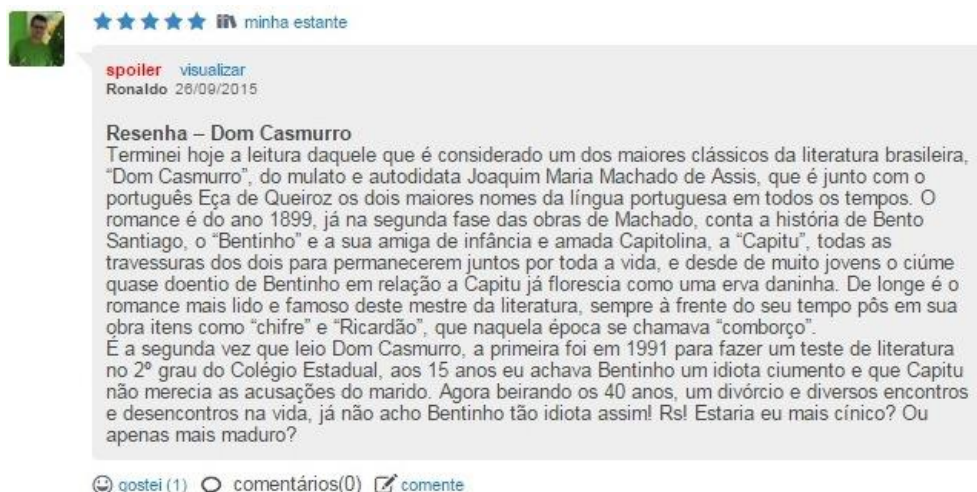


Figura 5- Resenha Dom Casmurro

A palavra “clássico” também está presente em um grande número de resenhas cadastradas na página de *Dom Casmurro* no *Skoob*, muitas vezes até para justificar a qualidade ou importância da obra, independente da opinião do leitor.



Figura 6 - Resenha clássico

No exemplo acima vemos as duas situações, Aline que considera *Dom Casmurro* um clássico “maravilhoso” e Taina Micaelle, que considera o livro “pessimista demais”, mas não discute sua qualidade, afinal “clássico é clássico”.

É possível ver que, o próprio usuário, mesmo valorizando a opinião do *Skoob*, e isso fica claro quando ele afirma que busca referências e informações na plataforma para validar sua leitura, não vê outro caminho para que as obras se tornem clássicos literários a não ser o processo já tradicional citado pelos teóricos. Isso fica claro quando ele afirma que os livros só são clássicos na opinião de outras pessoas, como professores e críticos (resposta dos questionários quantitativos) e até em respostas dos questionários qualitativos, quando a maioria das usuárias expõem afirmações como “infelizmente ainda associo os livros clássicos as leituras maçantes e obrigatórias do colégio. Não sou muito fã deles”, enviada pela *Skoober* Bruna. Ou a resposta de Simone Flores, que é ainda mais enfática: “O que você chama de livros clássicos? Machado de Assis? Se for nessa linha eu não gosto”.

Ainda sobre os clássicos e as entrevistas com os *Skoobers*, Rosana Bernas tem uma resposta interessante. A usuária descreve um clássico como “livros atemporais”. Para Rosana, livros clássicos são aqueles que “entra década, saí década e eles não perdem seu valor”, para ela, “um livro clássico é capaz de tocar leitores, independentemente de sua cultura ou classe social”. Associar o “clássico” ao fator atemporal é uma resposta comum entre leitores, teóricos e críticos literários. O fato de o livro continuar sendo lido e, ainda, mais importante, continuar produzindo significado entre os leitores, é como algumas teorias, principalmente as focadas no leitor, tratam o termo. Porém, o que chama atenção mesmo na resposta de Rosana é que, mesmo não associando o termo clássico a algo pejorativo, escolar ou até obrigatório, como em tantas outras respostas citadas aqui, a usuária ainda assim não é receptiva aos livros que considera clássicos. Quando questionada se lia livros dessa categoria, a entrevistada respondeu: “já li muito, hoje confesso que não tenho saco algum para este tipo de leitura”.

Os questionários qualitativos ofereceram, além de informações específicas em relação ao perfil do usuário, como idade, escolaridade e tempo de cadastro, informações interessantes a respeito da opinião dos *Skoobers* quanto a diversos assuntos, como o conceito dos usuários para “um bom livro”, suas intenções com a plataforma, os hábitos de leitura e já citada opinião e leitura acerca dos clássicos.

Sobre o conceito de “um bom livro”, é possível identificar respostas plurais entre os entrevistados. Desde uma descrição específica sobre o tipo de narrativa deseja pela leitora, como a resposta de Carol Gimenes, em que a usuária afirma que:

Um bom livro é aquele que contenha detalhes da história, mas não seja maçante. Pode ter figuras, contanto que não cubram uma página inteira pra fazer volume na história. Que tenha um bom desenvolvimento dos personagens, não havendo aqueles que entram no meio da história e somem do nada, porque o autor não sabia o que fazer com ele de certo ponto em diante. (GIMENES, 2015)

Até opiniões mais técnicas e bem particulares, como a da Prô Rosangela, que afirma “Um bom livro é aquele que está bem escrito, em termos de norma padrão, e que cumpre o objetivo de me conquistar”.

Dentro dessas duas linhas ainda temos outros exemplos de respostas, como Simone Flores, que dá uma descrição bem específica sobre sua temática literária preferida, com a resposta “um livro divertido, romântico, erótico sem ser pornográfico. Um livro que me faça viajar, relaxar, passar o tempo, um livro que, quando acabo de ler fico com pena por isso e com gosto de quero mais”, e Rebeca, que classifica livros como bons a partir de um estilo de escrita e elementos da narrativa. “Uma escrita fluída e com uma temática que eu gosto. Se tiver crescimento da personagem principal ou alguma moral junto, fica melhor ainda”;

Apesar das opiniões serem relativamente abrangentes quanto às temáticas, nenhuma das entrevistadas considerou em suas respostas livros de poesia ou qualquer outro gênero literário que não seja uma narrativa. Há, inclusive, preconceito quanto à utilização de imagens ou ilustrações nas páginas do livro, como citou Carol Gimenes (o que praticamente exclui os quadrinhos de seu cânone particular). Outra característica comum nas respostas é que nenhuma definição de “bom livro” vai de encontro à definição de “livro clássico” feita pelas usuárias. Há esse distanciamento entre os dois conceitos por parte dos usuários.

As intenções dos usuários com o *Skoob* variam bastante. Se nos questionários enviados aos *Skoobers* as respostas não são tão específicas, por contar com a opção “todas as alternativas citadas”, a mais assinalada, nas entrevistas é possível identificar algumas preferências. O fato de poder catalogar as leituras e as possibilidades de trocar livros entre os usuários é unânime entre as entrevistadas. Das seis, a única que não citou especificamente uma dessas duas ferramentas foi Carol Gimenes, que começou sua resposta sobre o que mais gosta na plataforma com “gosto de tudo no Skoob, desde que me apresentaram o site já me tornei fã”, o que também abrange as respostas anteriores.

Nessas preferências, outras ferramentas que ganham destaque entre os entrevistados são as relacionadas às possibilidades de avaliação de livros pelos usuários,

seja no sistema de atribuição de notas aos livros (que vão de 0 a 5 estrelas) ou na opção de escrever uma resenha para a obra. Mesmo não sendo unânime, como as ferramentas citadas anteriormente, as avaliações possuem destaque no *Skoob* e estão entre os hábitos e práticas mais comuns dos usuários na plataforma.

Nas entrevistas, assim como nos questionários aplicados que comprovaram que 55,6% dos usuários consideram a avaliação como o elemento mais relevante na página de um livro no *Skoob*, foi possível identificar a importância das ferramentas em que os usuários expõem suas opiniões. Rebeca mesmo afirma fazer as duas coisas para todos os livros lidos.

Rosana Bernas também avalia das duas formas, mesmo não considerando sua opinião como uma resenha: “avalio todos e procuro sempre escrever algo sobre o que li. Não chega a ser uma resenha, mas deixo a minha impressão sobre a leitura”. Diferente de Bernas, Carol Gimenes não produz muitas resenhas “fiz somente duas resenhas até hoje”, mas possui critérios bem específicos de avaliação na plataforma “todos os livros que leio recebem 5 estrelas porque são livros que eu realmente gosto, quando eu não gosto interrompo a leitura e troco por outro que me atraia”. O perfil da usuária na plataforma confirma essa característica mais seletiva nas suas escolhas literárias, e sobre isso vale informar que Gimenes marcou no *Skoob* que leu e avaliou mais de 100 livros (todos com cinco estrelas), e abandonou apenas três. Uma quantidade relativamente baixa quando comparada aos números das outras usuárias cadastradas, como Simone que marcou mais de 500 livros como “lido”, e Rosângela, que já ultrapassou os 700.

Apesar da grande diferença na quantidade de obras lidas, é possível identificar também que os títulos literários lidos pelas usuárias são parecidos, tirando, claro, preferências como a definição “livros eróticos sem ser pornográficos” declarada por Simone, que possui uma biblioteca bem específica nessa área. Gimenes leu basicamente *bestsellers*, séries de fantasia famosas no mercado editorial brasileiro dos últimos anos, como *Jogos Vorazes*, *Desventuras em série*, *Ciclo da herança*, *Crepúsculo* e *Diários do Vampiro* e livros brasileiros cobrados em vestibular, como *A moreninha* e *Macunaíma*. A biblioteca de Rosângela é bem abrangente (afinal são mais de 700 livros lidos). Assim como Gimenes, têm coleções de livros de autores *bestsellers* como Agatha Christie e Sidney Sheldon, autores brasileiros cobrados em vestibular, como Machado de Assis e Clarice Lispector, e séries populares no Brasil, como *50 tons de cinza* e *Harry Potter*, mas também vai além, com alguns quadrinhos, poesia, livros acadêmicos e outros. Todos devidamente avaliados.

Outro fato interessante identificado nas entrevistas, é que, mesmo quando o usuário não tem o hábito de cadastrar uma avaliação, ele valoriza a ferramenta, como é possível observar na resposta de Bruna:

Gosto de procurar novos livros para ler e acompanhar os lançamentos. Busco também ler resenhas e saber a opinião do pessoal a respeito dos livros que tenho interesse, mesmo que não cultive o hábito de avaliar as leituras que faço ou de escrever sobre elas, me ajuda o fato de outras pessoas o fazerem (BRUNA, 2015)

A avaliação é uma forma do usuário validar sua leitura, buscar opiniões sobre o livro que deseja e tomar a decisão de ler ou não a obra. Mesmo que poucos *Skoobers* declarem especificamente que a avaliação do *site* é decisiva na escolha de suas leituras, é possível identificar em outras questões que essa avaliação tem papel importante no processo de leitura desses usuários.

Sobre o fato de validar sua leitura na plataforma, como indicado na pesquisa quantitativa, quando 22,2% dos entrevistados afirmaram utilizar o *Skoob* para pesquisar novos livros para ler e 55,6% declararam olhar as avaliações de um livro na plataforma antes de ler, é possível identificar, nas entrevistas qualitativas, que os usuários respeitam as opiniões informadas no *Skoob*. Respostas como a de Bruna, “gosto de procurar novos livros para ler e acompanhar os lançamentos. Busco também ler resenhas e saber a opinião do pessoal a respeito dos livros que tenho interesse” e de Simone, “SEMPRE investigo aqui sobre o livro ou autor que quero ler. Vejo qual a nota q o livro recebeu, leio as resenhas, quem leu, resumo, etc....” exemplificam isso.

Mas a influência da plataforma nas leituras fica ainda mais nítida em outras respostas, como “consigo ver o que as outras pessoas estão adicionando em suas estantes e com isso consulto sinopses, resenhas, etc. Se me chamar atenção, marco como desejado também”, de Carol Gimenes e, principalmente: “Influência muito, pois quando vejo alguma sinopse interessante, passo a desejar ardentemente aquele livro, como se não tivesse nenhum pra ler e olha que tenho 439 livros em casa pra ler... Fora os e-books. Rs¹⁶”, respondido por Rosana Bernas.

A influência do *Skoob* nas leituras não é um consenso entre os usuários. Assim como nos questionários a resposta mais votada não é uma unanimidade, nas entrevistas também há casos contrários, como a da usuária Prô Rosângela, que afirma que a

¹⁶ Transcrição integral de todas as respostas dos usuários, sem edição do autor.

plataforma serve apenas para um controle pessoal de leituras: “*Skoob* me ajuda a me organizar, mas não tem grande peso no que pretendo ler”.

Rosângela Tufanetto foi a única entrevistada que refutou a possibilidade do *Skoob* influenciar suas escolhas literárias, indo contra a opinião da maioria. Mas não só nisso, Rosângela também é a única usuária entrevistada que, de uma forma geral, foge ao padrão dos usuários do *Skoob*. Ela tem formação específica na área de Letras, tem 51 anos, possui uma quantidade de livros cadastrados nas abas “lidos”, “vou ler” e “tenho” maior do que a média de outros usuários. Além disso, a usuária adota uma postura e perfil de professora na plataforma, a começar pelo seu nome, alterado para “Prô Rosângela”, e terminar pelas resenhas, como é possível ver *print screen* da crítica e comentário publicados:

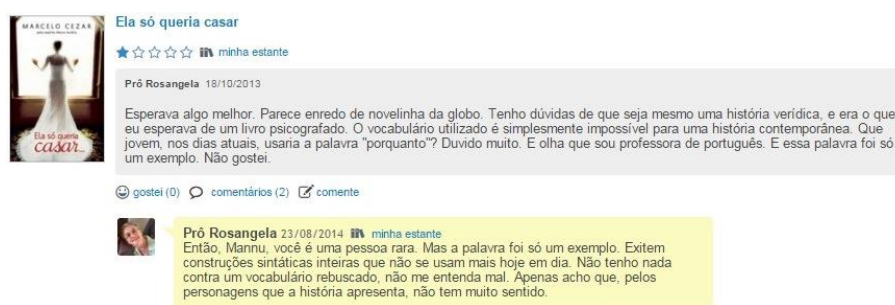


Figura 7 - Comentário Prô Rosângela

A crítica, publicada em 2013 para o livro *Ela só queria casar*, de Marcelo Cezar, traz uma opinião direta da professora, que começa com “esperava algo melhor”. Seus argumentos são baseados no vocabulário utilizado e justificados pela sua profissão: “o vocabulário utilizado é simplesmente impossível para uma história contemporânea. Que jovem, nos dias atuais, usaria a palavra “porquanto”? Duvido muito. E olha que sou professora de português”. Nos comentários, onde algum usuário aparentemente defendeu a obra¹⁷, Rosângela reforça sua opinião com mais argumentos técnicos: “Existem construções sintáticas inteiras que não se usam mais hoje em dia”.

Independente da veracidade dessas informações, como a quantidade de livros lidos ou até mesmo os títulos lidos pelos usuários do *site*, o importante aqui é observar a construção do ethos que é criado no *Skoob*. Prô Rosângela é um exemplo disso, sua

¹⁷ Comentário foi deletado.

postura dentro da plataforma é uma maneira de expressar isso, é a personificação da professora dentro da plataforma, algo que destoa dos outros usuários.

A construção é importante, pois representa, não só quem esse leitor é, mas também quem ele gostaria de ser ou acha que deve ser dentro do *Skoob*. Como afirma Chartier (2009, p.236) “desde que se pergunta a alguém o que ele lê, ele entende ‘o que eu leio que mereça ser declarado’”. O perfil de leitor desse usuário dentro do *site* é baseado nessa pergunta. O “quem sou eu?” do é transformado no “quem eu devo mostrar que sou?”. E nessa perspectiva, todas as respostas são válidas.

Há um motivo para essa resposta estar ali. O usuário quer expressar algo com suas opiniões, mesmo que não seja sua própria opinião. O fato de ele marcar que leu Machado de Assis é tão importante quanto o fato de ele realmente ter lido Machado de Assis. Essa construção é importante, mesmo (principalmente) quando contraditória. É como afirmar que livros clássicos são “livros que não perdem seu valor” e que “tocam qualquer pessoa”, mas completar a próxima resposta com “não tenho saco para eles”. É a reprodução da ideia de que clássicos são os melhores livros, mesmo que esse usuário não concorde com ela.

Pode existir, dentro do *Skoob*, a criação da imagem do leitor. Essa construção, que envolve quantidade, avaliações, anonimato, entre tantas outras coisas, é motivada por alguns comportamentos específicos, que ocorrem dentro desse ambiente digital de redes sociais, como a competição, o conflito e a cooperação, que será abordado no próximo tópico.

3.3 Cooperação, competição e conflito

Nas redes sociais, alguns padrões, ou melhor, “processos sociais” - para usar o termo de Raquel Recuero - se repetem. “O primeiro elemento que é trazido para o estudo das redes sociais como elemento dinâmico é o aparecimento da cooperação da competição e do conflito como processos sociais que influenciam a rede” (RECUERO, 2009, p.81).

Cooperação, para Recuero (2009, p.81), é “processo formador de estruturas sociais”, ou seja, “sem cooperação, no sentido de um agir organizado, não há sociedade”. A autora explica que “a cooperação pode ser gerada pelos interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo. Entretanto, é

essencial para a compreensão das ações coletivas dos atores que compõem a rede social” (RECUERO, 2009, p.81).

A competição é, segundo Ogburn e Nimkoff (1975 *apud* RECUERO, 2009, p.81), a “forma fundamental de luta social”. Recuero (2009, p.81-82) explica que “a competição compreende a luta, mas não a hostilidade, característica do conflito”, para a autora “a competição pode, por exemplo, gerar cooperação entre os atores de uma determinada rede, no sentido de tentar suplantar os atores de outra”, já o conflito, terceiro elemento citado, “pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social” (RECUERO, 2009, p.82).

Os três elementos são importantes para o desenvolvimento de uma rede social digital.

Não se pode, por exemplo, deduzir que não exista conflito em uma comunidade virtual. No entanto, é preciso que se compreenda que, para que a própria estrutura comunidade exista, a maioria das interações precisa ser cooperativa. O conflito e a competição podem gerar mudanças, desequilíbrio e obrigar a comunidade a adaptar-se. Entretanto se o conflito suplantar a cooperação, pode acarretar em um desgaste ou ruptura na estrutura social. (RECUERO, 2009, 82-83)

No *Skoob* é possível identificar facilmente esses três elementos. A cooperação fica nítida quando os usuários se ajudam e colaboram com a plataforma com dicas, avaliações, resenhas, cadastros de novos livros, sorteio de exemplares gratuitos, e, principalmente, pelo sistema de troca de livros entre os usuários do próprio *Skoob*, que é baseado na confiança, já que não envolve compensação financeira e nem sempre há uma troca de um exemplar por outro.¹⁸ Em todos esses casos é possível identificar um usuário ajudando outro, seja com informação, desenvolvimento do site ou até com um exemplar de livro.

O conflito na esfera dos usuários dentro do *Skoob* também está nítido nas resenhas, avaliações e comentários de *Skoobers* em outros perfis, mas principalmente em páginas de livros específicos. É comum, por exemplo, ver resenhas negativas em livros muito populares da plataforma com o único intuito de gerar polêmica, e não uma discussão acerca da obra. Na página do primeiro livro da série *Harry Potter*, o livro mais lido do *Skoob*, tem resenhas publicadas justamente com esse objetivo, de fomentar uma competição de ideias e o confronto entre os usuários.

¹⁸ No sistema *Plus* de troca de livros do *Skoob*, a cada envio de livro, o usuário recebe um ponto. Com esse ponto ele pode solicitar um livro de algum outro usuário adepto do sistema.

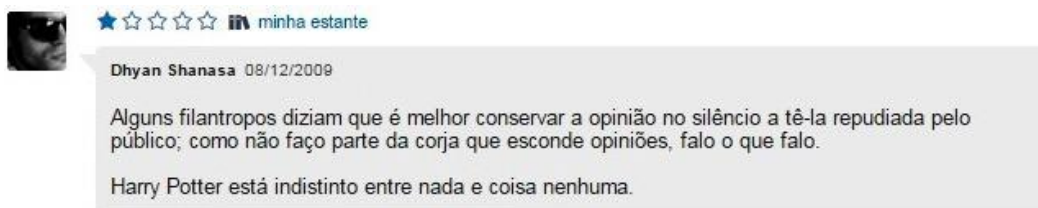


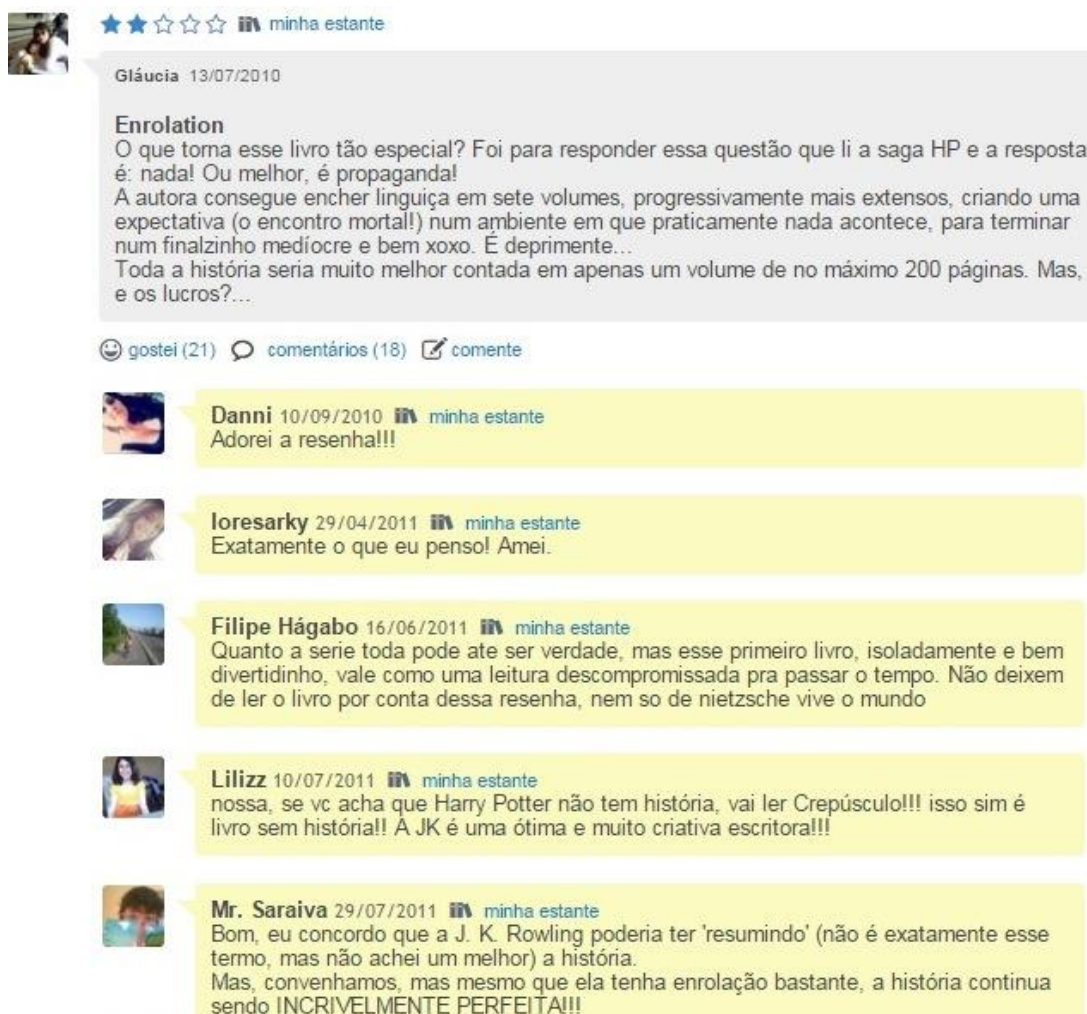
Figura 8 - Resenha polêmica

A resenha acima é um exemplo disso. O autor tem consciência sobre a polêmica que irá causar, afinal é o livro mais lido da plataforma, o que tem as notas mais altas; ele confessa que talvez seja melhor “conservar a opinião a tê-la repudiada”, mas se orgulha de ser alguém que não teme expressar a opinião, e defende isso afirmando que “falo o que falo”. Sua análise, de apenas uma frase, é a mais “popular” publicada sobre *Harry Potter e A Pedra Filosofal*, possui o maior número de comentários, que em sua maioria, criticam ou ironizam o autor da resenha.

As respostas às resenhas inclusive, também dividem opiniões e alimentam o conflito. Muitas vezes esses comentários são ainda mais polêmicos que as próprias resenhas publicadas nas páginas dos livros. As duas análises a seguir também são do primeiro livro da saga *Harry Potter*, publicadas no *Skoob*:



Figura 9 - Resenha conflito 1





★☆☆☆☆ [minha estante](#)


Gláucia 13/07/2010


Enrolation
 O que torna esse livro tão especial? Foi para responder essa questão que li a saga HP e a resposta é: nada! Ou melhor, é propaganda!
 A autora consegue encher linguiça em sete volumes, progressivamente mais extensos, criando uma expectativa (o encontro mortal!) num ambiente em que praticamente nada acontece, para terminar num finalzinho medíocre e bem xoxo. É deprimente...
 Toda a história seria muito melhor contada em apenas um volume de no máximo 200 páginas. Mas, e os lucros?...

😊 gostei (21) 💬 comentários (18) ✎ comente

 **Danni** 10/09/2010 [minha estante](#)
 Adorei a resenha!!!

 **loresarky** 29/04/2011 [minha estante](#)
 Exatamente o que eu penso! Amei.

 **Filipe Hágabo** 16/06/2011 [minha estante](#)
 Quanto a serie toda pode ate ser verdade, mas esse primeiro livro, isoladamente e bem divertidinho, vale como uma leitura descompromissada pra passar o tempo. Não deixem de ler o livro por conta dessa resenha, nem so de nietzsche vive o mundo

 **Lilizz** 10/07/2011 [minha estante](#)
 nossa, se vc acha que Harry Potter não tem história, vai ler Crepúsculo!!! isso sim é livro sem história!! A JK é uma ótima e muito criativa escritora!!!


 **Mr. Saraiva** 29/07/2011 [minha estante](#)
 Bom, eu concordo que a J. K. Rowling poderia ter 'resumindo' (não é exatamente esse termo, mas não achei um melhor) a história.
 Mas, convenhamos, mas mesmo que ela tenha enrolação bastante, a história continua sendo INCRIVELMENTE PERFEITA!!!

Figura 10 - Resenha conflito 2

A primeira, absolutamente parcial e sem argumentos específicos, considera o livro apenas “a pior bosta de todos os tempos”. O terceiro comentário dessa postagem, inclusive, da *Skoober* Aline, sugere que a autora da resenha justifique sua opinião, o que nunca foi feito. Na segunda resenha, mais comentada que a anterior (são 18 comentários ao todo), a usuária Gláucia apresenta seus argumentos de que a saga de *Harry Potter* poderia ser resumida em um único exemplar de 200 páginas ao invés dos sete volumes publicados por J. K. Rowling. Segundo Gláucia, o formato adotado na publicação é “propaganda” para gerar “lucros”. Mas o que mais chama atenção na resenha é a reação dos usuários. Entre os comentários há alguns concordando, vários discordando e dois que se destacam: o primeiro de Lilizz que considera *Harry Potter* bom após fazer uma comparação *Crepúsculo*; e o segundo do *skoober* Mr. Saraiva, que até concorda com a resenha de Gláucia, mas considera a história de *Harry Potter* “incrivelmente perfeita”.

O primeiro comentário citado, de Lilizz, é interessante, pois representa uma disputa interna que ocorria no *Skoob* principalmente nessa época em que o comentário

foi escrito, meio de 2011 até o início dessa pesquisa, no segundo semestre de 2012 (e continuou ainda por um tempo). Entre os livros mais lidos da plataforma nesse período, nas dez primeiras posições figuravam apenas títulos das duas sagas: *Harry Potter* e *Crepúsculo*. Havia uma competição, mesmo que não declarada, entre essas duas séries. O comentário de Lilizz é um exemplo disso, e que adianta algo que viria acontecer na plataforma.

Se entre 2011 e, aproximadamente, primeiro semestre de 2013, as duas sagas gozavam de reputação parecida no *Skoob*, no primeiro semestre de 2015 a situação de ambas era distinta. Enquanto *Harry Potter* consolidou todos os números da saga entre as primeiras posições da lista de livros mais lidos do *Skoob*, inclusive tendo o primeiro título da série em primeiro lugar, *Crepúsculo* “perdeu” a segunda posição do ranking do site para *O Pequeno Príncipe*, que desde 2012 vem tendo um crescimento impressionante no número de leitores¹⁹.

Mais do que perder a posição, o que difere as duas obras dentro da plataforma é a presença crescente dos livros da saga *Crepúsculo* nas listas com características não tão positivas do *Skoob*, como Livros mais trocados (o primeiro da série está em primeiro lugar), e Livros mais abandonados (todos os livros da série estão presentes, incluindo o primeiro que está em sétimo lugar). Nessa última categoria, o primeiro número da saga *Harry Potter* é o livro mais bem colocado da série e ocupa a 54ª posição.

Já o comentário de Mr. Saraiva chama a atenção, pois, apesar de concordar com os argumentos da autora da crítica, sugerindo que a saga tenha “enrolação” e afirmando que ela poderia ter “resumido a história”, considera o livro de J. K. Rowling “incrivelmente perfeito”, o que na verdade é a reprodução de um discurso comum na plataforma. Se Mr. Saraiva não está ali pelo conflito, com uma rápida consulta em seu perfil, vemos que seu objetivo é a competição. Em seu *blog* particular²⁰ há uma série de referências a metas de leitura, quantidade de livro e/ou páginas lidas e outros posts sobre “competições” desse tipo.

Se o conflito está presente na opinião dos usuários, a competição entre eles também é fomentada a todo instante no *Skoob*. As listas, os números, as metas, o paginômetro, tudo estimula entre os usuários uma ideia de disputa para quem lê mais livros ou páginas. A plataforma foi montada para contabilizar quantidades. E os

¹⁹ No primeiro semestre de 2015 eram mais 230 mil leitores no *Skoob*.

²⁰ <http://bibliotecafelipes.blogspot.com.br/> última atualização de janeiro de 2014

usuários gostam disso. Além da referência já citada acima, é possível encontrar na plataforma, em grupos de usuários, tópicos específicos para as competições.



The screenshot shows a forum thread with three posts. Each post includes a profile picture, a name, a date, and a title. The first post is by Martha (PLUS) on 01/07/2014, titled 'Total de paginômetro e qual a sua média de página já lida?' with 48,855 paginômetro and a 257 page average. The second is by Augusto (PLUS) on 02/07/2014, with 71,609 paginômetro and a 309 page average. The third is by Tuta on 15/06/2015, with 50,607 paginômetro and a 400 page average.

| Usuário | Data | Título | Paginômetro | Média de páginas |
|----------------|------------|--|-------------|------------------|
| Martha (PLUS) | 01/07/2014 | Total de paginômetro e qual a sua média de página já lida? | 48.855 | 257 |
| Augusto (PLUS) | 02/07/2014 | | 71.609 | 309 |
| Tuta | 15/06/2015 | | 50.607 | 400 |

Figura 11 - Paginômetro

O caso acima é um exemplo nítido dessa “corrida” entre usuários, incentivada pelo *Skoob*. A quantidade de páginas lidas é uma informação considerada importante entre os *Skoobers*, assim como a média de páginas, pois mostra a “velocidade” que o usuário lê seus livros. Além disso, outro fator que colabora pela competitividade dentro do site é a meta de leitura anual.



The screenshot shows a forum thread with five posts. The first two posts are by KIKA.PITA on 29/09/2014, with the title 'quantos livros vc já leu esse ano?' and the text 'até essa data quantos livros vc já leu esse ano? eu li 18 inteiros'. The third post is by Ana Paula on 29/09/2014, with the text '165 livros.'. The fourth is by Cris on 29/09/2014, with the text 'Só li 54:;)'. The fifth is by Sam (PLUS) on 29/09/2014, with the text 'até agora 46...mas têm muito livro ainda como meta...'.

| Usuário | Data | Título | Conteúdo |
|------------|------------|------------------------------------|--|
| KIKA.PITA | 29/09/2014 | quantos livros vc já leu esse ano? | até essa data quantos livros vc já leu esse ano? eu li 18 inteiros |
| KIKA.PITA | 29/09/2014 | | 18 |
| Ana Paula | 29/09/2014 | | 165 livros. |
| Cris | 29/09/2014 | | Só li 54:;) |
| Sam (PLUS) | 29/09/2014 | | até agora 46...mas têm muito livro ainda como meta... |

Figura 12 - Competição

A meta de leitura do *Skoob* foi inserida no *site* em 2013. A ferramenta, em que o usuário marca quais livros ele gostaria de ler ao longo do ano, era uma maneira simples para o leitor lembrar os livros desejados, ou suas pretensões literárias para aquele período. Mas o espírito de competitividade dentro da plataforma foi tanto que os índices acabaram se tornando critério de comparação. A imagem acima é também um tópico de um dos grupos da rede social. Nele, o usuário KIKA.PITA abre um espaço dentro do *site* para que os usuários comparem a quantidade de leituras realizadas até o momento naquele ano.

Das respostas, duas impressionam: Ana Paula, com “165 livros” e Cris, com “Só li 54:)”. Cris, com seu comentário “só li”, considera baixa a sua média anual de 54 livros em um ano. Uma média extremamente alta se, por exemplo, comparada a média nacional de livros lidos, atualmente de quatro no ano, ou de 2,7 livros completos nesse período²¹. Talvez essa não seja a melhor comparação, afinal pressupõem que um usuário do *Skoob* leia mais do que o brasileiro comum, afinal ele faz parte da maior comunidade virtual de literatura do país, mas ainda assim impressiona a quantidade e, mais ainda, o fato da usuária considerar a quantidade baixa.

Mais impressionante que os 54 livros lidos por Cris, só os 165 de Ana Paula. Aqui, vale ressaltar que o comentário de Ana Paula foi postado em 29 de setembro. Considerando o mês fechado e dividindo a quantidade de livros lidos pela quantidade de meses corridos até a publicação do comentário, vemos que a média de leitura de Ana Paula é de mais de 18 livros no mês, aproximadamente quatro livros e meio por semana. Apesar de não ter informações pessoais, como idade, o que daria uma média interessante de livros lidos ao longo da vida, consta no perfil da usuária que ao todo ela já leu 480 livros. Ou seja, entre janeiro e setembro de 2014 a usuária realizou aproximadamente 35% das leituras de sua vida até o momento.

Com o sucesso da ferramenta e o estímulo a competitividade, já que o *site* te indica o percentual atingido e velocidade de leitura de páginas de acordo com sua meta, no início de 2015 o *Skoob* deu mais destaque à ferramenta e criou um ranking interno para cada usuário, calculado de acordo com suas conexões de amizade.

²¹ Número divulgado em 2012 na terceira edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo Ibope entre junho e julho de 2011. <http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/brasileiro-le-em-media-quatro-livros-por-ano-revela-pesquisa-4436899>

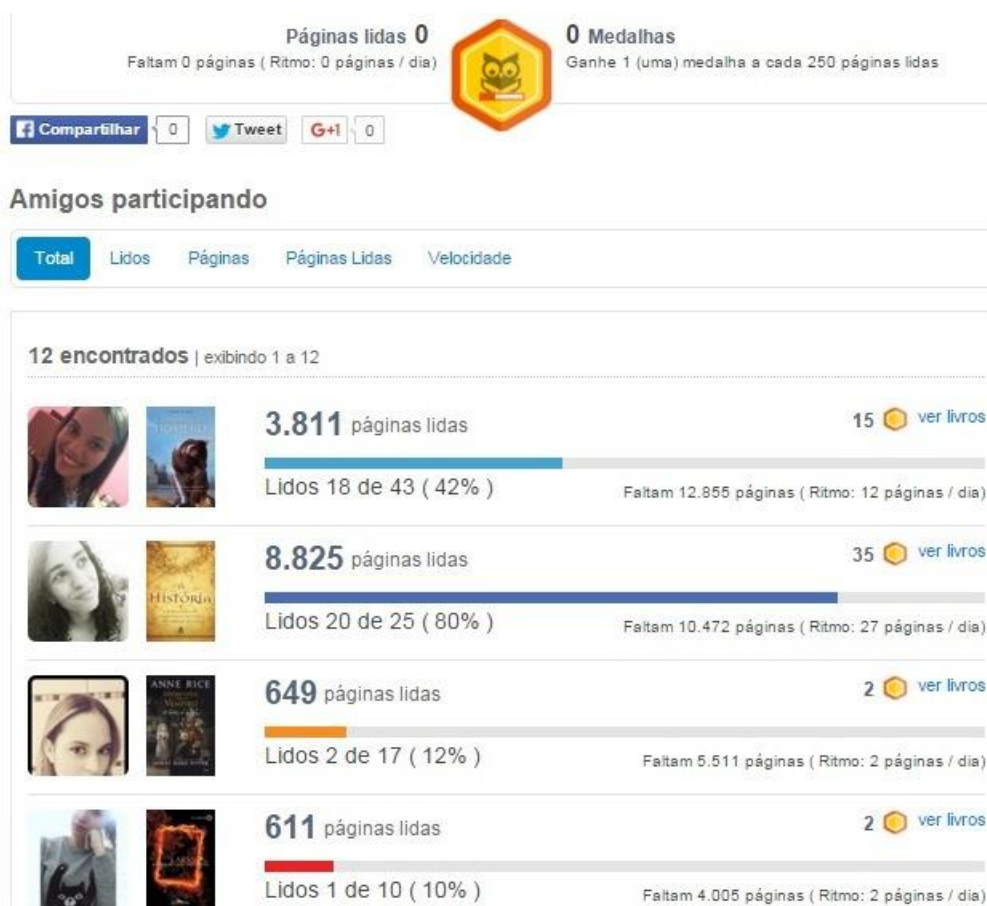


Figura 13 - Meta de leitura

Nesse ranking interno, cada usuário consegue se comparar em relação aos amigos na corrida de leitura do ano. Além disso, a cada 250 páginas lidas, a plataforma te entrega uma “medalha virtual”, que simboliza uma conquista do usuário nessa competição.

3.4 Resultados

Independente da obra de arte, ela geralmente passa por muitas mãos antes de chegar ao consumidor final. “A sensibilidade e capacidade associativa, gosto e juízo estético do público são influenciados por uma longa série de intermediários, intérpretes, críticos, professores e especialistas”²² (HAUSER, 1977, p.552) Alguns autores

²² Tradução de: Mas, cualquiera que sea la constitución de una obra de arte, normalmente pasa por muchas manos antes de llegar del productor al consumidor. La sensibilidad y capacidad asociativa, el

consideram de extrema importância a função exercida por algo ou alguém, entre a obra de arte e seu consumidor, aqui, no caso, especificamente entre o livro e o leitor. Hauser (1977) chama esse elemento de mediador.

Para o autor, “qualquer pessoa ou instituição que fica entre a arte e a experiência artística do receptor desempenha uma função, útil ou inútil de mediação²³” (HAUSER, 1977, p.591). Sendo assim, os mediadores podem ser críticos, editoras, instituições, professores, ou qualquer pessoa ou empresa que exerça esse papel de mediação entre obra e público, ou nas palavras de Hauser, receptores.

Entre esses mediadores é possível classificar, portanto, duas instituições estudadas nesse trabalho: o *Skoob* e o *skoober*. O *Skoob*, como *site* especializado em literatura, rede social digital, ou até como um veículo de comunicação, serve como meio para que seus usuários encontrem e conheçam obras literárias.

O *Skoob*, do início da pesquisa até a conclusão da mesma, obteve um crescimento impressionante. Esse sucesso reflete o fato de que, nesse mesmo período, foi possível identificar a extinção de concorrentes e surgimento de outras plataformas parecidas (e até com temáticas semelhantes), que com o visível progresso do *site*, viram a possibilidade de conquistar um espaço no mercado digital.

Junto com o desenvolvimento do *Skoob*, surgiram também mudanças. Durante o período da pesquisa, muita coisa mudou na plataforma. Seleção de conteúdo, remanejamento de informação, prioridades na expansão de áreas do *site* (direcionadas de acordo com a interação de usuários) e, principalmente, tentativas, propostas e parcerias para tornar o *site* financeiramente sustentável.

O *Skoob*, como empresa, viu a necessidade de ganhar dinheiro com a plataforma. Nos últimos semestres, as mudanças realizadas no *site*, quando não diretamente em função de renda, foram sobre o aumento do número de acessos, que no final, serve de argumento para aumentar a publicidade, ou seja, renda. Foram parcerias com editoras, autores e, mais recentemente, com os grandes *e-commerces* do país, sincronizando os livros registrados na plataforma com algum *site* de vendas especializado. A mediação, tanto de livros como de conteúdo no *Skoob*, é influenciada por todos esses fatores, que por sua vez, também desenvolvem uma função de mediação a parte.

gusto y el juicio estético del público son influenciados por una larga serie de intermediarios, intérpretes y críticos, maestros y expertos

²³ Tradução de: Toda persona o institución que se interponga entre la obra de arte y la vivencia artística del receptor efectúa una función útil o inútil de mediación

Os *scoobers*, usuários cadastrados na rede social, também tem papel importante na plataforma. O *site*, altamente interativo, conta e precisa da participação do usuário para seu desenvolvimento. Ferramentas como as que possibilitam avaliações, comentários e resenhas dos participantes do *site* estimulam isso, provavelmente por isso sejam também as favoritas deles, como indica a pesquisa realizada. Dentro do *Skoob*, o usuário, além de receptor do texto literário, também ganha, devido às ferramentas citadas, o status de mediador, pois realiza uma função de crítico, que na visão de Hauser (1977), é, apesar de contestado (pois faz sua crítica de acordo com opiniões subjetivas), o mediador mais importante do sistema, afinal emite seu juízo de valor. A mediação do receptor dentro do *Skoob*, incentivada pelos três processos sociais que as plataformas digitais estimulam em seus usuários (conflito, cooperação e competição), reflete isso.

Mas afinal, o *Skoob* e seus usuários são ou não capazes de legitimar obras literárias? Esse papel de mediação que ambos realizam dentro da plataforma é o suficiente para legitimar um texto?

Se, por receio do próprio usuário com o termo “clássico”, o *Skoob* não interfere de modo direto, ou pelo menos explícito, no processo de legitimação de obras, a plataforma e todo o processo proporcionado pelas ferramentas do *site*, serve para, no mínimo, apresentar um panorama do que poderá ficar registrado na história da literatura, legitimado, ou pelo menos lembrado, pela quantidade de leitores que se interessaram, em um determinado período, pela obra.

Ou seja, o clássico, como dito anteriormente, é na opinião de muitos (teóricos, usuários e críticos) o conceito mais próximo, ou seguro, do que é possível afirmar ser um cânone literário, uma obra legitimada. O leitor, receptor e usuário do *Skoob* se distancia dessa definição quando o assunto é qualidade literária. Nas pesquisas qualitativas, uma característica que chama a atenção nas respostas das usuárias entrevistadas é que em momento algum a definição de “bom livro”, ou mesmo na descrição de seus livros preferidos, vai ao encontro da definição de “livro clássico”.

Porém, a quantidade de leitores e a dimensão que a plataforma e seus usuários dão para algumas obras, autores e editoras, por conta do trabalho de mediação realizado dentro do *site*, é inegavelmente parte de um processo de legitimação literário, pois, além dos números fornecidos pelo *Skoob*, que dão suporte ao mercado editorial, tem a confiabilidade do leitor, que tanto nas pesquisas quantitativas, quanto nas qualitativas, deixa claro o interesse e credibilidade nas informações disponíveis na rede social.

O cenário criado é no *Skoob* é um ambiente em que o usuário acredita na credibilidade da ferramenta e na opinião dos usuários em relação ao texto literário, mas vê também certo distanciamento entre o *site* e o clássico literário. O usuário não vê o *site* como uma ferramenta para legitimar obra, mas ao mesmo tempo confia na repercussão e opinião dos livros na plataforma, e deixa que ela o influencie em suas próximas leituras.

As ferramentas de legitimação de obras literárias, as instâncias de legitimação descritas por Escarpit (1974), estão presentes no *Skoob*: a crítica, o juízo de valor, os especialistas... mas isso não é o suficiente para que o usuário veja o *site* como uma instância legitimadora, mesmo porque, talvez ele não queira, ou não ache que seus livros preferidos possam (ou devam) tornem-se clássicos no sentido outrora imposto pelas instâncias tradicionais. Porém, é possível dizer que esse mesmo usuário cria sua própria versão dessa história. Uma versão paralela, que faz sentido para esse usuário e que, para ele, não confronta com a outra.

A época pós-moderna em que vivemos é uma época de afirmação dos valores do pluralismo e do relativismo, enquanto expressão dos confrontos de uma infinita diversidade de identidades que se cruzam num contexto de interdependência generalizada... Não há uma, mas várias histórias da arte do século XX... (MELO, 2012, p. 146).

Nessa versão há um cânone próprio e *Harry Potter* talvez seja o melhor exemplo disso. Desde o princípio desta pesquisa, todos os livros da franquia de J. K Rowling ocupam posições privilegiadas nos rankings do *Skoob*. O primeiro volume da série nunca saiu da primeira posição de livro mais lido do *site* e os números que compõem a página dele são igualmente impressionantes: são mais de 260 mil leitores, mais de mil resenhas publicadas e quase 100 mil avaliações, ou seja, notas, cadastradas.

Os números da saga *Harry Potter* no *Skoob* são tão significativos que o próprio *site* publicou em seu *blog* um infográfico²⁴ para divulgar alguns desses dados aos leitores. Entre os destaques estão os mais de 500 mil leitores de toda a saga, as mais de 380 mil avaliações e, principalmente, o baixo índice de trocas do livro na plataforma, ou seja, apesar do sucesso comercial, da grande quantidade de livros adquiridos e marcados no *Skoob*, nas prateleiras dos usuários, poucos deles resolvem se desfazer de seus exemplares.

²⁴ Infográfico acessado em outubro de 2015: <https://blog.skoob.com.br/infografico-harry-potter-e-skoob/>

Não que a quantidade de livros vendidos esteja diretamente ligada ao sucesso comercial da obra no *site*. Em outro infográfico²⁵, publicado em novembro de 2015, também no *blog* do *Skoob*, há uma lista que compara os dez livros mais vendidos na história (exceto os religiosos, que foram excluídos da contagem) com a popularidade deles na rede social.

Essa lista afirma alguns títulos já mencionados, como o próprio *Harry Potter* que é, segundo o infográfico do *Skoob*, o quinto livro mais vendido do mundo e também o livro mais lido da plataforma; mas também traz algumas surpresas, como o livro *Um conto de duas cidades*, de Charles Dickens, que é apontado como o título mais vendido do mundo, mas possui apenas 900 leitores cadastrados na rede social, ou *Ela*, do Sir Henry Rider Haggard, que ocupa a oitava posição de vendas, com mais de 100 mil exemplares, mas possui pouco mais de 270 usuários que clicaram no botão “lido”.

Ter sucesso comercial e ser muito lido no *Skoob* também não é sinal de qualidade para os usuários da plataforma. *Crepúsculo* mesmo, livro com alto índice de exemplares vendidos e o quarto título mais lido do *Skoob*, possui a menor média de notas dos 30 livros mais lidos do *site*, com 3,5 pontos. Os livros da saga são os únicos desse grupo dos “30 mais lidos” que não conseguem ter média acima de quatro estrelas. O mesmo acontece, por exemplo, com o *best-seller* *50 tons de cinza*, que tem mais de 100 mil leitores, ocupa a 31ª posição do ranking de mais lidos, mas possui os mesmos 3,5 pontos de *Crepúsculo*.

A questão é que para o usuário do *Skoob*, *Harry Potter* já é um clássico. As resenhas publicadas na página do livro dentro da plataforma comprovam isso. O termo “clássico” aparece diversas vezes nas críticas, mesmo que nas entrevistas a descrição fuja da leitura que o livro de J. K. Rowling representa, de um livro escolar, cobrado em vestibulares e com bastante tempo de publicação.

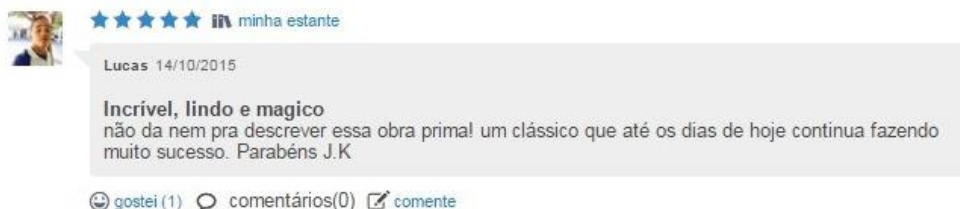


Figura 14 - Harry Potter clássico

²⁵ Infográfico acessado em novembro de 2015: <https://blog.skoob.com.br/infografico-os-10-livros-mais-vendidos-do-mundo/>

Não é que o usuário do *Skoob* seja uma instância de legitimação de obras literárias. Pelo menos não no sentido tradicional, se é que isso existe. Ele faz parte de um processo, inserido em uma rede social digital, que também é uma empresa, e por sua vez, é diretamente influenciada (patrocinada) por editoras e outras instituições interessadas no sucesso comercial de alguns títulos do mercado editorial. Tudo isso está inserido, de uma forma ou de outro, no processo de legitimação de obras literárias.

É isso que Zilberman (1989) diz enquanto descreve os objetivos da Sociologia da Leitura. Ou nas palavras dela, o objetivo da Sociologia da Leitura é “estudar o público enquanto fator ativo do processo literário, já que as mudanças de gosto e preferências interferem não apenas na circulação, e, portanto, na fama, dos textos, mas também em sua produção”. (ZILBERMAN, 1989, p.17).

Vemos que o leitor, de uma forma geral, é peça fundamental no processo literário. É ele quem lê, propaga e dá sentido ao texto. No caso do *Skoob* ainda, esse leitor tem voz, atua como um mediador, e essa mediação tem influência direta nas escolhas de outros leitores. Talvez a grande diferença seja que esse leitor usuário de um *site* de rede social não seja um adepto da “história da literatura” imposta pelas instituições tradicionalmente conhecidas por legitimar ou não obras literárias. Mas editoras e instituições ligadas ao comércio de livros já perceberam seu poder, e estão cada vez mais inseridas nesse ambiente.

Essa participação está nos patrocínios a plataforma, nos *links* de comercialização de livros, nas divulgações realizados pelo *site*, nas cortesias sorteadas e até nos lançamentos de edições de luxo, para colecionadores, (que até pouco tempo atrás ficavam restritos aos grandes clássicos desejados pelos consumidores de arte) de livros como *Harry Potter* ou outro *best-seller* com apelo jovem de sucesso entre esse novo público consumidor de livros.

Nesse sentido, é possível ver que, da mesma forma, o *site* também exerce esse papel de legitimação dos livros, com a exposição da quantidade de usuários que já leram algum título, as notas, avaliações e ferramentas que disponibiliza em sua plataforma. Se não é pela “qualidade literária” exigida por algumas instituições consagradas, é pelo volume da leitura, que o *site* faz questão de enfatizar. São nesses números, por exemplo, que as editoras se baseiam. E o apoio ao *site* com patrocínios e parcerias é uma amostra disso.

De qualquer forma, nada impede que os livros do *Skoob* possam entrar um dia para o cânone literário tradicional (ou acadêmico, ou qualquer outro termo que prefira usar aqui), afinal, como explica Compagnon (2001) “o próprio cânone dos grandes escritores não é estável, mas conhece entradas (e saídas): a poesia barroca, Sade, Lautréamont, os romancistas do século XVIII são bons exemplos de redescobertas que modificaram nossa definição de literatura” (COMPAGNON, 2001, p.34). Talvez um dia *Harry Potter* figure outras listas além das divulgadas pelos *Skoob*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como dito anteriormente, desde o início desta pesquisa, o *Skoob* passou por diversas mudanças, e aqui vale resgatar as listas de mais lidos que estão escondidas, o destaque que está nos mais títulos mais procurados, as vendas de livros e os *links* de produtos (que induzem a comercialização de livros – Negroponte (2001) mais uma vez acertando na publicidade digital, que segundo ele nem seria percebida como tal, e sim como conteúdo). A repercussão nos *posts* voltados às parcerias comerciais e publicitárias no *Facebook* da página administrada pelo *Skoob* dentro da rede social é 200% maior em relação à quando publica notícias, informações, colunas e dicas de leitura.

Nesse mesmo período de mudanças internas no *Skoob*, algumas redes sociais segmentadas desapareceram, mas ao mesmo tempo, outras surgiram. A rede social Orelha do livro, autointitulada “a melhor rede social de livros do Brasil”, apesar de ter seu lançamento datado no *Facebook* de meados de 2012, teve destaque a nível nacional apenas em 2015. Isso porque utilizou uma estratégia de divulgação no mínimo curiosa. O *site* investiu em pesquisas do *Google* e agora quando um usuário busca algum título mais o termo “PDF” ou “download” (recursos frequentemente utilizados para conseguir cópias piratas de livros digitais na *internet*) os primeiros resultados levam ao *site*, apesar dele deixar claro em sua introdução que os livros que estão realmente disponíveis para *download* são “apenas os que estão sob domínio público”. Há inclusive reclamações ríspidas de usuários em relação a isso, conforme é possível ver no comentário abaixo que foi publicado na página da rede social do *Facebook*²⁶.

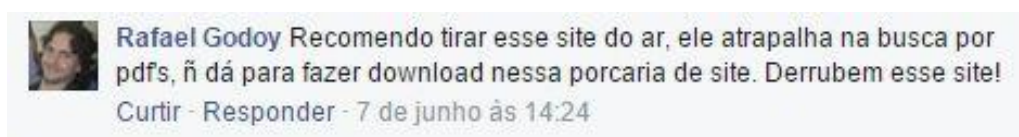


Figura 15 - Comentário usuário

Enfim, a *internet* é efêmera e os *sites* de redes sociais mais ainda. Da mesma forma que algumas redes sociais surgiram e outras desapareceram, o *Skoob* também

²⁶ Publicação de 6 de julho de 2015:

<https://www.facebook.com/siteorelhadelivro/photos/a.453820554694368.1073741828.453414728068284/865089673567452/?type=3>

pode sumir. Há 10 anos o *Orkut* era a rede social mais popular do mundo, hoje saiu do ar. Antes disso, usuários disputavam freneticamente contas no hoje abandonado *Fotolog* e, para não ir muito longe, o site O Livreiro, maior concorrente do *Skoob* em 2012, encerrou suas atividades antes de sair da fase beta.

É claro, o *Skoob* vem apresentando um crescimento anual impressionante, como já mencionado neste trabalho, mas o próprio *Twitter* há alguns anos atrás estava cotado como uma ferramenta revolucionária de comunicação, e hoje, apesar de estar ativa e ser efetivamente utilizada, já não tem o poder que tinha dois ou três anos atrás.

O importante aqui, e uma das propostas abordadas por este trabalho, é identificar este período, e mais ainda, essa ferramenta digital, como um momento em que a literatura passa. São novas práticas literárias, de outro público consumidor que muda a maneira como a literatura é produzida e veiculada nos dias de hoje. Pode ser que o *Skoob* feche suas portas e leve todo seu conteúdo publicado, como outras redes sociais já fizeram antes, mas enquanto isso não acontece, se é que um dia vai acontecer, o *site* abre novos horizontes para pesquisas, como a relação dos leitores com os livros, seu papel de mediação de conteúdo, conflitos entre livros físicos e digitais, a literatura produzida dentro da rede (*fanficts*, *crossovers*, livros digitais gratuitos divulgados internamente, etc.) e tantos outros temas disponíveis nas páginas da rede.

Este trabalho pretende problematizar diversas questões que, mesmo muitas vezes não resolvidas, abrem portas para novas análises. Destas, destaca-se a questão da construção do ethos em redes sociais digitais, exemplificados, entre outros, pelos casos da Ana Paula, usuária que, em sua corrida literária leu 165 livros em um ano, e da Prô Rosângela que, talvez para experiências pedagógicas, ou até pelo simples desejo, criou um perfil de professora que destoa dos demais usuários da plataforma. É interessante pensar no que Prô Rosângela representa para outros *skoobers*. É possível que ela seja vista como um intruso dentro do *site*, talvez seja utilizada para dar credibilidade a leituras realizadas por outros usuários. Enfim, pontos que só poderiam ser respondidos em uma análise específica e direcionada para tal fim.

O que este trabalho deixa, é a ideia de que talvez seja hora de encerrar a discussão sobre o fim dos leitores para começar uma nova sobre o que os novos leitores estão lendo e/ou por que estão lendo esses livros.

Aqueles que apregoam a crise da leitura não pensam na leitura em geral, e sim na leitura de *certo tipo* de livros – aqueles que formam a tradição erudita nacional e internacional. Estes são efetivamente pouco lidos, assim como são

pouco freqüentados os espaços em que se manifesta a alta cultura. (Abreu, 2003, p.40)

Isso sem abandonar pontos importantes, como a declaração de Chartier (2012) de que “desde os anos 80 do século XX cada geração entra na idade adulta com um nível de leitura inferior ao nível da geração anterior” (CHARTIER, 2012, p.3)²⁷. E o *Skoob* é uma boa ferramenta para se estudar tudo isso.

²⁷ Tradução de: Desde los años 80 del siglo XX cada generación va entrando a la edad adulta con un nivel de lectura inferior al nivel de la generación anterior (CHARTIER, 2012, pág. 3)

REFERÊNCIAS

- ABREU, Márcia. Os números da cultura. In: RIBEIRO, Vera Masagão (org.). *Letramento no Brasil: reflexões a partir do INAF 2001*. São Paulo: Ação Educativa; Global; Instituto Paulo Montenegro, 2003. p.33-45.
- AGUIAR, Vera Teixeira de. *O leitor competente à luz da teoria da literatura*. Revista Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, v. 124, jan.-mar. 1996, p. 23-34.
- BARROS, Thiago. *Facebook faz dez anos: veja números e vídeos dos seus melhores momentos*. 2014; Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/02/facebook-faz-dez-anos-veja-numeros-e-video-dos-seus-melhores-momentos.html> Acesso em novembro de 2014.
- BLOOM, H. *O cânone ocidental: os livros e a escola do tempo*. Trad. Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Trad. Sergio Miceli. 6ªed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 1996.
- BOYD, D; ELLISON, N. B. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship in Journal of Computer-Mediated Communication* 13. p. 210-230. 2008.
- CANDIDO, Antonio. *Literatura e Sociedade*. 9ªed. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2006.
- CAPUTO, Victor. *Os números do Facebook , 10 anos após sua criação*. 2014; Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-numeros-do-facebook-dez-anos-apos-sua-criacao#5> Acesso em novembro de 2014.
- CARRERA, Fernanda A. S.; PAZ, Mônica de S. D. *Capital social, ethos e gerenciamento de impressões em redes sociais temáticas: o caso skoob*. Salvador: Simsocial, 2012.
- CHARTIER, Roger. *Leer la lectura. Chile: ¿ Qué leer? ¿ Cómo leer?*, 2012.
- CHARTIER, Roger. *Práticas da leitura*. Trad. Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.
- COMPAGNON, Antoine. *O demônio da teoria: literatura e senso comum*. Trad. MOURÃO, C; SANTIAGO, C. 1ª reimpressão. Belo horizonte: Editora UFMG, 2001.
- CURCINO, Luzmara. *Redes de sociabilidade virtuais de leitura e a formação do jovem leitor*. In: literatura infantil e juvenil leituras plurais. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

EAGLETON, Terry. *Teoria da literatura: uma introdução*. 3 ed. Trad. Waltensir Dutra. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ESCARPIT, R. in *Hacia una sociologia del hecho literário*. Madrid: Edicusa, 1974.

FISH, Stanley. *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Harvard University Press: London, 1980.

HAUSER, Arnold. *Sociología del público*. In: _____. *Sociologia del arte*. Barcelona: Labor, 1977. p. 549-641.

ISER, Wolfgang. *Ato da leitura vol. 2: uma teoria de efeito estético*. Trad. Johannes Kretschmer São Paulo: Editora 34, 1999.

KLEINA, Nilton. *Copa do mundo: 1 bilhão de postagens no Facebook e recorde no Twitter*. 2014. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/copa-do-mundo-2014/58426-copa-mundo-1-bilhao-postagens-facebook-recorde-no-twitter.htm> Acesso em novembro de 2014.

LAFARGE, Chantal, Horellou; SEGRÉ, Monique. *Sociologia da leitura*. Trad. Mauro Gama. Cotia: Ateliê Editorial, 2010.

JOBIM, José Luiz. *Literatura e informática*. Rio de Janeiro: Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2005.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

MELO, Alexandre. *Sistema da Arte Contemporânea*. Lisboa: Documenta, 2012.

MOTTA-ROTH, Désirée; HENDGES, Graciela. *Produção textual na universidade*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MURY, Gilbert. *Sociologia del público literario*. In: ESCARPIT, Robert. *Hacia una sociología del hecho literario*. Madrid: Edicusa, 1974. p. 203-18

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. Trad. Sérgio Tellaroli. 2ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SBARAI, Rafael. *Facebook, 10 anos*. Disponível em <http://veja.abril.com.br/reportagens-especiais/10-anos-facebook/> Acesso em novembro de 2014.

ZILBERMAN, Regina. *Fim dos livros, fim dos leitores?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

ZILBERMAN, Regina. *Estética da recepção e história da literatura*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

APÊNDICES

Apêndice I

MODELO UTILIZADO PARA O QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO

- Quantos anos você tem?
 - + menos de 15 anos
 - + entre 15 e 20 anos
 - + entre 21 e 30 anos
 - + entre 31 e 45 anos
 - + mais de 45 anos

- Qual é a sua escolaridade?
 - + 1º Grau
 - + 2º Grau
 - + Graduação
 - + Pós-graduação

- Qual é o seu meio de comunicação para consumir informações?
 - + Televisão
 - + Rádio
 - + Jornais impressos e revistas
 - + internet
 - + Outro:

- Complete a frase: Leio livros...
 - + porque gosto
 - + porque preciso para meus estudos e/ou trabalho
 - + porque gosto e também porque preciso
 - + eu não leio

- O que você mais gosta no Skoob?
 - + Registrar os livros que você já leu
 - + Compartilhar sua opinião sobre os livros que já leu
 - + Descobrir livros novos para ler
 - + Olhar o que as pessoas falam sobre os livros
 - + Conhecer novas pessoas
 - + Eu gosto de tudo no Skoob
 - + Eu não gosto do Skoob

- Você procura no Skoob um livro que...
 - + Pretende ler e quer saber o que o pessoal acha dele
 - + Já leu e agora quer adicionar a sua estante
 - + Faço buscas aleatórias de livros para decidir se vou ou não ler ele
 - + Todas as opções acima
 - + Nenhuma das opções. Eu pesquiso livros para:

- Você avalia livros no Skoob?
 - + Sim, todos os livros que leio.
 - + Sim, mas só alguns.
 - + Não, nenhum livro.

- + Aquelas avaliações não servem para nada!
- Skoob te ajuda a decidir o que ler?
 - + Não. Só olho no Skoob livros que eu já li.
 - + Claro, sempre dou uma olhada nas avaliações para saber se vale a pena ler!
 - + Eu decido qual livro eu vou ler no Skoob
 - + Olho as avaliações antes de ler, mas não é isso que me faz decidir ler o livro.
- O que você acha mais importante para um livro no Skoob?
 - + Ter muitos leitores
 - + Ter uma boa nota
 - + Ter boas resenhas
 - + Nada, o Skoob não faz diferença para o livro
- O que você considera um livro clássico?
 - + Os melhores livros do mundo
 - + Os livros mais velhos
 - + Os melhores livros na opinião de professores, crítica e meios de comunicação
 - + Os melhores livros em minha opinião
 - + Eu não sei o que é um clássico
 - + Nenhuma das opções, mas eu sei o que é um clássico
- De acordo com a sua opinião sobre o que é um livro clássico, responda: você lê os livros clássicos?
 - + Leio, mas só porque sou obrigado.
 - + Só leio livros clássicos
 - + Leio livros clássicos e livros que não são clássicos
 - + Leio livros que um dia se tornarão clássicos, mas hoje ainda não são
 - + Não gosto dos clássicos
 - + Eu não sei o que é um clássico

Apêndice II

MODELO UTILIZADO PARA O QUESTIONÁRIO QUALITATIVO

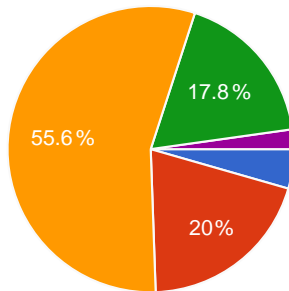
- Quantos anos você tem?
- Qual é a sua escolaridade?
- O que é um bom livro para você?
- Há quanto tempo tem cadastro no Skoob?
- O que você mais gosta no Skoob?
- Você avalia livros no Skoob? Escreve resenhas?
- Skoob te ajuda a decidir o que ler?
- O que você considera um livro clássico?
- Você lê os livros clássicos?

Apêndice III

Respostas do questionário quantitativo

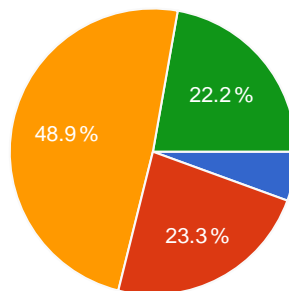
Quantos anos você tem?

- Menos de 15 anos: 4,4%
- Entre 15 e 20 anos: 20%
- Entre 21 e 30 anos: 55,6%
- Entre 31 e 45 anos: 17,8%
- Mais de 45 anos: 2,2%



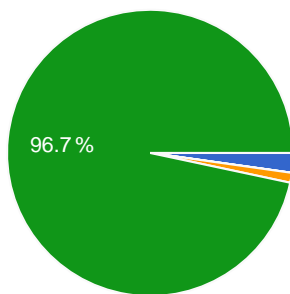
Qual é a sua escolaridade?

- 1º Grau: 5,6%
- 2º Grau: 23,3%
- Graduação: 48,9%
- Pós-graduação: 22,2%



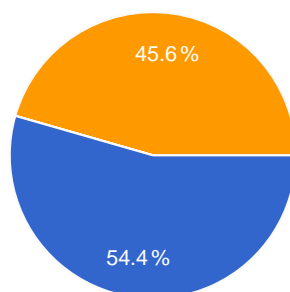
Qual é o seu principal meio de comunicação para obter informações?

- Televisão: 2,2%
- Rádio: 0%
- Jornais impressos e revistas: 1,1%
- Internet: 96,7%



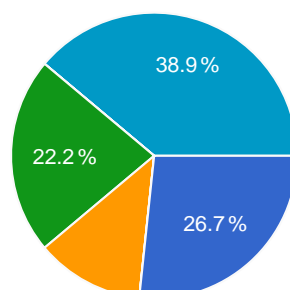
Complete a frase da forma que mais combina com você: Leio livros...

- Porque gosto: 54,4%
- Porque preciso para meus estudos e/ou trabalho: 0%
- Porque gosto e também porque preciso: 45,6%
- Eu não leio: 0%



O que você mais gosta no Skoob?

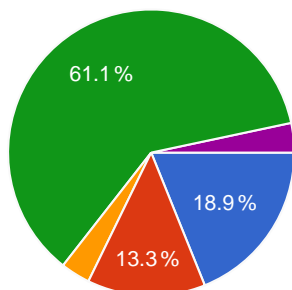
- Registrar os livros que você já leu: 26,7%
- Compartilhar sua opinião sobre os livros que já leu: 0%
- Olhar o que as pessoas falam sobre os livros: 12,2%
- Descobrir livros novos para ler: 22,2%
- Conhecer novas pessoas: 0%
- Eu gosto de tudo no Skoob: 0%



Você procura no Skoob um livro que...

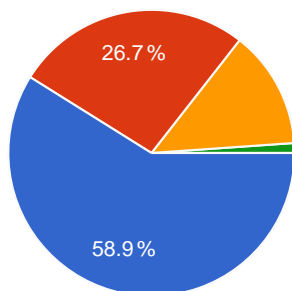
- Pretende ler e quer saber o que o pessoal acha dele: 18,9%

- Já leu e agora quer adicionar a sua estante: 13,3%
- Faço buscas aleatórias de livros para decidir se vou ou não ler ele: 3,3%
- Todas as opções acima: 61,1%
- Nenhuma das opções: 3,3%



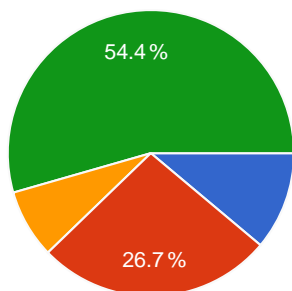
Você avalia livros no Skoob?

- Sim, todos os livros que leio: 58,9%
- Sim, mas só alguns: 26,7%
- Não, nenhum livro: 13,3%
- Aquelas avaliações não servem para nada! 1,1%



O Skoob te ajuda a decidir o que ler?

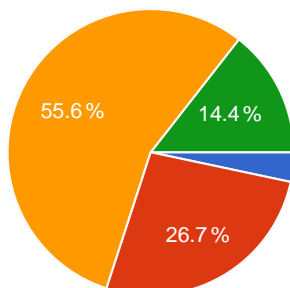
- Não, só olho no Skoob livros que já li: 11,1%
- Claro, sempre dou uma olhada nas avaliações para saber se vale a pena ler: 26,7%
- Eu decido qual livro vou ler no Skoob: 7,8%
- Olho as avaliações antes de ler, mas não é isso que me faz decidir ler o livro: 55,6%



O que você acha mais importante para um livro no Skoob?

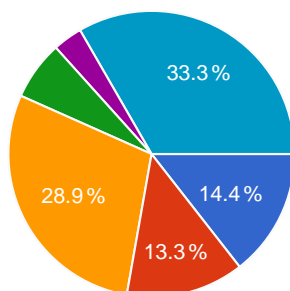
- Ter muitos leitores: 3,3%

- Ter uma boa nota: 26,7%
- Ter boas resenhas: 55,6%
- Nada: 14,4%



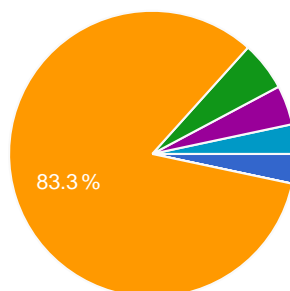
O que você considera um livro clássico?

- Os melhores livros do mundo: 14,4%
- Os livros mais velhos: 13,3%
- Os melhores livros na opinião de professores, crítica e meios de comunicação: 28,9%
- Os melhores livros em minha opinião: 6,7%
- Eu não sei o que é um clássico: 3,3%
- Nenhuma das opções, mas eu sei o que é um clássico: 33,3%



De acordo com a sua opinião sobre o que é um livro clássico, responda: você lê os livros clássicos?

- Leio, mas só porque sou obrigado: 3,3%
- Só leio livros clássicos: 0%
- Leio livros clássicos e livros que não são clássicos: 83,3%
- Leio livros que um dia se tornarão clássicos, mas hoje ainda não são: 5,6%
- Não gosto dos clássicos: 4,4%
- Eu não sei o que é um clássico: 3,3%



ANEXOS

Respostas das entrevistas

Bruna²⁸

As respostas são essas:

tenho vinte e um anos e estou no terceiro ano da faculdade. Considero um bom livro aquele capaz de envolver o leitor. Que aguça a curiosidade de saber o final, mas deixa um pequeno sentimento de perda quando acaba. Para ser bom, a leitura tem que promover diversas sensações aos leitor, faze-lo sentir-se conectado com o enredo e/ ou os personagens. Fiz meu cadastro no Skoob uns quatro anos atrás, mais ou menos, e o que mais aprecio é poder manter uma forma de registro daquilo que eu já li ou quero ler. Particularmente, não uso o site como um meio de conhecer pessoas e manter contato, é apenas um apontamento de leituras. Gosto de procurar novos livros para ler e acompanhar os lançamentos. Busco também ler resenhas e saber a opinião do pessoal a respeito dos livros que tenho interesse, mesmo que não cultive o hábito de avaliar as leituras que faço ou de escrever sobre elas, me ajuda o fato de outras pessoas o fazerem. Infelizmente ainda associo os livros clássicos as leituras massantes e obrigatórias do colégio. Não sou muito fã deles, porém não fujo da leitura se acho que possa vir a gostar.

Rosana Bernas

Olá!

Seguem as respostas.

- Quantos anos você tem?

R- 40 anos

- Qual é a sua escolaridade?

R - Pós-graduada em psicopedagogia com ênfase em RH

- O que é um bom livro para você?

R- Um bom livro pra mim é aquele que me prenda a atenção e não me deixe com vontade de parar de ler. Tem que ter um pouco de mistério (odeio livros de terror), algo de policial, romance e se tiver humor inteligente, me ganha na hora. Amo diálogos baseados no humor, principalmente o sarcástico.

- Há quanto tempo tem cadastro no Skoob?

R - Me cadastrei em 04/12/2009

- O que você mais gosta no Skoob?

R- O que mais gosto é saber que tenho um lugar onde posso catalogar os livros que li, que emprestei, de descobrir novos títulos e fazer amigos com o mesmo interesse: a leitura

- Você avalia livros no Skoob? Escreve resenhas?

R - Sim, avalio todos e procuro sempre escrever algo sobre o que li. Não chega a ser uma resenha, mas deixo a minha impressão sobre a leitura. Mantenho no meu facebook um álbum onde vou colocando as leituras ano a ano.

- Skoob te ajuda a decidir o que ler?

R - Influencia muito, pois quando vejo alguma sinopse interessante, passo a desejar ardentemente aquele livro, como se nao tivesse nenhum pra ler e olha que tenho 439 livros em casa pra ler...fora os e-books. Rs

- O que você considera um livro clássico?

²⁸ Nome fictício.

R - Livros clássicos na minha opinião, são livros atemporais. Entra década, sai década e eles não perdem seu valor. Dizem que um livro clássico é capaz de tocar leitores, independente de sua cultura ou classe social.

- Você lê os livros clássicos?

R - Já li muito, hoje confesso que não tenho saco algum para este tipo de leitura.

Carol Gimenes

1- Tenho 24 anos

2- Nível superior completo

3- Um bom livro é aquele que contenha detalhes da história, mas não seja massante. Pode ter figuras, contanto que não cubram uma página inteira pra fazer volume na história. Que tenha um bom desenvolvimento dos personagens, não havendo aqueles que entram no meio da história e somem do nada, porque o autor não sabia o que fazer com ele de certo ponto em diante.

4- Desde 06/2012

5- Gosto de tudo no skoob, desde que me apresentaram o site já me tornei fã. A possibilidade de incluir um livro novo, alterar as capas de acordo com o ano de edição, as cortesias, o aplicativo que facilitou bastante a vida kkkk

6- Avalio sim, todos os livros que leio recebem 5 estrelas porque são livros que eu realmente gosto, quando eu não gosto interrompo a leitura e troco por outro que me atraia. Fiz somente duas resenhas até hoje.

7- Sim, porque consigo ver o que as outras pessoas estão adicionando em suas estantes e com isso consulto sinopses, resenhas, etc. Se me chamar atenção, marco como desejado também.

8- Na minha opinião, livros clássicos são aqueles aqueles escritos por Machado de Assis, Jorge Amado, Graciliano Ramos, Mário de Andrade... Livros que nos mandam ler no ensino médio, os exigidos para os exames da fuvest.

9- Já li alguns deles enquanto estava no ensino médio sim, mas não foi uma leitura prazerosa porque foi imposta. De todos os clássicos que li, considero como os melhores A Moreninha e Macunáima, pois esses eu mesma escolhi ler.

Simone Flores

-40 Anos.

-Formada em ADM.

-Um livro divertido, romântico, erotico sem ser pornográfico.um livro que me faça viajar, relaxar ,passar o tempo ,um livro que, quando acabo de ler fico com pena por isso e com gosto de quero mais.

-Acho que 5 anos.

-Poder trocar idéias, dicas e livros assim economizar tempo e dinheiro. Dicas de livros, autores, lançamentos. o sistema de credito(plus) aqui tmb gosto muito.

-Faço avaliação dos livros que já li, mais nunca fiz resenha por não achar que teria nada a acrescentar as resenhas já escritas.

-sim ,SEMPRE investigo aqui sobre o livro ou autor que quero ler. Vejo qual a nota q o livro recebeu, leio as resenhas, quem leu, resumo, etc....

- O que vc chama de livros clássicos? Machado de Assis? se for nessa linha eu não gosto.

Rosangela Tufanetto

- Tenho 51 anos

- Tenho nível superior. Formada em letras e professora da rede pública estadual em SP
- Um bom livro é aquele que está bem escrito, em termos de norma padrão, e que cumpre o objetivo de me conquistar.
- Não tenho certeza, mas acho que tenho cadastro há uns 4 anos.
- Adoro as trocas, em primeiro lugar. Gosto muito de poder catalogar meus livros, embora tenha problemas com as estantes de vez em quando.
- Avalio todos os livros que leio. Escrevi umas 2 resenhas, mas não tenho muito tempo.
- Skoob me ajuda a me organizar, mas não tem grande peso no que pretendo ler.
- Livro clássico é aquele que se mantém através dos anos. Não "sai de moda".
- Já li muitos clássicos, como Machado de Assis (que amo de paixão), Humberto Eco, Virginia Woolf, Ernest Hemingway, Érico Veríssimo, Camilo Castelo Branco... e tantos outros

Rebeca²⁹

Em ordem:

1. 16;
2. Cursando 3º ano;
3. Um livro com uma escrita fluída e com uma temática que eu gosto. Se tiver crescimento da personagem principal ou alguma moral junto, fica melhor ainda;
4. Desde Fevereiro de 2014;
5. Poder ler as resenhas de outras pessoas e compartilhar as minhas próprias, além de, claro, controlar minhas leituras e conhecer novos livros/autores;
6. Sim para ambos;
7. Depende, se vejo algum livro com uma sinopse interessante, já adiciono a aba "vou ler";
8. Livros que são atemporais;
9. Não muito, mas pretendo mudar isso;

²⁹ Nome fictício.