

(Re)imaginando o eBook e a cadeia de produção do livro digital¹

Whaner ENDO²

Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP
NOVA IMS – Information Management School, Lisboa, Portugal

Resumo

Este trabalho busca analisar a história

Palavras-chave: eBook; livro digital; modelo de negócios; produção editorial; indústria editorial.

O livro possui mais de 2.700 anos de história. Isso se considerarmos, como é correto, o livro desde antes do surgimento do códex e além das terras ocidentais. O século VI a.C. já presenciava, na China (LYONS, 2011, p. 18), a existência do objeto que transformaria a história da Humanidade.

Nestes quase três milênios, o livro passou por três grandes transformações: *a primeira*, uma mudança no seu formato – do volumem para o códex –, por volta dos séculos II e III d.C., iniciando a substituição do livro na forma de rolo pelo folio ou cadernos (REIMÃO, 2004); *a segunda*, por volta do ano 1440, com a invenção, por Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg e seus associados, da prensa com tipos móveis reutilizáveis, transformando totalmente os modos de reprodução dos textos e de produção dos livros (CHARTIER, 1994), começando um processo de democratização da leitura; e, *a terceira*, considerada a maior de todas as (r)evoluções: o surgimento do eBook (HAWKINS, 2000, p. 15), nos anos 70, do século passado.

A chegada do eBook é uma mudança radical no que se entende por livro (VELAGIĆ, 2014), já que transforma não apenas o seu formato, mas a sua distribuição, as relações entre os principais personagens do processo editorial, o modelo de negócios das editoras e mesmo as competências que os profissionais do livro devem ter.

O objetivo deste trabalho é analisar um novo modelo de negócios, com base nos profissionais

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Curso de Produção Editorial da Universidade Anhembi Morumbi e doutorando do Programa de Dupla Titulação da NOVA-IMS e ECA-USP, email: whaner@anhembimorumbi.edu.br.

que atuam no processo editorial que transforma um manuscrito em um eBook, passando pela fase de aquisição dos direitos, tratamento do conteúdo, distribuição e leitura.

A importância de se compreender este processo de produção do eBook confunde-se com a própria importância do livro para a humanidade, pois a leitura é considerada uma forma de emancipação em qualquer sociedade (BERGSTROM et al., 2014) e o livro digital tem um grande potencial democratizante do conhecimento.

Outro fato que torna a pesquisa relevante é que a indústria do livro movimentou 140 bilhões de Euros em todo o mundo, em 2013 (WISCHENBART et al., 2015) e “o surgimento dos eBooks e das tecnologias dos eReaders mudaram a natureza do mercado editorial e a oferta dos livros, tanto para a leitura de entretenimento quanto para a leitura como parte do processo de aprendizagem” (D’AMBRA; WILSON; AKTER, 2013, p. 48). E não foi só isso, os eBooks mudaram também as relações entre cada ator da indústria do livro: entre escritores e as editoras, entre elas e os canais de distribuição, entre leitores e autores e mesmo entre os leitores e o próprio livro (leitura) ou entre a editora e o produto livro.

Torna-se, portanto, um conhecimento estratégico para que editoras possam tomar as melhores decisões sobre o quê, quando e como publicar seus eBooks, afinal,

O editor necessita de encontrar novas estratégias para enfrentar os desafios que lhe surgem, num número muito maior e em muito mais frentes competitivas do que aquelas com que tradicionalmente lidava. Uma primeira abordagem leva a crer que as novas tecnologias têm maior impacto se originarem modelos de negócios que permitam resolver problemas estruturais detectados na cadeia tradicional (FURTADO, 2004, p. 11).

O trabalho se divide em duas partes, além desta introdução: *a primeira*, uma breve história do surgimento do eBook e *a segunda*, uma reflexão sobre as transformações no grupo de profissionais que trabalha na produção editorial com uma sugestão de fluxograma para a criação de um modelo de negócios para uma editora que deseja atuar no mercado de livros digitais.

Uma breve história do eBook

Por quase 400 anos, o livro manteve-se praticamente fiel ao formato e ao modelo de negócios da época de Gutenberg (COYLE, 2001), até que, nos anos de 1970, surge o eBook, provocando uma nova evolução do conceito de livro.

Embora o Projeto Gutenberg seja considerado por uma série de autores a origem do eBook (LEE, 2013, p. 167) (MARTIN; QUAN-HAASE, 2013, p. 1016) (ZIMMER, 2011, p. 451)

(RICHARDSON et al., 2012, p. 171), sua história inicia-se muito antes do que a maioria das pessoas imaginam (MANLEY; HOLLEY, 2012, p. 293) e remontam à década de 1940.

Em 1945, Vannevar Bush publica, com base em ideias que ele tinha desde o final dos anos 1930 (MANLEY; HOLLEY, 2012, p. 294), o artigo “As we may think”, em que descreve um aparelho para buscar, ler, compartilhar e conectar textos (MACFADYEN, 2011, p. 9) denominado Memex que não foi materializado devido a inexistência, à época, de tecnologia que permitisse a sua construção.

Pelo mesmo motivo, o protótipo de um computador pessoal projetado por Alan Key em sua tese de doutorado, em 1969, também não saiu do papel, o que não o impediu de continuar a trabalhar no que ele chamava de “O escritório do futuro”, no Xerox Palo Alto Research Center (Xerox PARC) (MANLEY; HOLLEY, 2012, p. 295).

Em 1971, Michael Hart inicia o Projeto Gutenberg no Laboratório de Pesquisas de Materiais da Universidade de Illinois, em um mainframe Sigma V, da Xerox, após receber um prêmio no valor de US\$ 100 mil em horas de utilização do computador (HART, 1992).

Hart cria assim o primeiro texto eletrônico, da Declaração de Independência dos Estados Unidos, em código ASCII - American Standard Code for Information Interchange.

Se foram necessários quase quatro séculos para que o livro deixasse para trás as marcas da criação de Gutenberg, as transformações que o eBook sofreu, desde o Projeto Gutenberg, pelo surgimento de novas tecnologias, demandam um novo olhar e, mais do que isso, exigem uma busca por um novo entendimento do que é um eBook, afinal, desde o início, nunca se chegou a uma definição universal do que é (ou era) um eBook (BENNETT; LANDONI, 2005, p. 9). Hoje, pode-se afirmar que existe uma grande confusão quando se tenta definir se existe ou não um formato padrão (MCILROY, 2012, p. 247). Outro problema é que o estágio atual da convergência das mídias (JENKINS, 2015) faz com que qualquer tentativa de criação de uma nova taxonomia para o livro seja problemática (WEEDON et al., 2014, p. 112).

O livro sempre teve um alto valor na sua função de transmitir conhecimento e expressões culturais. Monteiro Lobato, um dos principais autores brasileiros do século XX e considerado o primeiro editor de livros no Brasil, afirmou que “um país se faz com homens e livros” (Milton, 2003). Em outras palavras, democracia e cidadania dependem do desenvolvimento do hábito de leitura da população de qualquer nação (BERGSTROM et al., 2014).

Com o surgimento do eBook, na década de 1970, houve uma grande expectativa de que o formato digital pudesse democratizar o acesso à informação e ao conhecimento e, com isso, ajudar no desenvolvimento da sociedade.

Por trinta anos, de 1970 até 2000, os eBooks tiveram uma lenta penetração no mercado editorial devido, principalmente, a problemas relacionados à capacidade de seleção dos textos, hardware, custo e uma maior interatividade e conectividade (MANLEY; HOLLEY, 2012), mas, a partir do início do novo milênio, com o surgimento de leitores dedicados e de importantes players que transformaram a forma de distribuição, os eBooks tiveram um grande avanço no seu processo de uso e adoção (VASSILIOU; ROWLEY, 2008).

Com a chegada da Amazon e seu leitor dedicado Kindle, em 2007, um novo paradigma surge em que o foco passa a ser na distribuição e custo e não mais apenas no leitor (MACFADYEN, 2011, p. 5).

Em 2010, a Apple lança o iPad e isso traz uma nova onda de mudanças para o mercado editorial, ao amplificar as possibilidades que os eBooks tinham de reproduzir novas linguagens como áudio e vídeo, além de facilitar outras características como interação e compartilhamento. Outras fortes razões que justificam o impacto que o iPad trouxe para os eBooks é a possibilidade multitarefa do aparelho (não era um leitor apenas de eBooks), além do surgimento da iBook Store, principal concorrente da Amazon na distribuição dos livros digitais.

A partir do surgimento das novas possibilidades advindas do mobile (tablets e smartphones), além da própria mudança gerada pelas novas tecnologias desenvolvidas nos últimos anos, fica claro a necessidade de se compreender o que é este novo eBook e seus principais formatos: o *eBook tradicional*, cuja característica é mimetizar o livro impresso; o *enhanced eBook* que passa a incluir linguagens como de áudio e vídeo e o *App eBook* que incorpora outras características como multilinearidade narrativa, interações complexas (realidade aumentada e misturada), etc., o que ratifica a necessidade de um novo modelo de negócios para as editoras no meio digital.

Os novos velhos profissionais do livro

Para analisar a diferença no processo editorial e, em especial, no papel dos profissionais que trabalham na produção do eBook, foi utilizado o modelo de produção do livro “The Whole Socio-Economic Conjuncture (TWSEC)” de Thomas Adams e Nicholas Barker (DARNTON, 2007, p. 503), que pode ser visto na Fig. 1, a seguir

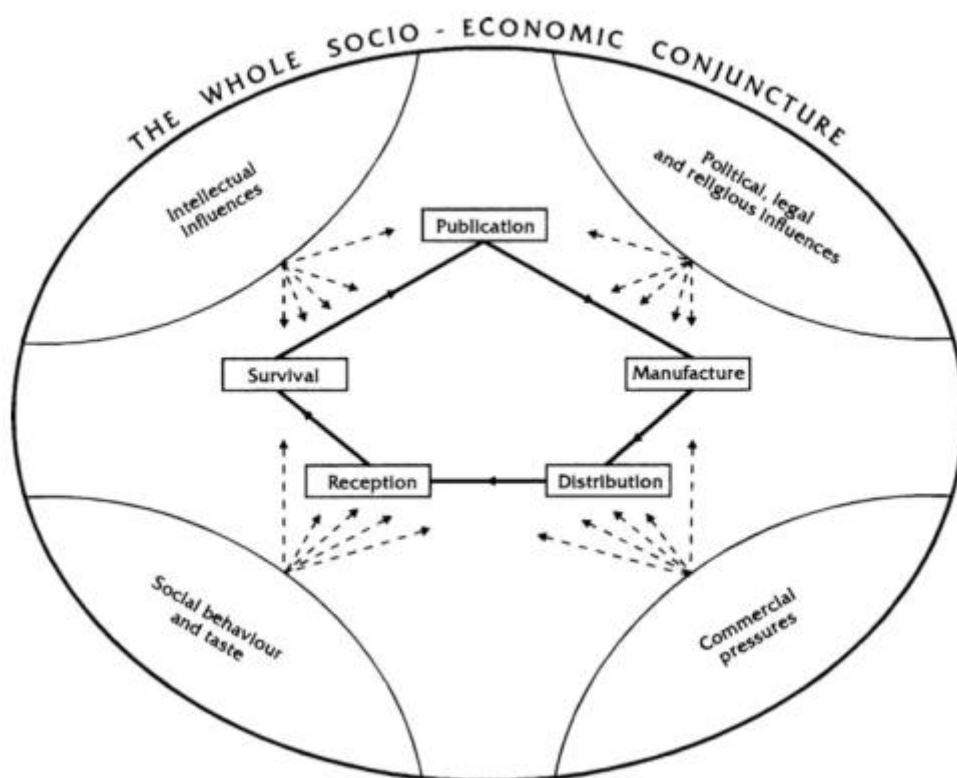


Fig. 1 - Thomas R. Adams and Nicholas Barker, the whole socio-economic conjuncture, 1993.

Fica claro que existem diferenças em cada uma das etapas: desde a decisão pela publicação do eBook (Publication) e escolha do formato (eBook, Enhanced eBook ou App eBook) e linguagens a serem adicionadas (texto, imagem, áudio, vídeo); a sua produção (Manufacture) que pode exigir profissionais ou competência diferentes do livro impresso, como programação; a distribuição (Distribution) no território global, muitas vezes ao clique de um botão; a relação eBook-leitor (Reception) até a própria manutenção do seu uso e adoção (Survival).

Um exemplo desta mudança é que, muitas vezes, os profissionais que se envolvem no desenvolvimento dos eBooks “não vêm da indústria do livro ou mesmo da sua periferia, (...) mas são especialistas em encriptação, sistemas seguros, certificação, programação, que têm se lançado na busca pela standardização do eBook e do seu futuro” (COYLE, 2001).

Mesmo aqueles que participam da indústria do livro precisam se adaptar à esta nova realidade. Desde designers, editores, integrantes dos departamentos comercial e de marketing, livreiros, enfim, todos precisam ter um novo olhar para o que está acontecendo no mercado editorial mundial, afinal “as tecnologias digitais, embora irrenunciáveis para o futuro da edição, afetam os seus elementos – relação com o consumidor, natureza do produto e o modelo de negócio – de modos diferentes e a velocidades diferentes” (FURTADO, 2004,

p. 14).

Reverendo o modelo TWSEC, pode-se ter a seguinte tabela com os principais profissionais atuantes em cada uma das fases definidas pelos autores, suas principais responsabilidades e competências, no modelo tradicional do livro impresso e os novos profissionais, as novas responsabilidades e novas competências exigidas pelo modelo do livro digital:

		Publicação	Produção	Distribuição
Impresso	Principais Profissionais	Editores, publishers, agentes literários.	Editores, revisores, tradutores, designers, ilustradores.	Vendedores e livreiros
	Principais Responsabilidades	Selecionar as obras a serem publicadas e participar do processo de aquisição dos direitos autorais.	Manter a qualidade da forma e conteúdo dos projetos editoriais.	Permitir que os produtos editoriais cheguem às mãos do leitor.
Digital	Novos Profissionais	Scouts especializados em redes sociais, profissionais de TI.	Programadores, roteiristas, designers digitais, profissionais de animação.	Profissionais de gestão da informação, divulgadores voltados para mídias sociais.
	Novas Responsabilidades	-	Identificar a melhor linguagem (texto, imagem, áudio, vídeo) para determinado conteúdo e público. Desenvolver narrativas transmídia, criar roteiros de animação ou audiovisuais. Avaliar possibilidades de utilização de realidade aumentada, virtual ou misturada.	Trabalhar com metadados para o cadastramento correto dos eBooks nos distribuidores. Avaliar os relatórios de vendas em tempo real para definir de maneira eficaz a política comercial
	Novas Competências	Conhecimento das novas TICs, facilidade na construção de relacionamento nas redes sociais, visão internacional.	Trabalhar com diversas linguagens. Roteirização. Programação.	Gestão da informação.

Tabela 1 – Elaborada pelo autor

Fica claro, nesta releitura, que os profissionais ligados à fase da *publicação* continuam os mesmos, embora novas competências passam a ser exigidas para que as credenciais que distinguem os bons editores dos medíocres continuem as mesmas, ou seja, “os títulos publicados durante sua experiência editorial (...), a qualidade da edição ou a escolha dos autores, conselheiros, colaboradores e amigos” (SATUÉ, 2004, p. 47).

Outra característica importante para os que trabalham na fase da publicação é a competência em convencer autores de que a figura de um editor é fundamental para o sucesso de um projeto editorial, indicando aqui uma certa tensão entre o modelo tradicional e o de autopublicação, que só se tornou viável com o surgimento de tecnologias digitais: os eBooks e o POD – Print on Demand, ou impressão sob demanda.

Já a fase da *produção* é a que mais foi impactada com a passagem do impresso para o digital. Além do próprio suporte que passa das folhas de papel para a tela de um equipamento eletrônico, as possibilidades de linguagem são ‘quase infinitas’. Esta mudança é ainda maior após o lançamento dos tablets, em especial, o iPad, aparelhos que permitem uma nova experiência, “com vistas a interação visual, auditiva e tátil, podendo o leitor gravar sua

própria narrativa, jogar, compartilhar conteúdos ou impressões por meio de redes sociais” (GRUSZYNKI, 2015, p. 9).

Novos profissionais passam a participar da transformação que um manuscrito sofre até tornar-se um eBook, um Enhanced eBook ou um App eBook. A própria escolha do formato ideal é uma competência fundamental para o sucesso de um projeto editorial nos dias de hoje. O livro didático é um exemplo já que ele “é a construção de um diálogo transversal entre aluno-professor-ferramenta de ensino que vai além da mídia estática para gerar formas alternativas de imersão” (PLUVINAGE; STUCCHI, 2015, p. 12). A utilização de Enhanced eBooks ou App eBooks pode facilitar o processo aprendizagem, como no caso do ensino de anatomia, nos cursos de medicina, pois “estudantes que se aproveitaram de currículos específicos, com a utilização de ferramentas interativas (incluindo modelos virtuais em 3D, áudio e vídeo) demonstraram um aumento significativo em testes práticos” (STIRLING; BIRT, 2014, p. 20, *traduzido pelo autor*).

Se na gênese dos eBooks, uma das principais vantagens indicadas pelos leitores era a praticidade, hoje, uma das principais características que potencializam o uso e adoção dos eBooks é a questão colaborativa, com a adição de comentários e fóruns de discussão acessados pelos próprios eBooks (HYMAN; MOSER; SEGALA, 2014, p. 37).

Incluir linguagem audiovisual nos livros também é outra característica impossível para o livro impresso e que passa a ser corriqueira na produção dos eBooks. Adequar a linguagem ao seu conteúdo e ao público do eBook é outra competência fundamental a profissionais que irão trabalhar com o livro digital.

O próprio design do eBook passa a exigir uma nova visão do processo de produção,

Na medida em que a digitalização permitiu a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais, segundo estruturas não-sequenciais e multidimensionais, os designers se depararam com lógicas que escapavam dos modelos de configuração dos impressos. Tratava-se agora de projetar espaços de informação pelos quais os leitores/usuários podiam mover-se por meio da interação. Pode-se considerar que existe mobilidade através das páginas dos impressos, interação por meio de sumários, índices, notas de rodapé etc. que apontam percursos de leitura; mas as camadas potencialmente presentes no ambiente digital demandam novas estratégias de organização informacional (GRUSZYNKI, 2015, p. 7).

A fase de *distribuição* tem um grande potencial de ruptura do mercado editorial. É fato que no modelo tradicional, a cadeia de distribuição é o elo mais fraco da indústria do livro, como afirma o pesquisador Felipe Lindoso:

O quadro mostra a precariedade da rede de distribuição, pois a maioria dos municípios brasileiros não tem livrarias e a região Sudeste concentra mais da metade do total. Tal como nas editoras, está em curso um processo de concentração das livrarias. O fenômeno das megastores se faz mais presente com o ticket médio, compondo-se a partir da venda não apenas de livros, como também de CDs, DVDs e, cada vez mais, de artigos de informática e de som. O modelo consagrado pela FNAC francesa se expande rapidamente pela Saraiva, que hoje é a maior cadeia de livrarias do país (LINDOSO, 2008, p. 119).

Se o fato da concentração da distribuição ser mais crítica no meio digital, a democratização do acesso é algo que não pode ser negado. Hoje, basta você ter uma conexão com a internet para ter acesso às principais livrarias online: Amazon, iBook Store, Livraria Cultura, Saraiva, dentre outras.

Mas, se no impresso, a distribuição era feita com um mesmo produto (ou versão), já no digital isso não é tão tranquilo assim... Existem, pelo menos, três formatos principais, para cada um dos três grandes players: Amazon (kindle), Apple (iBooks) e as demais (ePub). Isso, tratando-se do livro digital no, chamado, formato eBook tradicional. Se for um Enhanced eBook ou App eBook, o fator primordial é o sistema operacional que o leitor possui: iOS ou Android. Além desta preocupação, já presente na maioria dos workflows das editoras, uma outra, talvez mais relevante, ainda passa ao largo do dia-a-dia dos profissionais que trabalham com a distribuição dos eBooks: a gestão dos metadados, fundamental pois

A codificação em metadata permite o arquivo e reutilização do conteúdo em momentos e formas eventualmente desconhecidas no momento da sua aquisição, possibilitando a preparação de um produto mais conforme às expectativas do mercado, potencialmente internacional e transferível para uma multiplicidade de suportes (FURTADO, 2004, p. 18).

Saber manipular os metadados pode ser entendido como uma analogia à “ponta de gôndola” das livrarias, ou seja, se a gestão desta informação for bem-feita, através da definição e cadastro dos dados corretos, o eBook será mais visível para o leitor interessado, pois eles

são dados que descrevem informações sobre cada recurso digital. Estes têm a função de facilitar a recuperação de informações eletrônicas, fornecendo meios de identificação e organização, tornando possível a associação de fontes diferenciadas e heterogêneas (GRUSZYNSKI; GOLIN; CASTEDO, 2008, p. 5).

No modelo TWSEC, as fases reception e survival, estão mais relacionadas à forma que o leitor interage com os eBooks e como se dá o processo de adoção desta tecnologia e, portanto, ficaram fora deste trabalho, que focou no processo que acontece dentro da editora.

Esta discussão sobre as novas competências e preocupações a serem consideradas no processo de publicação de um eBook podem ser refletidas no seguinte workflow:

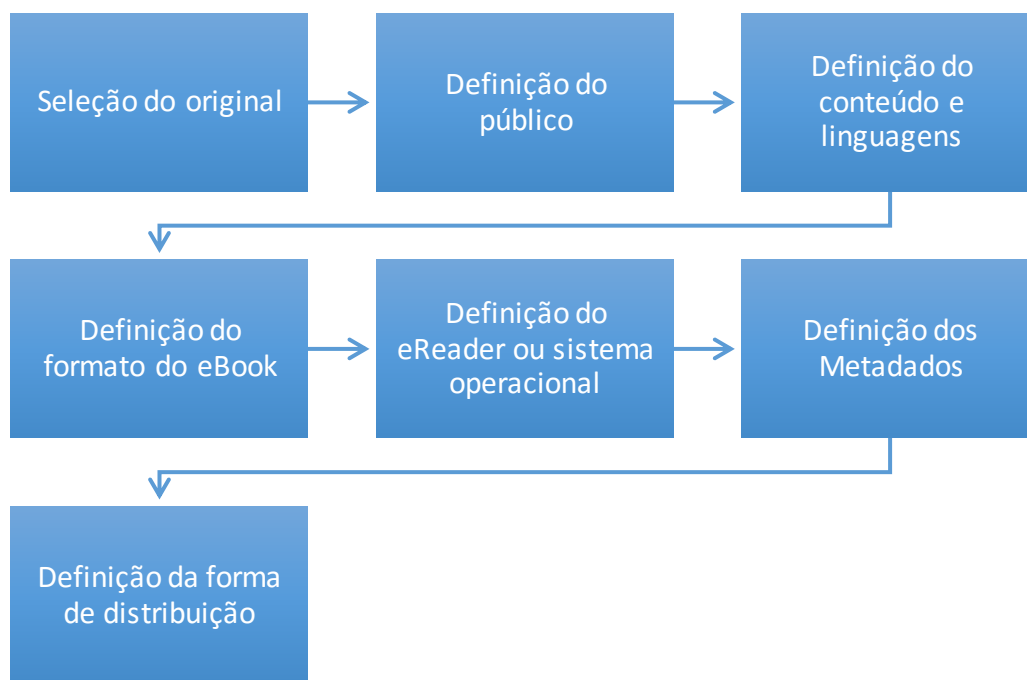


Figura 2 – Produzida pelo autor

Algumas considerações sobre este workflow:

- Na seleção do original, é fundamental que o contrato de cessão de direitos inclua a versão digital e o território mundial para a distribuição;
- Definir o público significa, também, identificar qual o potencial da base instalada de eReaders para o processo de leitura do eBook. Cada vez mais os smartphones passam a ser equipamentos de leitura e isto traz mudanças no fluxo de produção editorial e nas decisões de conteúdo, devido ao tamanho das telas;
- É fundamental compreender os potenciais da linguagem audiovisual para a definição do conteúdo e de sua forma. Novas tecnologias como geoposicionamento, realidade aumentada, vídeo em stream, etc. trazem novas possibilidades para o editor;
- Compreender que não existe um único eBook, mas três formatos totalmente diferentes: o eBook, o Enhanced eBook e o App eBook é fundamental para o sucesso de um projeto editorial;
- Saber escolher entre qual o formato do eBook ou oferecer o mesmo produto em diversos formatos é importante para o processo de adoção do livro digital;

- Definir corretamente os metadados e utiliza-los de maneira eficaz pode significar o sucesso ou fracasso de um projeto;
- Saber trabalhar com todos os principais players é importante para que o alcance do livro seja o maior possível.

Fica claro, ao final deste trabalho, que o livro digital tem um grande potencial para transformar o mercado editorial nacional, desde que ele seja visto não mais como uma mimetização do livro impresso, mas, sim, como uma (r)evolução do mesmo. Só assim, ele poderá ser desenvolvido em todo o seu potencial e, com isso, chegar às mãos dos leitores em todos os cantos do Brasil.

REFERÊNCIAS

- BENNETT, L.; LANDONI, M. E-books in academic libraries. **The Electronic Library**, v. 23, n. 1, p. 9–16, fev. 2005.
- BERGSTROM, A. et al. A national survey of early adopters of e-book reading in Sweden. **Information Research**, v. 19, n. 2, p. 1–25, 2014.
- CHARTIER, R. Do códice ao monitor: a trajetória do escrito. **Estudos Avançados**, v. 8, p. 185–199, 1994.
- COYLE, K. Stakeholders and standards in the e-book ecology: or, it's the economics, stupid! **Library Hi Tech**, v. 19, n. 4, p. 314–324, dez. 2001.
- D'AMBRA, J.; WILSON, C. S.; AKTER, S. Application of the task-technology fit model to structure and evaluate the adoption of E-books by Academics. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 64, n. 1, p. 48–64, jan. 2013.
- DARNTON, R. "WHAT IS THE HISTORY OF BOOKS?" REVISITED. **Modern Intellectual History**, v. 4, n. 03, p. 555–575, 4 nov. 2007.
- FURTADO, J. A. Metamorfoses da edição na era digital. **Anais: I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial**, p. 1–25, 2004.
- GRUSZYNKI, A. C. **Design editorial multiplataforma**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...**Rio de Janeiro: 2015
- GRUSZYNSKI, A.; GOLIN, C.; CASTEDO, R. Produção editorial e comunicação científica: uma proposta para edição de revistas científicas. **Revista E-Compós**, v. 11, p. 1–17, 2008.
- HART, M. **The history and philosophy of project Gutenberg**. Disponível em: <https://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart>. Acesso em: 27 fev. 2016.
- HAWKINS, D. T. Electronic Books A Major Publishing Revolution. Part 1: General Considerations and Issues. **Online**, v. 24, n. 4, p. 14–28, 2000.
- HYMAN, J. A.; MOSER, M. T.; SEGALA, L. N. Electronic reading and digital library technologies: understanding learner expectation and usage intent for mobile learning. **Educational Technology Research and Development**, v. 62, n. 1, p. 35–52, 11 fev. 2014.
- JENKINS, H. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2015.
- LEE, S. An integrated adoption model for e-books in a mobile environment: Evidence from South Korea. **Telematics and Informatics**, v. 30, n. 2, p. 165–176, 2013.
- LINDOSO, F. A cadeia produtiva do livro e a leitura. In: **Retratos da Leitura no Brasil**. São Paulo: Instituto Pró-livro e Imprensa Oficial, 2008. p. 109–125.
- LYONS, M. **Livro : uma história viva**. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- MACFADYEN, H. The Reader's Devices: The Affordances of Ebook Readers. **Dalhousie Journal of Interdisciplinary Management**, v. 7, p. 1–15, 2011.

MANLEY, L.; HOLLEY, R. P. History of the Ebook: The Changing Face of Books. **Technical Services Quarterly**, v. 29, n. 4, p. 292–311, 2012.

MARTIN, K.; QUAN-HAASE, A. Are e-books replacing print books? tradition, serendipity, and opportunity in the adoption and use of e-books for historical research and teaching. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 64, p. 1016–1028, 2013.

MCILROY, T. Ebook formats are a mess - here's why. **LEARNED PUBLISHING**, v. 25, n. 4, p. 247–250, 2012.

PLUVINAGE, J.-F.; STUCCHI, P. **Análise da Narrativa dos Livros Didáticos Digitais 1**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...**Rio de Janeiro: 2015

REIMÃO, S. **Livros e televisão: correlações**. 1. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

RICHARDSON, J. V. et al. eBook readers: user satisfaction and usability issues. **LIBRARY HI TECH**, v. 30, n. 1, p. 170–185, 2 mar. 2012.

SATUÉ, E. **Aldo Manuzio: editor, tipógrafo e livreiro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

STIRLING, A.; BIRT, J. An enriched multimedia eBook application to facilitate learning of anatomy. **Anatomical Sciences Education**, v. 7, n. 1, p. 19–27, jan. 2014.

VASSILIOU, M.; ROWLEY, J. Progressing the definition of “e-book”. **Library Hi Tech**, v. 26, n. 3, p. 355–368, 5 set. 2008.

VELAGIĆ, Z. The discourse on printed and electronic books: analogies, oppositions, and perspectives. **Information Research**, v. 19, n. 2, p. 1–27, 2014.

WEEDON, A. et al. Crossing media boundaries: Adaptations and new media forms of the book. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 20, n. 1, p. 108–124, 1 fev. 2014.

WISCHENBART, R. et al. **Global eBook 2015 - A report on market trends and developments**. Viena: Rüdiger Wischenbart Content and Consulting, 2015.

ZIMMER, C. Technology: Rise of the e-book. **Nature**, v. 480, n. 7378, p. 451–452, 21 dez. 2011.