UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HAB. PRODUÇÃO EDITORIAL

E-BOOKS: O LIVRO NA ERA DIGITAL E O CONSUMIDOR SANTA-MARIENSE

MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO

Juliana Facco Segalla

Santa Maria, RS, Brasil

2014

E-BOOKS: O LIVRO NA ERA DIGITAL E O CONSUMIDOR SANTA-MARIENSE

Juliana Facco Segalla

Monografia apresentada à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria como requisito para obtenção do Grau de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.**

Orientadora: Prof.ª Drª Liliane Dutra Brignol

Santa Maria, RS, Brasil
2014

Universidade Federal de Santa Maria
Centro De Ciências Sociais E Humanas
Departamento De Ciências Da Comunicação
Curso De Comunicação Social Hab. Produção Editorial

A Comissão Examinadora abaixo assinada aprova a Monografia

E-BOOKS: O LIVRO NA ERA DIGITAL E O CONSUMIDOR SANTA-MARIENSE

elaborada por
Juliana Facco Segalla

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial

Comissão examinadora:

_____

Profª. Drª. Liliane Dutra Brignol
Orientadora (UFSM)

_____

Profª. Drª. Sandra Rubia da Silva (UFSM)

_____

Profª. Ms. Tauana M. Winberg Jeffman (UFSM)

Santa Maria, 02 de Julho de 2014.

AGRADECIMENTOS

Agradeço

Aos meus pais, José e Enilza, exemplos maiores da minha vida, pelo apoio e tolerância;

Ao meu irmão André, que sempre tentou me passar tranquilidade, mesmo nos momentos mais difíceis;

Aos meus colegas de faculdade, da primeira e segunda turma do curso de Produção Editorial, por esses quatro anos maravilhosos de amizade, aprendizado, alegria, sofrimento e dedicação. Especialmente a Camila, Izabelli, Maiara e Jaimeson, amigos que estiveram junto comigo durante todo o processo do trabalho, acompanhando de perto cada passo dado;

Às minhas amigas e colegas de handebol, pelo companheirismo, motivação e força. Mais que um esporte é uma paixão que me ensina a ser uma pessoa melhor a cada dia, e que proporcionou momentos de equilíbrio, relaxamento e distração em meio à ansiedade diária;

Aos meus amigos, vários, mas especialmente Fabricio, Luma, Camila, Cibele, Karen, Marília, Alessandra e Guilherme por me incentivarem todo esse tempo, e mesmo quando estava sobrecarregada me levaram para sair, com a desculpa que eu ia pirar se ficasse só escrevendo. Agradeço também pela paciência, pela palavra, pelo carinho e atenção.

À professora e orientadora Liliane Brignol, que foi um exemplo ao me mostrar o melhor caminho para seguir a pesquisa; sempre disposta a ajudar com excelente competência e profissionalismo, fazia com que a cada orientação eu seguisse mais motivada a prosseguir o trabalho;

Às professoras Tauana e Sandra, que com seus conhecimentos e maneiras de ensinar as diferentes formas de consumo e cultura me motivaram a estudar o tema e realizar esta pesquisa.

À Universidade Federal de Santa Maria, à Editora UFSM, e ao Curso de Comunicação Social, com todos os professores, colegas e funcionários envolvidos no meu processo de formação.

RESUMO

Este trabalho consiste em uma pesquisa qualitativa, que tem como objetivo geral analisar o consumo de livros digitais na cidade de Santa Maria – RS, de modo a identificar quem é o consumidor de livros digitais na cidade e definir possíveis tendências de comportamento deste consumidor santa-mariense. Para isso foi realizada uma pesquisa bibliográfica juntamente com uma pesquisa empírica de caráter qualitativo dividida em duas fases: uma primeira fase realizada através de um questionário online e uma segunda fase com a realização de entrevistas em profundidade, para investigar os hábitos, motivações e entender como se dá o consumo de livros digitais pelos santa-marienses.Os principais conceitos estudados sobre o livro impresso e digital, e também as diferentes abordagens sobre consumo serviram de aporte para análise destas entrevistas. A partir das percepções desses entrevistados sobre o livro digital, concluímos que a portabilidade, facilidade de acesso e os downloads gratuitos são os principais motivos para o consumo do suporte digital. Observamos que as práticas de consumo tendem a ser semelhantes entre os entrevistados e que todos possuem um grande apreço pelo livro impresso, apesar de já experimentarem uma aproximação com diferentes plataformas de leitura do livro digital. O livro digital ainda está sendo introduzido na vida destas pessoas, que estão aprendendo a praticar a leitura no suporte eletrônico.

Palavras Chave: Livro digital, Consumo, Produção Editorial

ABSTRACT

This study consists of a qualitative research, which the main objective is to analyze the consumption of digital books in the city of Santa Maria – RS. That, to indentify the consumer of digital books in the city and define the possible trends of the local consumer's behavior. In order to do that, a bibliographical research and an empirical research with qualitative character were made. This study was divided in two parts: the first part was conducted through an online questionnaire and the second part consists of in-depth interviews to investigate the habits, motivations and understand how the local consumption of digital books works. The main concepts studied about the digital and printed book, as well as the different approaches about the consumption served as a basis to analyze these interviews. From the perception of those interviewed, it was concluded that the portability, the easy access to them and the free downloads are the main reasons for the consumption of digital media. It was observed that the consumption practices tend to be similar between the people interviewed, and they all have a great appreciation for printed books, even though they already tried to use different platforms of digital book reading. Therefore, digital books are still being introduced into their life, and they are becoming more familiar reading electronic media.

Keywords: Digital Books, Consumptions, Editorial Production

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1 - Sexo dos entrevistados 59
Tabela 2 - Bairro dos entrevistados 60
Tabela 3 - Profissão dos entrevistados 62
Tabela 4 - Faixa etária dos entrevistados 63
Tabela 5 - Renda mensal familiar dos entrevistados 64
Tabela 6 - Classe social dos entrevistados 65
Tabela 7- Escolaridade dos entrevistados 66
Tabela 8 - Livros lidos nos últimos três meses pelo entrevistado 67
Tabela 9 - Livros digitais lidos pelo entrevistado nos últimos três meses 68
Tabela 10 - Gêneros do e-book que o entrevistado costuma ler 69
Tabela 11 - Preferência por livro impresso ou digital 70
Tabela 12 - Preferência pelo digital 71
Tabela 13 - Locais de leitura do e-book 72
Tabela 14 - Momento de leitura do entrevistado 73
Tabela 15 - Plataforma de leitura do e-book dos entrevistados 74
Tabela 16 - Modo de acesso ao livro digital 75
Tabela 17 - Formato de arquivo utilizado pelos entrevistados 76
Tabela 18 - Santa Maria e o apoio aos livros digitais 77
Quadro 1 - Perfil do entrevistado 1 78
Quadro 2 - Perfil do entrevistado 2 80
Quadro 3 - Perfil do entrevistado 3 83
Quadro 4 - Perfil do entrevistado 4 86
Quadro 5 - Perfil do entrevistado 5 88

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Papiro, utilizado na escrita pelos Egípcios. 18
Figura 2 – Pergaminho 19
Figura 3 - Códice 20
Figura 4 - Johannes Gutenberg 21
Figura 5 - Adobe e-book Reader 36
Figura 6 - MS Reader 37
Figura 7 - Interface do Aldiko 38
Figura 8 - Calibre 39
Figura 9 - Softbook 41
Figura 10 - Nook 42
Figura 11 - Kindle 43
Figura 12 - Kobo Touch 44
Figura 13 – Ipad 45
Figura 14 - Galaxy s3 mini 46
Figura 15 - Sexo dos entrevistados 59
Figura 16 - Bairro dos entrevistados 61
Figura 17 - Profissão dos entrevistados 62
Figura 18 - Faixa etária dos entrevistados 63
Figura 19 - Renda mensal familiar dos entrevistados 64
Figura 20 - Classe social dos entrevistados 65
Figura 21 - Escolaridade dos entrevistados 66
Figura 22 - Livros lidos nos últimos três meses pelo entrevistado 67
Figura 23 - Livros digitais lidos pelo entrevistado nos últimos três meses 68
Figura 24 - Gêneros do e-book que o entrevistado costuma ler 69
Figura 25 - Preferência por livro impresso ou digital 70

Figura 26 - Preferência pelo digital.....71
Figura 27 - Locais de leitura do e-book.....72
Figura 28 - Momento de leitura do entrevistado.....73
Figura 29 - Plataforma de leitura do e-book dos entrevistados.....74
Figura 30 - Modo de acesso ao livro digital.....76
Figura 31 - Formato de arquivo utilizado pelos entrevistados.....77
Figura 32 - Santa Maria e o apoio aos livros digitais.....78

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13

1. HISTÓRICO E TRANSFORMAÇÕES DO LIVRO IMPRESSO 16

1.1 Do papiro ao papel 17

1.2 O surgimento da imprensa 20

1.3 A transição do impresso para o digital 23

2. O LIVRO DIGITAL 27

2.1 Cronologia do livro digital 29

2.2 Formatos de arquivos do livro digital 32

2.3 A constituição do livro digital 34

2.3.1 Adobe Acrobat e-book Reader 36

2.3.2 MS Reader 36

2.3.3 Aldiko Book Reader 37

2.3.4 Calibre 38

2.4 Principais dispositivos para leitura 39

2.4.1 SoftBook 40

2.4.2 Nook 41

2.4.3 Kindle 42

2.4.4 Kobo Touch 43

2.4.5 iPad 44

2.4.6 Smartphone 45

3. CONSUMO DO LIVRO DIGITAL 47

3.1 Consumo cultural e midiático 47

3.2 Pesquisas sobre o consumo do livro 52

4. O CONSUMO DO LIVRO DIGITAL EM SANTA MARIA 55

4.1 Procedimentos metodológicos 55

4.2 Análise dos Questionários 58
4.2.1 Perfil do entrevistado 59
4.2.2 Sexo 59
4.2.3 Bairro 60
4.2.4 Profissão 61
4.2.5 Faixa Etária 62
4.2.6 Renda Mensal Familiar 64
4.2.7 Escolaridade 66
4.3 Relações dos pesquisados com o livro 67
4.3.1 Quantos livros leu nos últimos três meses? 67
4.3.2 Quantos destes livros eram digitais? 68
4.3.3 Quais gêneros de e-book você costuma ler? 69
4.3.4 Você prefere o livro impresso ou digital? 70
4.3.5 Caso a resposta anterior seja digital, quais os motivos? 70
4.3.6 Em quais lugares você costuma ler o livro digital (e-book)? 71
4.3.7 Em que momento você lê o livro digital (e-book)? 72
4.3.8 Em que plataformas você lê o livro digital (e-book)? 73
4.3.9 Como você tem acesso ao livro digital (*e-book*)? 74
4.3.10 Qual o formato de arquivos de livro digital (*e-book*) utilizado? 76
4.3.11 Você acha que Santa Maria estimula o consumo de livros digitais? 77
4.4 Entrevistas 78
4.4.1 Análise das entrevistas 78
4.4.2 Entrevistado 1 78
4.4.3 Entrevistado 2 80
4.4.4 Entrevistado 3 83
4.4.5 Entrevistado 4 86
4.4.6 Entrevistado 5 88

4.5 Análise geral dos entrevistados.....90

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 95

REFERÊNCIAS..... 98

APÊNDICE..... 103

INTRODUÇÃO

O livro digital, ainda pouco difundido e consumido, devido à forte cultura do livro impresso, provoca mudanças nos hábitos de quem busca aventurar-se nesse novo mercado. A troca de dispositivo causa impactos e transformações, como, por exemplo, a migração do papel para a tela, o modo de leitura nesses aparelhos, e a inserção de recursos interativos, como hipertextos e hiperlinks.

No Brasil, a trajetória de vendas mostra o panorama do livro digital. Segundo pesquisa feita pela Simplíssimo[1], publicada no Publishnews[2], em dezembro de 2009, havia cerca de trezentos *e-books* em português à venda na livraria Gato Sabido, pioneira no mercado de *e-books* no Brasil. Alguns meses depois, entre março e abril de 2010, as livrarias Saraiva e Cultura também aderiram à venda de *e-books*. Outras editoras, no entanto, não julgaram necessária a venda de livros digitais. Em abril de 2011, segundo os números fornecidos pelas livrarias, havia apenas três mil *e-books* em português à venda. Em 2012, porém, a situação mudou; os livros digitais triplicaram, com a Gato Sabido chegando a sete mil *e-books* disponibilizados.

Em 2013, a Câmara Brasileira do Livro (CBL) realizou uma pesquisa nas editoras. Um percentual de 68% das editoras que participaram da enquete já aderiu ao mercado de livros digitais. Os representantes da maioria dessas editoras acreditam que o livro digital vai ultrapassar o livro impresso em volume de vendas, em um espaço de tempo entre dois e dez anos. Com mais editoras produzindo *e-books*, novas livrarias têm-se aventurado no mercado de livros digitais, que está sendo estimulado pelo crescente consumo de leitores desse suporte.

Objetiva-se, neste trabalho, fazer uma análise dos consumidores desse novo negócio que é o livro eletrônico. Para isso, foi realizado um estudo na cidade de Santa Maria, localizada na região central do Rio Grande do Sul.

Entende-se que esse estudo é importante e necessário para descobrir que valores o público consumidor atribui aos livros digitais, quem é esse consumidor, quais são as decisões que toma na hora da compra, e que motivações recebe para

---

[1] Empresa que oferece serviço de produção de *e-books* para autores e editoras: www.simplissimo.com.br

[2] Site especializado em estudar o mercado editorial brasileiro. Link da pesquisa: http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=67073

realizá-la. A partir da obtenção dessas respostas, pretende-se traçar um perfil para esse público consumidor no contexto estudado.

A escolha do tema do consumo do livro digital apresenta-se, além do exposto anteriormente, por ser uma problemática recente, alvo de inúmeras discussões e um assunto em constante atualização. Além disso, esse tema foi escolhido com a finalidade de colaborar com as áreas de comunicação digital e de produção editorial. Esta possui pouquíssimos trabalhos sobre a temática em questão.

Durante a pesquisa e elaboração do estado da arte deste trabalho foram encontrados diversos artigos e monografias que discorrem sobre os livros digitais, poucos, porém, relacionados à questão do consumo, que será abordada no terceiro capítulo desta monografia.

Em 2013, a pesquisadora e antropóloga Isabel Travancas realizou um estudo em que relata a escassez de pesquisas sobre livro, leitor e leitura, no âmbito da comunicação, em nosso país. A autora cita onze pesquisas que envolvem o tema, porém apenas uma, realizada pela Câmara Brasileira do Livro – Retratos da leitura no Brasil, trabalha com o livro digital. Todas as outras tratam sobre a leitura no suporte impresso. (TRAVANCAS, 2013).

Outro ponto relevante para o entendimento da escolha do tema deste trabalho é o interesse pessoal e profissional da pesquisadora. Não existem pesquisas sobre o consumo de livros, do ponto de vista do consumidor, em Santa Maria – RS. Logo nessa localidade, que é conhecida como “cidade cultura” e “cidade universitária”, principalmente pelo grande fluxo de estudantes, consumidores potenciais desse produto.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o consumo de livros digitais na cidade de Santa Maria – RS. Os objetivos específicos são três: a) Analisar o público santa-mariense consumidor de livros digitais; b) Identificar o perfil desse novo consumidor; c) Definir possíveis tendências de comportamento desse consumidor.

Para a construção metodológica deste trabalho foram realizadas uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa empírica. Esta foi de caráter qualitativo, dividida em duas fases: a primeira desenvolvida por meio de um questionário online, a segunda, com a realização de entrevistas em profundidade, para investigar os hábitos, motivações e entender como se dá o consumo de livros digitais pelos santa-marienses.

Dessa maneira, a pesquisa apresenta-se estruturada em quatro capítulos, três teóricos e um metodológico e analítico. No primeiro capítulo são estudadas as transformações dos suportes de leitura até o surgimento do livro impresso, mediante autores como Labarre (1951), Martins (1998), e Burke e Brigs (2004). Ainda neste capítulo, estuda-se a transição do livro impresso para o digital, utilizando-se o aporte teórico de autores como Chartier (1998), Carvalho (2007) e Jenkins (2008).

No segundo capítulo, discorre-se sobre o livro digital, explicando o que é, quando e como surgiu, e como se dão sua constituição, formatos e aplicativos. Nesse ponto dialoga-se com autores como Procópio (2010), Levy (1999), (2009), e Scolari (2008).

No terceiro capítulo faz-se uma abordagem sobre os estudos de consumo, no qual busca-se entender conceitos do consumo cultural em diferentes perspectivas, por meio dos estudos de Canclini (2005) e de autores como Escostesguy e Jacks (2005), Hall (1997), Rocha (2006), Silverstone (2002) e Travancas (2013).

No quarto capítulo descrevem-se os procedimentos metodológicos sobre o objeto, bem como as análises e resultados da pesquisa empírica. Para fundamentar esses procedimentos adotam-se autores como Gil (2008), Figueredo (2004) e Manzini (1991).

Por fim, apresentam-se as considerações finais do estudo sobre o consumidor de livros digitais santa-marienses e as referências para a realização desta monografia.

1. HISTÓRICO E TRANSFORMAÇÕES DO LIVRO IMPRESSO

As transformações dos suportes de leitura da escrita até o livro impresso causaram diversos impactos culturais na sociedade, desde as formas de ler até as formas de pensar.

Os primeiros registros do homem foram feitos em tabuletas de argila, passando pelo papiro, pelo pergaminho e pelo códice até chegar ao livro, sendo cada suporte um avanço do anterior e revolucionando as formas de ler e escrever.

Com a invenção da prensa de Gutenberg na Europa, por volta de 1450, várias modificações foram feitas no modo de produção dos livros. Esses passaram a serem impressos em grande quantidade, quando antigamente eram produzidos de forma manual, o que significava mais lentidão e menor número. Segundo Briggs e Burke (2004, p. 24), a circulação de livros até o ano de 1500 alcançava cerca de treze milhões de exemplares. Assim, a prensa se estabelece como parte do “trio prensa-pólvora-bússola”, marco da Era Moderna (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 26).

A invenção de Gutenberg foi fundamental, pois atuou “como um catalisador, mais ajudando as mudanças sociais do que as originando” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 31). A prensa possibilitou que publicações fossem padronizadas e escritos fossem preservados, de forma a disseminar o conhecimento e dar “margem a uma crítica à autoridade, facilitando a divulgação de visões incompatíveis sobre o mesmo assunto” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 30).

O livro, em sua trajetória, passou por diversas modificações, de formato e suporte, adaptando-se às novas mídias, ganhando novas características e novos suportes. Como consequência disso, também foram surgindo diferentes modos de leitura e de consumo. O próximo capítulo apresenta um apanhado dessas transformações e um histórico das formas de comunicação e escrita até a chegada do livro impresso e sua transição ao livro digital.

1.1 Do papiro ao papel

O livro impresso surgiu no século XV, com a invenção da prensa de Gutenberg. Entretanto, seu surgimento está ligado às formas de escrita, as quais já eram praticadas muitos anos antes. O homem sempre demonstrou vontade de comunicar-se, a comunicação sempre foi uma necessidade básica para sua existência. Desde a época das cavernas, o homem já registrava o que pensava e os acontecimentos de seu cotidiano. O que consta, neste capítulo, é a história da evolução de suporte, começando pelo papiro, passando pela prensa, até chegar ao formato digital do livro.

As primeiras formas de escrita, utilizadas há cerca de cinco mil anos pelos egípcios, eram desenvolvidas manualmente, em rolos de papiro (Figura 1), planta comum no Egito, encontrada às margens do rio Nilo. Devido à sua consistência macia, o caule do papiro era usado como suporte físico para a escrita.

Segundo Labarre (1981, p. 8), para utilizar o papiro, o miolo era cortado, e a parte branca e porosa era retirada em lâminas. Quando ficavam secas, essas lâminas eram mergulhadas em água com vinagre, onde ficavam por seis dias, para eliminar todo o açúcar que continham. Uma vez secas, as lâminas eram dispostas em fileiras horizontais e verticais, sobrepostas umas às outras. Na sequência, eram colocadas entre dois pedaços de tecido de algodão, sendo prensadas e mantidas por seis dias. Com o peso da prensa, as lâminas misturavam-se homogeneamente, formando um papel amarelado, pronto para uso. Depois de pronto, o papiro era enrolado a uma vareta de madeira ou marfim, para criar o rolo que seria usado na escrita.

> O papiro permaneceu o suporte essencial do livro do Egito e difundiu-se no mundo grego e no império romano; manteve-se até o século X ou XI da nossa era, quando era utilizado quase exclusivamente pela chancelaria romana (LABARRE, 1981, p.9).

Segundo Martins (1998, p. 61), o papiro é o mais célebre de todos os produtos empregados na escrita.Isso devido à sua importância histórica, bem como aos textos que nele foram escritos.

Figura 1 - Papiro, utilizado na escrita pelos Egípcios.

Fonte: http://www.fascinioegito.sh06.com/papiro%20hunefer.jpg

Os romanos aperfeiçoaram a técnica dos egípcios, passando a escrever em pergaminhos (Figura 2), que levavam esse nome por serem produzidos primeiramente pelos habitantes da cidade de Pérgamo. Para a sua produção, “utilizavam-se peles de carneiro, bezerro, cabra, bode, até mesmo de jumento ou antílope” (LABARRE, 1981, p. 10). O preparo do pergaminho para a escrita envolvia uma série de operações; dava-se da seguinte forma:

> as peles eram lavadas, secas, estiradas, estendidas no chão, com o pelo para cima, cobertas com cal viva no lado da carne; depois se pelava o lado do pelo, empilhavam-se as peles num barril cheio de cal; por fim, poliam-se e talhavam-se consoante o corte pretendido (LABARRE, 1981, p. 10).

O pergaminho apresentava vantagens importantes em relação ao papiro e outros suportes existentes até então. De acordo com Pinheiro (1999, p. 70), suas vantagens eram devidas à matéria ser sólida e flexível, o que facilitava a raspagem, tanto durante o seu preparo como durante a correção dos escritos. A flexibilidade do pergaminho também permitia o corte nas dimensões necessárias e a escrita nas duas faces, o que não era possível fazer com o papiro.

Figura 2 – Pergaminho

Fonte: http://br.pixersize.com/adesivos/mapa-antigo-pergaminho-10223606

A necessidade de evoluir e de atualizar o suporte foi o que levou o homem à invenção do papel. A escassez do papiro e a aspereza do pergaminho não satisfizeram as necessidades dos chineses, que utilizavam um delicado pincel para escrever.

> É tão grande o seu predomínio que ele começa por usurpar o nome do seu predecessor e deseja substituí-lo não somente na evolução histórica, mas também na memória dos homens: com efeito, papel vem, etimologicamente, de papiro, que era *papyrus* em latim e *papuros* em grego. Mas, ainda uma vez, o nome poucas relações tem com a coisa, e o papel não é um derivado do papiro: é o seu rival vitorioso. O papel do Egito, tão caro aos escribas ancestrais, foi derrotado por completo quando o papel se tornou conhecido no Ocidente. (MARTINS, 1998, p. 111).

O chinês T'sai Lun, por volta do ano 100 d.C, depois de fazer muitas experiências, inventou o papel, utilizando como material refugos de seda,

> o processo consiste ainda em misturar fibras vegetais desintegradas com água e espalhar, em seguida, essa mistura igualmente sobre uma armação ou molde de rede, através dos quais a água se escoa, deixando uma película de fibras empastadas, que, depois de seca, constitui o papel (McMURTRIE, 1965, p. 70)

Segundo Labarre (1981, p. 32), os chineses mantiveram essa invenção em segredo por cerca de seiscentos anos. Os árabes somente tomaram conhecimento da existência do papel pelo ano de 750, durante as guerras contra a China, quando os chineses caíram como prisioneiros e foram obrigados a revelar a forma de fabricação. Os mouros, povos árabes, levaram o papel do Oriente para Europa, por volta do século XII.

Ainda antes da chegada do livro impresso, surgiu o códice (Figura 3). Tratava-se de manuscritos gravados em madeira, um avanço do rolo de pergaminho. O rolo era muito incômodo, pois, quando se desejava encontrar determinada passagem no meio de uma obra, era preciso desenrolá-lo até achar o trecho, depois enrolá-lo novamente.

O códice foi popularizado pelos cristãos, que utilizaram-no como forma de distribuir a bíblia, visto que era um suporte barato, portátil e de fácil montagem. Além disso, era mais fácil de armazenar e de proteger. O códice por sua vez, foi substituído pelo livro impresso.

Figura 3 - Códice

Fonte: http://www.snpcultura.org/fotografias/vol_codex_sinaiticus_584px_3.jpg

1.2 O surgimento da imprensa

O uso de tipos móveis como método de produção de livros na Europa foi uma grande mudança na era dos manuscritos e da impressão em blocos de madeira, Johannes Gutenberg (Figura 4) foi o pioneiro na impressão por meio de tipos móveis. Com isso não inventou, mas “reinventou” a imprensa no século XV.

Figura 4 - Johannes Gutenberg.

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d7/Johannes_Gutenberg.jpg

A técnica utilizada para a impressão dos caracteres móveis é, na verdade, asiática, e teve início quando surgiu o papel, feito pelos chineses. Em 1401, Pi Ching criou uma maneira de imprimir sobre o papel, em que tipos móveis eram colocados em placas de argila e pressionados sobre a folha. Entretanto, as placas não resistiam ao uso prolongado, e também não eram muito viáveis, pois o alfabeto chinês continha muitos caracteres, mais de dois mil. O não uso desse material feito pelos chineses, mais o uso de novas formas de tipografia, atribuíram a Gutenberg a invenção da imprensa.

> Todas as discussões nos conduzem invariavelmente, como se vê, a Gunterberg, que tem a seu favor não somente as premunições históricas, mas ainda a certeza de que, na pior das hipóteses, aperfeiçoou definitivamente processos rudimentares da tipografia que acaso conhecera (MARTINS, 1998, p. 144)

A partir de 1438, o alemão Gutenberg iniciou um acordo de negócios, que financiou seus primeiros experimentos na impressão. Ele utilizava a tipografia, e transformava os tipos de madeira em chumbo, o que tornava as composições mais atrativas e convincentes.

Essa primeira fase da imprensa foi marcada por dois fatores decisivos para a sua evolução: a escolaridade (grande parte da população era analfabeta) e o poder aquisitivo (o papel impresso era muito caro).

As contribuições de Gutemberg para a impressão foram inúmeras, podendo-se citar, entre elas, a invenção de um processo de produção em massa de tipo móvel e a utilização de tinta à base de óleo. Sua invenção mais importante e conhecida foi a união desses elementos em um sistema prático, que permitiu a produção em massa de livros impressos, e que era economicamente rentável para gráficas e leitores.Sua maior obra foi a impressão da Bíblia em forma de livro.

A imprensa moderna surge com o invento da tipografia. Gutenberg revolucionou os métodos de compor ao permitir o reaproveitamento dos caracteres na produção de páginas diferentes, acelerando a impressão. Antes, o custo do livro era alto, pois esse tinha de ser copiado à mão ou ser impresso pelo método da gravura: cada página era gravada manualmente na madeira (xilografia) antes de ser impressa, o que era muito trabalhoso e demorado.

Conforme cita Macedo (2011, p. 31), o mais importante feito da imprensa de Gutenberg não foi exatamente a popularização da informação (afinal, a maioria da população não sabia ler), mas sim a quebra da posse e do controle da Igreja sobre a informação. Dessa forma, a elite leiga começou a “pensar sozinha”. Ler passou a ser uma necessidade para a elite governante, que desenvolveu, a partir daí, novas formas de organizações políticas, econômicas e sociais.

O desenvolvimento da imprensa foi um processo de muitas descobertas e, consequentemente, desafios. “A descoberta da tipografia não se pôde, portanto, realizar, senão à custa de múltiplas dificuldades e de longos tateamentos. Foi necessário a Gutenberg toda uma vida de trabalho para colocá-la em condições de funcionar [...]” (LABARRE, 1981, p. 45). Apesar das dificuldades financeiras para implementar seus projetos e dos processos judiciais, Gutenberg conseguiu levar a produção de livros a um novo patamar. Ao longo do tempo, a técnica tipográfica foi sendo disseminada e a imprensa, consolidada.

Segundo monografia de Macedo (2011, p. 32), a Revolução Industrial permitiu avanços nos modos de impressão. Em 1846, o Americano Richard Roc, lançou a primeira máquina rotativa de uso comercial. Em 1884, a invenção do linotipo, por Ottamar, deu continuidade aos avanços de impressão. Da mesma forma, o monotipo inventado Lanston, em 1887.

Após os progressos da Revolução Industrial do século XIX, no século XX a fotocomposição foi introduzida nas impressões da maioria dos jornais e revistas. A Revolução Técnico-Científica da segunda metade do século XX fez com que o modo

de produção da mídia impressa fosse alterado. Os textos passaram, então, a ser feitos em computadores, para facilitar o trabalho. Os produtos impressos começaram a dar origem aos produtos eletrônicos, como, por exemplo, os CDs. Além disso, seus conteúdos passaram a ser publicados na internet.

1.3 A transição do impresso para o digital

Nesta parte do trabalho, faz-se uma descrição da longa trajetória pela qual passou o livro impresso, que foi notoriamente importante para o desenvolvimento e compartilhamento de saberes desde os séculos passados até a atualidade.

Nos últimos anos, com a introdução da leitura em um ambiente digital, o mundo editorial ganhou novas perspectivas, e os livros também passaram por algumas adaptações. Para abordar a transição do impresso para o digital, utiliza-se, neste subcapítulo, os estudos de Jenkins, em convergência com os de Procópio. Para Procópio, essa trajetória pode ser uma transformação:

> Passamos pela era Gutenberg, pelo desenvolvimento da imprensa, e chegamos aos *e-books*, que simplesmente estão transformando o modo de ler os livros no mundo. É o texto eletrônico dando forma nova às histórias [com imagens, sons e viagens paralelas – links]. São milhares de letrinhas que, juntas, formam o pensamento da história humana, e que pode ser acessado de maneira muito rápida e prazerosa, num aparelho que cabe na palma da mão. (PROCÓPIO, 2010, p.21)

Enquanto objeto de leitura, o livro, segundo Chartier (1998), vive uma pluralidade de existências, sendo a eletrônica apenas uma delas. Percebe-se, portanto, uma forma de convivência entre o tradicional e o revolucionário nesse cenário de profundas mudanças pelas quais têm passado os objetos de leitura.

A transição do livro impresso para o digital criou novos padrões comportamentais, tanto perceptivos, quanto participativos, mudando a forma do objeto, da interação e, consequentemente, a forma de consumo. O papel foi trocado pela tela; o folhear pelo toque; as notas de rodapé, por hiperlinks e hipertextos; e as imagens, por animações, instigando o leitor a buscar e experimentar novas formas de leitura.

A sociedade vive sob o impacto das novidades e das transformações tecnológicas, porém ainda tem o direito da escolha:

> No século XXI, a preservação do livro como objeto de leitura está assegurada porque na garantia do acesso à informação e ao conhecimento permanece inalterada o binômio escrita e leitura. Isto porque o livro impresso e o digital coexistirão, cabendo ao leitor a escolha mais adequada às suas necessidades em diferentes circunstâncias. (CARVALHO, 2006, p. 8)

Pode-se observar que nenhuma mídia vai deixar de existir, e que a convivência com os novos meios vai provocar uma complementaridade quase que automática, onde conteúdo e informação vão vir da escolha do usuário, o qual decidirá se quer usar o suporte digital ou o impresso.

Os mercados midiáticos estão passando por uma mudança de paradigma, na verdade, uma quebra. Até pouco tempo, acreditava-se que, com o surgimento de uma nova mídia, a antiga seria eliminada; porém, não é isso que está acontecendo, os suportes estão entrando em convergência. Nas palavras de Jenkins, a convergência pode ser definida como um contexto em que:

> as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. [...] Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 29).

Como ressalta o autor, a convergência é um processo tecnológico, porém não deve ser reduzida a isso, já que representa também “uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 29).

De acordo com Jenkins, os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos, o que está acontecendo, especificamente, é que suas funções estão sendo transformadas pela introdução de novas tecnologias, como é o caso da transição do livro impresso para o digital, “Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um

estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado (JENKINS, 2009, p. 41)”

Os velhos meios de comunicação não morrem, o que morre são as ferramentas de tecnologia de distribuição usadas para acessar seu conteúdo. O público da mídia pode mudar, o seu status social pode subir ou cair, mas ele vai seguir funcionando dentro de um sistema de maiores opções de comunicação, e suas funções serão transformadas pelos novos meios de tecnologia.

A convergência surge por vários conteúdos e em várias plataformas, onde o meio se mantém, mas as tecnologias mudam. O processo de convergência é complexo e está em constante mutação, uma vez que é dependente da relação da tecnologia com a cultura. A tecnologia assume, assim, um papel secundário, sendo que a mudança cultural é quem vai dizer o que vai acontecer. A transição impresso-digital é relacionada diretamente com a convergência, de modo que o livro digital reúne características do impresso, antigo suporte, e novos recursos, possibilitando, assim, a expansão do mercado editorial e a participação ativa de usuários consumidores.

A expansão do mercado se dá pela facilidade que o usuário tem ao comprar um livro por um clique e receber imediatamente o conteúdo na tela do seu aparelho, do mesmo modo que o autor, ao disponibilizar o conteúdo na rede, permite que qualquer pessoa, de qualquer lugar do mundo possa efetuar o download do arquivo ou efetuar sua compra. Se comparado ao livro impresso, o livro digital possui poucas barreiras em termos de expansão. O armazenamento, o frete e as despesas com transportadoras ficam fora do processo de compra, o que também facilita e reduz custos para as editoras e empresas.

A participação ativa de usuários é também um aspecto da convergência proposta por Jenkins (2009) e talvez não seja uma novidade, visto que existem inúmeros fóruns de internet e páginas de discussões sobre livros impressos. No caso de alguns *e-readers*[3], como o da Kobo[4], o usuário pode descobrir, por exemplo, quantas pessoas estão lendo o mesmo livro que ele e quais partes do livro são suas favoritas, além de publicar comentários e impressões sobre as passagens desse com os outros. Esses leitores contam ainda com recursos de avaliação, como:

[3] Leitores específicos para o livro digital.
[4] Leitor de livros digitais da marca Kobo.

“gostei”, “não gostei” e “fazer um comentário”. Toda a interação que o leitor fizer no *e-reader* pode ser compartilhada com o público nas redes sociais.

Nessa transição para o digital, os leitores devem-se utilizar as novas características a seu favor, desenvolvendo-as e aprendendo novos conceitos e ferramentas. Diante das inúmeras transformações e mudanças no mundo, como a revolução dos livros digitais, não podem deixar de pensar nas mudanças que esse novo formato de livro traz, o que vai ser trabalhado no próximo capítulo, sobre livro digital.

2. O LIVRO DIGITAL

Há quase quatro décadas que os livros começaram a sair das folhas de papel e partir para os computadores e dispositivos de leitura, modificando as formas de cultura e de consumo do objeto livro, ganhando o nome de *e-books*, ou livros digitais,

> O termo é uma abreviação de *electronic book* (livro eletrônico ou livro digital). Indica, em princípio, a versão eletrônica de um livro impresso que pode ser lido por meio de um *e-reader (electronic reader),* um computador [...] ou outro dispositivo que permita acesso a dados digitais, como alguns celulares. (GRUSZYNSKI, 2010, p. 427).

Podemos definir o livro digital como uma publicação eletrônica de obras, que podem ser uma versão de um livro impresso ou somente digitais, exclusivas do formato sem versão impressa e que devem ser lidas em um dispositivo digital o qual permite ao usuário diferentes formas de interação e leitura.

O livro eletrônico possui formato digital e tem diversas vantagens se comparado ao livro impresso, porque reúne uma série de recursos que não são possíveis com a utilização do papel. Citam-se, aqui, algumas de suas características, vantagens e desvantagens e, no decorrer do capítulo, sintetiza-se a sua história, com os principais acontecimentos até a consolidação do livro digital, os tipos de suporte, as aplicações e formatos que o *e-book* pode trabalhar.

Com o livro digital, é possível construir um ambiente virtual, e nele podem ser aplicados vários recursos hipermidiáticos. Os recursos variam conforme o formato do livro, desde integração de fotos a vídeos e também hipertextos.

Segundo Bairon e Feitosa (2012, p.10), a hipermídia resulta da convergência digital de conteúdos vindos de diferentes mídias como: rádio, TV, cinema, internet, revista e jornal impresso. É derivada de um movimento “hiperdinâmico”, de um ponto de intersecção no qual as informações se cruzam, sem um começo, meio ou fim preestabelecido.

Considera-se hipermídia o conjunto de meios hipertextuais, aqueles regidos pelos princípios do hipertexto que, segundo Pierre Lévy (1993), é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Lévy (1993) afirma que um hipertexto é um tipo de

programa para a organização de conhecimentos ou dados, para a aquisição de informações e para a comunicação.

O hipertexto surge com o americano Theodore Nelson, que usou o termo para definir a ideia de escrita e leitura não lineares em sistemas de informática. Segundo Bellei (2002), Nelson concebia o hipertexto como uma forma de escrita não sequencial em um texto que se espalha em ramificações e permite ao leitor escolher caminhos, [e que deve ser] preferencialmente lido em uma tela interativa (NELSON apud BELLEI, 2002, p. 43). A hipermídia é uma característica marcante do livro digital, ao contrário do seu suporte antecessor, o livro impresso.

As formas de comunicação que estão surgindo e seus suportes diferenciam-se dos tradicionais, principalmente devido a aspectos como a digitalização, a reticularidade, hipertextualidade, interatividade e multimidialidade (SCOLARI, 2008). Pode-se afirmar que isso ocorre no suporte do livro com Negroponte (2000, p. 71), “num livro impresso, frases, parágrafos, páginas e capítulos sucedem-se numa ordem determinada não somente pelo autor, mas também pela configuração física e sequencial do próprio livro”. O livro impresso sempre estará determinado a uma dimensão física que o delimita. No livro digital isso não acontece. O espaço do conteúdo não é limitado e possui ferramentas para isso não acontecer.

A digitalização é um processo através do qual os sinais elétricos passam de um domínio analógico para um binário. Para os textos, a conversão em formato digital facilita não só a reprodução e distribuição sem perda de qualidade, como também a fragmentação, manipulação, combinação e recomposição de seus elementos. Sem a digitalização, não existiria hipertexto nem interatividade. “Mais além do suporte final do produto (papel, emissão radiofônica ou televisiva, web), em maior ou menor medida todo o processo de produção se digitalizou” (SCOLARI, 2008, p. 82).

A reticularidade é o desenvolvimento da comunicação mediada por computador, é a lógica das redes, desde o surgimento da internet, do e-mail, um conjunto de objetos ligados uns aos outros, que possibilita à informação chegar a todos os lugares de forma muito mais rápida.

A interatividade é uma das marcas principais da comunicação. Segundo Scolari (2008), aqui o leitor é também produtor: ele é quem decide os caminhos a serem percorridos. Pode ser de várias formas: pessoa – pessoa, pessoa-computador ou computador- computador, o usuário pode seguir opções limitadas ou

participar ativamente sem limitações. No conceito de interatividade também entra o hipertexto, como explicado anteriormente, que são as camadas de dados relacionadas entre si que permitem gerar uma informação a partir de escolhas aleatórias, criadas pela interatividade do usuário.

A multimidialidade vai ser remetida à convergência de meios e linguagens, possibilitada pela digitalização. A multimidialidade reconfigura a disposição das informações, o que pode incluir diversas possibilidades de leitura com o texto multissequencial, construído a partir da interação do leitor. Além de misturar, em um mesmo local, linguagem verbal, sonora e visual.

Para os que já compraram um *e-book*, as principais vantagens são: a portabilidade; a possibilidade de comprar um livro onde estiver e recebê-lo no momento imediato da compra; o preço (ainda que não muito diferente do impresso); a possibilidade de fazer anotações e depois importar essas informações para o computador ou para um arquivo digital.

Além desses recursos, o livro digital ainda tem a questão positiva da sustentabilidade, o usuário pode carregar diversos livros em apenas um aparelho, dispensando peso excessivo e ocupando menos espaço. Além disso, utiliza-se apenas armazenamento online, não é necessário o corte de árvores, nem o gasto com transporte e armazenamento de madeira.

A desvantagem no mundo digital é que o custo ambiental unitário de um livro de papel ainda é menor que o custo de um leitor digital, o que pode valer a pena para pessoas que o usariam com mais frequência. Do mesmo modo, os custos de um livro digital são menores, e podem ser mais acessíveis à população (mas apenas se essa tiver acesso também aos aparelhos de leitores digitais) (ATITUDE SUSTENTÁVEL, 2011). Outro fator que também influencia na hora da compra é o alto preço dos *e-readers*, bem como a baixa disponibilidade de livros que compõem o acervo dos sites de vendas.

2.1 Cronologia do livro digital

O livro digital é mais antigo do que se imagina, não se trata de um assunto recente, pois sua invenção já completa mais de quatro décadas. Neste subcapítulo,

será feita uma cronologia da trajetória do livro digital, desde o seu surgimento até os dias atuais, com o relato dos principais acontecimentos.

Em 1971, os livros no formato digital surgiram, por Michael Hart, que fundou o Projeto Gutenberg[1]. Esse projeto surgiu da ideia de retribuir um acesso à informática, no seu primeiro ano da faculdade na Universidade de Illinois, já que acessar um computador era difícil e caro. Hart obteve livre acesso a um computador, e decidiu digitalizar o primeiro livro eletrônico da história, a declaração da independência americana. Michael percebeu que tudo que era feito no computador poderia ser reproduzido rapidamente e distribuído, assim deu prosseguimento às suas atividades de digitalização de livros com o Projeto Gutenberg (HART, 1992). Segundo o projeto, a filosofia é disponibilizar informação, livros e outros materiais ao público em geral, de forma que a vasta maioria dos computadores, programas e pessoas possam facilmente ler, usar, citar e pesquisar (HART, 2007).

Entre 1985 e 1992, a Voyager Company foi uma das pioneiras a trabalhar com livros virtuais, geralmente aproveitando a interatividade possível no formato. Eles apresentavam um projeto chamado “Expanded Books”, que foi a primeira tentativa de criar livros digitais melhorados, ou seja, disponíveis em CDs, com áudio, imagens, opções de fonte, marcadores e notas. A empresa produziu mais de 60 títulos, além de um kit de ferramentas para autores e editoras produzirem seus próprios *e-books*. O formato não deu muito certo, pois era muito caro para época e rodava em um sistema operacional pouco comum. (THE DIGITAL READER, 2013)

No ano de 1993, surgiu o *software* da Digital Book Inc. Seu inventor foi Zahur Klemath Zapata, que desde a década de 1980 imaginava o livro na tela do computador, mas tinha pouco conhecimento na área de informática, além de poucos recursos. Somente dez anos depois conseguiu realizar seu projeto, que, com um formato próprio, disponibilizaria os primeiros *e-books* gravados em disquetes. (DIGITALBOOKS, 2012) Nesse projeto ele lançou um disquete contendo 50 livros no formato DBF (*digital book format*).

Em 1998, surgiram os primeiros leitores de livros digitais, os *e-readers*. As empresas SoftBook Press de Mentlo Park e a NuvoMedia Inc. de Palo Alo, lançaram os *e-readers* SoftBook Reader e Rocket e-book. Segundo Procópio (2010, p. 24), são dois dispositivos eletrônicos capazes de armazenar em formato digital em torno de cinco mil páginas de livros, com recursos de gráficos, ilustrações, e figuras. Aqui

também apareceram os primeiros fornecedores de livros digitais em inglês, como o ereader.com [5]e ereads.com[6].

No ano 2000, Procópio (2010) conta que Sthephen King, conhecido por suas bem sucedidas histórias de suspense, ficção e terror, foi o primeiro autor a tornar disponível um livro na internet apenas em formato digital. Após estar recuperado de um acidente, King lançou o livro *Riding the Bullet*, uma história de literatura fantástica, que foi impactante para o cenário digital,

> King foi um verdadeiro desbravador de fronteiras quando lançou de forma inédita o primeiro livro comercializado exclusivamente via Internet [...] causou rebuliço na rede e fez aumentar o olhar do grande público para os livros eletrônicos. (PROCÓPIO, 2010, p. 156)

O Livro foi lançado pela Simon & Schuster ao preço de US$2.50, em uma época em que o *e-commerce*, o comércio na internet, ainda estava sendo implantado, e logo nos primeiros dias de venda os servidores do site ficaram congestionados com as compras, devido ao grande número de interessados no livro. Em um final de semana, o *e-book* conseguiu atingir a marca de quinhentas mil cópias vendidas. Foi o começo do maior retorno positivo sobre o livro eletrônico digital.

Em 2005, o site Bookboon.com deu um salto estratégico e tornou-se a primeira empresa de publicação de livros em todo o mundo a concentrar-se 100% sobre *e-books* gratuitos. Desde então, a empresa vem com o objetivo de estabelecer novos padrões no mundo da edição, com base nas necessidades dos leitores. O site oferece uma enorme gama, com mais de 1000 livros gratuitos para estudantes universitários e profissionais de negócios. (BOOKBON, 2005)

Continuando a cronologia, em 2007 a Amazon[7] lança o Kindle[8] nos EUA, com mais de 90 mil livros disponíveis na Loja Kindle, incluindo os títulos da lista de mais vendidos segundo o New York Times[9]. A primeira versão do Kindle custava 399 dólares, tinha apenas 250 MB de armazenamento interno e tela de seis polegadas. Foi a única a trazer um espaço para cartões de memória. Com sua tecnologia de

---

[5] Fornecedor de livros digitais em inglês - http://www.ereader.com
[6] Fornecedor de livros digitais em inglês - http://www.ereads.com
[7] Empresa multinacional de comércio eletronico dos Estados Unidos com sede em Seattle, estado de Washington
[8] Kindle é um leitor de livros digitais desenvolvido pela Amazon
[9] New York Times é um jornal de circulação diária, internacionalmente conhecido, publicado na cidade de Nova Iorque e distribuído nos Estados Unidos e diversos países.

tinta eletrônica, que forma as palavras na tela a partir de pulsos elétricos, o dispositivo foi o responsável por revolucionar o setor de livros eletrônicos. Apenas cinco horas após seu lançamento, o dispositivo já estava esgotado. A reposição levou cerca de cinco meses para acontecer, em abril de 2008. (VEJA, 2013).

Em 2010 o iPad, um modelo de tablet, é anunciado e junto com ele o aplicativo iBooks. A iBooks Store segue o padrão App Store e iTunes e chega em parceria com as cinco maiores editoras dos Estados Unidos – Penguin, HarperCollins, Simon & Schuster, Macmillan e Hachette Book Group. (PUBLISHNEWS, 2010). Vem pra concorrer com o Kindle, da Amazon.

Em 2012, é divulgada pela Simplíssimo uma pesquisa sobre a situação dos *e-books* no Brasil, mostrando o cenário desse recurso no país. A livraria brasileira com a maior oferta de *e-books* era a Gato Sabido, com 7.292 títulos em português. Com a pesquisa foi possível afirmar que já existem mais de 11 mil *e-books* em português disponíveis. Seis meses depois da realização dessa pesquisa, uma nova foi realizada e o número de *e-books* em português ultrapassou dezesseis mil títulos. (SIMPLÍSSIMO, 2012).

Em 2013, o Saraiva Reader, aplicativo de leitura de *e-books* da Saraiva, atingiu a marca de dois milhões de downloads nas plataformas iOS[10], Android[11] e também para computadores. Segundo a livraria, o catálogo conta com vinte mil títulos em língua portuguesa e duzentas e vinte editoras. (PUBLISHERNEWS, 2013)

Atualmente, o cenário de *e-books* está em ascensão, os livros digitais estão chegando às escolas, o crescimento de lojas e obras digitais é notável. Segundo projeção para 2014, os *e-books* devem chegar a 2,5% do total do faturamento do segmento no mercado editorial brasileiro. (EBOOKREADER).Esse crescimento é devido às altas vendas de *smartphones* e *tablets*.

2.2 Formatos de arquivos do livro digital

Os livros digitais podem ter várias extensões. Um dos motivos apontados por Procópio (2010) de o livro digital não ter se tornado mais popular em menos tempo é a existência de dezenas de formatos de arquivos eletrônicos. Em outras palavras,

[10] iOS é o sistema operacional móvel da Apple inc.
[11] Android é um sistema operacional baseado no núcleo do Linux para dispositivos móveis, desenvolvido pela Open Handset Alliance, liderada pelo Google e outras empresas.

além de existir vários tipos de aparelhos eletrônicos (*hardware*) e vários tipos de sistemas operacionais (*software)*, há a problemática de haver diversos tipos de formatos. Entre os formatos mais comuns estão: ASCII, TXT, HTM, HTML, XHTML, XML, OPF, LIT, PRC, PDB, PDF, WAP, xdoc, WML, DOC, DocPalm, RTF, RB, EXE, ePub, entre outros. Não existe um formato de arquivo de livro eletrônico que seja melhor que o outro, porém o mais popular desses formatos de livro eletrônico é o PDF (*Portable Document Format*), e o formato mais convergente e padrão é o ePUB. Aqui, são elencados os principais formatos de arquivos de livros digitais.

O PDF foi criado pela Adobe Systems e lançado em 1990 como uma forma confiável para visualizar, imprimir e compartilhar informações com outras pessoas, independentemente do sistema operacional do computador. Com o surgimento da Internet, veio também um grande incremento da distribuição de informações, além do aumento da quantidade de computadores, navegadores da web e sistemas operacionais. Durante esse período de crescimento sem precedentes, o PDF emergiu como a forma mais confiável de distribuir documentos via web. Com o direcionamento da Adobe, o PDF foi adotado pela International Organization for Standardization (ISO) como o padrão para o arquivamento de documentos eletrônicos (ADOBE SYSTEMS, online). O PDF ainda carrega uma discussão, se deve ou não ser considerado um *e-book*, porém com suas características apresentadas e a definição de livro digital no início deste capítulo consideramos o PDF como um formato de leitura de *e-books*.

O ePUB (eletronic publication) foi um formato criado para a padronização e a democratização de acesso aos *e-books*. Essa extensão é baseada na linguagem XML (uma “evolução” do HTML), livre e aberta, o que significa que qualquer pessoa consegue colaborar para o seu aperfeiçoamento. (TECMUNDO, 2010)

Segundo a Simplíssimo (2010), a adoção do formato ePub, internacionalmente, decorre de duas necessidades básicas. A primeira é estabelecer um padrão aberto para os *e-books* que não pague nada para nenhuma empresa e possa ser aperfeiçoado ao longo do tempo, com a evolução do mercado. A segunda é permitir que o livro possa ser lido pela maior quantidade de aparelhos e programas possíveis, usando apenas um formato, para economizar tempo e dinheiro através de toda a cadeia de produção de *e-books*. Por isso, a escolha da linguagem aberta e a simplicidade do formato ePub foram decisões refletidas, que visaram facilitar a adoção e o emprego do formato sem maiores dificuldades e investimentos.

Um livro feito em ePub possui uma característica principal, permite que a leitura seja uma experiência boa em qualquer tipo de tela, independente do tamanho, ou do sistema. Pode-se aumentar ou reduzir o tamanho da fonte, alargar ou diminuir o tamanho da página. Com isso, é possível ler o mesmo *e-book*, o mesmo arquivo, em vários aparelhos, não importanto se a leitura é no celular, no *smarthphone*, no e-reader, tablet ou no PC. O texto é redimensionado automaticamente para o tamanho da tela.

O formato Mobi foi criado na época dos Palms pela Mobipocket, a empresa foi adquirida pela Amazon em 2005. Os arquivos MOBI são geralmente classificados como arquivos de dados baseados no padrão aberto em formato XHTML[12].

Arquivos .mobi são suportados pelo Kindle, da Amazon, pelo Mobipocket Reader, e uma série de outros dispositivos. É um tipo de arquivo ideal para textos corridos, romances e ficções. Permite pouca personalização, e por isso é mais pobre que o ePub. O formato AZW, da Amazon, é uma versão do MOBI com DRM[13], a proteção antipirataria. (REVOLUCAOEBOOK, 2013)

O aplicativo é um formato que ajuda a desempenhar uma tarefa específica, Segundo Cunha e Aragão, citado por Mello (2013, p. 42): “Aplicativos são pequenos *softwares* instalados em sistemas operacionais de *smartphones* e *tablets*, com a possibilidade de acessar conteúdos *online* ou *off-line*.” O aplicativo conta com recursos mais avançados e não é aceito nos *e-readers*, somente em *tablets* e *smarthphones*, por usarem de tecnologia mais avançada. Um livro desenvolvido por aplicativo também tem a característica de poder ser atualizado pela loja virtual a partir do lançamento de novas versões.

2.3 A constituição do livro digital

O livro digital ou *e-book* apresenta diversas características que podem diferenciá-lo do suporte impresso, sendo mais marcante a leitura em um suporte

[12] XHTML é a sigla inglesa para EXtensible HyperText Markup Language que em Português significa Linguagem Extensível para Marcação de Hipertexto. É uma linguagem de construção de páginas na internet criada a partir da linguagem HTML (versão anterior) juntamente com a linguagem XML, transformando-se em uma linguagem padronizada para web.

[13] O DRM - Digital Right Management (gerenciamento de direitos digitais) é um conjunto de tecnologias utilizado em conteúdos digitais para controlar a criação de cópias não autorizadas.

eletrônico. O livro digital está em constante mudança para satisfazer as necessidades da era tecnológica. Para José Furtado,

> um *e-book* consiste num conjunto que agrega um texto electrónico codificado e publicado sob forma digital passível de ser descodificado através de um programa de leitura para livros electrónicos; que deve poder ser adquirido seja através da Internet seja num suporte digital autônomo e que deve poder ser lido independentemente da conexão à Internet; e que necessita de ser integrável num dispositivo de leitura adequado para se tornar legível para um leitor. Todos estes elementos devem ser considerados em simultâneo de modo a constituírem uma unidade de publicação coesa. (FURTADO, 2010)

O livro eletrônico deve, então, integrar esse conjunto entre texto, plataforma e software, o que coincide com o pensamento de Procópio (2010, p. 45), que conceitua os *e-books* em três partes: Software, hardware e conteúdo. Essas três partes devem estar em sintonia para que o livro eletrônico obtenha compatibilidade, oferecendo uma boa leitura e consequentemente alcance um bom desempenho e conquiste o público leitor. Aqui nesse subcapitulo trabalham-se as características do *e-book* através do *software*, e nos seguintes serão trabalhados hardware e conteúdo.

O Software, para Procópio (2010, p. 227), é qualquer conjunto de instruções que controle a operação de um computador, o mesmo que um aplicativo. Sem um aplicativo de leitura, um *hardware* não absorve o conteúdo. Logo, *software* é o aplicativo que vai fazer a leitura do arquivo do livro digital, dando as funcionalidades desses recursos para a leitura, o qual, em um dispositivo digital, seja um *tablet*, *smarthphone* ou outro meio, vai ser instalado para fazer a decodificação de dados e exibir ao consumidor o conteúdo.

Existem diversos tipos de *softwares* para lerem arquivos, e alguns deles fazem apenas a leitura de um formato próprio, não permitindo a leitura de formatos de outras empresas, obrigando o consumidor a fidelizar-se à marca. No entanto, para Procópio (2010), os melhores formatos são aqueles compatíveis com HTML ou XML, formatos que são baseados em formatos abertos, ou seja, um formato padrão.

Entre as características gerais dos aplicativos de livros digitais, existem ferramentas que tornam a leitura mais interessante e dinâmica. Quais sejam: a criação de uma biblioteca personalizada, onde o usuário pode definir os livros que mais lhe interessam por categorias; a visualização de progresso da leitura; os

marcadores de página, para destacar assunto de seu interesse; o acesso direto à loja online, para comprar livros com um clique; a alteração de fonte e do brilho da tela, para tornar a leitura mais fácil e menos cansativa; a busca rápida por texto; a criptografia de dados; a criação de notas, entre muitas outras possibilidades, variando as funcionalidades conforme o aplicativo.

Aqui, devido à infinidade de leitores de arquivos digitais, citam-se apenas alguns deles e suas características.

2.3.1 Adobe Acrobat e-book Reader

O Adobe Acrobat e-book Reader (Figura 5), um dos primeiros aplicativos feitos para a leitura de *e-book*, desenvolvido pela Adobe Systems, é um leitor usado para leitura de arquivos digitais em formato PDF, que permite, em sua versão paga, alguns recursos como marcador de texto, lupa e realce.Apresenta-se em um sistema de biblioteca pessoal, que permite guardar e organizar *e-books* em uma biblioteca digital.

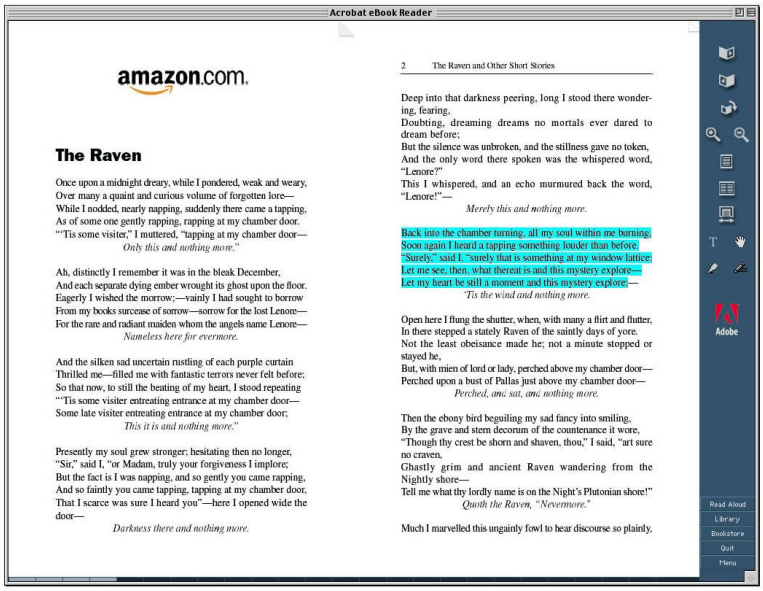

Figura 5 - Adobe e-book Reader

Fonte: http://www.writinginstructor.com/files/images/ebookreader2.jpg

2.3.2 MS Reader

O Microsoft Reader (Figura 6), leitor da Microsoft, foi lançado em abril de 2000, um dos primeiros aplicativos desenvolvido para livros digitais baseado no padrão OeB/XML, ou seja, um formato padrão. O lançamento do produto foi uma espécie de resposta da Microsoft aos aplicativos lançados por empresas como a Adobe.

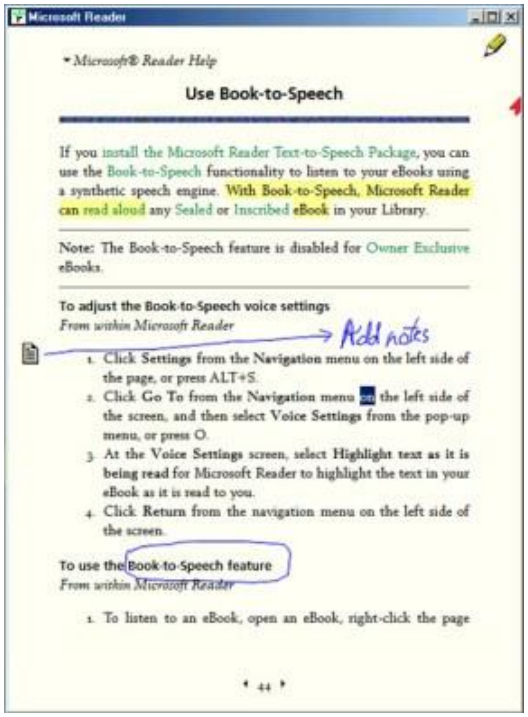

Figura 6 - MS Reader

Fonte: http://ebookpress.files.wordpress.com/2011/08/tela-do-microsoft-reader.jpg

Esse leitor foi um modo que a Microsoft achou de chamar a atenção para os novos equipamentos, Pocket e Tablet PCs, anunciados na mesma época pela empresa (EBOOK READER, Procópio, 2011). O lançamento do Microsoft Reader foi um marco na história dos livros digitais e inspirou empresas como a Barnes & Noble a disponibilizarem aos leitores cerca de dois mil títulos para compra e download imediato (EBOOK READER, Procópio, 2011).

2.3.3 Aldiko Book Reader

O Aldiko Book Reader (Figura 7) é um dos softwares mais baixados atualmente para leitura de dispositivos móveis, na plataforma Android, contando com

mais de quinze milhões de downloads em todo o mundo (ALDIKO, 2014). Ele permite navegar e baixar milhares de livros para *smartphones* ou *tablets* direto do aplicativo. Seus recursos na versão Premium incluem marcadores, navegação pelo sumário, night mode, ajustes no brilho e na diagramação do livro. Trabalha com os formatos ePUB, PDF e ACSM.

Um ponto crítico a favor do Aldiko é que ele não desconfigura a diagramação original do seu livro digital, ao contrário dos outros aplicativos mais conhecidos. (SIMPLÍSSIMO, 2011).

Figura 7 - Interface do Aldiko

Fonte: Print do Autor

Fundada em 2009, Aldiko é dedicado a criar tecnologia inovadora para entregar e consumir conteúdos digitais em dispositivos móveis. Os objetivos da empresa são: fornecer uma plataforma aberta onde os editores e livreiros podem facilmente distribuir conteúdo digital para leitores de todo o mundo e proporcionar aos leitores as ferramentas para acessar e ler o conteúdo digital de uma ampla gama de fontes de imediato e de forma integrada, (ALDIKO, 2012).

2.3.4 Calibre

O Calibre (Figura 8) é um leitor de *e-books* para computadores. O programa é compatível com praticamente qualquer plataforma (Windows 32 e 64, Mac OS e Linux, além de ter uma versão portátil) e permite o controle total do conteúdo a ser lido ou guardado. (INFO, 2013) É um programa de código aberto que surgiu no final de 2006. O programa é feito por usuários de *e-books* para os usuários de *e-books*.

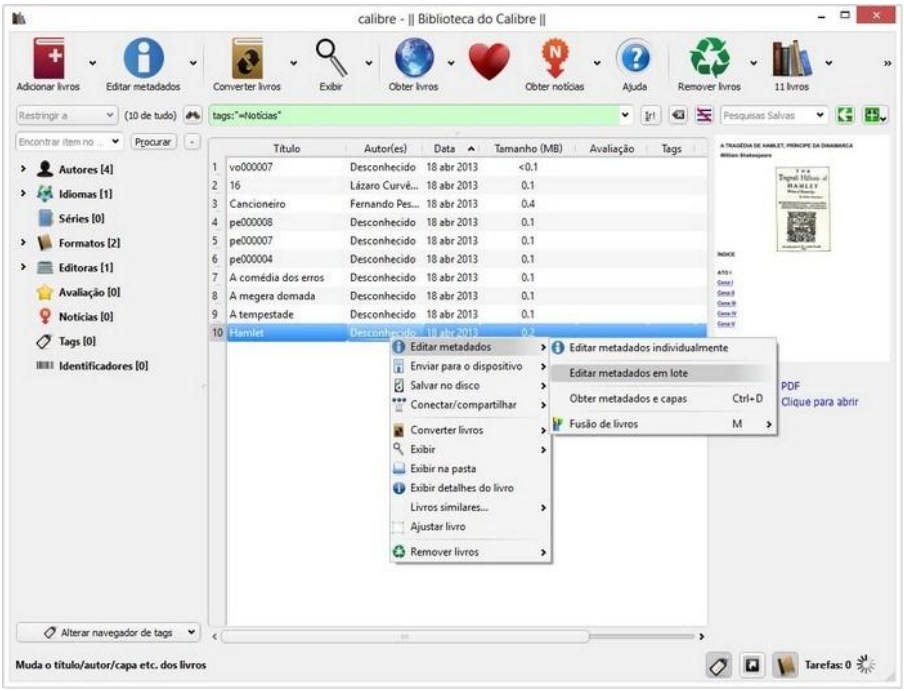

Figura 8 - Calibre

Fonte: http://img.ibxk.com.br/2013/4/programas/5793318112532.jpg

O programa, além de ser gratuito, possui uma infinidade de características como gestão de Biblioteca, conversão de *e-book*, sincronização para dispositivos de leitura, entre outros (CALIBRE, 2009).

2.4 Principais dispositivos para leitura

Entre os suportes ou hardwares que os livros digitais podem ser acessados estão os computadores, *notebooks*, *smartphones*, celulares, *tablets* e os *e-readers*. O e-reader é um aparelho específico, especialmente preparado e dedicado à leitura. Procópio (2010, p. 30) cita que os principais componentes dos *e-readers* são a

bateria, o sistema operacional (com o aplicativo de leitura), a tela de LCD[14]e a memória.

A principal vantagem dos *e-readers* é que eles são feitos exclusivamente para a leitura, diferentemente dos outros suportes. As telas dos outros dispositivos, como *notebooks* e smarthphones, são feitas com LED[15] e LCD, oferecendo imagens vibrantes, mas cansativas para longas horas de leitura. Outra desvantagem é que são muito reflexivas, principalmente ao se tentar utilizar o aparelho a céu aberto. As telas dos *e-readers* são feitas com e-ink, uma espécie de tinta eletrônica, que não possui luz própria e reflete a luz do local, tornando a leitura agradável como se fosse no papel. As telas dos *e-readers* são ideais para leitura, até mesmo em ambientes externos (TECHTUDO, 2013). Mais uma vantagem que Procópio (2010, p. 57) traz em seu livro é que, no lugar de várias páginas de papel, o livro digital utiliza apenas uma página de papel eletrônico para imprimir a informação de todas as páginas de um determinado material, variando sua capacidade conforme o dispositivo.

Os *tablets* também entram nos dispositivos para leitura, apesar de não serem feitos especialmente para isso, mas muitas pessoas optam pela compra desse dispositivo, pois a maioria contém redes sem fio, tela LCD, bateria de duração intermediária, tela sensível ao toque, e um processador potente para rodar aplicativos e realizar tarefas que não são possíveis com um e-reader.

Os dispositivos eletrônicos, conforme dito anteriormente, são divididos em *software*, *hardware*, conteúdo (PROCÓPIO, 2010), além das características dos aplicativos (softwares). Aqui, apresentam-se os principais dispositivos para a leitura dos *e-books* e suas configurações.

2.4.1 SoftBook

O Softbook (Figura 9) foi um dos primeiros e-readers a serem lançados, juntamente com o Rocket Ebook, em 1998. O e-reader era capaz de armazenar mais de cinco mil páginas de livros digitais, além de recursos como textos, gráficos e ilustrações.

---

[14] LCD é a sigla para "Liquid Crystal Display" que em português significa tela de cristal líquido.
[15] LED é a sigla para “Light Emitting Diode” que em português significa um diodo emissor de luz.. Sua funcionalidade básica é a emissão de luz em locais e instrumentos onde se torna mais conveniente a sua utilização no lugar de uma lâmpada

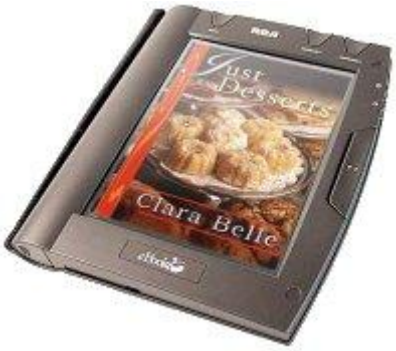

Figura 9 - Softbook

Fonte: http://www.mediamente.rai.it/divenirerete/010504/Frontiere/fig45.jpg

O SoftBook foi desenvolvido pela IDEO, uma organização de *design* e inovação fundada em Palo Alto.

> O hardware do SoftBook já trazia uma tela com backlight [luz de fundo] com a tecnologia touch-screen [display sensível ao toque, de 9.5 polegadas, ou 24 cm diagonais], com um aplicativo para a leitura dos livros eletrônicos e com uma eBookStore de qualidade, certamente mais eficiente até que muitas soluções hoje disponíveis no mercado, se fôssemos usar de comparação. (PROCÓPIO, 2010, p.24)

O SoftBook, juntamente com o Rocket Ebook, são a prova de que o livro digital não é um assunto novo, e de que desde 1998 o produto já tinha potencial de vendas, pois ambos já competiam entre si nas vendas.

2.4.2 Nook

O nook (Figura 10) é o *e-reader* da Barnes & Noble; possui tela *e-ink,* e bateria que pode durar até dois meses com uma única carga. Esse dispositivo já vem com espaço de 2 GB para cerca de mil livros, pesa 212 gramas e tem tela de seis polegadas. Usa o sistema operacional Android.

Figura 10 - Nook

Fonte: http://howtonook.files.wordpress.com/2011/06/nook_front_view.jpg

2.4.3 Kindle

O Kindle (Figura 11), leitor da Amazon lançado em 2007, foi o responsável por revolucionar o setor de livros eletrônicos, devido ao seu grande sucesso de vendas. Entre suas características, 250 MB de armazenamento interno e tela de seis polegadas. A Amazon foi a única a trazer um slot para cartões de memória SD. Também contanto com o sistema de tinta eletrônica, o e-ink. O kindle atualmente já possui mais de quatro gerações.

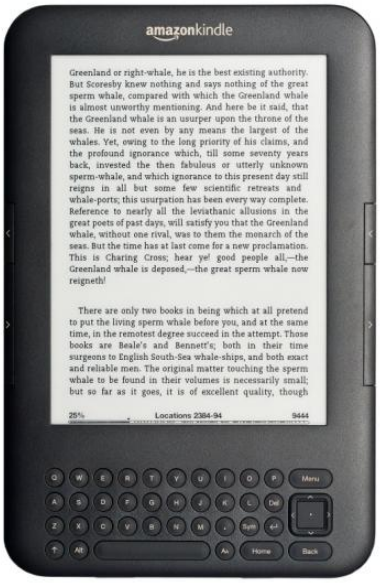

Figura 11 - Kindle

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/00/Amazon_Kindle_3.JPG

2.4.4 Kobo Touch

O Kobo Touch (Figura 12) é um dos diversos modelos de e-reader da Kobo. Ele possui *design* contemporâneo e pesa 185 gramas. Foi desenvolvido para tornar a leitura confortável aos olhos até em ambientes com luz intensa. O aparelho é compatível com textos em diversos idiomas e é capaz de armazenar até mil *e-books*, podendo expandir essa memória com cartão SD. A distribuição dos *e-books* funciona de forma aberta, ou seja, permite a leitura dos títulos comprados também em outros dispositivos, conceito que a Kobo chama de *'read freely'*.

Figura 12 - Kobo Touch

Fonte: http://cover.livrariacultura.com.br/imagens/imagem/capas_lg/074/42157074.jpg

2.4.5 iPad

O iPad (Figura 13) é um dispositivo em forma de Tablet produzido pela Apple, sua primeira versão foi lançada em 2010, e atualmente conta com mais de quatro gerações. Entre suas características principais destacam-se a internet sem fio e a 3g, o Bluetooth, a tela sensível ao toque, a capacidade de armazenamento de 16, 32, ou 64 GB. Para quem tem um iPad, o aplicativo iBooks, da Apple, pode ser baixado gratuitamente e dá acesso à iBookstore, a loja online da empresa. Há cerca de duzentos mil títulos nessa loja para o usuário baixar e comprar para fazer a leitura no dispositivo.

Figura 13 – Ipad

Fonte: http://isuba.s8.com.br/produtos/01/00/item/112743/0/112743028SZ.jpg

2.4.6 Smartphone

O Smartphone (Figura 14) é um aparelho móvel com características avançadas em termos de *hardware* e *software*, as quais permitem com os seus programas executarem tarefas mais complexas, que não são possíveis em um aparelho celular comum. Para a leitura de *e-books*, a maioria dos *smartphones* tem ajuste de luz na tela, além de possuir diversos aplicativos com características específicas que podem ser baixados online, variando de dispositivo e sistema operacional.

Figura 14 - Galaxy s3 mini

Fonte: http://i.mlcdn.com.br/1500x1500/smartphone-samsung-galaxy-s3-mini-3g-android-4.2cam.-5mp-tela-4-34-super-amoled-proc.-dual-core-155505000.jpg

3. CONSUMO DO LIVRO DIGITAL

Os estudos de consumo ocupam hoje diversas áreas. O consumo é estudado pela antropologia, pela economia, pela comunicação, pela psicologia, e por muitos outros campos. Consumir é uma necessidade básica do ser humano, Segundo Silverstone (2005, p.150), o consumo é a única atividade essencial em que o ser humano envolve-se diariamente com a cultura dos tempos. O consumo pode ser definido como

> o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais. (CANCLINI, 2005, p. 60)

Segundo Canclini, o consumo é um lugar para pensar, no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades. Quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e se elabora o sentido social, é preciso analisar como essa área de apropriação de bens e signos interfere de uma forma mais ativa na participação daquelas que recebem o rótulo de consumidores. Em outras palavras, modo de consumir pode mudar o significado de ser cidadão.

Este capítulo traz uma breve abordagem cultural sobre o consumo, na qual busca-se entender conceitos do consumo cultural em algumas de suas perspectivas, para que a pesquisa sobre o público consumidor de livros digitais santa-mariense seja compreendida.

3.1 Consumo cultural e midiático

Os estudos de consumo são compreendidos nesta pesquisa em sua aproximação com os estudos culturais e de recepção. Escostesguy e Jacks (2005) realizam na obra *Comunicação e Recepção* um resumo das mais importantes correntes de pesquisa e estudos culturais desenvolvidos na América Latina com fortes influências dos estudos culturais britânicos.

Os estudos culturais buscam compreender na sociedade contemporânea justificativas para as transformações ocorridas nas mais diversas formas da vida social, econômica e política da sociedade atual. Segundo Hall (1997, p. 17), trata-se de uma verdadeira “revolução cultural”, em que:

> a cultura tem assumindo uma função de importância sem igual no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia, aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e à disposição de seus recursos econômicos e materiais. (HALL, 1997, p. 17)

Então, o consumo cultural busca mostrar uma teoria sociocultural do consumo para abordar os processos de comunicação e recepção dos bens simbólicos.

Os estudos culturais britânicos segundo Escosteguy (2000) surgem, de forma organizada, através do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra do pós-guerra. Escosteguy destaca que as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade (os seus modos culturais, práticas culturais e instituições), assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, comporão o eixo principal de observação desse centro de estudos, ou seja, os estudos culturais britânicos irão pesquisar as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade.

Os estudos culturais latino-americanos aparecem no âmbito da comunicação e recepção nos quais surgem teorias voltadas à realidade latino-americana, em que são consideradas o contexto de colonização exploratória, globalização, industrialização tardia e modernização acelerada. Segundo Escosteguy (2000, p.19), na América Latina, uma reflexão crítica começou a surgir, principalmente, na década de 1980, tendo como eixo central as novas configurações da cultura popular a partir da manifestação das indústrias culturais. Escosteguy destaca no seu livro que

> O interesse central dos estudos culturais é perceber as intersecções entre as estruturas sociais e as formas e práticas culturais. Assim, a análise dos meios de comunicação pelo prisma dessa perspectiva, na América Latina, é vista como comunicação, mas em relação à cultura e aos processos políticos, isto é, como parte da problemática do poder e hegemonia. (ESCOSTEGUY 2010, p.49)

Os estudos culturais latino-americanos tentam, num primeiro momento, gerar competências pertinentes à mudança social. Ou seja, observa-se uma forte tendência social nos estudos culturais latino-americanos, percebida não só no

momento inicial, mas ainda com repercussões na atualidade. Podemos destacar as contribuições de Néstor García Canclini ao tratar do consumo cultural (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p. 57), trazendo o conjunto de processos socioculturais nos quais se realiza a apropriação e o uso dos produtos.

Neste subcapítulo, abordam-se as principais correntes de pesquisa, para um melhor entendimento do consumo no sentido cultural e antropológico e não apenas de mercado, tentando compreender como é a apropriação do livro digital.

Segundo Canclini (1993, p. 24), o consumo não é um ato individual, irracional, movido pelo desejo, no qual são exercitados apenas gostos pessoais. Conforme Jacks (1994, p. 2), isso anulará concepções derivadas do racionalismo frankfurtiano e do mecanicismo economicista para incorporar a complexidade da vida cotidiana, o espaço da criatividade do sujeito e a possibilidade interativa na relação com os meios de comunicação. A análise das formas culturais contemporâneas, os movimentos sociais, a problematização da dominação, a mudança de um paradigma centrado na ideologia, para um questionador da hegemonia e a discussão da identidade, configuraram-se como o ponto de partida para a formulação de um pensamento latino-americano sobre cultura e comunicação (JACKS, 1994).

Canclini propõe a articulação de seis teorias, sob o argumento de que nenhuma é autossuficiente para explicar o consumo: “lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital”, “lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social”, “lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos”, “sistema de integração e comunicação”, “cenário de objetivação dos desejos” e “processo ritual” (CANCLINI, 2005).

A primeira abordagem teórica para o autor é de que o consumo é compreendido pela racionalidade econômica. O consumo é compreendido como um ciclo de produção e reprodução social (CANCLINI, 2005, p. 61), não são as necessidades ou gostos individuais que determinam o que, como e quem consome, mas sim as grandes estruturas de administração do capital. O sistema econômico de trabalho pensa como produzir a força e aumentar a lucratividade de produtos, e essa não é uma escolha da sociedade. Segundo Escosteguy e Jacks (2005, p. 58), a racionalidade econômica é a primeira teoria que ajuda a compreender as estratégias de mercado, através da racionalidade dos produtores que deverá ser confrontada com a dos consumidores.

Uma segunda abordagem teórica discorre que os estudos marxistas sobre o consumo superestimam a capacidade de determinação das empresas em relação aos usuários e às audiências. Uma teoria mais complexa sobre a interação de produtores e consumidores, emissores e receptores, mostra que no consumo também se revela uma racionalidade sociopolítica interativa. (CANCLINI, 2005, p. 61) Nessa teoria, o consumo é “o lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p. 58). Podemos entender que a construção dessa relação da racionalidade sociopolítica está baseada não somente na questão da produção, mas principalmente nas questões educacionais, nas inovações tecnológicas, e na necessidade de afirmar-se em relação ao outro. Como afirma Castells, (2000) “o consumo é um lugar onde os conflitos entre as classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade em relação à distribuição e à apropriação dos bens”.

Entender o consumo como lugar de diferenciação e distinção entre as classes e os grupos – aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora. Essa é a terceira abordagem proposta por Canclini para se pensar o consumo, na qual mostra que existe uma lógica na construção dos signos de *status* e na maneira de comunicá-los. Nas sociedades contemporâneas, boa parte das relações se constrói pela disputa à apropriação dos meios de distinção simbólica (CANCLINI, 2005, p. 62). Segundo Jacks e Escosteguy (2005, p. 59), o consumo é um espaço onde se tem distinções entre as classes, que são resultado de modos diferenciados de uso e apropriação de bens.

A quarta perspectiva apresentada define o consumo como racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade (CANCLINI, 2005, p. 63). Essa teoria diz que o fator consumo atua como integrador de classes, que unem através de produtos transculturais – TV, novela, samba, entre outros. Ou seja, o consumo atua como elemento socializador mesmo quando mantém determinadas distinções (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, 2005, p. 59). Sendo assim, esse seria definido como “lugar para identificar e analisar o sistema de integração e comunicação’”.

A quinta teoria apresentada por Canclini é sobre o consumo como fruto do desejo. O autor trata sobre a racionalidade do desejo, que não é saciada por nenhuma instituição social, e mostra que essa teoria é relacionada pelos rituais, em que alguns grupos selecionam e fixam os significados que regulam a sua vida. Essa

teoria entende o consumo como um processo ritual em que consiste em ‘dar sentido ao fluxo rudimentar dos acontecimentos’ (CANCLINI, 2005, p.65)

Canclini, na apresentação de sua sexta e última abordagem, escreve sobre o consumo por meio de uma perspectiva antropológica. Nesta concepção o consumo ser uma prática coletiva, através da qual são selecionados e fixados seus significados sociais muito além das necessidades e desejos. Dessa maneira, pode-se perceber o consumo como racionalidade cultural. (CANCLINI, 2005, p. 66).

Isabel Travancas explica sobre essa abordagem antropológica de consumo, a qual é baseada em estudar objeto citado através de gestos e rituais de uma sociedade, com um significado simbólico, não somente de valor mercadológico. Busca entender o consumo de objetos através de sua cultura e atribuição de valores, variando o seu significado de acordo com a sociedade em que se insere.

> Um dos aspectos importantes para pensar o consumo sob uma ótica antropológica leva em conta que, sem o consumo, um objeto não se completa como produto. O consumo deve ser entendido como uma linguagem dentro de uma perspectiva simbólica. Retoma-se a ideia de que a antropologia está preocupada com o significado e que esse significado é construído pelos grupos sociais. Portanto, os significados não "nascem" com os produtos, colados neles. Eles são dados, estabelecidos pela cultura. Por isso a antropologia se afasta da perspectiva exclusivamente financeira ou utilitária dos objetos. Como se fosse possível apreendê-los em sua totalidade apenas levando em conta o objetivo para o qual foram feitos ou seu custo e preço. O consumo pede uma reflexão mais sistemática que possibilite desvendar os seus significados culturais. Afinal, é inegável que ele se tornou um fenômeno cultural em nossas sociedades contemporâneas. (TRAVANCAS, p. 3)

Nesta monografia, há interesse em estudar o consumo do livro digital mediante seus significados, por isso o trabalho foi realizado para descobrir e compreender as motivações e hábitos desses consumidores. Entende-se que todas as abordagens sobre consumo são importantes, mas a partir de suas atribuições entende-se o consumo nesta pesquisa por sua perspectiva cultural. Nessa perspectiva, interessa saber o que os entrevistados consomem a maneira com que se apropriam do livro digital e o contexto em que se envolvem com esse objeto. (lugares, maneiras, rotinas, etc.).

O pensamento de Rocha (2006), contextualizado pela monografia de Pereira (2013 p. 17), afirma que o consumo é um sistema simbólico que articula coisas e seres humanos, e completa a ideia que estamos tentando articular, de que o livro digital produz significados simbólicos para seus leitores.

Acredita-se que a pesquisa se aproxima dessa abordagem, porque busca-se compreender os hábitos dos consumidores de livros digitais santa-marienses, além de seus costumes e tradições. Para entender como se dá o consumo do livro digital, o entendimento da perspectiva antropológica ajuda na interpretação das respostas desse estudo, que percebe as diferentes mudanças, impactos e transformações que o livro digital está trazendo para o consumidor santa-mariense.

3.2 Pesquisas sobre o consumo do livro

Ainda são raras as pesquisas sobre o consumo do livro digital no Brasil. Conforme Travancas (2013, p. 96), também são escassas no país as pesquisas sobre livro e leitura no âmbito da comunicação. Realiza-se, neste subcapítulo, um levantamento das principais pesquisas realizadas até hoje sobre o consumo de livros digitais no Brasil. Também são trazidas pesquisas com base nos estudos de Travancas (2013), que buscou os principais trabalhos envolvendo livro e leitura na comunicação.

Começando por um mercado mais abrangente, o consumo do livro impresso, Travancas (2013) fala sobre a pesquisa do professor Muniz Sodré (1988), uma reflexão sobre os best Sellers[16] e seu consumo, em que Sodré analisava os livros de maior venda como exemplares da categoria “literatura de massa”. Segundo Travancas (2013), Sodré concluiu em sua pesquisa que o *best seller* é visto como um produto de massa, resultado do processo capitalista de mercantilização. Nesse sentido, Sodré pode ajudar a entender, por meio de sua pesquisa, um pouco da cultura ocidental e de como populações pouco letradas se relacionam com a leitura.

A pesquisadora Sandra Reimão (1996) também é apresentada por Travancas (2013), por possuir diversos trabalhos publicados sobre mercado editorial e best sellers, em que discute o estudo desse campo, tanto na universidade como no âmbito de congressos da área. Em seu livro sobre a cena editorial brasileira, faz uma análise dos best sellers e da trajetória do mercado brasileiro dos anos 1960 aos 1990.

Travancas (2013) discorre sobre o trabalho desenvolvido por professoras cearenses Roberta Manuela Andrade e Erotilde Silva (2011), que aborda as práticas de leitura dos livros caracterizados como romances sentimentais por um grupo de

[16] Livros mais vendidos pelo mercado.

mulheres em Fortaleza. Segundo Travancas (2013), Andrade e Silva perceberam que essas mulheres consomem livros em espaços privados e públicos, de forma isolada ou compartilhada, em momentos diferentes. Compram livros em redes oficiais, trocam e negociam romances de coleções anteriores. A pesquisa foi feita em três espaços sociais distintos: bancas de jornal, sebos, e na comunidade virtual de leitoras de romances no Orkut, rede social.

A coletânea Meios e audiências (2008), organizada pela pesquisadora Nilda Jacks, apresenta uma investigação de teses e dissertações na área de comunicação no país sobre audiência, principalmente estudos de recepção, e não cita nenhuma pesquisa nessa área do consumo de livros impressos e digitais.

Considera-se muito importante para esta monografia a pesquisa Retratos da leitura do Brasil (2011), que está na sua terceira edição, realizada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL). É utilizada como referência para elaboração dos questionários e entrevistas. A pesquisa traça um perfil do leitor brasileiro e revela os hábitos de leitura, além de fornecer informações importantes para o mercado editorial. Esta pesquisa também conta com uma seção intitulada “Tendências” que traz dados específicos sobre o consumo de livros digitais no Brasil.

Os dados da pesquisa Retratos da leitura no Brasil, na seção “Tendências”, possuem como base de entrevistados 9,5 milhões de respondentes que são consumidores de livros digitais. Os dados da pesquisa revelam que o consumidor de livros digitais em sua maioria tem de 18 – 24 anos (29%), é jovem, e com a escolaridade de ensino superior (43%), tendo como perfil socioeconômico predominantemente das classes A, B, (53%) e C (42%). A maioria dos entrevistados gostou do primeiro contato com o livro digital e afirmou baixar gratuitamente pela internet o *e-book* (87%). A maioria dos entrevistados também acha que os livros impressos nunca vão acabar (continuarão a ser publicados) e irão conviver, igualmente, com os livros digitais.

Apesar de não ser uma pesquisa com o objetivo principal de estudar o consumidor de livros digitais, a Retratos da Leitura no Brasil consegue mostrar um panorama do livro digital no Brasil, servindo como importante (talvez principal) referência nos estudos dessa categoria de consumo de livros digitais.

Ainda na busca por trabalhos que estudassem especificamente o consumo de livros digitais, encontrou-se a monografia de Fabiana Stifelman Katz, estudante de administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), intitulada

“Estudo de comportamento de consumo de livros digitais”. A monografia foi escrita em 2011.

O trabalho de Fabiana buscou investigar o comportamento do consumidor de livros digitais em relação a livros impressos, e tinha como objetivo entender como ocorre a compra e a leitura de livros digitais, além de verificar as oportunidades e barreiras para o negócio de livros digitais no Brasil. Para isso, ela realizou um estudo exploratório com uma etapa qualitativa e outra quantitativa. Na etapa qualitativa, fez um estudo exploratório e realizou oito entrevistas em profundidade, com o objetivo de entender as motivações de consumo e rejeições em relação ao livro digital. Depois, em uma fase quantitativa, analisou respostas de 504 pesquisados que já haviam tido contato com o livro digital. A monografia concluiu que o livro digital ainda está em fase de introdução no Brasil, e que os consumidores estão aprendendo a utilizar o produto e seus recursos. O trabalho de Fabiana é voltado mais para o consumo mercadológico do livro digital, mas se faz importante na área de consumo, pois foi o único encontrado especificamente nesse tema, mesmo não pertencendo ao campo da comunicação social.

Esses trabalhos sobre o consumo do livro digital serviram de reflexão e referência para a realização dos questionários e entrevistas que serão apresentados no próximo capítulo.

4. O CONSUMO DO LIVRO DIGITAL EM SANTA MARIA

Neste capítulo apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para a elaboração desta monografia, bem como os resultados da pesquisa qualitativa, que foi dividida em análise de questionários online e entrevistas.

4.1 Procedimentos metodológicos

O presente trabalho é uma pesquisa qualitativa, dividida em dois eixos: uma pesquisa bibliográfica que, conforme explica Gil (2008, p. 69) "é desenvolvida a partir de material já existente, composto principalmente de livros e artigos científicos", e pesquisa empírica, com análise de questionários e entrevistas. As pesquisas qualitativas têm caráter exploratório, os dados são analisados em profundidade. Fazem surgir aspectos pessoais, atingem motivações não explícitas ou, mesmo, não conscientes, de forma natural e o número de entrevistados é pequeno. Para Figueiredo:

> As pesquisas qualitativas trabalham com dados não quantificáveis, coletam e analisam materiais pouco estruturados e narrativos, que não necessitam tanto de uma estrutura, mas em compensação requerem o desenvolvimento do pesquisador ao máximo. Desta forma, este tipo de pesquisa produz grandes quantidades de dados narrativos [...] (FIGUEIREDO, 2004, p.107)

Nesse caso, mesmo que a pesquisa tenha sido realizada pela aplicação de questionários para um número amplo de entrevistados, não se trata de uma amostra representativa do universo de consumidores do livro digital, e por isso não tem caráter quantitativo, a leitura dos dados é feita, então, de forma qualitativa.

No que diz respeito ao enfoque do problema da pesquisa empírica, baseada na experiência da pesquisadora, buscou compreender questões como: a mudança de suporte modificar o comportamento de consumo do leitor; as relações do consumidor entre preço, suporte e formato; e também de como é o consumo de *e-books* pelo público santa-mariense. Foi realizada a aplicação de um questionário online (Apêndice A), seguida de entrevistas. O questionário busca, segundo entendimento de (Gil, p. 121):

> Traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever

> as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa. (GIL, 2008, p.121)

Desse modo, para explicar os objetivos da pesquisa em questões específicas, foi realizada uma primeira fase, sobre o consumidor de livros digitais santa-mariense, no qual os respondentes preencheram o questionário online com dezenove questões abertas e fechadas, que buscaram traçar o perfil desse consumidor de livros digitais, por meio de questões sobre cultura, classe social e situações de relação com o livro digital. Os critérios obrigatórios para responder o instrumento eram: morar na cidade de Santa Maria e terem lido, ao menos, um livro digital.

Portanto, para essa investigação sobre o comportamento do consumidor de livros digitais santa-mariense, o questionário serviu de ferramenta inicial para a pesquisa. O questionário da pesquisa online foi respondido por um total de 176 pessoas, que acessaram o link da pesquisa realizada pelos Formulários do Google[17] no período de 27 dias[18]. O instrumento foi compartilhado via redes sociais, no Facebook, por ser uma rede social com grande fluxo de usuários ativos e pelo fato da pesquisadora fazer parte da rede, na qual divulgou o questionário por meio de grupos[19] relacionados à cidade de Santa Maria que participa: Cultura Santa Maria[20], Boate do DCE Oficial[21], Brick de Santa Maria[22], Clube Dores[23], Comunicação Social UFSM[24], Comilanças Santa Maria[25], Sebo - Santa Maria[26], e também por compartilhamento de *links* no mural por amigos e pessoas que estavam interessadas em divulgar a pesquisa. O questionário também foi enviado por *e-mail* para alguns contatos da pesquisadora, convidando-os a participarem da pesquisa,

---

[17] Os formulários do Google são ferramentas que servem para realizar pesquisas de modo direto e fácil. Os formulários do Google são na forma de questionário e transferem os resultados diretamente para uma planilha, para melhor organização das respostas e também fazem a tabulação automática das questões fechadas.

[18] O Questionário foi aplicado dia 02/04/2014 ao dia 29/04/2014 disponível no link <https://docs.google.com/forms/d/1znqIulduyR6A0x2f_WdVXZYmwRsMrNI6odWsFm1ru1w>

[19] Segundo o Facebook (2014), os grupos do Facebook facilitam a conexão com grupos específicos de pessoas, como familiares, colegas de equipe ou de trabalho. Grupos são espaços privados onde você pode compartilhar atualizações,interesses, fotos ou documentos, além de enviar mensagens a outros membros do grupo.

[20] Grupo Cultura Santa Maria - <https://www.facebook.com/groups/102657099889997>

[21] Grupo Boate do DCE Oficial - <https://www.facebook.com/groups/284275638280971>

[22] Grupo Brick de Santa Maria - <https://www.facebook.com/groups/bricksm>

[23] Grupo Clube Dores - <https://www.facebook.com/groups/clubedores>

[24] Grupo Comunicação Social UFSM - <https://www.facebook.com/groups/175140672587852>

[25] Grupo Comilanças Santa Maria - <https://www.facebook.com/groups/521747634586027>

[26] Grupo Sebo - Santa Maria - <https://www.facebook.com/groups/sebosantamaria>

caso se encaixassem na descrição de residirem em Santa Maria e serem leitores do livro digital. No arquivo do Google, constava o seguinte cabeçalho

> Este questionário objetiva traçar um panorama do consumo de livros digitais na cidade de Santa Maria RS - Brasil, e faz parte do trabalho de concluso de curso desenvolvido pela acadêmica Juliana Segalla, do oitavo semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), sob orientação da Professora Dra. Liliane Brignol. Todos os dados desta pesquisa serão usados apenas para fins acadêmicos, sendo resguardado o sigilo quanto aos dados pessoais dos colaboradores. Para responder, você precisa residir em Santa Maria e já ter lido algum livro no formato digital. Por livro digital ou e-book entendemos que são livros em formato eletrônico que podem ser lidos em diversas plataformas digitais, ou seja, computadores, smartphones, tablets, e-readers, e em diversos formatos, como ePUB, Mobi, PDF, entre outros. No final, pedimos que deixe seu email, caso queira colaborar com uma próxima etapa da pesquisa. Obrigada pela colaboração.

Esses 176 questionários foram utilizados efetivamente para análise dos resultados, que serão apresentados no próximo subcapítulo, com o objetivo da pesquisa de entender o comportamento de consumo de leitores de livros digitais na cidade de Santa Maria/RS. Após o encerramento da fase online do questionário e recolhimento das respostas, foi realizada a tabulação dos dados, que, como explicado anteriormente é feita de forma automática com questões fechadas pelos Formulários do Google. As questões abertas foram tabuladas manualmente, e em seguida analisadas.

Uma segunda fase começou a ser executada, após a análise desses dados da pesquisa online, na qual foram realizadas entrevistas presenciais e semiestruturadas, através de um roteiro (Apêndice B), com dezenove questões que foram aplicadas a cinco leitores de livros digitais. A definição da técnica de entrevista é dada por Gil (2008, p.109)

> a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

Para realizar a entrevista e coletar esses dados com maior profundidade, realizou-se a seleção dos entrevistados, utilizando um critério de contemplar uma diversidade de perfis, conforme dados obtidos no questionário online, na primeira

etapa da pesquisa empírica. Assim, buscou-se um entrevistado de cada faixa etária (18 a 24, 25 a 29, 30 a 39, 40 a 49 e 50 a 69 anos). Desses, quatro são mulheres e um é homem, residentes da cidade de Santa Maria. Todos os entrevistados já leram pelo menos um livro digital.

Os entrevistados foram selecionados pelo interesse em participar da segunda etapa da pesquisa, buscando atender a uma diversidade de ocupações profissionais, não tendo contato próximo com a pesquisadora. Todos os entrevistados foram contatados por *e-mail* com convite a participar da entrevista presencial, marcada para um local da preferência do entrevistado. O áudio da entrevista foi gravado e transcrito para melhor entendimento da análise.

As entrevistas realizadas foram classificadas como semiestruturadas, em que conforme explica Manzini (1991, p. 154) a resposta do entrevistado não está dependente de um roteiro de padrão rígido, como ocorre na entrevista estruturada. A entrevista semiestruturada está focalizada em um objetivo sobre o qual é montado um roteiro com perguntas principais, complementado por outras questões inerentes às circunstancias momentâneas à entrevista.

O roteiro das entrevistas foi composto de questões atreladas à experiência de consumo simbólico com o livro digital, que buscaram explorar suas relações de contato, desde seu primeiro uso até os momentos de leitura e motivações para utilizar o produto, além de investigar o conhecimento do entrevistado com a plataforma e seus diversos modos de utilização cotidiana, para assim definir como se dá a apropriação dos entrevistados com o objeto de estudo.

4.2 Análise dos Questionários

Neste subcapítulo é apresentada a análise da primeira etapa da pesquisa, constituída pelos questionários. Todos os gráficos e tabelas são de autoria da pesquisadora.

4.2.1 Perfil do entrevistado

As perguntas a seguir buscam identificar o usuário do livro digital em Santa Maria por meio do seu perfil, com perguntas básicas como sexo, região da cidade em que mora e profissão, para descobrir quem é esse consumidor de livros digitais na cidade.

4.2.2 Sexo

Dos 176 pesquisados que residem em Santa Maria – RS e já leram o livro digital, 114 são do sexo feminino e 62 do sexo masculino.

Tabela 1 - Sexo dos entrevistados

Sexo	Nº respostas
Feminino	114
Masculino	62

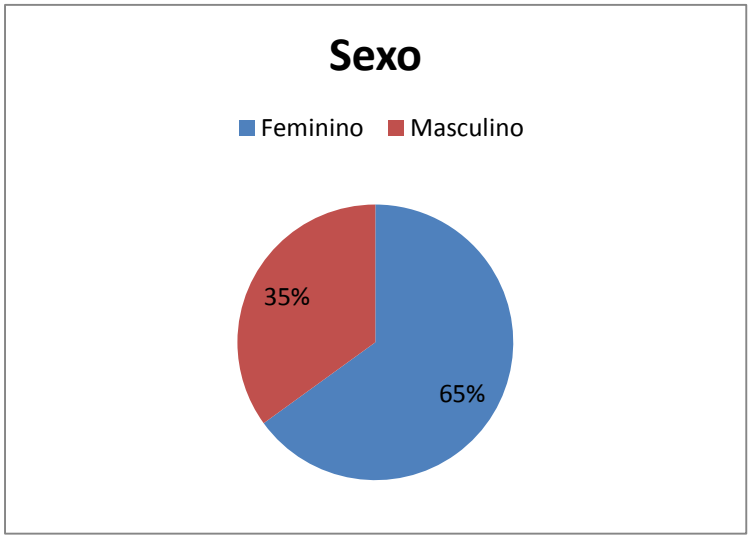

Figura 15 - Sexo dos entrevistados

4.2.3 Bairro

Em relação aos bairros, 176 respondentes residem em 27 bairros diferentes da cidade, sendo os maiores bairros da cidade Centro[27] e Camobi[28] com maior número de respondentes da pesquisa.

Tabela 2 - Bairro dos entrevistados

Bairro	Residentes
Centro	60
Camobi	38
Outros	21
N.S. Lourdes	17
Dores	5
Medianeira	5
Passo D'areia	5
T. Neves	5
Nonoai	4
Rosário	4
Itararé	3
N. S. Fátima	3
Parque Pinheiro	3
Urlândia	3
Total	176

[27] Considerado o marco zero da cidade, o bairro centro é o segundo maior bairro de Santa Maria e possui 17.847 habitantes, e uma área total de 1,9011km², de acordo com a ADESM, Agência de desenvolvimento de Santa Maria.

[28] Camobi é o maior Bairro de Santa Maria, com área de 20.3463km² e 21.822 habitantes, é a região que abriga a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e a Base aérea de Santa Maria (BASM).

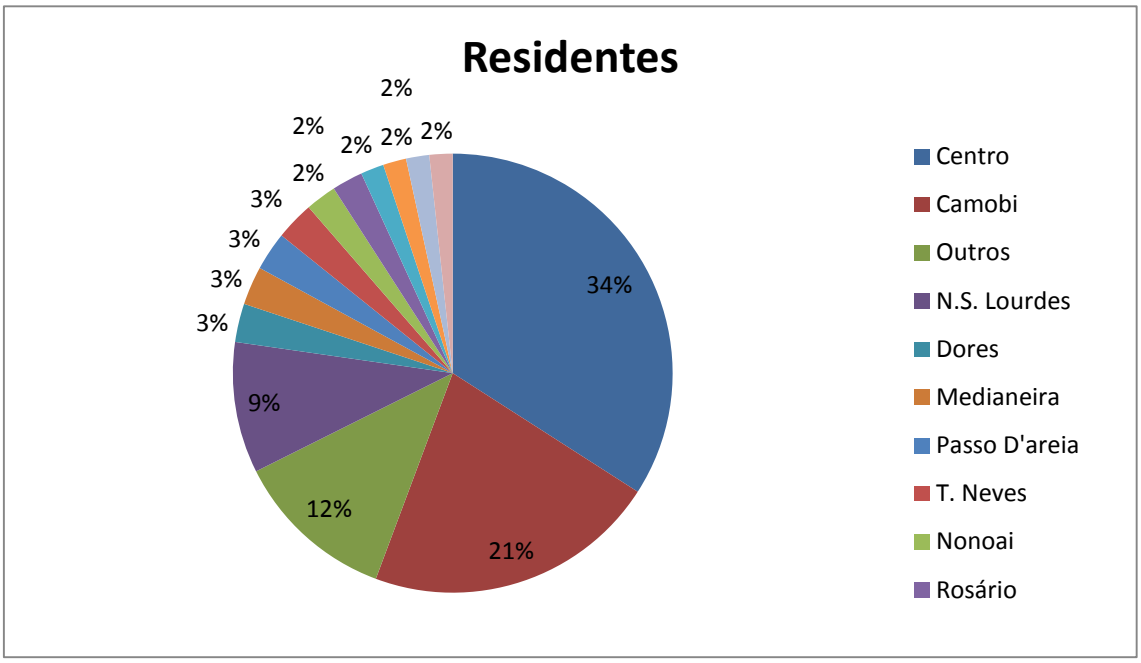

Figura 16 - Bairro dos entrevistados

4.2.4 Profissão

Na profissão, foram respondidas vinte e três ocupações diferentes entre os 176 respondentes, sendo estudantes e professores a maior parte das respostas, além de profissionais da comunicação.

Apesar dos questionários terem sido divulgados em diversos grupos do Facebook, onde se encontram diversos públicos, com diferentes ocupações, acredita-se que estudantes e professores foram o maior público respondente da pesquisa, pois Santa Maria é uma cidade universitária, com grande parte da população acadêmica. Além disso, como a pesquisadora se insere nesse meio, as pessoas com as quais se relaciona são de grande parte universitárias e estudantes da comunicação. por isso o maior número de respostas desse público nos questionários. Estudantes e professores também possuem a tendência de se relacionarem com material digital, principalmente porque nessas profissões, especialmente nas universidades, os professores solicitam a seus alunos a leitura de livros, ou capítulos de livros que são disponibilizados no formato digital .

Tabela 3 - Profissão dos entrevistados

Profissão	Respostas
Estudante	110
Outros	22
Professor	14
Jornalista	6
Funcionário Público	5
Públicitário	4
Assistente Adm.	3
Empresário	3
Engenheiro	3
Policial/Militar	3
Relações Públicas	3
Total	176

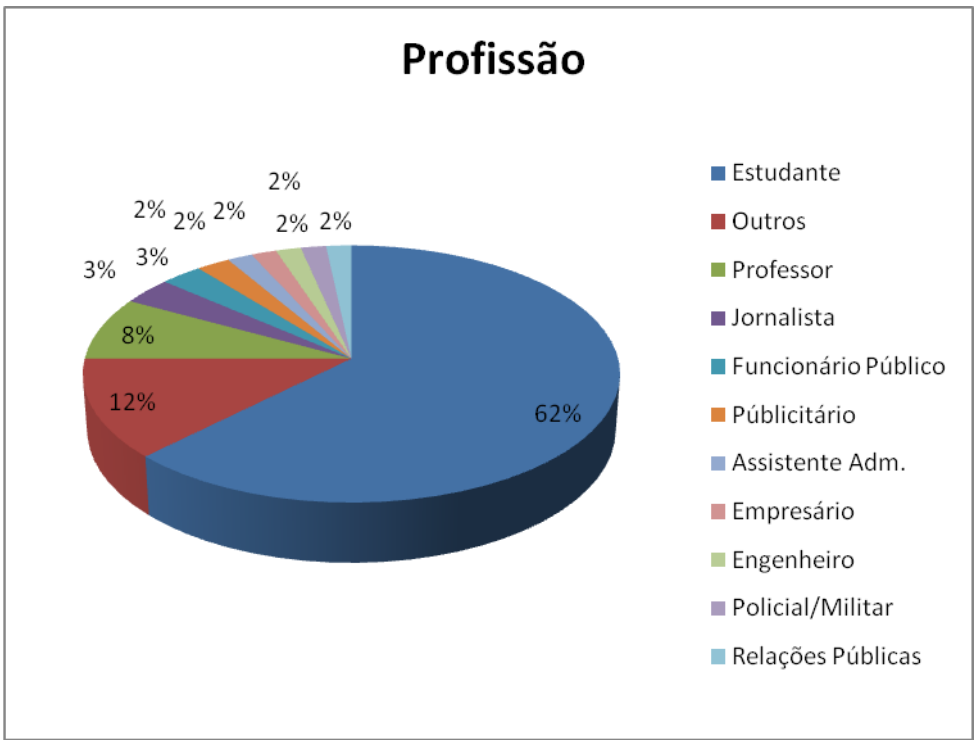

Figura 17 - Profissão dos entrevistados

4.2.5 Faixa Etária

A faixa etária predominante nas respostas é de 18- 24 anos (59%), seguida por indivíduos de 25 - 29 anos (18%), 30-39 anos (10%), 50- 69 anos (6%), menor de 18 anos (4%), 40-49 anos (3%) e mais de 70 anos (1%).

Acredita-se que a faixa etária entre dezoito e vinte e quatro anos seja a maior consumidora de livros digitais, porque é de estudantes e jovens, o que facilita o consumo da tecnologia, pois geralmente são mais interessados no assunto e nasceram em uma época em que as tecnologias digitais já estavam inseridas. Sendo assim não é algo novo e difícil de adaptar. Na pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo instituto pró-livro, este resultado também aparece em evidência, da base de leitores de livros digitais total 9,5 milhões (100%), 2,7 milhões (29%) dos leitores possuem a faixa etária de 18 – 24 anos, confirmando que o público jovem é o que mais consome neste formato.

Tabela 4 - Faixa etária dos entrevistados

Idade	Respostas
< 18 anos	7
18 a 24	103
25 a 29	31
30 a 39	17
40 a 49	6
50 a 69	11
>70	1

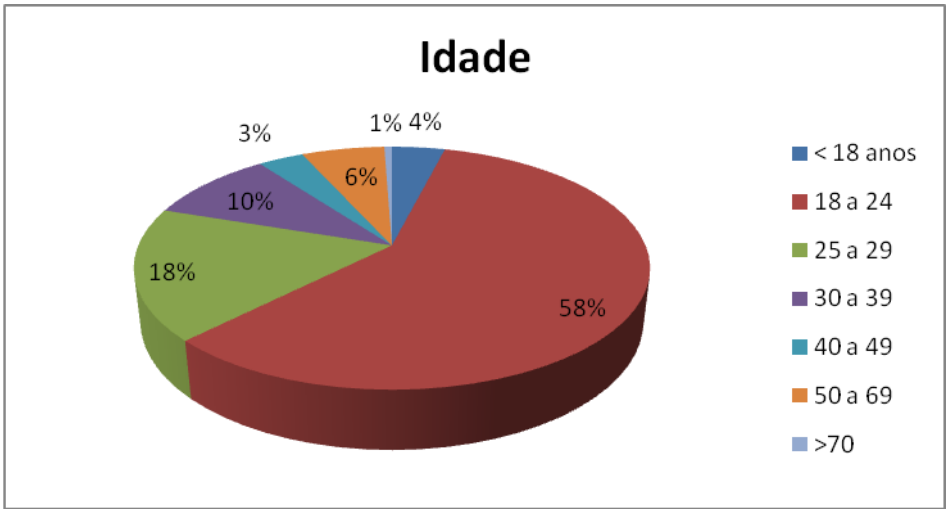

Figura 18 - Faixa etária dos entrevistados

4.2.6 Renda Mensal Familiar

A Renda mensal familiar dos entrevistados foi feita de acordo com a Critério Brasil, realizada pela ABEP (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) que é uma evolução do indicador criado pela ABA (Associação Brasileira de Anunciantes), que surgiu no final da década de 1960, para definir uma segmentação mais apropriada da população em classes econômicas, para fins relacionados ao consumo. (ABEP, 2014). Este indicador foi escolhido para definir melhor a classe social em que se encontram os consumidores de livros digitais.

A pesquisa faz uma média da renda familiar mensal, também tendo como base a constituição familiar de quatro membros. Sendo assim, é estabelecida a renda média dos entrevistados e a sua classe social (SAE, 2013).

Tabela 5 - Renda mensal familiar dos entrevistados

Renda Mensal Familiar	Respostas
Renda média de R$776,00	12
Renda média de R$1147,00	19
Renda média de R$1685,00	24
Renda média de R$2654,00	46
Renda média de 5241,00	44
Renda média de R$9263,00 ou superior	15

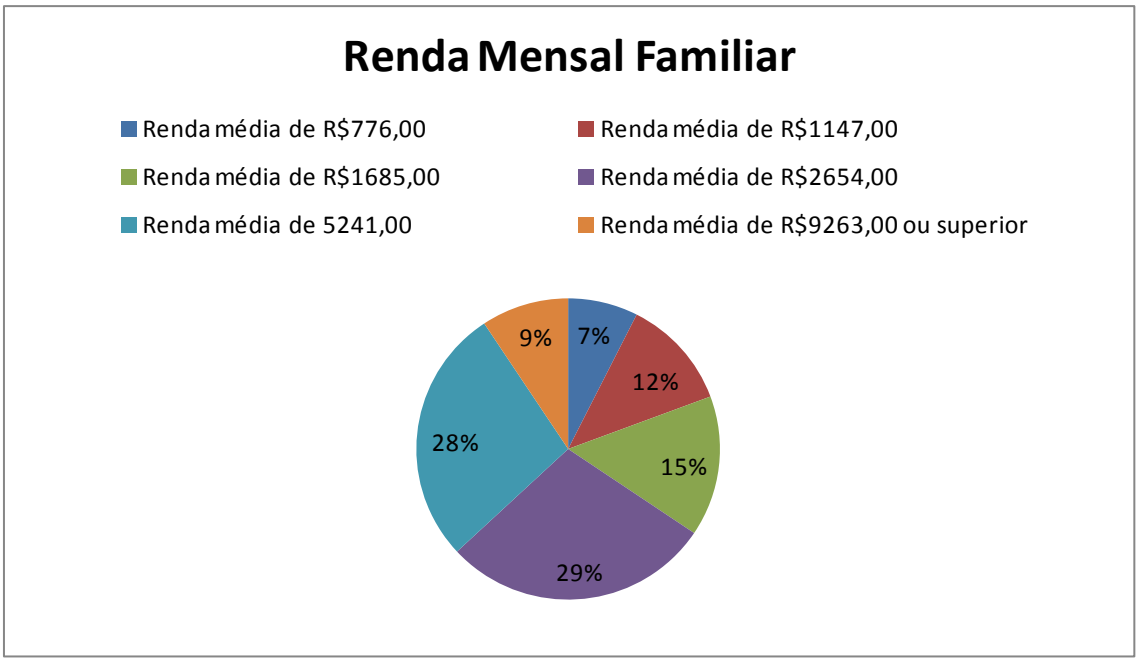

Figura 19 - Renda mensal familiar dos entrevistados

Para a classificação social, o modo de classificação da Critério Brasil propõe que integram as classes D e E as famílias com renda média mensal de R$ 776,00; a classe C2, aqueles com renda média de R$ 1.147,00; C1, os que têm renda de cerca de R$ 1.685,00; B2, indivíduos com renda mensal familiar de R$ 2.654,00; B1 corresponde à renda de 5.241,00; e da classe A é integrada por aqueles com renda mensal média de R$ 9.263,00. (SAE, 2013)

Tabela 6 - Classe social dos entrevistados

Classe	Respostas
A	26
B	90
C	43
D e E	12

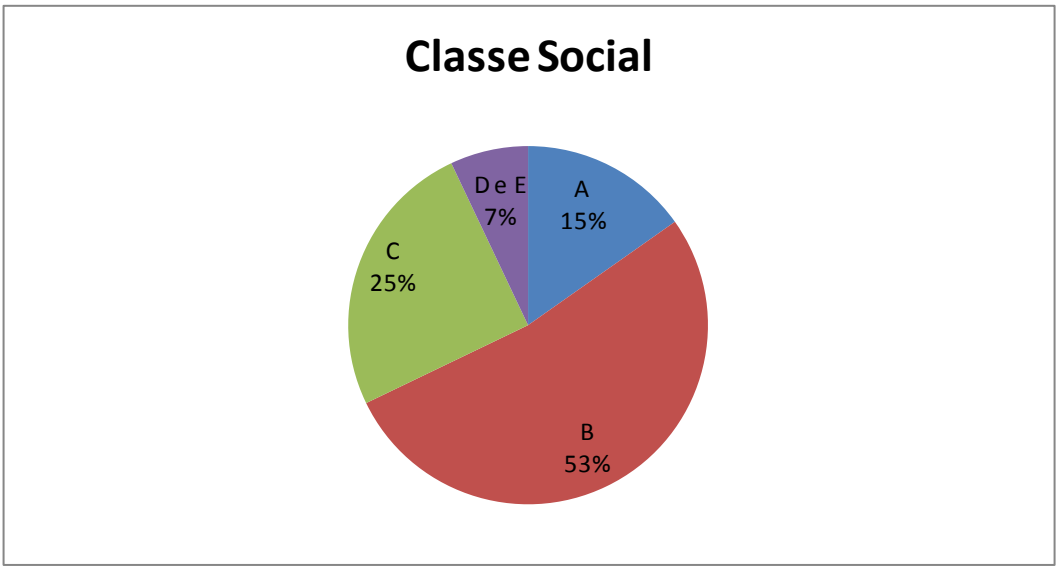

Figura 20 - Classe social dos entrevistados

O livro digital não pode ser considerado barato, pois necessita de um aparelho eletrônico para sua leitura, seja ele um computador ou até um *tablet*, e também possui um valor de venda na loja virtual, caso não seja disponibilizado gratuitamente. A pesquisa mostra que as classes A, B, C predominaram entre os respondentes, indicando que pessoas com renda mais elevada têm um acesso maior ao *e-book* e seus suportes, resultado semelhante ao perfil observado pela

pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo Instituto Pró-Livro em 2011, nas quais as classes dominantes na leitura do livro digital também são A, B e C.

4.2.7 Escolaridade

Em relação à escolaridade dos respondentes, 58% dos entrevistados possuem ensino superior incompleto, 23% pós-graduação, 13% ensino superior completo, 3% ensino médio completo, 2% ensino médio incompleto, 1% ensino fundamental completo e 1% ensino fundamental incompleto. Novamente podemos observar com estes dados que os estudantes universitários são os maiores consumidores de livros digitais na pesquisa.

Tabela 7- Escolaridade dos entrevistados

Escolaridade	Respostas
Ensino superior incompleto	102
Pós-graduação	40
Ensino superior completo	23
Ensino médio completo	5
Ensino médio incompleto	4
Ensino fundamental completo	1
Ensino fundamental incompleto	1

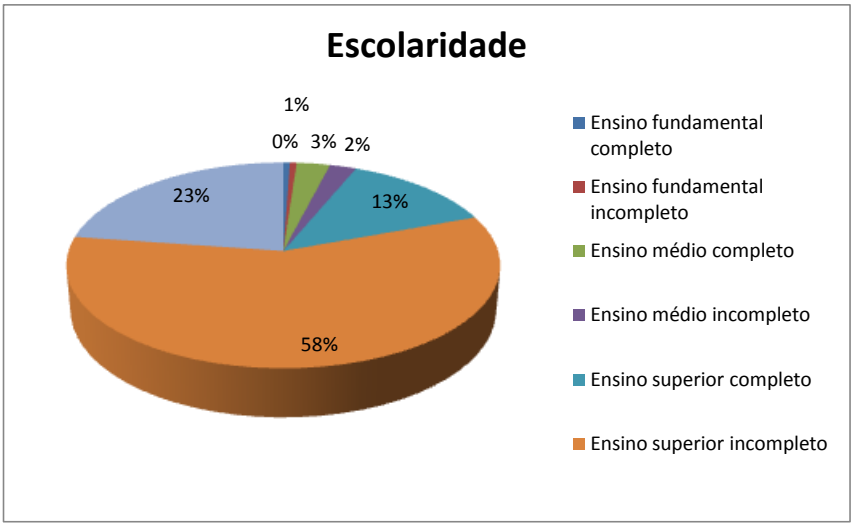

Figura 21 - Escolaridade dos entrevistados

4.3 Relações dos pesquisados com o livro

Nestas próximas perguntas do questionário foi buscado investigar a aproximação do entrevistado com o suporte digital, em questões mais específicas sobre o livro como objeto de consumo, seus hábitos de leitura e preferências por gênero, suporte e plataforma, características importantes para obter um panorama mais detalhado dos consumidores do e-book.

4.3.1 Quantos livros leu nos últimos três meses?

Para traçar o perfil do consumidor, primeiramente foram perguntados quantos livros, impressos ou digitais, o entrevistado tinha lido nos últimos três meses. Um a quatro livros teve o maior número de resposta, 61 (35%) dos 176 entrevistados. Números altos comparados ao padrão brasileiro, que é de quatro livros por habitante/ano, segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo Instituto Pró-Livro em 2011.

Tabela 8 - Livros lidos nos últimos três meses pelo entrevistado

Livros lidos	Respostas
1 a 4	61
4 a 6	51
7 a 10	27
Mais de 10	37

Figura 22 - Livros lidos nos últimos três meses pelo entrevistado

4.3.2 Quantos destes livros eram digitais?

Para tentar entender se este consumidor de *e-books* é ativo ou não, foram perguntados quantos livros do total que já haviam sido lidos nos últimos três meses eram digitais. Os resultados da pesquisa mostram que a maior parte dos respondentes (48%) leu de 2 a 5 livros digitais nos últimos três meses, número extremamente satisfatório e alto, pois indica que mesmo com a preferência pelo suporte impresso já existe uma tendência para o consumo do livro digital entre os pesquisados.

Tabela 9 - Livros digitais lidos pelo entrevistado nos últimos três meses

Livros digitais	Respostas
Nenhum	32
1	47
2 a 5	84
6 a 10	9
Mais de 10	4

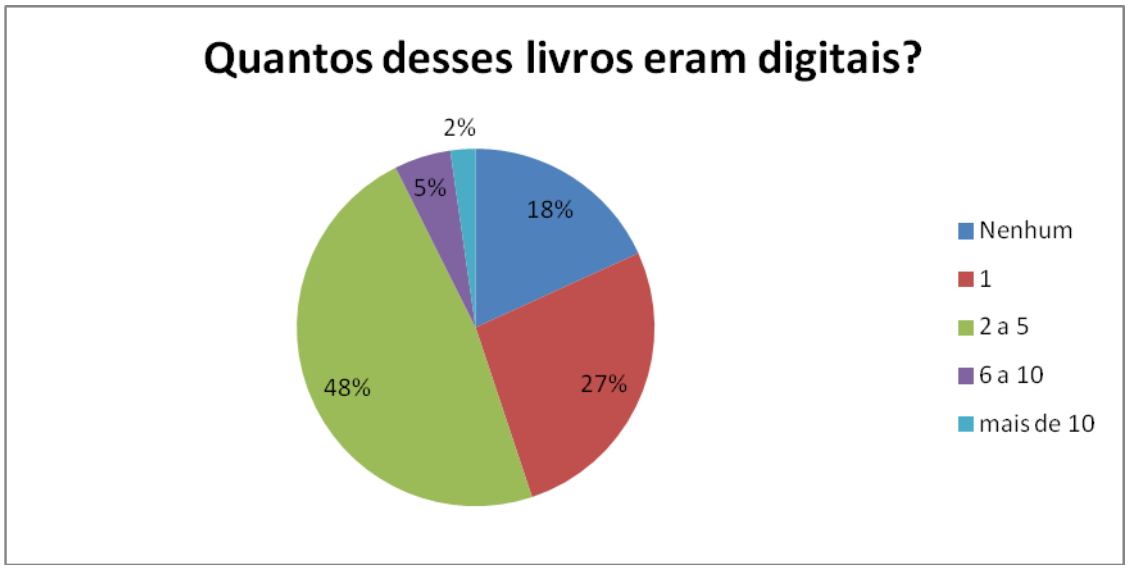

Figura 23 - Livros digitais lidos pelo entrevistado nos últimos três meses

4.3.3 Quais gêneros de e-book você costuma ler?

Entre os gêneros de livros que os respondentes mais costumam ler estão literatura (32%) e técnico-científico (31%), seguido do livro didático (20%). Os números apontam que os livros digitais em sua maioria são utilizados para a educação, para adquirir um saber específico, ou como um livro didático para ensino, e também são utilizados em sua grande maioria como forma de lazer com a literatura. Esta questão era de múltipla escolha e seus gêneros foram escolhidos com base na pesquisa Retratos da Leitura no Brasil.

Tabela 10 - Gêneros do e-book que o entrevistado costuma ler

Gênero	Respostas
Literatura	91
Técnico-Científico	86
Livro Didático	55
Outros	37
Religioso	12

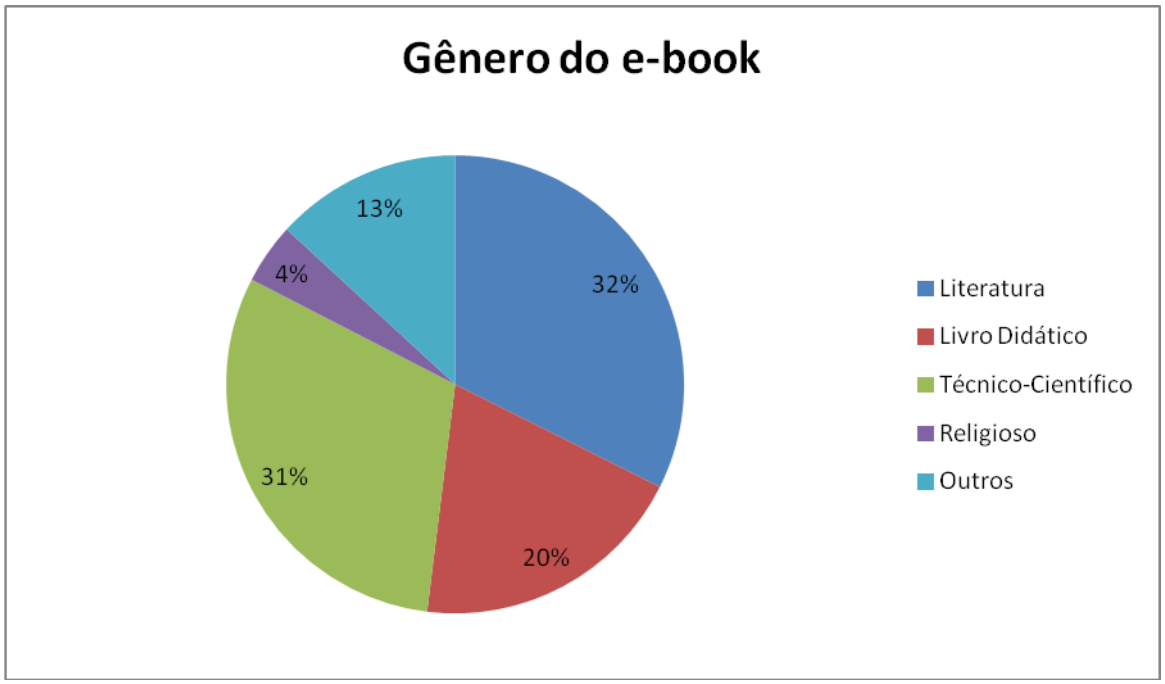

Figura 24 - Gêneros do e-book que o entrevistado costuma ler

4.3.4 Você prefere o livro impresso ou digital?

Nesta pergunta, sobre a preferência do livro digital ou impresso, temos a certeza de que a forte cultura do livro impresso predomina entre os consumidores de livros digitais em Santa Maria, ainda que o consumo do livro digital esteja em crescimento. Nas entrevistas em profundidade são explorados os motivos desta preferência.

Tabela 11 - Preferência por livro impresso ou digital

Preferência	Respostas
Impresso	141
Digital	35

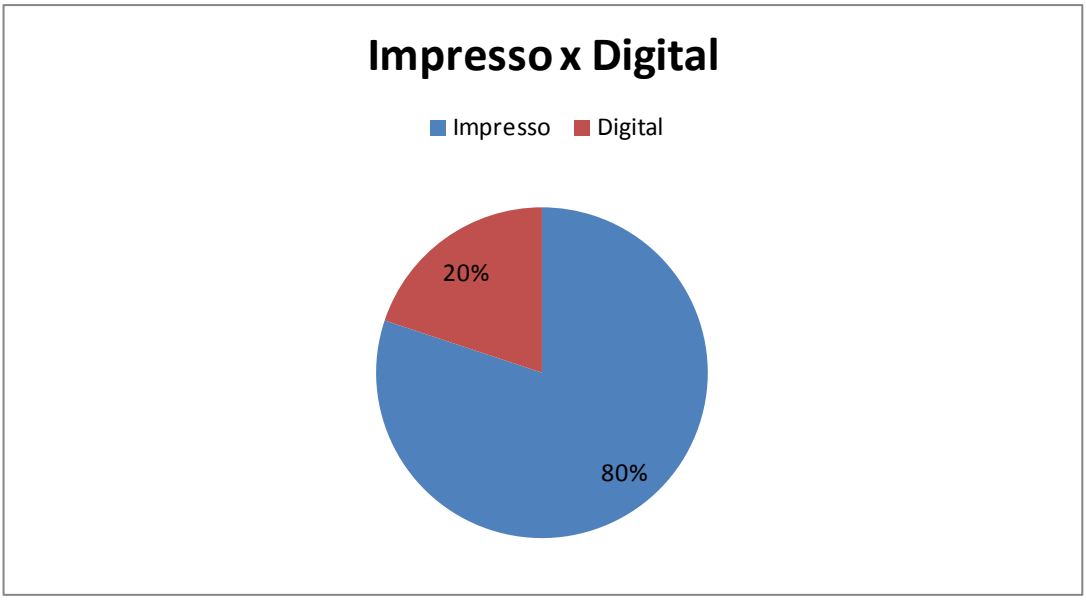

Figura 25 - Preferência por livro impresso ou digital

4.3.5 Caso a resposta anterior seja digital, quais os motivos?

Aqui os 35 respondentes que preferem o livro digital ao impresso puderam escolher livremente qual (is) os motivos que o levaram a preferir o livro digital. Foram colocadas nas entrevistas as principais características dos livros digitais quanto a suporte e hardware. Os 35 entrevistados afirmam que a portabilidade é o principal motivo, seguido da compra rápida e dispensa de espaço físico. Estas respostas

levam a acreditar que o consumidor busca um aparelho pequeno e prático, que possa ser levado a todo lugar com facilidade e que disponha de um serviço eficiente para comprar o livro digital imediatamente, com apenas alguns cliques.

Tabela 12 - Preferência pelo digital

Preferência pelo digital	Respostas
Portabilidade	35
Compra rápida	20
Dispensa de espaço físico	21
Preço	15
Outros	13
Durabilidade	7

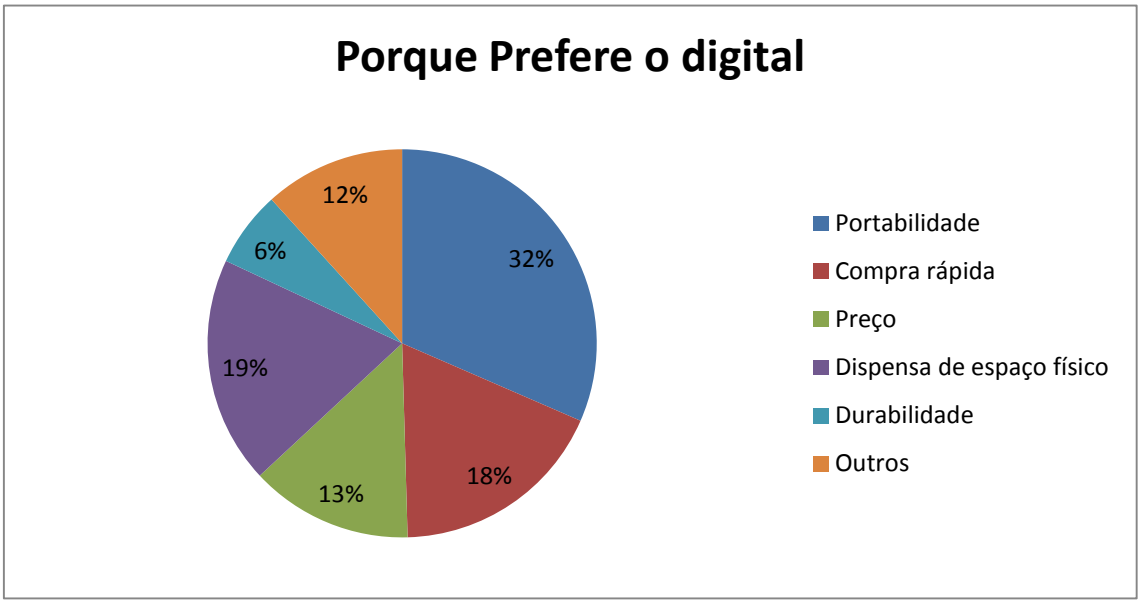

Figura 26 - Preferência pelo digital

4.3.6 Em quais lugares você costuma ler o livro digital (e-book)?

Para os entrevistados, os principais locais em que leem um livro digital também são em casa (45%) e na escola/universidade (21%). Em terceiro lugar é citado em viagens por 17% dos indivíduos. Acredita-se que a leitura em casa se deve a maioria dos entrevistados ler em um notebook ou computador, dispositivos

com portabilidade limitada, se comparados a um *tablet*, *smartphone* ou *e-reader*. Esta questão permitia múltiplas respostas.

Tabela 13 - Locais de leitura do e-book

Local de leitura	Respostas
Casa	143
Escola/Universidade	67
Viagens	55
Trabalho	33
Outros	22

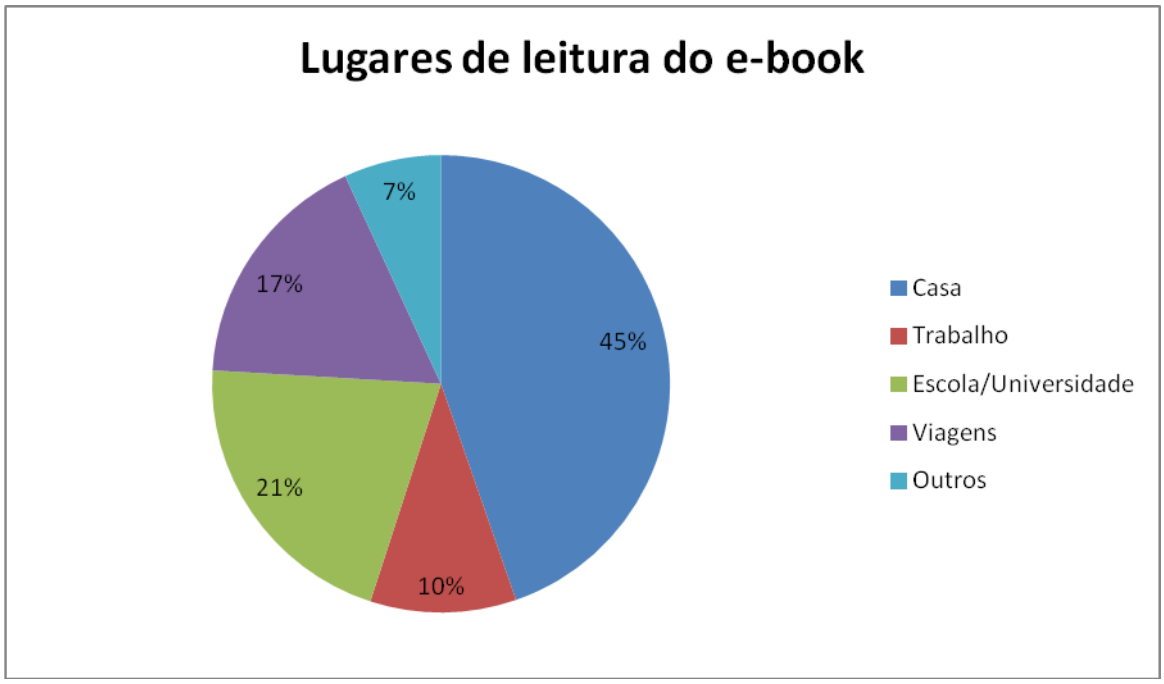

Figura 27 - Locais de leitura do e-book

4.3.7 Em que momento você lê o livro digital (e-book)?

Nessa questão, os respondentes deveriam escolher qual (is) os momentos em que é lido o livro digital. Antes de dormir (27%) foi respondido pela maioria dos consumidores, levando a acreditar que o livro digital é consumido pela maioria dos santa-marienses em casa, e também nos momentos de intervalo de estudo ou trabalho (21%), ou em deslocamento (17%), em transporte para universidade ou local de estudo ou trabalho. As portabilidades dos dispositivos permitem que o

usuário possa carregar e ter acesso aos livros digitais praticamente em qualquer lugar.

Tabela 14 - Momento de leitura do entrevistado

Momento de leitura	Respostas
Aulas	47
No Trabalho	29
Intervalo do trabalho/estudo	71
Em deslocamento	57
Antes de dormir	91
Outros	46

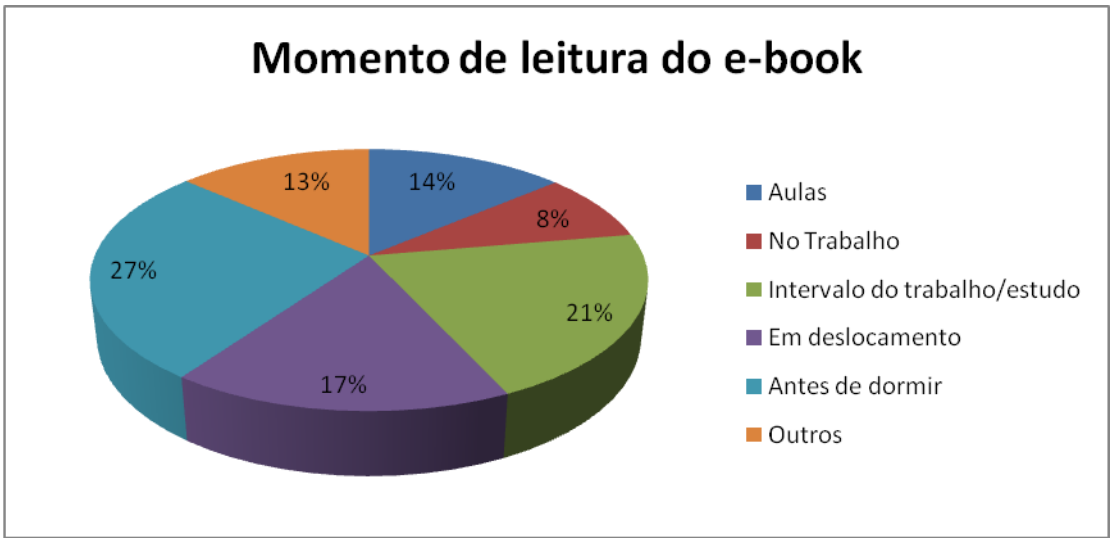

Figura 28 - Momento de leitura do entrevistado

4.3.8 Em que plataformas você lê o livro digital (e-book)?

A pesquisa buscou entender como os *e-books* são lidos/consumidos. Por isso, investigaram-se quantos respondentes possuíam *e-readers*, *tablets*, e, se não possuíssem nenhum dos dois, se a leitura de livros digitais era realizada através de outro dispositivo, como um celular ou até mesmo o notebook e computador.

Apenas 7%, 19 dos respondentes possuem um e-reader, e 16%, 43 dos leitores, um tablet, um número bem baixo de adesão a dispositivos feitos especialmente para a leitura do livro eletrônico, o que mostra que o consumidor

santa-mariense ainda não está adaptado totalmente à leitura com os dispositivos indicados, especialmente para a leitura digital. Ainda, 20%, dos entrevistados leem seus *e-books* no celular. Porém 39% dos entrevistados, a maioria, realiza a leitura do e-book no notebook, um aparelho com portabilidade limitada, porém nada comparado a dispositivos menores como o e-reader e o tablet, que possuem características específicas para a leitura do livro digital.

Tabela 15 - Plataforma de leitura do e-book dos entrevistados

Plataforma	**Respostas**
Notebook	108
Celular/*Smartphone*	54
Computador	49
Tablet	43
E-reader	19

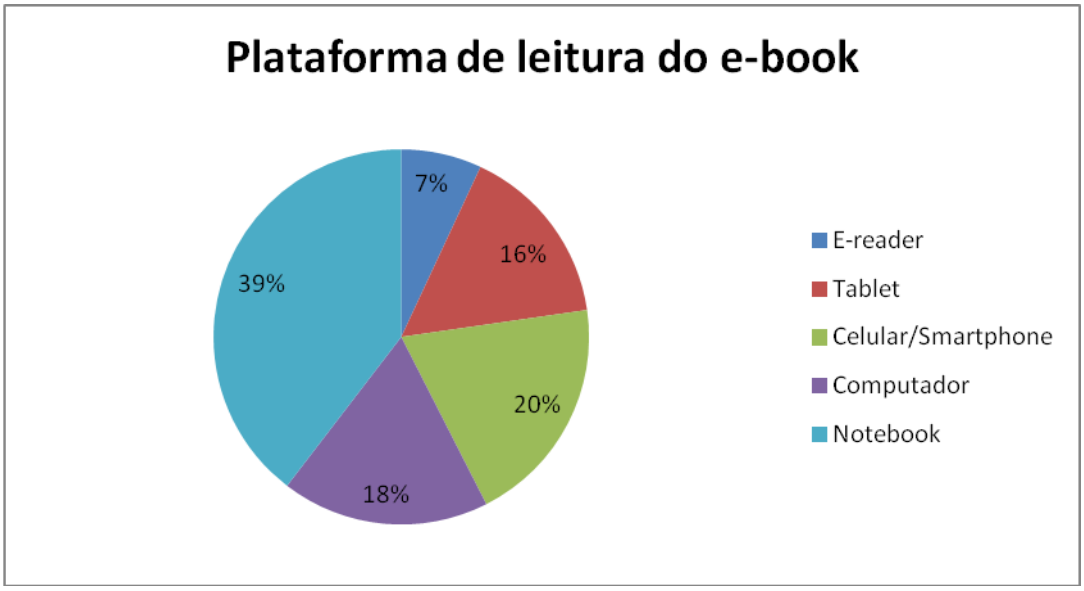

Figura 29 - Plataforma de leitura do e-book dos entrevistados

4.3.9 Como você tem acesso ao livro digital (*e-book*)?

Na pergunta, o entrevistado deveria dizer como tem acesso ao livro digital, podendo escolher mais de uma resposta. Quase a totalidade dos respondentes (159 de 176) afirma que tem acesso ao *e-book* por downloads gratuitos. Livros digitais

podem ser adquiridos sem custo em diversos sites, um deles é o do Domínio Público[29], com mais e 150.000 obras disponíveis para download, também o projeto Gutenberg[30] que disponibiliza milhares de obras digitalizadas pelos usuários.

Acredita-se que pelo preço do livro digital ainda ser muito parecido com o do livro impresso, e também pelos entrevistados não terem o hábito da compra virtual são buscados métodos alternativos para fazer a leitura sem custo, seja ela por meio de algum site gratuito, ou, imagina-se, até mesmo pela pirataria – uma cópia de um produto original que foi comprado e é disponibilizado gratuitamente. O número de pessoas que compra livros digitais ainda é baixo, apenas 46 entrevistados afirmam usar livrarias virtuais.

Tabela 16 - Modo de acesso ao livro digital

Acesso ao e-book	**Respostas**
Downloads gratuitos	159
Livrarias virtuais	46
Bibliotecas virtuais	45
Outros	22
Empréstimo	7

[29] http://www.dominiopublico.gov.br/ - O “Portal Domínio Público”, lançado em novembro de 2004 (com um acervo inicial de 500 obras), propõe o compartilhamento de conhecimentos de forma equânime, colocando à disposição de todos os usuários da rede mundial de computadores - Internet - uma biblioteca virtual que deverá se constituir em referência para professores, alunos, pesquisadores e para a população em geral.

[30] http://www.gutenberg.org/ - O Project Gutenberg oferece mais de 38.000 livros eletrônicos gratuitos, dentre estes livros grátis em formato epub ou livros grátis em formato kindle, para download ou leitura diretamente no site.

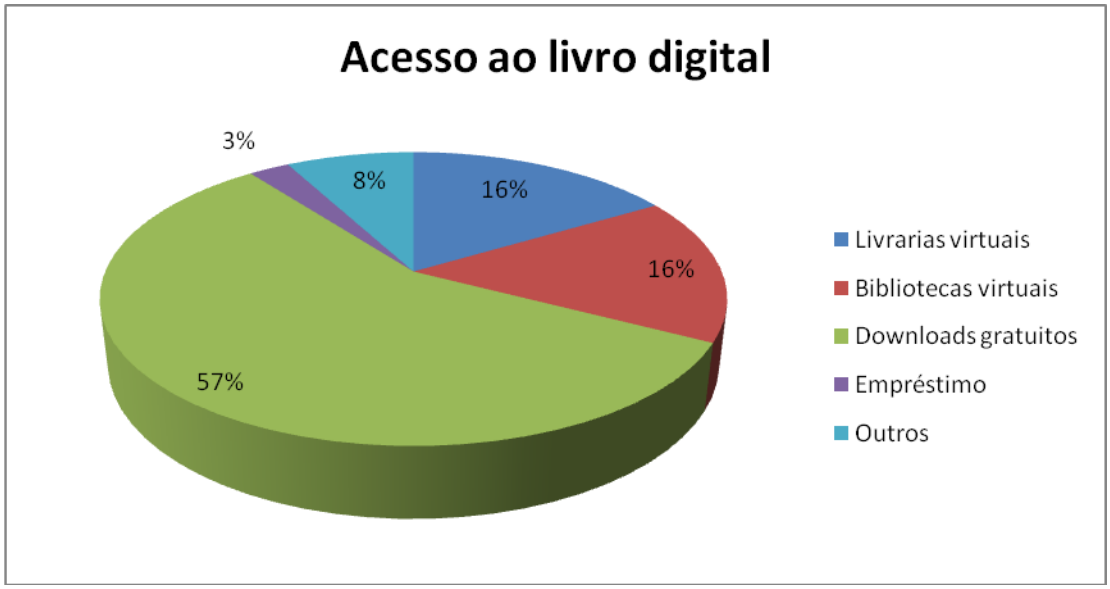

Figura 30 - Modo de acesso ao livro digital

4.3.10 Qual o formato de arquivos de livro digital (*e-book*) utilizado?

Quanto ao formato de arquivos de livros digitais, o entrevistado poderia escolher mais de uma alternativa, e nas respostas o formato PDF foi predominante com 90%, 159 dos 176 respondentes que fazem uso do formato. Estes resultados mostram que, apesar de existir formatos que se ajustem automaticamente à tela como o ePUB (35 respostas), e possibilitem outros recursos para tornar a leitura interessante e confortável, ainda são pouco usados, por desconhecimento ou pela universalidade do formato PDF.

Tabela 17 - Formato de arquivo utilizado pelos entrevistados

Formato	Respostas
PDF	159
ePUB	35
Mobi	13
Aplicativo	24
Outro	6
Não sei	7

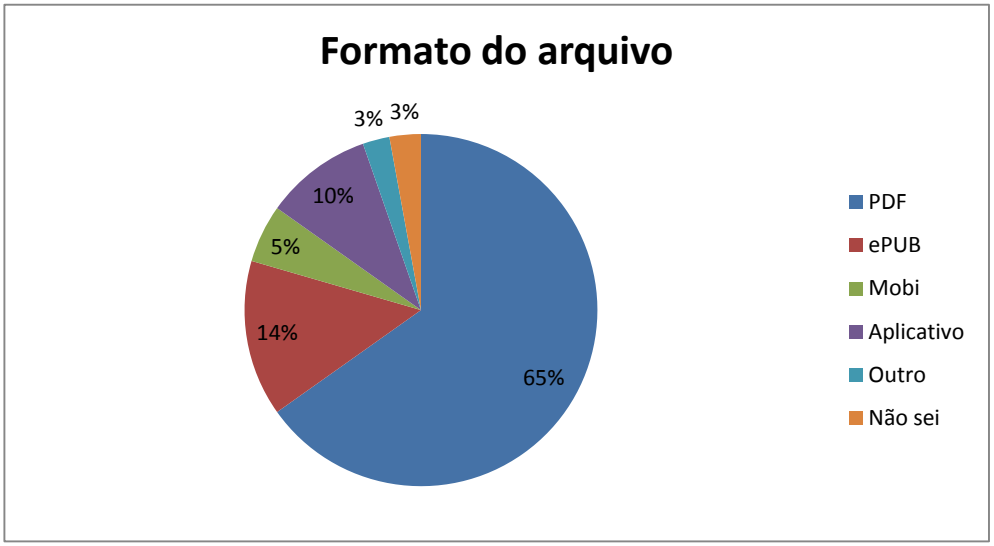

Figura 31 - Formato de arquivo utilizado pelos entrevistados

4.3.11 Você acha que Santa Maria estimula o consumo de livros digitais?

A maioria grande maioria dos entrevistados acredita que Santa Maria não estimula o consumo de livros digitais, esta pergunta foi realizada com o propósito de entender se a cidade deveria buscar alternativas na comercialização dos livros digitais, trazendo livrarias ou lojas que vendam fisicamente *e-readers*, e estimulem o mercado, como é o caso da Livraria Cultura que vende o Kobo.

Tabela 18 - Santa Maria e o apoio aos livros digitais

Santa Maria estimula o consumo do ebook?	**Respostas**
Sim	14
Não	162

Figura 32 - Santa Maria e o apoio aos livros digitais

4.4 Entrevistas

Neste subcapítulo é apresentada a análise das entrevistas, divididas em análises individuais de cada um dos entrevistados e uma análise geral, destacando os principais pontos em comum obtido entre os questionários e as entrevistas.

4.4.1 Análise das entrevistas

4.4.2 Entrevistado 1

Sexo	Feminino
Faixa Etária	40 – 49 anos
Profissão:	Professora
Plataforma de leitura:	E-reader – Marca BAK
Formato de arquivo:	PDF
Preferência por livro impresso ou digital	Impresso

Quadro 1 - Perfil do entrevistado 1

A entrevistada é professora universitária e estudante e conta que seu primeiro contato com o livro digital foi pelo interesse, e pela facilidade de acesso, com o objetivo de ter acesso à literatura em geral. Como tinha alguns livros que gostaria muito de ler e não tinha comprado, ou não estavam disponíveis em uma biblioteca, ela buscava na internet e baixava. Segundo relata, com um toque podia ler no

computador, pois ainda não tinha o e-reader quando entrou em contato com o livro digital pela primeira vez.

É importante destacar que a entrevistada enfatiza a facilidade de acesso e busca como um dos motivos de aproximação ao livro digital:

> *a facilidade de acesso, e guardava ali pra ler aos pouquinhos"; "essa facilidade, de você ter, guardar o arquivo, e aí quando tiver a oportunidade abrir o computador e puder ler"; "eu reconheço a facilidade de se ter acesso a muito mais títulos a partir do e-book"; "facilita quando eu levo para viagens"; "facilidade de ter obra em mãos que você não tinha acesso". (Entrevistado 1)*

Ao longo da entrevista, são essas características que a entrevistada fala e que levam a acreditar do porque é consumidora do produto.

A entrevistada relatou que encontra o livro digital em sites especializados, também via compartilhamento por e-mail, ou através do site de buscas Google. A professora acha a relação do preço do livro digital aceitável, porém, durante a entrevista, em momento algum fala que pagou por algum deles, sempre fazendo referência a downloads gratuitos. Além disso, relata que leu mais de 20 livros digitais nos últimos seis meses, entretanto, fala que a leitura da maioria é feita em partes, o que se deve ao fato de usar mais o livro técnico-científico, isso pode ter relação com o fato de a entrevistada ser pesquisadora e professora, o que implica que faça a seleção de determinados trechos de obras que vai utilizar em suas aulas ou pesquisas.

Quanto aos hábitos de leitura, relata: "*ainda é uma dificuldade, tenho vontade de imprimir, encadernar e ter ele pra consumo*". Porém, para tentar se adaptar comprou um e-reader, porque faz viagens semanalmente, e o fator peso do livro impresso motiva a entrevistada a preferir o digital. Novamente, quanto à facilidade de acesso, ela afirma: "*facilita quando levo para viagens, por exemplo*", e ainda ressalta: "*pra mim, é uma leitura mais cansativa, faço uso de óculos e ainda tenho essa dificuldade, eu gosto de tocar, eu gosto, então se tem um pedaço dele que eu vou trabalhar muito eu acabo imprimindo*".

O que a entrevistada comenta sobre a facilidade do e-book e sobre fazer a leitura de livros técnicos científicos para suas aulas no e-reader vai ao encontro do que Procópio fala,

> Há a comodidade do uso acadêmico dos e-readers, em que enciclopédias em que livros de referências podem ser facilmente armazenados num único suporte eletrônico, incluindo aí a leitura de periódicos técnicos ou até

> mesmo de interesse geral, como jornais e revistas [...] (PROCÓPIO, 2010, p. 42)

A entrevistada conhece e utiliza recursos básicos como zoom, ajuste de brilho da tela, marcador de texto, mostrando que não é uma usuária leiga e sem conhecimento dos recursos. Ela destaca que a mudança de leitura do impresso para o digital tem a ver com a instantaneidade do suporte, mas que ainda prefere o livro impresso: "*eu gosto de guardar ele, eu gosto de tocar ele, eu gosto de voltar lá, porque a minha geração não nasceu com essa tecnologia que a geração de vocês nasceu, então a gente é um usuário instrumental dela*". Quando perguntada se daqui pra frente vai ler mais livros digitais ou impressos, responde:

> *Acredito que cada vez mais livros digitais, pelo próprio acesso e pela facilidade de ter obras em mãos que você não tinha acesso, teria mais dificuldade de comprar, então eu tenho que me programar cada vez mais pra essa leitura digital, até uma questão econômica também de impressão*. (Entrevistada 1)

A entrevistada quer se inserir mais na leitura digital, mesmo tendo ainda uma resistência, pois acredita que, no meio digital os assuntos são mais atualizados.

Quanto a Santa Maria incentivar o consumo de livros digitais a entrevistada acha que não, que só percebe isto em meio acadêmico onde está inserida e é compartilhadora de conteúdos e livros digitais, ela conta que recebe os livros digitais por e-mail e grupos de pesquisa e repassa aos seus contatos.

4.4.3 Entrevistado 2

Sexo	Feminino
Faixa Etária	50 – 59 anos
Profissão:	Funcionária Pública
Plataforma de leitura:	Tablet e E-reader
Formato de arquivo:	Epub e PDF
Preferência por livro impresso ou digital	Impresso

Quadro 2 - Perfil do entrevistado 2

Conforme o relato da entrevistada, seu primeiro contato com o livro digital foi no seu trabalho, na qual querem começar a investir no e-book. O contexto

profissional nesta entrevista considera-se muito importante, pois a entrevistada começou a ter o contato com o e-book através do trabalho, onde é revisora em uma editora universitária, que está começando a se inserir no meio dos livros eletrônicos. Consideramos importante a editora universitária aderir ao uso dos *e-books*, pois Segundo Dourado e Odonne (2013, p.7), as editoras universitárias para atender as demandas da sociedade tiveram que mudar sua forma de atuação e de produção, elas estão modificando suas formas de produzir, agregando o formato digital às suas publicações. Essas mudanças se fizeram necessárias para que as editoras universitárias não se tornassem obsoletas no cenário editorial acadêmico mundial. Consideramos que o incentivo a leitura digital na cidade pode aumentar se as editoras universitárias começarem a produzir livros digitais, pois é um dos meios que mais obteve respostas de gênero de leitura na nossa pesquisa do questionário online 86 respostas (31%), leem livros técnico-científicos, além de que as editoras irão ter destaque no cenário editorial como explica Dourado e Odonne.

No que foi perguntado em relação à motivação para consumir o e-book, primeiro a entrevistada relata a curiosidade, depois a praticidade, mencionada em vários momentos da entrevista:

> *A praticidade de poder carregar para os lugares, com menos peso."; "já vou observando a praticidade [...]*
> *Mas eu acho que o que resume é a praticidade, praticidade, por exemplo, tu vai numa viagem e pega um livro com 400, 500 páginas, vai dá 1 kg, 2 kg de peso que tu tem que estar carregando não é, e ali tu tem tudo em 100, 300 gramas [...] (Entrevistada 2)*

O que a entrevistada fala vai ao encontro do que publica a empresa fabricante de *e-books* Simplíssimo, que destaca que com o crescimento cada vez mais forte dos livros digitais (*e-books*) no exterior e agora aqui no Brasil, é possível levar praticamente uma biblioteca inteira no bolso da camisa, dentro de um smartphone, ou em menos de 300 gramas, utilizando um discreto eReader. (Simplíssimo, 2011)

A entrevistada possui dois aparelhos para fazer a leitura dos livros digitais, o Kindle e o Ipad. Ela não recorda quantas leituras fez nos últimos seis meses, pois está com muito trabalho, mas já afirma ter lido duas obras do Dostoiévski, e ainda pretende ler toda a obra dele com o livro digital, pois está sendo disponibilizada gratuitamente na internet. Quanto à preferência de suporte, a entrevistada destaca o Kindle, pois causa menos reflexo, e utiliza recursos como a montagem de bibliotecas

personalizadas, aumento de fonte, brilho de tela, além de possuir conhecimento sobre o formato ePUB:

> *Ele se ajusta não é tipo PDF que é horrível, que tu tem que ficar jogando com o dedo pra lá e pra cá pra ti conseguir ler, tu aumenta fonte, tem outros recursos que facilitam a leitura, porque eles se adaptam ao teu equipamento então tu não tem que ficar jogando e.. que mais de ePUB que eu sei, é praticidade, preço, ah... facilidade de acesso, pra baixar, eu acho que isso são vantagens do livro digital em relação ao livro impresso.(Entrevistada 2)*

O formato ePUB como explicado no capítulo 2 é um arquivo possui como principal característica o ajuste de tela, que faz com que a leitura seja uma experiência boa em qualquer tipo de aparelho, independente do tamanho, ou do sistema, se ajustando automaticamente. Pode-se aumentar ou reduzir o tamanho da fonte, alargar ou diminuir o tamanho da página.

A entrevistada comenta que a maioria dos seus downloads são gratuitos, como por exemplo, o site do Domínio Público[31], e-mail, Facebook e também de editoras que disponibilizam livros digitais, como a UNESP[32], mas mesmo fazendo downloads gratuitos e utilizando bibliotecas virtuais a entrevistada acha a relação de preço do livro digital aceitável.

A entrevistada no momento de leitura consome os livros por inteiro, mas como é revisora de textos fica atenta analisando se tem erros, cuida a diagramação e praticidade, já que a editora em que trabalha vai querer implantar a produção de livros digitais.

Sobre a preferência pelo livro impresso, ela diz que tem a preferência mais pelo fato da tradição, pois trabalha com livros, então se preocupa com o processo de elaboração dele e também pela questão sensorial, do folhear e do cheiro.

A questão da tradição no modelo atual do livro conforme a entrevistada fala pode ser percebida pelo que Paulino (2009 p. 7-8) discorre sobre o assunto,

> A tela não possibilita a sensação do toque, do manuseio, como o livro tradicional. Não há mais uma relação afetiva; os sentidos não são mais os mesmos aguçados como no livro tradicional, no qual se fazem presentes e bem marcantes o tato, o contato direto com o objeto, a visão, que é atraída

---

[31] O “Portal Domínio Público”, lançado em novembro de 2004 (com um acervo inicial de 500 obras), propõe o compartilhamento de conhecimentos de forma equânime, colocando à disposição de todos os usuários da rede mundial de computadores - Internet - uma biblioteca virtual que deverá se constituir em referência para professores, alunos, pesquisadores e para a população em geral.

[32] A UNESP é a Universidade Estadual Paulista “Mesquita Filho”, seus livros digitais gratuitos podem ser encontrados em: http://unesp.br/bibliotecadigital/

> pela cor, pelo formato e até o olfato que identifica se o livro tem cheirinho de novo, de velho, etc. No livro eletrônico apenas a visão atua extensivamente.

Quando perguntada sobre o incentivo do livro digital na cidade, a entrevistada não acha que Santa Maria incentiva o consumo de livros digitais, e como é envolvida diretamente com o processo da Feira do Livro de Santa Maria[33], pois integra o conselho editorial da Editora UFSM[34], onde são definidas as obras que serão lançadas e também atua como revisora dos livros.

> *Porque a gente não tem visto, por exemplo, nessa ultima feira do livro aqui, os livros, quantos livros digitais foram lançados na feira? Né? e o que a gente viu foi transformação de PDF, lançando como digital né que não, então eu acho que ainda não, que ainda não chegou." (Entrevistada 2)*

Sobre suas leituras serem de agora em diante mais digitais ou impressas a entrevistada diz ainda vai continuar no impresso, mas está tentando ampliar suas leituras no meio digital, e ainda diz que comprou há pouco vários livros clássicos em formato impresso e precisa ler eles ainda.

4.4.4 Entrevistado 3

Sexo	Feminino
Faixa Etária	25 – 29 anos
Profissão:	Jornalista e Estudante
Plataforma de leitura:	E-reader – Kobo
Formato de arquivo:	ePUB
Preferência por livro impresso ou digital	Digital

Quadro 3 - Perfil do entrevistado 3

Seu primeiro contato com o livro digital foi através da faculdade, quando fazia leituras ainda pelo computador, quando professores indicavam livros em sala de aula para alguma pesquisa. Embora a entrevistada não achasse prática a leitura na tela do computador, comenta como foi a expectativa sobre a espera da chegada dos *e-readers* no Brasil: *"imagina se eu puder carregar todos os livros, ou muitos livros que eu gosto de ler em qualquer lugar né, dentro do leitor..."*

[33] A feira do livro de santa Maria promove a leitura na cidade oferecendo livros com descontos variados, além de sessões de autógrafos e bate-papo com autores, peças de shows musicais, além de oficinas, debates e exposições.

[34] A Editora UFSM é uma editora universitária da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

A entrevistada destaca a praticidade e a facilidade de acesso como motivações para adquirir e consumir o livro digital, e que faz downloads pagos através da Livraria Cultura, pois tem o aparelho da Kobo e explica que em qualquer lugar com internet pode-se acessar a livraria e fazer o download dos livros. Na questão do preço dos livros digitais, a entrevistada acha aceitável o valor e justifica,

> *Eu acho porque assim, algumas, já vi pessoas reclamarem assim: "Ah mas é pouca diferença" , realmente o lançamento é pouquíssima diferença, às vezes o mesmo preço. [...] Só que é as vantagens tantas outras né, por exemplo, tu carrega num suporte que tem 200 gramas um livro que pode pesar 3kgs por exemplo né, tu pode ler no escuro, tu pode levar pra vários lugares, uma coisa que é pequena e que é leve né, prática, então a questão do preço pra mim é de menos.[...] Eu não sei se as editoras tinham um certo receio de, sei lá baixar muito o preço e ninguém mais consumir o livro impresso, e como o livro impresso é o investimento da editora, tem que produzir o livro , depois vender, e o livro digital tu só vai vendendo né, não sei se eles tinham esse receio que fosse ficar encalhado lá a edição que fazer por um preço, mas eu tenho noção assim que o papel é o de menos no preço do livro, o conteúdo dele é o mais caro né, então eu não reclamo assim do preços. (Entrevistada 3)*

A entrevistada então não vê problema em pagar praticamente o mesmo preço da obra impressa pela digital e para ela o papel não importa, levando a acreditar que ela não tem certa dependência do livro impresso, como as duas entrevistadas anteriores, que ainda preferem fazer a leitura no papel. A entrevistada julga que o conteúdo é mais importante que o suporte, que é ele que possui o maior valor.

Quando perguntada quantos livros foram lidos nos últimos seis meses, a entrevistada pegou seu aparelho Kobo que mostrava todas as estatísticas, mostrando que leu aproximadamente seis livros nos últimos seis meses, entre eles o Hobbit de J. R. R. Tolkien. A entrevistada conta que a leitura destes livros é inteira, exceto quando é uma leitura acadêmica, em que vai ser utilizada apenas uma parte do livro. Ela usa o aplicativo de leitura próprio da kobo para realizar a leitura dos livros.

Os recursos que a entrevistada utiliza para a leitura são os próprios do dispositivo Kobo, como o aumento de fonte, destaques, anotações, ligações do índice, e brilho da tela.

Sobre os lugares em que a entrevistada lê, percebemos uma diversidade de espaços, no ônibus, em casa, antes de dormir, nos momentos de descanso, mostrando novamente que a praticidade do dispositivo possibilita maior mobilidade

da entrevistada com seus livros digitais, o que pode ficar difícil com o livro impresso, no qual a entrevistada já destacou o peso como uma dificuldade para o transporte.

A entrevistada em um primeiro momento se diz em dúvida sobre qual suporte prefere, depois mostra mais afinidade com o livro digital, pois ela perecebe mais vantagens que desvantagens e cita que quando indicam um livro vai direto à loja virtual pra ver se tem, e se tiver já vai comprar por ali, além da praticidade. O que ela ainda fala que é uma desvantagem é a dificuldade de emprestar o livro digital: *"a falta que eu sinto é de emprestar para alguém, indicar "olha aqui que legal isso aqui", "Le esse pedaço aqui", tem pessoas assim que eu converso sobre livros, e que eu gostaria de emprestar o livro aí já fica impossível."* Mesmo que a entrevistada não tenha conhecimento, é possível sim o empréstimo de livros digitais por algumas empresas como a Amazon, que possui o programa Kindle Owners'Lending Library [35] e bibliotecas virtuais.

Segundo a entrevistada outra desvantagem é não ter noção de quanto já leu do livro, pela contagem de páginas ser diferente. Segundo a entrevistada ela está lendo mais com o livro digital, pois pode levar o dispositivo de leitura em qualquer lugar, o que antes não era possível com um livro pesado, por exemplo.

A fala da entrevistada pode ser associada ao pensamento de Pierre Levy (1999, p. 40) que diz "a digitalização e as novas formas de apresentação do texto só nos interessam porque dão acesso a outras maneiras de ler e de compreender". O seja, a entrevistada prefere fazer uso do livro digital, pois lhe confere novas possibilidades de acesso ao livro e facilidades em relação ao modo de leitura do livro impresso, mas não quer dizer que exclua totalmente o suporte papel. As necessidades de uso que vão dizer a entrevistada qual formato vai ser o melhor para atender seus desejos.

Na pergunta sobre Santa Maria estimular o consumo de livros digitais a entrevistada diz que não encontra, que a leitura impressa na cidade já é pouco

---

[35] A Amazon possui um programa próprio de empréstimo de livros eletrônicos, o Kindle Owners' Lending Library. Por meio desse programa os clientes que possuem Kindles e fazem parte do serviço Prime shipping tem acesso para realizar empréstimos gratuitos de mais de 350 mil títulos de *e-books*. Os leitores podem emprestar um livro por mês, sem data para devolução. Outro título somente poderá ser consultado com a devolução do *e-book* emprestado. Essa modalidade de empréstimo é realizada apenas com proprietários de *e-readers* Kindle, independente do modelo, excluindo os leitores que se utilizam de *tablets* para realizar a leitura digital e, claramente, visa estimular a venda desses dispositivos aos seus clientes. O serviço de empréstimo de *e-books* não está disponível na loja brasileira até o momento. Maiores informações no site do serviço:
< http://www.amazon.com/gp/feature.html?docId=1000739811>

incentivada. Ela diz que não há essa relação porque o leitor que já baixou as obras digitais sabe o local é que encontrado o livro digital e pode buscar independente de estímulos da cidade, mas ressalta que incentivaria no caso de ter uma livraria aqui como a Livraria Cultura, que o usuário do Kobo poderia ir lá, olhar os livros e caso se interessasse, comprava a versão digital na hora.

4.4.5 Entrevistado 4

Sexo	Feminino
Faixa Etária	30 – 39 anos
Profissão:	Educadora Física e Assistente administrativa
Plataforma de leitura:	Celular/Smartphone, notebook e tablet
Formato de arquivo:	PDF
Preferência por livro impresso ou digital	Digital

Quadro 4 - Perfil do entrevistado 4

A entrevistada conta que seu primeiro contato com o livro digital foi buscando livros na internet. Ela precisava de alguns livros e não os encontrava a sua disposição, e também não os achava na biblioteca, então ao invés de comprar, começou a fazer buscas na internet, assim tendo o contato inicial.

A facilidade de não ter que pagar pelo livro, no caso de edições distribuídas gratuitamente e também o acesso rápido e não ter que manusear o papel que levaram a entrevistada a ler neste formato. Quando perguntada sobre a motivação para adquirir e consumir o livro digital a entrevistada entra novamente no ponto dos livros digitais gratuitos encontrados na internet, e também da facilidade, sem se importar com o suporte, já dando a entender o porquê da sua preferência pelo livro digital:

> *A questão de que ele é de graça, e de que ele é fácil, eu não, algumas pessoas não gostam de ler digital, preferem pegar, mas eu não tenho problema nenhum com isso, acredito que é tudo muito fácil, também não fica acumulando papel que não tem onde guardar, então eu gosto bastante dos livros digitais. (Entrevistada 4)*

A questão de possuir o dispositivo e não ter que pagar por determinados livros eletrônicos entusiasmou bastante a entrevistada a consumir o livro digital, mas mesmo assim ela diz que já efetuou compras de *e-books* através do seu tablet,

embora não faça isso com frequência, e acha a relação de preço do livro digital aceitável, justificando que ele é mais barato que o papel e é o mesmo livro. Neste caso, achamos que a entrevistada não tem muito conhecimento sobre os recursos dos *e-books*, hiperlinks e imagens, pois ela trata o assunto de forma superficial quando diz que o livro digital é o mesmo livro impresso e também diz não ter interações para além do texto.

Quanto ao consumo de livros, a entrevistada diz ler um livro digital por mês, sendo muitos livros técnicos, e alguns de literatura, e que a leitura é feita por inteiro, que faz a leitura dos livros normalmente em casa e no trabalho, no momento em que possui tempo. Entre os suportes de leitura ela utiliza o Tablet, o Smartphone e o Notebook, mas sua preferência é pelo Tablet pela facilidade e portabilidade. O formato de arquivo que a entrevistada utiliza para leitura é o formato PDF, porém quando é questionado seu conhecimento sobre o formato, a entrevistada não consegue se aprofundar muito no assunto, apenas comenta que utiliza recursos como sublinhar e de busca.

Na preferência de suporte, impresso ou digital a entrevistada destaca

> *[...] Na verdade assim se eu avaliar bem eu prefiro o digital, pelo fato que é mais fácil de carregar vários livros junto ao mesmo tempo num só lugar, ele ta ali, quando precisa principalmente pra essas coisas mais técnicas, tu que ta escrevendo teu tcc, muito fácil dar um ctrl + f ali e achar o que tu precisa, do que o livro que tu tem que virar, virar pagina, e marcar, e botar post-it pra vê onde é que ta aquilo que tu precisava, prefiro o livro digital. (Entrevistada 4)*

Ela ainda complementa que na experiência de leitura do impresso para o digital o que muda é a praticidade, e destaca novamente que a busca é muito importante para ela, que é muito trabalhoso ter que folhear o livro, que no formato digital com um simples comando é encontrado o que se procura, por exemplo, uma frase que ela tenha gostado. A entrevistada afirma com certeza que de agora em diante vai ler mais livros digitais que impressos,

> *Porque é muito mais pratico, como eu disse é muito mais fácil, e um livro hoje, por mais que ele seja um lançamento, até essa questão da pirataria, pobre de quem escreve mas , tu acha cada vez mais fácil os livros de graça assim, claro, alguns não, alguns só pagando, mas mesmo assim , mas é muito fácil.(Entrevistada 4)*

O modo com que a entrevistada trata o livro digital nos leva a perceber que é uma consumidora com uma aproximação inicial, não explora os recursos do livro digital como um todo, por exemplo, não faz uso de recursos básicos como hiperlinks, brilho de tela, aumento de fonte, e não demonstra muito conhecimento sobre formatos e dispositivos de leitura, mesmo assim considera o livro digital melhor que o impresso.

Quando perguntada sobre a questão do incentivo da leitura digital na cidade de Santa Maria a entrevistada diz que não vê nada incentivando, não vê campanhas e não sabe se é o papel da cidade promover o livro digital, mas não percebe nada neste sentido.

4.4.6 Entrevistado 5

Sexo	Masculino
Faixa Etária	18 – 24 anos
Profissão:	Assistente administrativo
Plataforma de leitura:	Celular/Smartphone e computador
Formato de arquivo:	PDF
Preferência por livro impresso ou digital	Impresso

Quadro 5 - Perfil do entrevistado 5

O entrevistado conta que seu primeiro contato com livro digital foi através de uma religião que frequenta, e que a editora desta religião possui livros digitais, então o entrevistado viu o livro digital como um modo de aprofundar nos estudos sobre o tema. Mesmo também possuindo os livros em formato impresso, destacou a praticidade, mobilidade, não precisar folhear, preferindo buscar na internet mais sobre o assunto, por ser muito curioso. O entrevistado relata também como adquire o livro digital

> *Acesso a internet, né, busco um tema que eu to enfim interessado, aí normalmente baixo um arquivo em PDF, download normal, salvo no computador, leio, se não leio ou não gostei e apaguei, às vezes leio a própria reportagem sem baixar, e aí depende do interesse, se gostar, se quiser ir até o final, se é bom baixa, né, salva no celular, lê um pouco na rua, se gosta, sempre por download, a maioria. (Entrevistado 5)*

Em relação ao preço, apesar de nunca ter pago por um livro digital, ele acha que é aceitável pela facilidade da compra, de não precisar ir em vários locais e ainda

comenta sobre as facilidades de pagamento, que é tudo muito rápido e prático e que o preço não é o maior empecilho para adquirir o livro digital.

O entrevistado não se recorda quantos livros digitais leu nos últimos seis meses, mas destaca que lê muito livros religiosos e também livros técnico-científicos, descreve que a leitura é feita por partes, na qual ele escolhe qual trecho quer ler. O momento da leitura do entrevistado é sentado na frente do computador, ou também pelo celular, que tem o hábito de ler livros religiosos antes de dormir, quando está em um ambiente mais tranquilo, e pode ler com calma.

O entrevistado não possui interação com hiperlinks e recursos, ele costuma fazer a leitura direta do livro digital, e relata que só vai a fundo se o assunto é de muito interesse, e que pode acabar em outras referências. Quanto aos recursos que utiliza cita somente o ajuste do brilho de tela no celular, quando se sente incomodado. Pode-se perceber que o entrevistado não tem conhecimento sobre os livros digitais, usa o e-book apenas pela praticidade e não procura se aprofundar em recursos que possam facilitar sua leitura, o que é observado também quando é perguntado a ele sobre os conhecimentos do formato do arquivo de leitura, o PDF, o qual apenas responde que é um formato muito restrito, mesmo falando que pode editar, salvar e imprimir alguns textos, o que expressa certa confusão. A preferência do entrevistado é pelo livro impresso,

> *Porque eu sempre fui mais, como é que vou te dizer, tradicional, porque eu gosto de pegar, de folhear, desde pequeno na verdade eu fui mais de folhear, de ler, é diferente, parece que o autor ta te falando, ta conversando com o autor, quando tu ta com o negocio na mão ali, ler assim é uma coisa mais virtual, é diferente, tem uma diferença. (Entrevistado 5)*

O entrevistado ainda fala na mudança da leitura do impresso para o digital, que o digital remete à pressa, e que o livro impresso dá a impressão de uma leitura mais calma e sossegada, que é mais cômodo e volta a falar da questão tradicional.

Na pergunta sobre Santa Maria incentivar o consumo de livros digitais, o entrevistado diz que a cidade apesar de ser universitária e jovem não incentiva o consumo, por também ter uma parte grande da cidade que é mais conservadora e também não tem conhecimento do suporte digital.

Quando perguntando se agora em diante vai ler mais livros impressos ou digitais, o entrevistado diz que vai ler o que aparecer, mas ainda prefere o impresso, pois quer construir uma biblioteca, e gosta de ver, de pegar e de tocar.

4.5 Análise geral dos entrevistados

Neste tópico, a partir das percepções obtidas com as análises dos questionários e das entrevistas em profundidade, podemos relacionar algumas dimensões relevantes quanto ao consumo do livro digital em Santa Maria. Com essa análise procuramos conhecer o publico consumidor de livros digitais santa-mariense, bem como o seu perfil e definir possíveis tendências de comportamento deste consumidor.

Apesar de a entrevista ter buscado leitores digitais de diferentes faixas etárias para contemplar uma diversidade de perfis, eles possuem muitos pontos de concordância, principalmente quando investigadas as motivações que levam o consumidor a adquirir um livro digital.

O ponto mais forte percebido por via dos entrevistados é que a primeira aproximação com livro digital de todos foi através de downloads gratuitos, através de sites ou links compartilhados. Trata-se de uma integração que possibilitou o consumo deste formato, é o que Canclini (2005, p. 63) explica em sua quarta perspectiva para entender o consumo, integrador de classes, onde elas se unem através de produtos, como o livro digital. Isso é percebido também quando uma entrevistada se diz “compartilhadora de livros digitais”. Assim mesmo os que não compram o livro digital tem acesso ao compartilhamento. Essa integração desde o primeiro contato com o livro digital continua, pois quando questionados sobre o processo de compra do livro e como adquirem o mesmo, a maioria busca downloads gratuitos, em redes sociais, sites especializados, e-mail ou bibliotecas virtuais. Apenas uma entrevistada afirma pagar sempre pelo livro digital em livrarias online. Os leitores santa-marienses se enquadram no cenário brasileiro do consumo do livro digital. Isso é observado na pesquisa Retratos da leitura no Brasil (2011), que quando perguntando se o download do livro digital é pago, 87% dos respondentes afirmam baixar o livro digital gratuitamente pela internet.

O principal motivo para consumo dos *e-books* pelos respondentes é em relação à praticidade. Todos os entrevistados e todos os respondentes dos

questionários escolhem o livro digital devido a sua portabilidade. Poder realizar a leitura que antes era difícil em momentos como viagens, filas, local de trabalho, aulas, devido a poder carregar uma biblioteca inteira com peso reduzido a qualquer lugar. Podemos perceber como isso gera uma mudança, ainda que o dispositivo mais utilizado para a leitura seja o notebook, que não é tão portátil quanto um e-reader, *tablet* ou celular. Essa mudança é observada no sentido que, antes um momento que não era aproveitado, devido ao peso excessivo ou a falta de luz no ambiente, por exemplo, uma viagem de ônibus, dá lugar a um espaço de relaxamento ou estudo.

Essas diferentes formas de leitura podem ser percebidas quando os entrevistados relatam o uso dos recursos que o livro digital e a plataforma de leitura oferecem, como a interação com hiperlinks, uso da busca e leitura no escuro. Esses recursos vão trazer novas práticas de leitura, principalmente a possibilidade de uma leitura mais fragmentada. No que diz respeito a essa leitura fragmentada, ela não é exclusiva do digital, porém é facilitada pelos recursos, como a busca e os hiperlinks, que atuam como uma assistência ao leitor, reduzindo o tempo para encontrar a informação. Com isso, podemos relacionar o grande consumo de livros técnicos cientifico que é referido por todos entrevistados e consumido por 31% dos respondentes do questionário online. Eles relatam que no meio acadêmico é muito comum os professores exigirem a leitura apenas de determinado capítulo de um livro, ou partir do interesse próprio de apenas parte da obra e ir diretamente ao conteúdo.

O gênero mais consumido pelos respondentes é a literatura geral (32%), seguida pelos livros técnico-cientificos (31%). No caso de romances alguns entrevistados comentaram que realizam sua leitura de forma inteira, não costumam pular partes, diferentemente do que foi observado nos entrevistados quando se trata de livros técnico-cientificos, que foi o gênero mais comentado pelos entrevistados, que fazem uma leitura mais fragmentada, no qual recursos como a busca e hiperlinks possibilitam facilitar esta leitura.

Entre as desvantagens do livro digital citadas pelos entrevistados estão não poder montar uma biblioteca em casa, o brilho da tela ser cansativo para os olhos, se perder na contagem das páginas, já que não é a mesma do livro impresso, e de não poder presentear e emprestar para outras pessoas. O cansaço ocorre em dispositivos como notebook e *tablets* em que as telas são feitas com LED e LCD,

elas oferecem imagens vibrantes, mas cansativas para longas horas de leitura pois emitem luz direta nos olhos, ao contrário dos *e-readers* que possuem luz interna e conseguem refletir a luz natural, tornando a leitura semelhante ao papel. O empréstimo do livro digital ainda não está consolidado, mas como citado anteriormente empresas como a Amazon já estão implantando o sistema de empréstimo do livro digital e bibliotecas começam a adotar o sistema de empréstimo do livro digital, como a biblioteca da UFSM, que trabalha com o sistema Minha Biblioteca[36] e E-volution[37], permitindo o empréstimo de livros digitais pelos usuários.

Quanto ao formato, o PDF ainda continua sendo o mais utilizado, por ser um formato universal e consagrado como formato padrão para visualização de arquivos, e também por que muitos dos livros digitais existentes são as versões do livro impresso antes de ir para impressão. Um ponto curioso observado é que entrevistados que possuem um dispositivo específico para a leitura digital, como o e-reader afirmam utilizar o PDF para fazer a leitura dos seus textos, talvez por não terem competência suficiente para entender o formato digital ou as vantagens da leitura de um arquivo no formato ePub, que destaca-se pela forma como a tela de texto se adapta aos dispositivos, sejam *smarthphones*, *e-readers* ou *tablets*, a leitura é totalmente ajustada.

Todos os entrevistados acham a relação de preço do livro digital aceitável, embora não paguem por ele, pois utilizam os serviços de downloads gratuitos. O que leva estes entrevistados a acharem justo o preço do livro digital é o conteúdo, que é considerado o mais caro e importante.

A maioria dos entrevistados consome o livro digital pela facilidade de acesso, devido à instantaneidade que o suporte oferece que proporciona ter o livro a um clique, sem precisar ter o deslocamento até uma livraria, e também ter o conteúdo atualizado sem depender de lançamentos de novas versões impressas que às vezes demoram muito tempo para acontecer e que no digital é só fazer o download de uma

---

[36] A base Minha Biblioteca é uma base de livros eletrônicos multidisciplinar. O acesso é via internet através de login (número de matrícula) e senha (mesma utilizada para acessar os portais da universidade). Conta com 4.825 livros eletrônicos de diversas áreas do conhecimento. O acesso é simultâneo e ilimitado. A base permite realces do texto, anotações e compartilhamento de anotações.

[37] O acesso à base E-volution é via internet através de login e senha. O primeiro acesso precisa ser por um ip de computador da universidade para que o usuário seja reconhecido como integrante da comunidade da UFSM. A base conta com diversos *e-books* e permite marcação de páginas nos materiais, permite destaques grifando palavras e disponibiliza quadros para anotações em trechos da obra.

atualização. O leitor digital santa-mariense, a partir do observado, está buscando rapidez no acesso, parece procurar uma “economia” de tempo e não gosta de ter dificuldades para encontrar o livro e ter que fazer deslocamentos mais longos para adquirir o produto. O livro digital ganha o rótulo de produto prático e rápido.

A instantaneidade aparece novamente quando é perguntado o que muda na leitura do impresso para o digital. Os entrevistados percebem como uma leitura mais prática e rápida. Um dos entrevistados diz que perde a noção por não ter a dimensão de quanto já leu do livro, outro afirma que a leitura digital remete à pressa. Novamente podemos perceber que o livro digital é atribuído como um objeto de consumo mais acelerado, a partir de uma outra relação quanto ao tempo da leitura.

Apesar de todos entrevistados consumirem o livro digital, e apontarem essas características em comum, a maioria prefere o livro impresso. Esses consumidores comentam sobre a tradição, o cheiro do livro, que gostam de poder tocar no livro, folhear, ver o avançar das páginas, riscar, emprestar, o que não é permitido experimentar de forma sensitiva no digital. Eles atribuem um valor sentimental ao consumo do impresso. Porém de forma alguma se percebe rejeição ao livro digital, tanto que, quando é perguntado se de agora em diante mais livros impressos ou digitais serão lidos, os entrevistados respondem em sua maioria que continuarão com a tradição do impresso e tentarão incluir os livros digitais na sua lista. Um entrevistado inclusive afirma que consegue ler mais livros com o dispositivo digital. O que a pesquisa indica é que, de um modo geral, entre os leitores entrevistados, o livro digital ainda está em fase de adaptação quanto aos hábitos de consumo.

Quanto à última pergunta, todos os entrevistados não acham que Santa Maria incentive o consumo do livro digital na cidade, pois não veem ações em lugares como a feira do livro, políticas públicas de incentivo a esse suporte ou lojas específicas que trabalhem com este formato. Também observam que não é o papel da cidade buscar esse incentivo já que o interesse da leitura digital parte do próprio usuário, além disso, é comentado que a leitura do livro impresso na cidade já não é muito divulgada, então a digital acaba tendo menos tem espaço.

A realização dos questionários e entrevistas nos possibilitou entender que o perfil majoritário do leitor digital santa-mariense de acordo com a pesquisa é jovem e universitário. Isso também ocorre devido à cidade de Santa Maria ser considerada cidade universitária, pois abriga a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e mais seis Instituições de ensino superior, o que confere o status de cidade da

educação. Conforme a Agência de desenvolvimento de Santa Maria (ADESM), são cerca de 35 mil estudantes universitários, em mais de 350 cursos de graduação e pós-graduação. Santa Maria também é a terceira cidade do Brasil com maior número de mestres e doutores per capita.

A tendência à popularização dos *smartphones* e *tablets* é outro fator para estimular a aproximação inicial dos leitores santa-marienses, por sua portabilidade e facilidade. Nesta pesquisa (38%) dos respondentes usam alguma destas plataformas para a leitura do livro digital (*smarthphones + tablets),* e o crescimento das vendas pode trazer ainda mais usuários. Segundo pesquisa realizada pela IDC Brasil [38] no ano de 2013 ,os *tablets* superaram notebooks em vendas pela primeira vez, além disso os *smartphones* bateram recorde de venda no terceiro trimestre do ano (IDC,2013). Isso pode significar um aumento do consumo da leitura nesta plataforma, ainda que os computadores e notebooks dominem o universo da pesquisa, com 47% dos respondentes utilizando um destes meios para a leitura dos *e-books*. A classe social predominante na nossa pesquisa é A e B, com 68% dos respondentes nestas classes sociais, resultado semelhante a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil que mostra que o perfil do leitor digital é composto por 53% dos respondentes das classes A e B.

A aproximação da leitura digital pelo suporte PDF também é outra tendência de consumo que se percebe no primeiro contato com os ebooks, visto que o PDF é um suporte universal facilmente disponibilizado em compartilhamento de arquivos em todas as plataformas, mas principalmente em computadores e notebooks que são na maioria das vezes o primeiro lugar da leitura eletrônica.

[38] Empresa líder em inteligência de mercado, que oferece serviços de consultoria e conferências com as indústrias de Tecnologia da Informação e Telecomunicações

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao escolher o tema desta pesquisa, foi levada em conta a curiosidade da pesquisadora em estudar o universo dos livros digitais e o seu consumo, principalmente na cidade de Santa Maria, considerada cidade universitária e com grande fluxo de jovens e estudantes. Outro fator também levado em conta para realização desta pesquisa foi a escassez de trabalhos a respeito de consumo de livros digitais, os quais motivaram a pesquisadora e sua orientadora a seguirem a pesquisa.

Nesse tempo de análise, foi realizado um resgate histórico desde os primeiros registros da escrita que eram feitas em tabuletas de argila, a invenção do livro impresso e a transição para o livro digital. Os suportes foram evoluindo, entrando em convergência, uns se apropriando dos outros, mas nunca deixando de existir e independente do suporte que o livro se encontra, o objetivo dos consumidores é o mesmo: a leitura.

A leitura é uma forma de consumo de conhecimento. Independente de ser em um celular ou em um *tablet*, o ato de ler é o objetivo principal do consumidor. Porém, com a chegada de novos dispositivos, desde os computadores até os *e-readers*, o usuário de livros digitais passou a explorar e conhecer os diferentes recursos e buscar diferentes formas de se adaptar à tecnologia e à leitura.

Neste trabalho, apresentamos o livro digital e sua trajetória, e percebemos que já não se trata de um suporte novo, pois existe há mais de quarenta anos, mas que ainda está em adaptação, pois seus usuários ainda não possuem domínio completo da tecnologia e ainda existem pessoas que nunca tiveram contato com este tipo de leitura.

As vantagens do livro digital, como a portabilidade; a possibilidade de regular o tamanho da fonte, o tipo de letra, brilho da tela; a possibilidade de ter o livro a qualquer hora e em qualquer lugar, mesmo em ambientes com pouca luz, entre outros, são os maiores motivadores para o consumo dessa nova tecnologia entre os entrevistados.

Apesar disso, os entrevistados possuem um grande apreço pelo livro impresso e comentam que o livro digital não proporciona diversos prazeres, como,

por exemplo, sentir o cheiro do livro e folheá-lo - características que possuem valor para estes consumidores.

O livro digital para a maioria dos entrevistados tem o valor de “pressa”, instantaneidade e também leva a atribuição de “velocidade”, o que para alguns não permite uma leitura calma, sossegada, mas também está associado a ser um dispositivo “fácil”, devido à sua portabilidade e facilidade de acesso, o que faz com que seja atrativo e conquiste novos consumidores que estão buscando cada vez mais inovação e interação com a tecnologia. O livro digital ganha valor cultural, modificando assim a vida destes entrevistados, é uma nova forma de consumo.

Acreditamos que com o aporte teórico, principalmente de autores como Wilson Martins, Albert Labarre, Peter Burk, Asa Brigs, Ednei Procópio, Roger Chartier, Henry Jenkins, Pierre Levy, Nestor Garcia Canclini, Nilda Jacks, Ana Carolina Ecosteguy e Isabel Travancas, juntamente com a pesquisa empírica, com a análise dos dados do questionário online e das entrevistas em profundidade, conseguimos responder aos objetivos dessa monografia que foram a) Analisar o publico santa-mariense consumidor de livros digitais b) Identificar o perfil deste novo consumidor de livros digitais, c) Definir possíveis tendências de comportamento deste consumidor.

A cidade de Santa Maria não foi vista como uma incentivadora do consumo de livros digitais, visto que não existem canais diretos de ligação com o livro digital, também não há políticas públicas de incentivo ao suporte, nem campanhas em eventos que incentivam a leitura, como a Feira do Livro, assim dificultando a possibilidade de consumo a quem não possui contato direto com a tecnologia por falta de acesso ou conhecimento.

O que se pretendia com esse trabalho era descobrir quem era o consumidor de livros digitais da cidade de Santa Maria e identificá-lo, além de estabelecer um perfil e características de consumo, assim como possíveis tendências de comportamento deste consumidor.

O perfil deste consumidor santa-mariense de livros digitais é composto principalmente por estudantes universitários jovens e professores que buscam atributos de agilidade e instantaneidade no suporte digital, motivados pela portabilidade e facilidade de acesso do conteúdo na plataforma e consumem o *e-book*, principalmente em dispositivos como computadores e notebooks, mas com uma tendência no aumento da leitura digital em *smartphones* e celulares, justamente

por buscarem portabilidade nos dispositivos. O *e-reader*, apesar de ser uma plataforma portátil e dedicada à leitura, contou com poucos usuários respondentes na pesquisa, mas mesmo assim mostrou satisfazer as necessidades dos entrevistados quanto ao consumo, principalmente por permitir uma leitura mais semelhante ao livro impresso, que ainda é preferido em relação ao digital.

Como já foi citado anteriormente, são poucas as obras que estudam o consumo de livros digitais na área da comunicação. Nesse sentido, o trabalho serviu para a contribuição desses estudos e servirá de reflexão e motivação para futuros trabalhos na área, principalmente na produção editorial, em que o profissional terá que pensar produtos para estes consumidores.

Portanto, o formato em que o livro será consumido é escolha do usuário, que vai decidir que suporte utilizar, os seus valores e práticas de consumo. Mas está claro que na cidade de Santa Maria existe uma falta de editoras e de livrarias, ou até lojas especializadas para venda de dispositivos de leitura digital, que precisam ensinar o consumidor sobre esse novo produto, apresentando não como um suporte definitivo, mas uma extensão do livro impresso.

Para futuras pesquisas é interessante pensar em questões como a acessibilidade dos *e-books*, para que pessoas com algum tipo de deficiência possam ter acesso aos livros digitais e também discutir mais sobre questões de formato, como, por exemplo, o PDF ser considerado ou não um livro digital. Também é interessante aumentar o campo da pesquisa sobre livros digitais, já que esta monografia já trouxe resultados interessantes na cidade de Santa Maria – RS.

O desafio é não apenas aumentar o consumo de livros digitais na cidade, mas sim incentivar o consumidor a ler o livro digital e fazer com que seja percebido como algo portátil, fácil e mais interativo, melhorando assim a experiência de leitura e possibilitando novas formas de obtenção de conhecimento.

REFERÊNCIAS

ADESM. **Agência de desenvolvimento de Santa Maria.** Disponível em: <http://adesm.org.br/>. Acesso em: 23 abr. 2014.

ABEP. **Associação Brasileira de Estudos Populacionais.** Disponível em: <http://www.abep.org.br//>. Acesso em: 3 abr. 2014.

ADOBE. **Adobe - PDF.** Disponível em: <http://www.adobe.com/br/pdf/>. Acesso em: 20 mar. 2014.

ALDIKO. **Aldiko.** 2014. Disponível em: <http://www.aldiko.com/>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ANDRADE, Roberta Manuela & SILVA, Erotilde. “Quem lê tanto romance? As práticas de leitura dos livros do coração”. In: **XXXIV Congresso de Ciências da Comunicação - INTERCOM**. Recife, 2011, p. 1-15.

ATITUDE SUSTENTÁVEL (Org.). **A sustentabilidade e os e-books.** 2011. Disponível em: <http://atitudesustentavel.com.br/blog/2011/01/04/a-sustentabilidade-e-os-e-books/>. Acesso em: 26 abr. 2013.

BELLEI, SÈrgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. S„o Paulo: EDUC; FlorianÛpolis: UFSC, 2002

BOOKBOON. **Bookbon**. Disponível em: <http://bookboon.com/blog/en/bookboon-com/our-mission-and-concept/>. Acesso em: 26 abr. 2014.

BRIGGS, Asa, PETER, Burke. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet.** Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias; Revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

CÂMARA BRASILEIRA DE LIVROS (CBL). **Pesquisa Retratos da leitura no Brasil**. Disponível em: < http://www.cbl.org.br/ > Acesso em: 20 mar. 2014.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Ed. UFRJ. 2005

CANCLINI, Néstor García. 1993. **El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica**. México: CNCA.

CASTELLS, Manuel & CAETANO, Arlene. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

CALIBRE. **Calibre.** Disponível em: <http://calibre-ebook.com/about>. Acesso em: 20 abr. 2014.

CARVALHO, Katia de. O admirável mundo da informação e do conhecimento: livro impresso em papel e livro eletrônico. **Biblios,** Peru, p.1-14, 2006. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/161/16172403.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2014.

CHARTIER, R. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Tradução Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: UNESP e Imprensa Oficial SP, 1998.

EBOOKPRESS. **Microsoft Reader.** 2011. Disponível em: <http://ebookpress.wordpress.com/2011/08/21/microsoft-reader/>. Acesso em: 20 mar. 2014.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias de Estudos Culturais.** Belo Horizonte: Editora autêntica 2001

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hackers, 2005

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os estudos culturais.** Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2014.

FEITOSA, Fernanda; BAIRON, Sérgio. **A Estética da Linguagem em Tempos de Hipermídia e TV Digital Interativa**. Intercom, Fortaleza, set. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1009-1.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2014.

FIGUEIREDO, Nébia Maria Almeida de. **Método e metodología na pesquisa científica**. São Paulo: Difusão, 2004.

FURTADO, José Afonso. **O que é um ebook?** 2010. Disponível em: <http://ebookportugal.net/2010/04/o-que-e-um-ebook-por-jose-afonso-furtado/#axzz34UgiZVC7>. Acesso em: 26 abr. 2014.

GIL, Antonio Carlos**. Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRUSZYNSKI, Ana Claudia. E-book. In: **ENCICLOPÉDIA Intercom de Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1, p. 427-428. CD-ROM.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, n° 22 (2): 15-46 jul./dez, 1997.

HART, Michel. **História e Filosofia do Project Gutenberg, por Michael Hart.** 1992. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/wiki/PT-PG_História_e_Filosofia_do_Project_Gutenberg,_por_Michael_Hart>. Acesso em: 23 abr. 2014.

HART, Michel. **Project Gutenberg Mission Statement by Michael Hart.** 2007. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:Project_Gutenberg_Mission_Statement_by_Michael_Hart>. Acesso em: 20 abr. 2013.

IDCLATIN. **Estudo da IDC mostra recorde nas vendas de smartphones no terceiro trimestre de 2013**. Disponível em: <http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=1547>. Acesso em: 26 maio 2014.

IDCLATIN. **Tablets superam notebooks em vendas pela primeira vez, segundo estudo da IDC**. Disponível em: <http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=1627>. Acesso em: 28 maio 2014.

INFO. **Garanta sua leitura:** Conheça e explore as diversas possibilidades do gerenciador de livros digitais Calibre. 2013. Disponível em: <http://info.abril.com.br/dicas/mobilidade/outros-9/garanta-sua-leitura.shtml>. Acesso em: 14 mar. 2014.

JACKS, Nilda. Tendências **latino-americanas nos estudos de recepção**. Revista Famecos. Porto Alegre. n. 5. nov.1996. Texto apresentado no GT Comunicação e Recepção. XVII INTERCOM, Piracicaba, 1994.

JACKS, Nilda. (coord.). **Meios e audiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph, 2008.

LABARRE, Albert. **História do livro**. Trad. [do francês] de Maria Armanda Torres e Abreu.São Paulo: Editora Cultrix, 1981

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2009.

MACEDO, Thiago. **O Livro, como suporte da escrita: evolução e tendências atuais**. São Paulo, 2011.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita**. São Paulo: Ática, 1998. 519p.

McMURTRIE, D. C.. **O Livro**: impressão e fabrico. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1969.

MELLO, Bruno. **Do papel ao digital: uma análise entre a revista galileu impressa e para plataforma móvel**. Santa Maria, 2013.

KATZ, Fabiana. **Estudo de comportamento de consumo de livros digitais.** Porto Alegre, 2011.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital** ;tradução: Sérgio Terraroli;supervisão técnica Ricardo Rangel.São Paulo:Companhia das letras,2000,p.09-219.

PEREIRA, Camila**. O consumo de smartphones entre jovens de camadas populares em Santa Maria – RS** . Santa Maria, 2013.

PROCÓPIO, Ednei. **O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais**. São Paulo: Giz Editorial, 2010

PINHEIRO, A. V.. Da sacralidade do pergaminho à essência inteligível do papel. In:DOCTORS, Marcio (org.). **A cultura do papel**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra: Fundação Eva Klabin Rapaport, 1999. p. 65-80

PUBLISHNEWS. **Aplicativo digital Saraiva atinge 2 milhões de downloads.** 2013. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=73321>. Acesso em: 26 mar. 2014.

PUBLISHNEWS. **IPad chega e vem com iBookstore.** 2010. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=55932>. Acesso em: 28 abr. 2014.

READER, Ebook. **EBooks conquistam mais espaço no mercado editorial brasileiro.** 2014. Disponível em: <https://ebookpress.wordpress.com/2014/04/24/ebooks-conquistam-mais-espaco-no-mercado-editorial-brasileiro/>. Acesso em: 28 mar. 2014.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro** 1960-1990. São Paulo: Com Arte/FAPESP, 1996.

REVOLUÇÃO EBOOK. **Amazon Agora Também irá Vender PDFs.** 2011. Disponível em: <http://revolucaoebook.com.br/amazon-agora-tambem-ira-vender-pdfs/>. Acesso em: 20 abr. 2014.

REVOLUÇÃO EBOOK. **Pesquisa Revela Situação Atual dos eBooks no Brasil.** 2012. Disponível em: <http://revolucaoebook.com.br/onze-mil-ebooks-portugues/>. Acesso em: 21 abr. 2014.

SAE. **Pesquisa promete definir classes econômicas.** Disponível em: <http://www.sae.gov.br/site/?p=17711> Acesso em: 8 abr. 2014.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2005.

SIMPLÍSSIMO. **Ler E-books no Galaxy Tab é Muito Bom.** 2011. Disponível em: <http://www.simplissimo.com.br/ler-e-books-galaxy-tab/>. Acesso em: 20 abr. 2014.

SIMPLÍSSIMO. **O Formato ePub: Por Onde Começar?** 2011. Disponível em: <http://www.simplissimo.com.br/o-formato-epub-por-onde-comecar/>. Acesso em: 12 abr. 2014.

SODRÉ, M. **Best-seller: a literatura de mercado**. São Paulo: Ática, 1988.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona, Gedisa, 2008.

TECHTUDO. **Tablet ou e-reader? Descubra qual aparelho é o mais indicado para você.** 2013. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/11/tablet-ou-e-reader-descubra-qual-aparelho-e-o-mais-indicado-para-voce.html>. Acesso em: 14 mar. 2014.

TECMUNDO. **O que é o formato ePub?** 2010. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/amazon/3644-o-que-e-o-formato-epub-.htm>. Acesso em: 14 abr. 2014.

THE Digital Book. Disponível em: <http://www.digitalbook.us/downloadpage.html>. Acesso em: 27 abr. 2014.

THE DIGITAL READER. **What eBooks Looked Like 20 Years Ago.** 2013. Disponível em: <http://the-digital-reader.com/2013/07/04/what-ebooks-looked-like-20-years-ago-video/?+TheDigitalRead>. Acesso em: 27 abr. 2014.

TRAVANCAS, Isabel. **Antropologia do Consumo - Isabel Travancas.** Disponível em: <http://www.symballein.com.br/pt/livros-e-artigos/artigos/110-antropologia-do-consumo-isabel-travancas>. Acesso em: 20 abr. 2014.

TRAVANCAS, Isabel. O livro como produto midiático e os estudos de recepção. **Contratempo,** Rio de Janeiro, n. 26, p.87-105, 2013.

VEJA. **Amazon enfrenta obstáculos para lançar Kindle no Brasil.** 2013. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/economia/amazon-enfrenta-obstaculos-para-lancar-kindle-no-brasil>. Acesso em: 28 abr. 2014

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário Online

1. Sexo *

- Feminino
- Masculino

2. Bairro *

Lembrando que você deve residir em Santa Maria.

3. Profissão *

4. Faixa etária *

- Menor de 18 anos
- 18 a 24
- 25 a 29
- 30 a 39
- 40 a 49
- 50 a 69
- Mais de 70

5. Renda Mensal Familiar *

- Renda média de R$ 776,00
- Renda média de R$ 1147,00
- Renda média de R$ 1685,00
- Renda média de R$ 2654,00
- Renda média de R$ 5241,00
- Renda média de R$ 9263,00 ou superior

6. Quantas pessoas moram na sua casa? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

7. Escolaridade *

- ○ Ensino Fundamental completo
- ○ Ensino Fundamental incompleto
- ○ Ensino médio completo
- ○ Ensino médio incompleto
- ○ Ensino superior completo
- ○ Ensino superior incompleto
- ○ Pós-graduação

8. Quantos livros leu nos últimos 6 meses? *

- ○ 1 a 4
- ○ 4 a 6
- ○ 7 a 10
- ○ Mais de 10

9. Quantos destes livros eram digitais? *

- ○ Nenhum
- ○ 1
- ○ 2 a 5
- ○ 6 a 10
- ○ Mais de 10

10. Quais gêneros de e-book você costuma ler? *

- ○ Literatura
- ○ Livro Didático
- ○ Técnico-Científico
- ○ Religioso
- ○ Outros

11. Você prefere o livro impresso ou digital? *

- ○ Impresso
- ○ Digital

12. Caso a resposta anterior seja digital, quais os motivos?

- ○ Portabilidade (poder levar diversos livros a qualquer lugar com facilidade)
- ○ Compra rápida (obter um livro com um clique)
- ○ Preço
- ○ Dispensa de espaço físico para armazenar os livros
- ○ Durabilidade

- ☐ Outros

13. Em quais lugares você costuma ler o livro digital (e-book)? *

- ☐ Casa
- ☐ Trabalho
- ☐ Viagens
- ☐ Escola/Universidade
- ☐ Outros

14. Em que momento você lê o livro digital (e-book)? *

- ☐ Aulas
- ☐ No Trabalho
- ☐ Intervalo do trabalho/estudo
- ☐ Em deslocamento (indo para trabalho, faculdade)
- ☐ Antes de dormir
- ☐ Outros

15. Em que plataformas você lê o livro digital(e-book)? *

- ☐ E-reader
- ☐ Tablet
- ☐ Celular/Smartphone
- ☐ Computador
- ☐ Notebook

16. Como você tem acesso ao livro digital (e-book)? *

- ☐ Livrarias virtuais
- ☐ Bibliotecas virtuais
- ☐ Downloads gratuitos
- ☐ Empréstimo
- ☐ Outros

17. Qual o formato de arquivos de livro digital (e-book) utilizado? *

- ☐ PDF
- ☐ ePUB
- ☐ Mobi
- ☐ Aplicativo
- ☐ Outro
- ☐ Não sei

18. Você acha que Santa Maria estimula o consumo de livros digitais? *

- ○ Sim
- ○ Não

E-mail

Preencha este campo, no caso de você ter interesse em participar da próxima fase da pesquisa.

APÊNDICE B – Roteiro das entrevistas em profundidade

PERGUNTAS:

1. Qual foi seu primeiro contato com o livro digital?
2. O que levou você a ler neste formato?
3. Quais as motivações para aquisição e consumo do livro digital?
4. Como você adquire o livro digital? Descreva o processo.
5. Você acha aceitável a relação de preço do livro digital?
6. Quantos livros digitais você leu nos últimos 6 meses?
7. Você lembra quais eram os livros? Dê alguns exemplos.
8. Quais gêneros você costuma ler como livro digital?
9. Como é a leitura? Inteira, por capítulos? Por busca?
10. Descreva para você como é o momento da leitura deste livro digital.
11. Você conhece os recursos que o livro digital fornece? Fale um pouco sobre que recursos você utiliza.
12. Quais as formas de interação com estes recursos? (hiperlinks, sons, imagens)
13. Qual a plataforma que você utiliza para a leitura (tablet, notebook)? Por quê?
14. Você usa recursos que a plataforma oferece?(ajuste de fonte, brilho da tela) Acha importante? Por quê?
15. Fale um pouco do formato de arquivo que você utiliza?(PDF, ePUB) Você tem algum conhecimento sobre ele?
16. Você prefere o livro impresso ou digital? Por quê?
17. O que muda para você na experiência da leitura do impresso para o digital?
18. Você acha que Santa Maria incentiva o consumo de livros digitais? Por quê?
19. Você acredita que, de agora em diante, vai ler mais livros digitais ou impressos?