

A PLATAFORMA SKOOB E OS NOVOS MÉTODOS DE INCENTIVO À LEITURA

Jean Carlos da Silva Monteiro[j]

RESUMO

O presente artigo discorre sobre a criação de redes sociais para o incentivo à leitura na internet. Analisa o Skoob, plataforma brasileira baseada na troca de conteúdos sobre livros e revistas, e suas contribuições para a efetivação de um ambiente virtual de compartilhamento de informação, conhecimento e entretenimento por meio da socialização de leituras, avaliações, resenhas e produções textuais. Desenvolve, metodologicamente, uma netnografia, de natureza descritiva e exploratória, para explicar como a referida rede social vem se consolidando e conquistando espaço entre o público. Tece os conceitos de “redes sociais na internet” e “inteligência coletiva” a partir das teorias de Castells (2012), Recuero (2013) e Lévy (2013). Explora o Skoob e o seu funcionamento enquanto rede social que conecta as pessoas à uma nova cultura digital por meio de interesses compartilhados.

Palavras-chave: Skoob; Rede Social; Incentivo à leitura.

THE PLATFORM SKOOB AND THE NEW METHODS TO PROMOTE READING

ABSTRACT

This paper examines the rise of online social networks in promoting reading on the internet. The study analyses Skoob, a Brazilian platform focused on exchanging information about books and magazines, and its contributions to a virtual environment for sharing knowledge, and entertainment through the socialization of readings, evaluations, reviews and texts. The methodology follows a descriptive exploratory approach and uses netnography to explain how the aforementioned platform has been consolidating and gaining space among Internet public. The study is based on the concepts of “social networks on the internet” and “collective intelligence” based on the theories of Castells (2012), Recuero (2013) and Lévy (2013) in order to explore the role of Skoob as a social network that connects people to a new digital culture through their shared interests.

Keywords: Skoob; Social networking; reading promotion.

LA PLATAFORMA SKOOB Y NUEVOS MÉTODOS DE ALIMENTACIÓN DE LA LECTURA

RESUMEN

Este artículo analiza la creación de redes sociales para fomentar la lectura en Internet. Analiza Skoob, una plataforma brasileña basada en el intercambio de contenido sobre libros y revistas, y sus contribuciones a la realización de un entorno virtual para compartir información, conocimiento y entretenimiento a través de la socialización de lecturas, evaluaciones, reseñas y producciones textuales. Metodológicamente desarrolla una “netnografía”, de naturaleza descriptiva y exploratoria, para explicar cómo la red social referida ha estado consolidando y conquistando espacio entre el público. Teje los conceptos de “redes sociales en internet” e “inteligencia colectiva” basados en las teorías de Castells (2012), Recuero (2013) y Lévy (2013). Explora Skoob y su funcionamiento como una red social que conecta a las personas con una nueva cultura digital a través de intereses compartidos.

Palabras-clave: Skoob; Red social; Fomentar la lectura



INTRODUÇÃO

As redes sociais na internet são ambientes virtuais onde grupos de pessoas se conectam e se relacionam de acordo com seus interesses em comum. Um exemplo de destaque na atualidade é a plataforma Sbook, um dos espaços mais comuns de compartilhamento de informação, conteúdo e conhecimento em rede que, cada vez mais, se populariza e é, constantemente, alimentado por seus próprios membros.

Diante do exposto, este estudo discorre sobre as redes sociais e os novos métodos de incentivo à leitura na internet. Faz uma análise sobre o Skoob, uma rede social brasileira. Em seu percurso metodológico, realiza uma netnografia, de natureza descritiva e exploratória, com base nos estudos de Fragoso, Recuero e Amaral (2011), Kozinets (2014) e Pereira e Monteiro (2020), para explicar como a referida rede social vem se consolidando e conquistando espaço entre os internautas. Tece os conceitos de “redes sociais”, “incentivo à leitura em rede” e “inteligência coletiva” a partir das teorias de Castells (2012), Recuero (2013) e Lévy (2013). Explora o Skoob, o funcionamento da rede social e as práticas de leitura e de escrita dos membros do aplicativo.

REDES SOCIAIS NA INTERNET

As redes sociais na internet são ambientes digitais que se organizam por meio de uma interface com o objetivo de agregar perfis de pessoas que tenham as mesmas características, afinidades, gostos, conceitos, crenças, opiniões parecidas, maneiras de se expressar semelhantes ou interesse sobre uma temática comum (MUSSO, 2015).

Para Castells (2012), as redes sociais na internet se configuraram como uma representação das relações afetivas – sejam elas de caráter pessoal ou profissional – entre os membros de um ambiente virtual que, através de predileções mútuas, tecem novos conglomerados de redes informacionais. E, dessa forma, para que um internauta faça parte de uma rede social é necessário que se estabeleça interações entre seus membros, compartilhamento de suas preferências e interesses comuns.

São inúmeros os motivos que levam os internautas a instalarem aplicativos em seus dispositivos móveis para participarem de uma rede social. Todavia, vale destacar que, segundo Garton, Haythornthwaire e Welman (2017), é imprescindível lembrar que as redes sociais existem desde o início da humanidade, quando, por exemplo, as pessoas se reuniam para conversar sobre cultura, bate-papo sobre futebol, encontros religiosos, reuniões políticas etc. Todas essas redes e conexões eram motivadas pela necessidade das pessoas se sentirem parte de um grupo para compartilhar conhecimentos, informações e preferências com outros membros.

Porém, para Recuero (2013), as redes sociais no ambiente virtual se fortalecem todos os dias e ganham espaço na vida das pessoas com mais intensidade, porque, para além de conectar máquinas, elas conectam pessoas a uma nova cultura digital que “[...] só pode existir sob a condição de troca sem barreiras [...]” (MATTELART, 2013, p. 66), na qual pessoas compartilham e interagem entre si, constituindo um novo paradigma social, chamado cibercultura, que é alicerçado no poder em que a informação tem sobre o comportamento da sociedade.

Corroborando com os autores supracitados, Lévy (2013) explica que o ciberespaço se amplia todos os dias, oferecendo aos internautas uma comunicação todos-todos e, também, a congregação por grupos de interesses, em que a comunicação é feita somente entre os membros dessas redes.

Recuero (2013) e Lévy (2013) acreditam que o compartilhamento de informações entre os membros de uma rede social desenvolve a inteligência coletiva, permitindo a troca de experiências, bem como, a maturidade do pensamento crítico, relações de flexibilidade na transmissão de opiniões e compreensão mútua.

INTELIGÊNCIA COLETIVA

O conceito de inteligência coletiva pensado por Lévy (2013) é fundamental para que se compreenda as redes sociais na internet e suas dinâmicas. Desta forma, Lévy (2013, p. 26) afirma que, inteligência coletiva nada mais é que, “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada e coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências [...]”.

Sendo assim, Dos Anjos e Andrade (2008) evidenciaram que o ser humano é incapaz de pensar sozinho, o mesmo necessita de suportes externos, tendo em vista que, não existe nenhuma pessoa que detenha de total conhecimento, mas o que existe na verdade é uma “rede humana”, onde se trocam informações, diferentes tipos de conhecimento, sendo ao mesmo tempo compartilhados em suas redes sociais e, ainda assim, não se alcança a totalidade.

Portanto, a inteligência coletiva é esse conjunto de conhecimentos e a conexão dos mais diferentes saberes. Um exemplo bem claro de inteligência coletiva é a própria internet, que aqui possui um papel fundamental para que tal concepção se perpetue. Sendo assim, a inteligência coletiva só se mantém a partir da reunião de esforços, onde cada indivíduo tem sua contribuição, com seu recorte de conhecimento (MONTEIRO, 2015).

Cabe ressaltar que todo conhecimento é válido, não se concebe nenhum indivíduo fora dessa grande rede humana, o próprio Lemos (2012), ressalta que a inteligência coletiva deve ser incessantemente valorizada, pois sempre haverá um contexto, onde o conhecimento de determinado indivíduo será válido neste grande espaço de compartilhamento.

Todavia, Castells (2012) critica a cultura de valorizar apenas conhecimentos adquiridos em meios formais, entenda-se, escolas, universidades, onde o conhecimento é definido como científico e legitimado com diplomas. No mundo onde o conhecimento é compartilhado, não há espaço para competições, mas sim, indivíduos dotados de iniciativa, que refletem e buscam por soluções para os anseios do contexto ao qual fazem parte, nada mais é que, unir relações, tendo como mediador a “máquina”, em prol de um bem comum (DOS ANJOS; ANDRADE, 2008).

No século XXI, o conceito de inteligência coletiva entrou em evidência de diferentes formas, uma delas foi com a criação do aplicativo Skoob, uma plataforma de compartilhamento de informação e conhecimento em rede, que cada vez mais se popularizou e é, constantemente, alimentado por seus próprios membros.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo é a netnografia, uma adaptação da metodologia de pesquisa etnográfica para ambientes digitais. Por meio dela é possível a compreensão de aspectos culturais das comunidades no ciberespaço, como suas características, suas práticas e seus comportamentos (PEREIRA; MONTEIRO, 2020). Outros termos também são utilizados para descrever o método, entre eles a etnografia virtual, etnografia digital, webnografia e ciberantropologia.

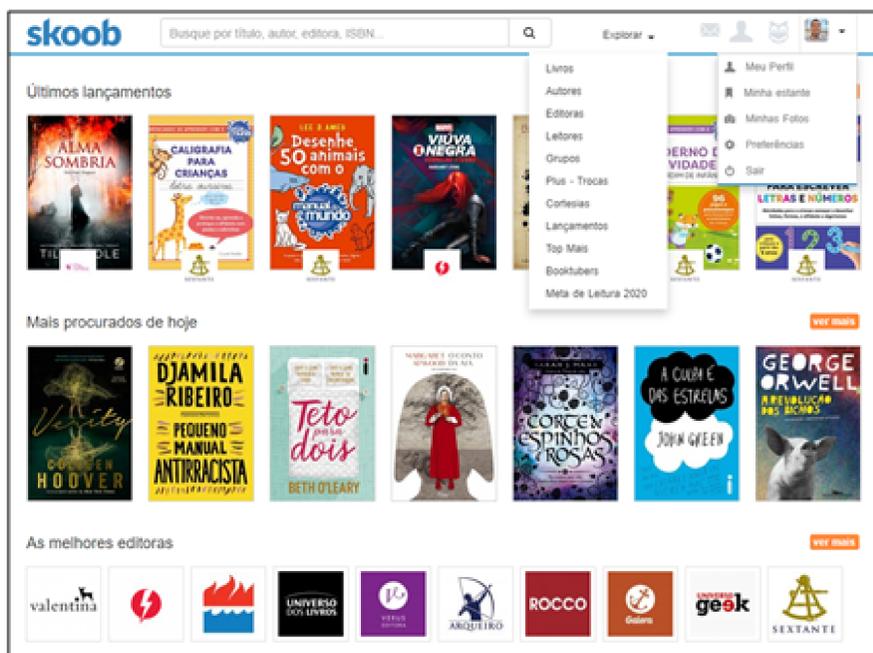
O método netnográfico “contribui para a compreensão do papel e a complexidade da comunicação mediada por computador e das TIC” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 173). Sendo assim, sua aplicabilidade ocorre no ambiente online, vinculado ao ambiente offline e por meio da imersão e do engajamento do pesquisador em comunidades virtuais.

O método netnográfico é quantitativo e interpretativo (KOZINETS, 2014), e assim como na etnografia, a observação participante ativa ou não participante é parte do processo de coleta de dados, pois se faz necessário que o pesquisador esteja inserido na comunidade estudada.

SKOOB, A MAIOR REDE SOCIAL PARA LEITORES DO BRASIL

O Skoob (<https://www.skoob.com.br/>), apresentada na Figura 1, é uma plataforma brasileira, mantida pelos seus colaboradores, chamados de skoobers. Seus membros são internautas apaixonados por leitura, que utilizam o ambiente online para indicar, comentar e avaliar obras, livros e revistas, compartilhando suas opiniões por meio de resenhas, resumos, sinopses, críticas literárias e sugestões. “O Skoob é o local onde você diz o que está lendo, o que já leu e o que ainda vai ler, seus amigos fazem o mesmo e assim, todos compartilham suas opiniões e críticas” (SKOOB, 2020).

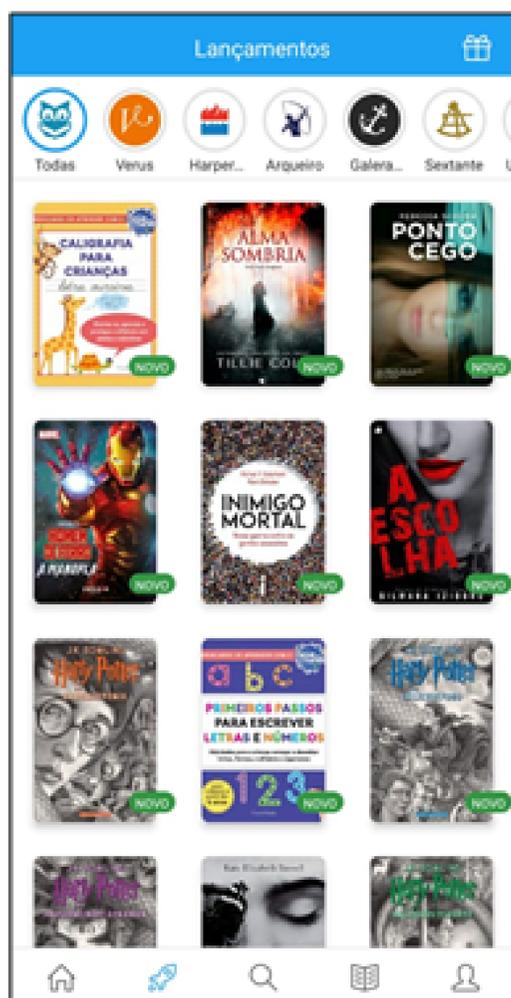
Figura 1 – Página inicial do Skoob



Fonte: SKOOB (2020).

A plataforma, que também está disponível para os smartphones a partir do seu download como aplicativo (conforme a Figura 2), é concebida neste estudo como rede social na internet, pois é dessa forma que ela se intitula e é reconhecida pelo seu público. Destaca-se, ainda, que não há diferenças entre a versão desktop e a versão smartphone.

Figura 2 – Aplicativo Skoob



Fonte: SKOOB (2020).

Criado em 2009, o Skoob, que possui mais de cinco milhões de leitores compartilhando suas experiências literárias, consolida-se até os dias atuais por se configurar como uma representação das relações afetivas apontada por Castells (2012), quando permite que seus membros tecem novos conglomerados de redes informacionais, da mesma forma que outras redes sociais na internet, como o Facebook, permitindo a criação de perfis, conexão e interação com outros membros e formação de grupos de interesses mútuos.

O Skoob possibilita aos seus membros criar seu próprio espaço literário, o seu próprio perfil; adicionar pessoas e convidar amigos para participar; montar uma estante de livros usando a busca de títulos; marcar os livros que já leu, que vai ler, que está lendo e também os que abandonou; e marcar os livros favoritos, os que deseja ter, os que já têm, os que são meta de leitura, os que emprestou e os que pretende trocar, como demonstrado na Figura 3.

Figura 3 – Perfil no Skoob

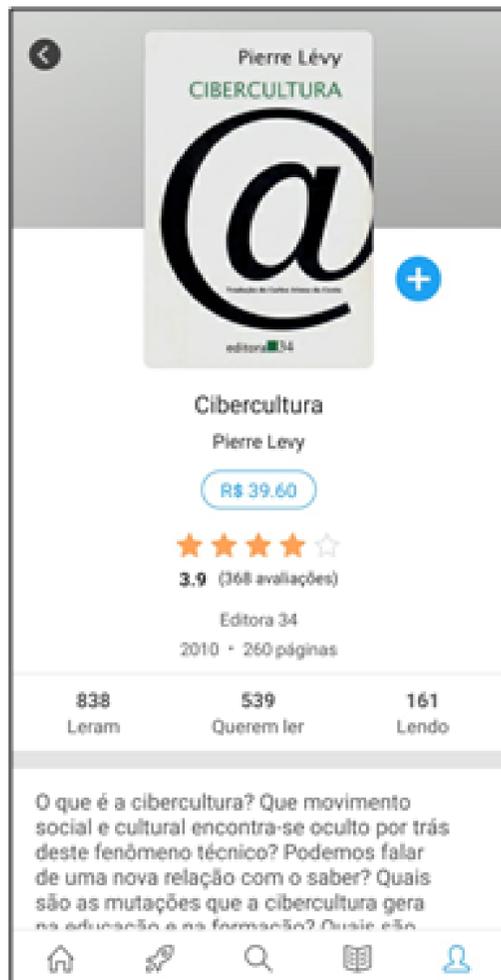


Fonte: SKOOB (2020).

Essas possibilidades que o Skoob oferece são as mesmas opções oferecidas por outras redes, que levam em consideração as predileções de seus membros, e ainda corroboram com as ideias de Lévy (2013) sobre os objetivos e propostas de criação de uma rede social, em que os internautas podem se comunicar de um para todos e de um para grupos de interesse.

A plataforma também permite que seus membros escrevam comentários e deem nota aos livros enquanto leem por meio do histórico de leitura; classifiquem cada um dos seus livros usando a escala de estrelas: de um a cinco; e escrever uma resenha sobre o que acabou de ler ou já leu e divulgar para os amigos, conforme exibido na Figura 4.

Figura 4 – Interatividade no Skoob



Fonte: SKOOB (2020).

Os comentários e resenhas alimentam a proposta de incentivo à leitura da plataforma e refletem que a essência do Skoob que qualifica esses elementos como parte de uma inteligência coletiva construída em rede, consoante com os estudos de Dos Anjos e Andrade (2008) acerca da importância das trocas de informações que valorizam a cultura de cada um – experiências, saberes e opiniões – no processo de construção do conhecimento.

Destaca-se que na referida rede social, a mediação e o incentivo à leitura acontecem por meio de maratonas literárias. E, dessa forma, a aprendizagem é validada pelos próprios membros do Skoob por meio do convite que é feito aos seguidores/leitores a interagirem nas postagens, relatando suas considerações sobre as obras propostas pelos perfis.

A plataforma Skoob tem ainda um programa de trocas para os membros que desejam trocar os seus livros, assim como receber pedidos e ofertas de troca de outros skoobers (a exemplo da Figura 5); permite a criação e participação de grupos literários; que seus membros sigam os seus autores e editoras favoritas, assim como as pessoas que possuem os mesmos gostos literários que os seus e acompanhar todas as atualizações que elas fizerem.

Figura 5 – Sistema de troca no Skoob



Fonte: SKOOB (2020).

O sistema de troca dos livros, que acontece via mediação da rede social Skoob, espelha a tese de Garton, Haythornthwaire e Welman (2017) quando relatam sobre a existência das redes sociais anterior à internet, posto que o ato de trocar livros é uma prática antiga, realizada principalmente pelas pessoas que se reuniam para conversar sobre literatura. E, como explica Recuero (2013), as redes tradicionais passaram a usufruir potencialmente das possibilidades de conexão advindos da internet e se consolidaram em um espaço de compartilhamento e interação em grande escala.

As obras, livros, resenhas e outros materiais postados no Skoob são indexados por meio de hashtags, que são utilizados com duas finalidades: a primeira delas é para etiquetar e organizar os livros privados na estante do leitor (estes livros não são compartilhados com outros membros); e a segunda delas é para auxiliar na descrição e na busca de obras públicas, que são compartilhadas com todos os membros da rede.

Como estratégia para incentivar a leitura, as descrições das obras são moderadas pela plataforma, a fim de evitar que as apresentações sejam reveladas, os chamados spoiler, e que seus detalhes sejam lidos antes do contato dos membros com a leitura proposta e compartilhada no Skoob. Dessa forma, o próprio aplicativo avalia as resenhas e comentários, redirecionando-os para uma aba chamada “spoiler”.

Um outro recurso que o aplicativo disponibiliza aos seus membros é um repositório de *booktubers*, professores (ou membros do Skoob) que utilizam o YouTube para fomentar novos hábitos de leitura para uma nova geração de leitores hiperconectados, compartilhando seus gostos literários de forma dinâmica, motivacional e com uma linguagem direcionada ao seu público estratégico, tal qual a Figura 6.

Figura 6 – Booktubers no Skoob



Fonte: SKOOB (2020).

Dentro do Skoob, os booktubers têm o papel de auxiliar os membros da plataforma a entender as obras clássicas consideradas de difícil compreensão, os materiais de estudo para os vestibulares, assim como a aquisição de habilidades, competências e novos métodos de leitura e escrita. Essa nova maneira de mergulhar no mundo da leitura se distancia do entendimento de que o ato de ler é uma prática monótona, maçante e obrigatória, como muitas vezes os livros são apontados na escola.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo, que abordou sobre a criação de redes sociais para o incentivo à leitura na internet, verificou que as redes sociais existem desde o início da humanidade, mas que o ambiente digital potencializou a organização de grupos que agregam perfis com interesses semelhantes.

Diante de uma nova cultura digital, emergente da Sociedade da Informação, em que as pessoas usam seus dispositivos digitais para compartilhar informações e interagir entre si, criou-se uma rede social que permite o entrelaçamento entre o conhecimento e o entretenimento a fim de desenvolver uma inteligência coletiva em larga escala que permite a troca de experiências, a maturidade do pensamento crítico, as relações de flexibilidade na transmissão de opiniões e a compreensão mútua.

O Skoob – plataforma que reúne uma legião de brasileiros apaixonados por leitura e que utilizam o ambiente online para indicar, comentar e avaliar obras, livros e revistas, compartilhando suas opiniões por meio de resenhas, resumos, sinopses, críticas literárias e sugestões – vem se consolidando enquanto aplicativo de incentivo à leitura na internet, abrindo espaços para uma série de possibilidades a nível educacional, promovendo competências e estimulando a aprendizagem.

Apresentou-se, neste estudo, apenas alguns resultados de cunho teórico-netnográfico. Espera-se, então, a realização de novas investigações acerca das contribuições das plataformas, aplicativos e redes sociais para o incentivo à leitura na internet. Indica-se, ainda, que pesquisas futuras analisem a legitimação das obras literárias no Skoob, assim como o seu uso pedagógico e o potencial das hashtags na indexação dos conteúdos.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- DOS ANJOS, Mateus Ubiratan; ANDRADE, Cláudio César. A relação entre educação e Cibercultura na perspectiva de Pierre Lévy. *Revista Eletrônica Lato Sensu*, 5, 2008. Disponível em: <https://bityli.com/CoMYp>. Acesso em: 04 mar. 2020.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Studying Online Social Networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, 8(3), 2017.
- KOZINETS, Robert. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LEMOS, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática. Editora 34: Rio de Janeiro, 2013.
- MATTELART, Armand. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2013.
- MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. Narrativa hipertextual jornalística: um estudo sobre o processo de escrita coletiva no site Wikinews. (2015). Monografia (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo), Faculdade Estácio de São Luís, São Luís, 2015.
- MUSSO, Pierre. A Filosofia da Rede. In: PARENTE, André. (Org). *Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. A netnografia como método de estudo do comportamento em ambientes digitais. In: *Anais do III Simpósio Internacional Interdisciplinar em Cultura e Sociedade, 2020, São Luís-MA. Anais...* São Luís: EDUFMA, 2020.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

Artigo recebido em: 14 Abr. 2020. | Artigo aprovado em: 07 Jun. 2020.

[i] Mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Especialista em Comunicação, Cultura e Tecnologia pela Faculdade Venda Nova do Imigrante. Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Faculdade Estácio de São Luís (MA). Líder do Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação, Cultura e Comunicação Multimídia.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8025-3670>
E-mail: falecomjeanmonteiro@gmail.com