

# Cultura do impresso e a recepção do *e-book* no Brasil:

*resultados de uma pesquisa quantitativa com leitores nativos e imigrantes digitais*<sup>1</sup>

Barbara Heller e José de Mello Junior

## Resumo

O ritmo lento de introdução do formato *e-book* no Brasil contradiz inúmeras previsões deterministas feitas em relação ao declínio da cultura do impresso e difere de forma significativa do que aconteceu com a digitalização de outras mídias. Esse trabalho teve por objetivo identificar de que forma fatores políticos, econômicos e culturais têm atuado no processo de introdução do *e-book*. A pesquisa realizada com 793 leitores universitários, em cinco regiões do país, entre outubro de 2015 e abril de 2016, com método de pesquisa quantitativo e questionários, buscou medir a aderência deste público à leitura de textos longos e de livros eletrônicos em telas, bem como seu apego à cultura do livro impresso. A conclusão a que se chegou é que, embora o *e-book*, como formato comercial, já tenha mais de 25 anos, este não ocupa, nem de perto, o papel hegemônico em relação ao impresso entre os leitores universitários brasileiros. *Smartphones* e computadores pessoais disputam como interface de leitura com os *e-books*. Isso ocorre tanto entre os nativos

1. Trabalho inicialmente apresentado no GP Produção Editorial do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2016, na Universidade de São Paulo (USP), Brasil..

digitais, isto é, entre os nascidos a partir da década de 1990, como entre os imigrantes digitais, leitores que não tiveram acesso à tecnologia digital em suas infâncias e adolescências.

**Palavras-chave:** Cultura impressa, Nativos digitais; Imigrantes digitais; *e-book*; Mercado editorial brasileiro

### **Resumen – La cultura de impresos y recepción de libros electrónicos en Brasil: resultados de una encuesta cuantitativa de los lectores nativos e inmigrantes digitales**

La lentitud de la introducción del formato de libro electrónico en Brasil contradice numerosas predicciones deterministas hechas en relación con la cultura impresa en decadencia y difiere significativamente de lo que pasó para digitalizar otros medios de comunicación. Este estudio tuvo como objetivo identificar la forma política, los factores económicos y culturales que han actuado en el proceso de introducción de libros electrónicos. La encuesta de 793 lectores universitarios, en cinco regiones del país, entre octubre de 2015 y de abril de 2016, con el método de investigación cuantitativa y cuestionarios, trató de medir la adherencia de este público a leer textos largos y libros electrónicos en las pantallas, así como el apego de éstos a la cultura del libro impreso. La conclusión a que se llegó es que, aunque haya pasado más de 25 años, el *e-book*, como un formato comercial, no ocupa, en absoluto, el papel hegemónico en relación con el impreso entre los lectores universitarios brasileños. Los *smartphones* y ordenadores personales compiten como interfaces de lectura con los libros electrónicos. Esto ocurre tanto entre los nativos digitales, es decir, entre los nacidos a partir de la década de 1990, como entre los lectores inmigrantes digitales, los que no han tenido acceso a la tecnología digital en su niñez y adolescencia.

**Palabras clave:** Cultura de la imprenta, Nativos digitales, Inmigrantes digitales, *e-book*, Mercado editorial brasileño

### **Abstract – Print Culture and the Reception of *e-books* in Brazil: Results of a Quantitative Research with Native Readers and Digital Immigrants**

The slow introduction of the *e-book's* format in Brazil contradicts numerous deterministic forecasts made in relation to the decline of print culture and significantly differs from what happened with the digitalization of other media. This study aimed to identify how political, economic and cultural factors have been active in the process of the *e-book's* introduction. The survey of 793 college readers, in five regions of the country, between October and April 2015 to 2016, with quantitative research method and questionnaires, sought to measure the adherence of the college public to read long texts and *e-books*

on screens, as well as their attachment to the culture of the printed books. We came to the conclusion that, although the e-book, as a commercial format, is more than 25 years old, it doesn't occupy the hegemonic role in relation to printed books between Brazilian college readers. Smartphones and personal computers compete as reading interfaces with e-books. This occurs both between digital natives, i.e., among those born from the early 1990s, as among digital immigrants, readers who have not had access to digital technology in their childhood and adolescence.

**Key Words:** Print Culture; Digital Natives, Digital Immigrants, e-book, Brazilian Publishing Market

**Barbara Heller.** Brasileira. Pós-Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (Unip). Áreas de interesse: Análise do discurso, Memória, Estudos de gênero; b.heller@terra.com.br e b.heller.sp@gmail.com

**José de Mello Junior.** Brasileiro. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Paulista – UNIP. Professor de graduação dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Barão de Mauá – Brasil. Áreas de interesse: Livro e leitura, Recepção midiática, Cultura, Tecnologia da informação e cultura; jomelloj@gmail.com

**O** surgimento da ideia de livro eletrônico, segundo Roncaglia (2012) remonta à década de 1950 do século XX. Sua introdução como produto no mercado só aconteceu efetivamente na década de 1990 daquele século, o que significa dizer que esse novo formato existe comercialmente há pouco mais de 25 anos. Nesse período, tem alcançado significativo crescimento no mercado de livros de língua inglesa e uma relativa disseminação no oeste europeu e em alguns países do Oriente como Coréia do Sul e Japão. Os números divulgados em 2012 relativos ao mercado estadunidense de livros, no relatório BookStats, revelam que a venda de *e-books* já correspondia a 13% do total de livros vendidos, chegando a 21% dos livros comercializados diretamente pelo mercado. O resultado financeiro total do mercado estadunidense de livros em 2012 foi de US\$ 27,1 bilhões de dólares, dos quais a venda de *e-books* correspondeu a 13% do total, volume superior a US\$ 3 bilhões de dólares<sup>2</sup>. No Brasil, embora tenhamos a participação de grandes editoras internacionais, a introdução do *e-book* tem sido lenta. Menos de 0,5% da receita do mercado vem de *e-books*. A maioria dos catálogos das editoras ainda não se encontra totalmente disponível na

2. Disponível em: <http://www.bytestypes.com.br/noticias/1864-ebooks-representaram-20-do-mercado-dos-eua-em-2012>. Acesso: 11 dez. 2016.

versão digital. É só a partir de 2011 que as principais editoras de livros textos criaram iniciativas de ingresso nesse meio, mas de forma cautelosa. O pesquisador José Mello Júnior (2006), em sua dissertação de mestrado, identificou a resistência dos editores ante a ameaça de terem seus negócios dominados por tecnólogos oriundos da cultura da Internet. Não obstante, uma tendência observada mundialmente é a de que enquanto a venda de livros impressos permanece estagnada ou em declínio, a venda de livros eletrônicos cresce de forma desigual, mas constante.

Juntamente com a emergência do *e-book*, que ocorre em meio a uma frenética oferta de novas tecnologias, também surgiu uma série de questionamentos ao formato impresso do livro. Profecias catastróficas quanto à extinção do livro em papel foram vaticinadas por diversos líderes da indústria da tecnologia da informação. Por outro lado, em muitos países, membros da cadeia tradicional do livro levantaram barreiras à introdução do *e-book*. Isto pode ser facilmente percebido na França, Espanha, nos países da América Latina e no Leste europeu. No entanto, no mundo de língua inglesa, na Alemanha, nos países nórdicos e no Japão, o formato *e-book* obteve maior sucesso.

Os questionamentos ao formato impresso do livro podem ser divididos em três categorias, conforme aponta José Mello Júnior em sua tese de doutorado (2016):

1. *Obsolescência tecnológica*: Como todas as tecnologias humanas parecem obsolescer em algum momento de sua existência, o livro impresso teria chegado a esse estágio, já que foi superado pelo *e-book* em quesitos como portabilidade, disponibilidade, indexabilidade e interatividade.
2. *Formato*: A indústria do livro impresso atingiu seu auge há algumas décadas e o formato já não atrai o mesmo número de consumidores, perdendo espaço para novas mídias, como a Internet, os *games* eletrônicos e os aplicativos multimídia.
3. *Pós-modernidade*: As limitações do livro físico conflitam com o ambiente cultural da pós-modernidade, que questiona as identidades fixas, a cultura canônica do especialista, as narrativas sequenciais e a comunicação não interativa. A sociedade da informação, composta de uma avalanche de dados (*big data*) e de formas inovadoras de armazenamento e recuperação de informações (*cloud computing*) não é compatível com o livro impresso. Essas limitações não alcançam o livro eletrônico.

Por outro lado, os críticos à introdução do *e-book*, como Keen Andrewk, apresentam, também, uma lista de questionamentos, que podem ser agrupados em cinco grandes problemas:

1. *Da autenticidade ou legitimidade*: Como se trata de um objeto imaterial, que pode ser publicado em qualquer base de dados, com presença em toda a parte graças à Internet, o que garantiria ao leitor a integridade do livro que está sendo lido? Caso um *hacker*, maliciosamente, modifique partes de um livro, como um leitor menos experiente poderia identificá-la?
2. *Da cultura do amador*: A Internet e os demais meios eletrônicos de produção e distribuição de conteúdo tornaram a atividade de publicação muito barata, quase marginal. Esse fenômeno de natureza econômica permite que milhões de novos autores ingressem na rede publicando em plataformas como: *Kindle Direct Publishing*, da Amazon; *Writing Life*, da Kobo; *Google Play* e *Publique-se*, do grupo brasileiro Sarai-va, entre outras. Grande parte destas publicações de autor não recebe o tratamento editorial da edição, que inclui a revisão do editor, com sugestões, supressões e acréscimos, tampouco contam com a revisão de profissionais, nem com o tratamento dado por designers na escolha das melhores fontes e da melhor ergonomia para o texto. E, finalmente, sua publicação não é resultado da decisão de um *publisher* ou editor capitalista, um especialista no mercado que determina o valor editorial de uma obra para um determinado catálogo. Ao pular todo esse elo da cadeia editorial, o autor coloca em risco toda uma estrutura social e econômica, forjada durante séculos, além de se arriscar a oferecer aos leitores um produto de baixa qualidade.
3. *Da pirataria*: A cópia não autorizada de livros é um fenômeno que remonta ao século XVIII. Praticada na Europa por fatores políticos, religiosos e/ou econômicos, livros proibidos em um país eram impressos em outro e depois contrabandeados. Obras que dispunham de privilégios eram impressas em países fronteiriços e também ingressavam via contrabando, sem o pagamento dos direitos ao autor ou ao livreiro-editor que detinha o privilégio. A partir da invenção da reprografia, cujo principal expoente foi por décadas a empresa estadunidense Xerox, o processo de cópias piratas de livros ganhou um novo impulso, em especial com cópias de textos acadêmicos, situação que permanece até hoje, causando imenso prejuízo ao segmento de livros Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP). Esse problema cresce enormemente com a digitalização.
4. *Da conservação*: Existe uma pressão enorme nas principais bibliotecas por liberação de espaço. Os novos exemplares chegam constantemente,

exigindo mais prateleiras e salas para armazenar a informação que se multiplica, não apenas por meio de livros, mas também por periódicos e outros componentes de acervos. Esse fenômeno gerou uma estranha aversão ao papel, visto com vilão do espaço físico, e como algo frágil que, futuramente, irá condenar nossas memórias. O caminho da salvação seria a digitalização que permitiria, ao mesmo tempo, economia do espaço, conservação e acesso.

Robert Darton (2009), estudioso da história do livro e da leitura, tem opinião contrária. Seus estudos desenvolvidos sobre conservação do papel apontam para uma resistência significativa: mesmo os livros produzidos com papel de baixa qualidade e com forte incidência de produtos químicos (método utilizado a partir de meados do século XIX) resistem bravamente, podem ser manuseados e não demonstram que sucumbirão nos próximos 100 anos.

Já a conservação de arquivos digitais é bem mais frágil. Os discos rígidos de servidores em tecnologia SAS<sup>3</sup> têm sua duração medida em anos; com certo otimismo poderíamos falar de décadas. A própria obsolescência de *software*, com a mudança de linguagens de programação pode tornar arquivos inacessíveis. Conservar acervos em formato digital exige uma série de procedimentos técnicos e de segurança, como redundâncias físicas e lógicas, sistemas de recuperação de desastres, proteção contra *hackers* e uma política de migração para novos servidores, a cada ciclo de obsolescência, com uma interface para tratamento de linguagens legadas e suas respectivas atualizações ou conversões.

Esses procedimentos podem ser tão custosos quanto a ampliação dos espaços físicos das bibliotecas. Obras que surgirem exclusivamente no meio digital enfrentarão o problema de sua conservação, agravado pela falta de políticas efetivas para esse novo meio.

5. *Do monopólio*: A questão que parece causar maior preocupação à cadeia produtiva do livro impresso é a do monopólio. Até o momento, embora exista a possibilidade da autopublicação, a grande oportunidade econômica do livro eletrônico está em colocar em circulação no novo formato obras que estejam sob proteção de direitos autorais. Hoje o mercado é relativamente pulverizado, com espaço para grandes e pequenos nos seus mais variados setores: gráficas, editoras, distribuidoras e livrarias. Não se pode negar a concentração em diversos segmentos da cadeia produtiva do livro nos últimos 20 anos, mas ainda assim existem, em cada segmento, vários concorrentes. Por exemplo, no caso das livrarias no Brasil, temos redes

<sup>3</sup> Tecnologia de discos de armazenamento de dados que trabalham a velocidades elevadas e que nesse momento estão sendo superados pela tecnologia SSD ainda mais veloz na recuperação de dados.

nacionais como a Saraiva, a Cultura e a Travessa e redes regionais como as livrarias Curitiba, Vila e Leitura. Em muitas cidades médias ainda existem livrarias independentes. Quando falamos em *e-books*, os elevados investimentos em tecnologia para o desenvolvimento de linguagens, dispositivos dedicados à leitura, estruturas de armazenagem e distribuição, *softwares* de controle de direitos autorais, acabam por restringir a capacidade de atuação das empresas estabelecidas no meio editorial. Por outro lado, *players*<sup>4</sup> da tecnologia como Google, Apple, Adobe, Microsoft e Amazon, entre outras, possuem não só o capital financeiro, mas principalmente o capital intelectual e o modelo de negócios para ingressar nesse segmento. Foi o que aconteceu. Hoje, nos mercados onde o *e-book* já apresenta números significativos de vendas, a Amazon representa mais de 65% das vendas, seguida pela Apple. Ou seja, o temor de editores e livreiros é justificado. Diversas contendas entre editoras e os principais *players* da indústria tecnológica de *e-books* já ocorreram ou estão em andamento nos EUA e na Europa.

Tal discussão está longe de chegar a uma conclusão definitiva. Nos dois subtítulos a seguir veremos que a adoção de novas tecnologias não é “natural” e que até mesmo entre as novas gerações, os chamados “nativos digitais”, reconhecemos resistência ao *e-book*. Para isso, utilizamos pesquisa de métodos mistos concomitantes, em que foram empregados mais de 900 questionários entre estudantes universitários de várias regiões do Brasil, de outubro de 2015 a abril de 2016, conforme relatamos no item “Método”. Finalmente, nas “Conclusões”, observamos que os leitores universitários brasileiros, quando utilizam dispositivos eletrônicos, optam por *smartphones* ou computadores pessoais, em detrimento do *e-book*. O mercado editorial brasileiro em geral, embora tenha gerado produtos neste formato, ainda depende do material impresso para sobreviver.

## Cultura do impresso

### *no Brasil*

Nosso país, que por séculos foi de matriz exclusivamente oral, teve sua primeira prensa em 1808, com a chegada de D. João VI no Rio de Janeiro (Hallewell, 1985:36). Nestes quase dois séculos que nos separam deste evento, a oralidade entrou em desprestígio e uma crescente e fértil cultura letrada se impôs.

A história dos livros e da leitura no Brasil, já estudada por pesquisadores como Laurence Hallewell (1985), Marisa Lajolo e Regina Zilberman

4. Jargão utilizado pelo segmento de negócios para definir os grandes “jogadores” com poder de influência em toda a indústria ou para além dela.

(2001), entre outros, mostra a formação de um público leitor e de autores, ainda que nem sempre fosse estável ou imune às políticas empresariais e governamentais, contrárias à divulgação do impresso.

A cultura no Brasil não é única ou homogênea, mas várias. São resultados de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço. Há a cultura erudita, conquistada, geralmente, pela escolaridade média e universitária; a cultura das classes pobres; dos que vivem próximos do limiar da escrita; dos iletrados, de massa; popular.

Embora todas estejam permeadas pelos meios de comunicação, Alfredo Bosi (1999) afirma que “guardam certa capacidade de resistência, intencional ou não. Resistência pressupõe, aqui, diferença: história interna específica, ritmo próprio, modo peculiar de existir no tempo histórico e no tempo subjetivo” (Bosi, 1999:10).

O mundo da pesquisa e da erudição sempre foi considerado “a” cultura por excelência. Ela goza, em princípio, de dois princípios que a distinguem das demais: “uma aspiração à autonomia [...] e um grau bastante alto da consciência universalizante, que as linguagens regionais geralmente não alcançam” (Bosi, 1999:12).

No entanto, sabemos que essa liberdade não existe: os autores estão impregnados de padrões de gosto e obedecem às escolas a que pertencem: os *ismos*, os *pós*, os *contra-ismos* etc. O pensador nunca está imune às formações discursivas e ideológicas que o precederam e que o projetarão ao futuro.

Nessa relação dialógica é necessário, portanto, compreender as linhas de força de nossa divisão social, as relações entre vida simbólica, economia e política e, principalmente, recusar o desenraizamento da cultura do outro, quando este se encontra desprovido dos códigos e dos signos da cultura letrada, urbana e local.

Em plena vigência do século XXI, graças à globalização e aos estudos culturais, entre outros fatores, não podemos mais falar em cultura “original”, “primeira”. Ou em “cultura”, no singular. Estamos hibridizados e as hierarquias não são mais válidas. Segundo Néstor Canclini, “[talvez a questão decisiva seja] continuar a construir princípios teóricos e procedimentos metodológicos que nos ajudem a tornar este mundo mais traduzível, ou seja, convívvel em meio a suas diferenças, e a aceitar o que cada um ganha e está perdendo ao hibridizar-se” (Canclini, 2003:XXXIX).

Stuart Hall colabora na discussão quando explica que:

[...] nos últimos anos, porém, em um contexto mais próximo das ciências sociais, a palavra “cultura” passou a ser utilizada para se referir a tudo o que seja característico sobre “o modo de vida” de um povo, de uma comunidade, de uma nação ou de um grupo social. Por outro lado, a palavra também passou a ser utilizada para descrever os “valores compartilhados” de um grupo ou sociedade – o que de certo modo se assemelha à definição antropológica, mas com uma ênfase sociológica maior (Hall, 2016:19).

É esta perspectiva de cultura – a de valores compartilhados por um grupo social (estudantes universitários) – que abordamos quando refletimos sobre a cultura do impresso no Brasil. Mais ainda: ela não é pacífica, uma vez que os suportes que a sustentam também protagonizam conflitos de interesses.

## Nativos digitais

### *e leitura ubíqua*

O termo nativo digital surgiu em 2001, cunhado por Prensky, mas representa o eco de um conjunto de ideias que surgiram na década de 1990, refletindo sobre as mudanças que a emergência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) estavam promovendo entre os jovens. De um modo geral, o termo visava dar conta de um fenômeno representado pelo ingresso na escola da primeira geração de estudantes que tiveram acesso aos meios digitais de informação desde suas infâncias. Para os EUA, os teóricos classificaram como pertencentes a essa geração aqueles nascidos a partir de 1980. Suas características são descritas assim por Prensky:

Como devemos chamar os “novos” estudantes de hoje? Alguns se referem a eles com o N – para geração Net ou com o D – para geração digital. Mas a designação mais adequada que encontrei para eles é *Nativos Digitais*. Nossos estudantes de hoje são todos “falantes nativos” da linguagem digital de computadores, *videogames* e da Internet (Prensky, 2001:1).<sup>5</sup>

Para o Brasil esse período tem de ser pensado de uma forma diferente, uma vez que o termo surgiu dentro do debate na área pedagógica, e levantava a seguinte questão: como professores, que nasceram em uma época em que os dispositivos digitais não eram populares e que, em sua maioria, apresentavam dificuldades em lidar com as inovações, poderiam

5. Tradução dos autores: What should we call these “new” students of today? Some refer to them as the N-[for Net]-gen or D-[for digital]-gen. But the most useful designation I have found for them is *Digital Natives*. Our students today are all “native speakers” of the digital language of computers, video games and the Internet. (Prensky, 2001:1)

se relacionar com jovens que cresceram utilizando tais tecnologias? De um modo mais radical, o termo era a ponta do *iceberg* de uma crítica às práticas pedagógicas hegemônicas, que não levavam em consideração as transformações tecnológicas e socioculturais promovidas pelas TICs. Rapidamente o debate em torno desse conceito passou a outros campos como os da comunicação e da sociologia. Até hoje, mais de 15 anos depois, ainda existem controvérsias acerca de algumas questões relacionadas a essa classificação. Mas parece inegável que as novas gerações que tiveram acesso à Internet e aos variados dispositivos digitais modificaram a maneira de aprender, comunicar e consumir conteúdo.

O conceito em questão pressupõe que essa geração desenvolveu habilidades diferentes daquelas que lhe antecederam, através das quais consegue se articular de forma intuitiva com os novos dispositivos e tecnologias, utilizando-os não só de forma passiva, para receber conteúdo, mas também de forma ativa, criando, propagando e até mesmo remodelando as arquiteturas informacionais. Os nativos digitais seriam, então, aderentes às TICs, inovadores em seu uso, teriam dificuldade em respeitar modelos hierarquizados e práticas tradicionais. Incorporariam a cultura da Internet e, portanto, considerariam a informação e seus subprodutos livres para serem acessados sem a necessidade de respeitar, por exemplo, direitos autorais. O próprio estatuto de legitimidade dos conteúdos a partir de figuras tradicionais, como especialistas, estaria sendo questionado, cedendo lugar à cultura do amador.

Uma geração de mixadores, que rearticula o conteúdo para gerar suas mensagens por meio dos comandos CTRL C, CTRL V, CTRL P (recortar, copiar, colar e publicar) com os quais os imigrantes têm dificuldade de lidar.

Para efeito de nossa pesquisa consideramos como nativos digitais os brasileiros que nasceram na década de 1990 do século XX, ou seja, os nascidos a partir de 1º. de janeiro de 1991 e que têm acesso à Internet há mais de 5 anos. Por oposição, seriam imigrantes digitais aqueles que não tendo acesso a essas tecnologias em suas infâncias e adolescências, passaram a utilizá-las já adultos. Uma das hipóteses que tratamos foi a de que os nativos seriam, por sua característica, mais aderentes à leitura de *e-books*.

No que concerne aos processos de leitura, a emergência das TICs tem transformado a forma como os leitores acessam e se relacionam com os textos. Segundo Santaella (2013), é possível identificar, no processo de desenvolvimento da leitura, três tipos de leitores a partir de seus perfis cognitivos alinhados à época em que emergiram, e um quarto tipo em formação

nos dias atuais. São eles os leitores: contemplativo, movente, imersivo e o ubíquo. Nos concentraremos neste último como tipologia para os nossos respondentes nativos. O termo ubíquo é utilizado para descrever a fusão de três características que a computação tem assumido, a “pervasividade”, que é a penetração dos dispositivos nos objetos cotidianos e, mais recentemente, identificada com o termo “Internet das coisas”.<sup>6</sup> A computação em nuvem permite o acesso a dados a partir de qualquer dispositivo conectado à rede e à computação móvel ligada às redes *Wifi*, 3G e 4G e aos *hardwares* portáteis, com destaque para os *smartphones*. A computação ubíqua compreende o resultado dessa convergência de tecnologias e o fato de que, efetivamente, ela está em toda parte. Ao valer-se dessa metáfora para descrever o novo tipo de leitor, a autora hipertrofia uma série de características já presentes nos leitores moventes e imersivos:

É essa ideia de estar sempre presente em qualquer tempo e lugar que interessa levar para a caracterização do leitor ubíquo, uma nova condição de leitura e de cognição [...]. Do leitor movente, o leitor ubíquo herdou a capacidade de ler e de transitar entre formas, volumes, massas, interações de forças, traços, cores, luzes, que se acendem e se apagam [...] lendo os sinais e signos que esses ambientes emitem sem interrupção, esse leitor movente sem mudar de marcha ou de lugar é também um leitor imersivo (Santaella, 2013:278).

A característica mais importante do leitor ubíquo é sua capacidade multitarefa de mobilizar as habilidades cognitivas desenvolvidas pelos três tipos de leitura que o precedem, ao mesmo tempo em que interage com outras tarefas cotidianas. Ao realizarmos a pesquisa com estudantes universitários, construímos uma amostra de nativos e imigrantes digitais, leitores híbridos e nos quais é possível notar traços emergentes da ubiquidade.

## Método

Contrariando as suposições dos adeptos do determinismo tecnológico que tratam a adoção de novas tecnologias como “naturais”, acreditamos que fatores políticos, econômicos e culturais motivam essa resistência. Para avaliarmos esses três aspectos, realizamos uma pesquisa de métodos mistos concomitantes, composta por dois levantamentos, um com estudantes universitários e outro com editores brasileiros de livros, assim como entrevistas em profundidade com os dois públicos.<sup>7</sup> Os aspectos políticos

6. Termo utilizado para os novos *gadgets* que se encontram nas roupas das pessoas, em aparelhos domésticos, nos automóveis, enfim, em toda parte.

7. O resultado destas pesquisas está consolidado na tese “A introdução do *e-book* no mercado editorial brasileiro: mudança tecnológica conflitos e resistências”, defendida em 24 de junho de 2016 na Universidade Paulista (UNIP). A tese conta com 373 folhas, 112 gráficos, 92 tabelas e mais de 826 entrevistados e respondentes.

e econômicos da pesquisa foram tratados principalmente nos levantamentos e entrevistas com editores; já os aspectos culturais foram observados de forma preponderante nos levantamentos e entrevistas com os leitores universitários. Buscamos descobrir se esses eram aderentes à leitura de textos longos e de livros em telas de dispositivos eletrônicos, bem como verificar o apego existente à leitura de livros em papel. Nesse processo testamos duas hipóteses: a de que, de um modo geral, os leitores ainda eram muito apegados à leitura em papel e a de que a aderência à leitura de livros longos em telas deveria ser maior entre nativos digitais do que entre imigrantes digitais. Foram aplicados mais de 900 questionários<sup>8</sup> entre estudantes universitários de cinco regiões brasileiras: Sudeste, Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte. Os resultados dessa pesquisa, bem como os princípios teóricos e metodológicos que a embasaram compõem esse trabalho.

## **Crítérios metodológicos utilizados**

### *para a realização do levantamento*

Os questionários foram aplicados entre os meses de outubro de 2015 e abril de 2016 junto a estudantes de graduação e pós-graduação, dos gêneros masculino e feminino, de universidades, faculdades e centros universitários públicos e privados, nos horários da manhã, tarde e noite, em cursos de Exatas, Humanas e Biológicas, de formação tecnológica, licenciatura e bacharelado.

Coletamos estratos por região do país que proporcionalmente representavam, de forma aproximada, o peso de cada uma na base nacional de estudantes universitários. O levantamento objetivou estabelecer um patamar descritivo para a compreensão do fenômeno da introdução do *e-book* entre o público estudado, bem como medir a adesão ou rejeição a partir de uma escala de atitudes. A escolha do público universitário se deveu a três motivos:

1. Conveniência para sua abordagem, já que se encontra concentrado em locais de fácil acesso;
2. Elevado percentual de leitores extensivos no grupo;
3. Possibilidade de encontrar nativos e imigrantes digitais dentro da mesma amostra.

---

8. A extensão desse artigo limita a possibilidade de abordarmos os resultados do levantamento com editores e das entrevistas com editores e leitores universitários, bem como a convergência das mesmas na pesquisa de métodos mistos. Nos limitamos a apresentar os resultados do levantamento realizado com questionários junto a leitores universitários das 5 regiões brasileiras citadas acima.

Ao defender os métodos de pesquisa de *survey*, Babbie (2001) elenca características como lógica, capacidade de analisar e documentar processos causais, capacidade de entender uma grande população.

O questionário está dividido em duas partes: a primeira, dedicada ao levantamento de informações descritivas que nos ajudou a entender o relacionamento que indivíduos mantêm com o fenômeno do livro digital. A segunda parte do questionário é formada por escalas que visam medir a relação dos questionados com alguns conceitos (variáveis latentes) que permitirão entender sua aderência ou rejeição ao novo formato do livro. Para isso buscamos medir variáveis latentes que não podem ser medidas ou observadas diretamente.

[...] uma variável latente é uma variável definida por um conjunto de outras variáveis, que vamos designar por variáveis componentes, porque, de certa forma, elas são partes que compõem a variável latente. Por vezes, as variáveis componentes podem ser medidas a partir de perguntas de um questionário. A essas perguntas dá-se o nome de itens no questionário (Hill e Hill, 2012:137).

Para medir a variável latente aderência ao *e-book* entre os leitores utilizamos escalas de Likert,<sup>9</sup> composta por duas variáveis componentes:

- *Cultura do impresso em papel*: verificar se nativos e imigrantes digitais ainda possuem apego à leitura no suporte papel com 10 itens;
- *Leitura em tela de dispositivos eletrônicos*: verificar a aderência de nativos e imigrantes digitais com a leitura de textos longos e livros em telas de dispositivos eletrônicos com 16 itens.

O comportamento dos respondentes nas duas variáveis componentes, representados por suas pontuações, definiu a aderência ou não dos leitores universitários ao formato *e-book* bem como, a partir da análise separada das respostas de nativos e imigrantes, propiciou compreender se há diferenças relacionadas à separação geracional.

9. Trata-se de uma das escalas mais utilizadas em pesquisa social a fim de medir atitudes e variáveis latentes. Foi criada por Rensis Likert na década de 1930 do século XX para mensurar atitudes dentro das ciências do comportamento. Na escala toma-se um constructo acerca do qual se compõem diversas afirmações. Os respondentes devem emitir seu grau de concordância com as afirmações em uma escala que vai de “discordo totalmente/discordo/não concordo nem discordo/concordo e concordo totalmente”. A cada uma das escolhas é dada uma pontuação que pode ser -2/-1/0/1/2. Dessa forma, cada item terá uma pontuação e cada constructo uma somatória de pontos que pode revelar o grau de concordância ou discordância que uma determinada amostra tem em relação a um tema. Um constructo complexo pode ainda ser formado por diversos pequenos constructos.

Os questionários foram avaliados, em sua preparação, de duas formas:

**Validade aparente:** Os questionários foram submetidos para cinco juízes que auxiliaram na composição final das perguntas, avaliando aquelas que faziam sentido e propiciando o aprimoramento das questões e dos enunciados. O questionário de leitores também foi aplicado, preliminarmente, a um grupo de 35 estudantes e ajustado em seguida.

**Validade de conteúdo:** Foi feito um estudo com dados secundários do mercado editorial e do *e-book*, buscando entender o fenômeno. Em seguida foram pensados os aspectos que poderiam compor as variáveis. Os conteúdos foram agrupados e sintetizados até se chegar a um número razoável de itens.

As **validades teórica e preditiva** dos instrumentos não foram testadas por não haver bibliografia e estudos disponíveis no Brasil sobre a leitura de *e-books* que pudessem servir para as comparações necessárias. Quanto à validade preditiva, a natureza do estudo e da composição da amostra não se enquadra nessa modalidade.

**Fiabilidade:** Para medir a fiabilidade de nossas escalas nos valem os do teste do coeficiente Alfa de Conbrach:

Para medir a fiabilidade de um instrumento que busca medir variáveis latentes como a escala de Likert, podemos usar o coeficiente Alfa de Conbrach que mede as correlações dos escores de cada item em relação ao escore total formado pelos demais itens (Martins, 2006:5).

As correlações item-total e o valor do Alfa de Conbrach são reveladoras porque fornecem informações sobre cada item individual. Itens que não estão correlacionados com os demais podem ser eliminados da medida para aumentar a confiabilidade do *constructo*. São aceitáveis, segundo DeVellis (1991), itens que obtenham acima de 0,6 em uma escala que vai até 1. Porém, o desejável é manter no questionário apenas itens que obtenham mais de 0,65 em sua correlação.<sup>10</sup>

Meu conforto pessoal com a variação para uma escala de pesquisa são os seguintes: abaixo de 0,60 inaceitável; entre 0,60 e 0,65 indesejável; entre 0,65 e 0,70 minimamente aceitável; entre 0,70 e 0,80 respeitável; entre 0,80 e 0,90 , muito bom [...] (Devellis: 199:95-96).<sup>11</sup>

10. Extraímos o alfa de Conbrach das 3 matrizes do questionário de leitores e da escala do questionário de editores, o resultado e os procedimentos subsequentes serão abordados na apresentação dos resultados.

11. Tradução dos autores: "My personal comfort ranges for research scales are as follows: below 0.60 unacceptable; between 0.60 and 0.65 undesirable; between 0.65 and 0.70 minimally acceptable; between 0.70 and 0.80 respectable; between 0.80 and 0.90, very good; [...]"

Outros pesquisadores consideram aceitável um índice superior a 0,6, para pesquisas na área de ciências sociais. O teste realizado com nossas variáveis aferiu um Alfa de 0,65 para a variável Cultura do Impresso em Papel e de 0,7 para leitura em tela. Portanto, satisfatórios para este tipo de levantamento.

## A definição

### *das amostras*

Para a definição de uma amostra de leitores confiável, utilizamos uma fórmula que descrevemos a seguir, usada para a seleção de amostras probabilísticas:<sup>12</sup>

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde

n - amostra calculada

N - população

Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento e - erro amostral

## Resultados

Para um erro amostral de 5%, a amostra mínima necessária para uma população de 7,5 milhões<sup>13</sup> de estudantes universitários é de 375. Nos mais de 900 questionários aplicados obtivemos uma amostra válida de 793 estudantes universitários. A distribuição da amostra obedeceu à seguinte proporção, tendo em vista o peso que cada região do país tem na composição de sua população total:

**Tabela I – Respondentes por região**

Região	Respondentes	Percentual
Sudeste	342	43%
Nordeste	193	24%
Sul	142	18%
CO e Norte	116	15%

Elaboração autor

12. Para definição da amostra, foi utilizada uma calculadora amostral. Santos, G. E. de O. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso: 10, abr., 2016.

13. Dados obtidos no Censo da Educação Superior de 2014. Disponível em: <http://www.gestrado.net.br/?pg=noticia&id=543> Acesso: 10, dez., 2016.

A porcentagem por regiões buscou se aproximar do percentual que cada região tem da população brasileira. As amostras das regiões Centro Oeste e Norte foram agrupadas. A coleta presencial correspondeu a 98,7% dos questionários e a remota representou 1,3%.

## **Apresentação dos resultados**

### *da pesquisa quantitativa com leitores*

A seguir apresentamos os dados obtidos nos questionários aplicados aos 905 leitores estudantes universitários brasileiros. No processo de tabulação de dados, por inconsistências, 112 questionários foram eliminados, restando 793 para as análises que serão realizadas na sequência. Apresentamos primeiro os dados descritivos da pesquisa e em seguida a pontuação obtida na medição das variáveis pela escala de Likert.

### **1 – Iniciou a leitura de livros impresso ou digital nos últimos 3 meses:**

Sim – 672

Não – 121

O percentual de 85% de leitores entre estudantes universitários é superior aos 78% obtidos por este grupo na pesquisa *Retratos da leitura no Brasil*, de 2011.

**2 – Nativos e imigrantes digitais:** Consideramos nativos os nascidos de 1991 em diante e imigrantes os nascidos até o ano de 1990.

#### **Tabela II – Perfil das estratificações da amostra**

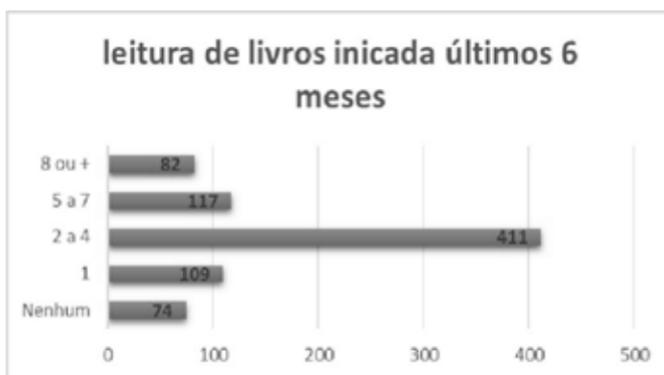
Nativos (1991 a 1998)	643
Imigrantes (1990 e antes)	150

Elaboração autor

**3 – Acesso à Internet:** Na amostra, 98% ou 776 entrevistados tinham acesso à Internet há mais de cinco anos, demonstrando o elevado índice de inserção digital dessa base de entrevistados.

#### 4 – Leitura extensiva de livros últimos 6 meses:

**Gráfico 1**  
**Leitores – Leitura de livros iniciados nos últimos 6 meses**



Elaboração autor

Com base nesses dados classificamos os universitários no que tange a leitura de livros em cinco grupos: Não leitores: 74 / Leitores eventuais: 109/ Leitores 411/ Leitores frequentes: 117/ Hiperleitores: 82

#### 5 – Universitários que leem textos longos em telas de um ou vários

691 leem 87%  
102 não leem 13%.

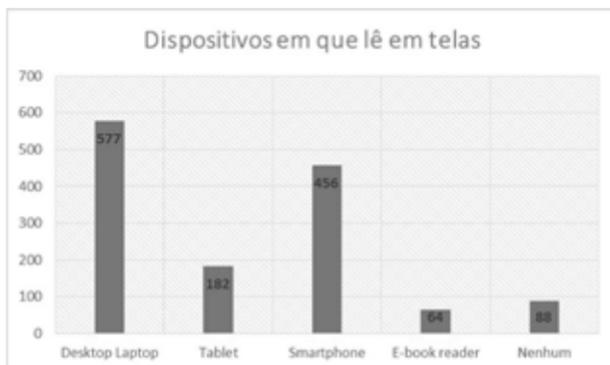
#### **dispositivos eletrônicos como: computadores, *tablets*, smartphones e *e-book readers*<sup>14</sup>:**

Este é um dado muito importante, pois mostra que mais estudantes leem textos longos e/ou livros em telas de dispositivos eletrônicos do que aqueles que leem livros, resultando em 87% contra 85%.

**06 – Em que dispositivos leem:** Nessa questão os estudantes podiam escolher quantos dispositivos fossem necessários. Nota-se que muitos utilizam mais de um dispositivo, sendo o computador pessoal e o smartphone os mais utilizados para leitura em telas, e os *e-readers* os que aparecem com menor frequência. Os *e-readers* estão presentes em atividade de leitura frequente de apenas 8% do total de universitários pesquisados.

14. Dispositivos dedicados a leitura de *e-books* como: Kindle, Kobo, Lev.

**Gráfico 2**  
**Leitores – Dispositivos em que lê em tela**



Elaboração autor

Entre os que leem em telas, a presença desses dispositivos dedicados à leitura é de 9,2%. Cerca de 40% dos que possuem *e-readers* são leitores frequentes ou hiperleitores. Os estudantes foram perguntados se já haviam iniciado a leitura de um *e-book*: 418 (53%) responderam sim e, 375 (47%), não. O número de estudantes universitários que já iniciaram a leitura de um *e-book* é significativo e corresponde a 61% dentre aqueles que leem em telas. É um número muito superior ao dos usuários de *e-readers*.

**07 – Número de *e-books* cuja leitura foi iniciada:**

**Gráfico 3**  
**Leitores – Número de e-books que iniciou leitura**



Elaboração autor

Cerca de 6,7% dos participantes da amostra são leitores frequentes ou hiperleitores de *e-books* na amostra geral, e correspondem a 7,5% dentre aqueles que leem em telas.

**08 – Formas de aquisição de *e-books*:** Buscamos identificar como aqueles que dizem ler *e-books* os adquirem. Nesse caso era possível escolher mais de uma opção.

**Gráfico 4**  
**Leitores – Forma de aquisição do *e-book***



Elaboração autor

O conteúdo grátis foi o campeão. O número dos que compraram é maior do que os que possuem *e-readers*, evidenciando que os *e-books* são comprados para serem lidos em outros dispositivos.

Sobre a quantidade de *e-books* comprados observamos que mais de 50% adquiriu apenas um, e 77% adquiriram até 4 *e-books*, ressaltando o caráter incipiente do mercado de *e-books*, corroborando com o fato de que a maioria do conteúdo lido foi obtido gratuitamente, quer baixando da Internet, quer recebendo de amigos e professores.

**Gráfico 5**  
**Leitores – Quantidade de *e-books* comprados**



## Escala de Likert leitores

A seguir apresentaremos os dados das Escalas de Likert presentes no questionário.

As variáveis latentes que compõem o conceito de adesão ao *e-book* são: Cultura do Impresso em Papel com 10 itens e escala de pontuação que vai de -20 a 20; e variável *Leitura em Tela de dispositivos eletrônicos* com 16 itens e com escala de pontuação de -32 a 32.

Na variável **Cultura do Impresso** o escore está classificado nas seguintes categorias:

-20 a -11 Não aderente	-10 a 0,1 Pouco aderente
0 a 10 Aderente	11 a 20 Superaderente

Na variável **Leitura em Tela** as categorias estão classificadas da seguinte forma:

-32 a -17 Não aderente	-16 a 0,1 Pouco aderente
0 a 16 Aderente	17 a 32 Superaderente

**09 - Resultados da amostra composta por nativos digitais:** Uma das hipóteses desse estudo sustenta que nativos digitais têm maior aderência ao formato *e-book* que imigrantes digitais. Dividimos as bases de nossa matriz a fim de compreendermos se esse fenômeno realmente pode ser verificado. Os escores das escalas são os mesmos, apenas dividimos a amostra e agora apresentamos gráficos dos nativos digitais nas duas variáveis. Na variável Cultura do Impresso notamos uma forte aderência dos nativos digitais à leitura em papel.

**Gráfico 6**  
**Leitores – Cultura do impresso em papel - nativos digitais**



Elaboração autor

A seguir apresentamos o gráfico que representa a consolidação das respostas dos nativos digitais em relação à leitura em telas:

**Gráfico 7**  
**Leitores – Leitura em Telas - nativos digitais**



Elaboração autor

Aqui observamos uma divisão segundo a qual a maioria da amostra de nativos é pouco aderente a este tipo de leitura, quase 10% da amostra se encontra com pontuação 0.

**10 - Resultados amostra de Imigrantes Digitais:** A seguir apresentamos o resultado dos imigrantes digitais nas duas variáveis de análise. Para nossa hipótese de aderência geracional os imigrantes seriam menos aderentes à leitura em telas e mais apegados à leitura em papel que os nativos digitais. A seguir os gráficos das duas variáveis latentes:

**Gráfico 8**  
**Leitores – Cultura do impresso em papel - imigrantes digitais**



Elaboração autor

Nessa variável os imigrantes demonstram grande aderência à Cultura do impresso em papel, mas mantém um comportamento parecido ao dos nativos digitais.

**Gráfico 9**  
**Leitores – Leitores – e-book – imigrantes digitais**



Elaboração autor

Também nessa matriz a distribuição é muito parecida, havendo uma forte divisão, mas com tendência à rejeição pela maioria. Novamente o *escore* zero é o mais representativo.

## Conclusão

O levantamento revelou que um número considerável de leitores universitários conhece o formato e lê *e-books*. Dentre os dispositivos de leitura, o menos utilizado é aquele criado especificamente para este fim, os *e-readers*, enquanto *smartphones* e computadores pessoais rivalizam como interface de leitura. Dentre esses leitores apenas 10% já comprou um *e-book*, sendo a aquisição gratuita a forma hegemônica de aquisição dos *e-books*. A aderência destes leitores à leitura em telas é baixa. Embora utilizem essa modalidade de leitura, a maioria rejeita o formato, como demonstrou a escala com forte concentração de 62% dos leitores nos quartis de baixa ou não aderência. Mesmo quando avaliamos os respondentes, cuja pontuação os coloca nos quartis aderentes, verificamos uma grande concentração nos limites inferiores da pontuação e no ponto 0 da escala. O teste T para igualdade de médias de amostras independentes demonstrou não haver diferença estatisticamente significativa entre as respostas da amostra de nativos digitais e a de imigrantes, revelando, como falsa, a hipótese de que o público mais jovem, que cresceu sob a influência dos meios eletrônicos, seria mais aderente à leitura em telas que os imigrantes

Esta é a conclusão a que Mello Junior chegou em sua tese (2016), por meio de pesquisa qualitativa. A variável latente que funcionou como medida para o apego aos livros impressos em papel demonstrou que nativos e imigrantes ainda são fortemente ligados a esta tecnologia, não havendo aqui diferença estatística entre os dois públicos.<sup>15</sup> Entre os usuários de *e-books readers* foi encontrado um número maior de aderentes à leitura em telas que em relação à amostra geral, porém a diferença percentual não foi significativa. Entre esses também se encontra um maior número de superaderentes à Cultura do Impresso em papel, caracterizando um tipo de leitor que classificamos como hiperleitor.

De um modo geral o estudo revelou que fatores culturais caracterizados pelas práticas de leitura em papel e seus componentes têm contido o ritmo da introdução do *e-book* no mercado editorial brasileiro. Também é possível afirmar que um fator econômico, mas que também tem relação com a cultura,<sup>16</sup> o consumo de conteúdo gratuito via Internet, tem influenciado essa

15. A pesquisa qualitativa realizada pela tese de Mello Junior (2016) converge para resultado semelhante, qualificando os motivos do apego ao papel e da rejeição parcial à leitura em telas.

16. Nesse caso a cultura *hacker* da Internet.

introdução, incentivando a adesão de leitores, mas deprimindo os demais elos da cadeia de valor do livro (Porter, 2001).<sup>17</sup>

A resistência cultural a uma nova tecnologia pode ser o fator mais importante no ritmo de sua introdução ou mesmo em sua rejeição. Quando o formato *codex* do livro manuscrito passou a ser utilizado, o período de transição ao novo formato foi de quatro séculos (Barbier, 2008). Durante esse tempo os dois formatos conviveram. A passagem do manuscrito ao impresso demorou cerca de 100 anos para ser concluída (Eisenstein, 1998). O que notamos, no caso do impresso, é que sua posição passou a ser predominante já nas primeiras décadas após sua introdução. Nesse caso, mudou-se muito pouco no produto que o leitor recebia, o formato era o mesmo, o suporte quando diferente não dificultava a leitura e, sobretudo, o preço poderia ser menor que o do manuscrito.

Títulos que antes existiam em quantidades muito exíguas tornaram-se disponíveis, no formato impresso, a um custo menor, alterando-se apenas a técnica de reprodução. Embora o *e-book* como formato já tenha mais de 45 anos, este não ocupa, nem de perto, o papel hegemônico em relação ao impresso em nenhum mercado do mundo. No Brasil sua participação está entre 0,3% e 2% do mercado, dependendo da classificação. É provável que a rejeição dos leitores ao formato ou à tímida adesão a ele se dê por um forte apego à leitura em papel, cujas motivações acreditamos ter encontrado nos leitores universitários. Pesquisa realizada com universitários no Japão, Alemanha, Eslováquia e nos EUA por Naomi Baron (2015) demonstraram resultados semelhantes. A cultura do impresso resiste mesmo entre aqueles que cresceram imersos na cultura digital.

---

17. A pirataria e a cultura do grátis são fatores indicados pelos editores na tese de Mello Junior (2016) como fatores que deprimem os investimentos em digitalização e a performance de vendas dos *e-books* em catálogo.

## Referências Bibliográficas

- Babbie, E. (2001). *Métodos de Pesquisa de Survey*. 1. Ed. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Barbier, F. (2008). *História do Livro*. 1. ed. São Paulo: Paulistana.
- Baron, N. (2015). *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World*. New York: Oxford University Press.
- Bosi, Alfredo. (1999). *Cultura brasileira: temas e situações*. São Paulo: Ática, 1999.
- Canclini García, N. (2003). *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp.
- Darnton, R. (2009). *A questão dos livros*. São Paulo: Cia das Letras.
- Devellis, R. F. (1991). *Scale Development: Theory and Applications*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.
- Hallewell, L. (1985). *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: T. A. Queiroz: Ed. da Universidade de São Paulo: Edusp.
- Eiseinstein, E. L. (1998). *A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa Moderna*. 1. ed. São Paulo: Ática.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC- Rio: Apicuri.
- Hill, M. M., Hill, A. (2012). *Investigação por questionário*. 2. ed. Lisboa: Sílabo.
- Keen, A. (2007). *O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Lajolo, M. e Zilberman, R. (2001). *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Ática.
- Martins, G. A. (2006). “Sobre Confiabilidade e Validade”, em: *RGBN*, São Paulo, Vol. 8, n°. 20, 1-12, jan./abr.
- Mello Junior, J. (2006). *Do Codex ao e-book: metamorfoses do livro na era da informação*. 2006. 426 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Paulista, São Paulo.
- Mello Junio, J. (2016). *A Introdução do e-book no Mercado Editorial Brasileiro: Mudança Tecnológica, Conflitos e Resistências*. 2016. 373 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Paulista, São Paulo.
- Porter, M. E. (1995). *Vantagem competitiva: Cirando e sustentando um desempenho superior*. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus.
- Prensky, M. (2001). “Digital Natives, Digital Immigrants”, in: *On the Horizon*. MCB University Press, Vol. 9, N°. 5.
- Revista *Retratos da Leitura no Brasil*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/Retratos-da-leitura-no-Brasil.pdf/8524bcf0-d7b4-4d16-bc42-b90edac8104c> Acesso: 11 dez. 2016.
- Roncaglia, G. (2012). *La cuarta revolución: Seis lecciones sobre el futuro del libro*. 1. ed. Vila Maria: Eduvim.
- Santaella, L. (2013). *Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. 1. ed. São Paulo: Paulus.

**Recibido: 12 diciembre, 2016    Aprobado: 28 de febrero, 2017**