A recepção do *e-book* no Brasil: Uma pesquisa quantitativa com leitores nativos e imigrantes digitais.[1]

José de Mello Junior[2]
Centro Universitário Barão de Mauá, Ribeirão Preto, SP.
Universidade Paulista - UNIP

Resumo

O ritmo lento de introdução do formato *e-book* no Brasil contradiz inúmeras previsões deterministas feitas em relação ao declínio da cultura do impresso e difere de forma significativa do que aconteceu com a digitalização de outras mídias. Esse trabalho quantitativo é parte de uma pesquisa de métodos mistos que buscou identificar de que forma fatores políticos econômicos e culturais têm atuado no processo de introdução do *e-book.* A pesquisa realizada com leitores universitários buscou medir a aderência destes à leitura de textos longos e de livros eletrônicos em telas, bem como o apego destes à cultura do livro impresso em papel.

Palavras-chave: nativos digitais; *e-book*; mercado editorial brasileiro; leitura em telas; determinismo tecnológico.

Há duas décadas o *e-book* (*ebook*) convive com o livro impresso. Diversas projeções foram feitas por analistas sobre o declínio do impresso e a ascensão do digital. Porém, diferentemente de outras mídias, rapidamente substituídas por novos formatos digitais, o livro em papel demonstra grande resistência. No Brasil esse fenômeno de permanência da cultura impressa tem sido ainda maior do que em outros países. Contrariando as suposições dos adeptos do determinismo tecnológico que tratam a adoção de novas tecnologias como "naturais", acreditamos que fatores políticos, econômicos e culturais motivam essa resistência. Para avaliarmos esses três aspectos, realizamos uma pesquisa de métodos mistos concomitantes, composta por dois levantamentos, um com estudantes universitários e outro com editores brasileiros de livros, assim como entrevistas em profundidade com os dois públicos.[3] Os aspectos políticos e econômicos da pesquisa

[1] Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Doutor em Comunicação Social pela Universidade Paulista e professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Barão de Mauá, e-mail: jomelloj@gmail.com
[3] O resultado destas pesquisas está consolidado na tese: A introdução do e-book no mercado editorial brasileiro: mudança tecnológica conflitos e resistências – defendida em 24 de junho de 2016 na Universidade Paulista (UNIP). A Tese conta com 373 folhas, 112 gráficos, 92 tabelas e mais de 826 entrevistados e respondentes.

foram tratados principalmente nos levantamentos e entrevistas com editores, já os aspectos culturais foram observados de forma preponderante nos levantamentos e entrevistas com os leitores universitários. Buscamos descobrir se esses eram aderentes à leitura de textos longos e de livros em telas de dispositivos eletrônicos bem como verificar o apego existente à leitura de livros em papel. Nesse processo testamos duas hipóteses, a de que, de um modo geral, os leitores ainda eram muito apegados a leitura em papel e de que a aderência à leitura em telas de textos longos de livros, deveria ser maior entre nativos digitais do que entre imigrantes digitais. Foram aplicados mais de 900 questionários[4] entre estudantes universitários de cinco regiões brasileiras. Os resultados dessa pesquisa, bem como os princípios teóricos e metodológicos que a embasaram compõem esse trabalho.

Nativos digitais e leitura ubíqua.

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

> Como devemos chamar os "novos" estudantes de hoje. Alguns se referem a eles com o N – para geração Net ou com o D para geração digital. Mas a designação mais adequada que encontrei para eles é a de Nativos Digitais. Nossos estudantes de hoje são todos "falantes nativos" da linguagem digital de computadores, vídeo games e da Internet. (PRENSKY, 2001, p. 1 tradução nossa)[5]

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

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

O termo surgiu dentro do debate na área pedagógica, e levantava a seguinte questão: Como professores, que nasceram em uma época em que os dispositivos digitais não eram populares e que, em sua maioria, apresentavam dificuldades em lidar com as inovações poderiam se relacionar com jovens que cresceram utilizando tais tecnologias? E de um modo mais radical, o termo era a ponta do *iceberg* de uma crítica às práticas pedagógicas hegemônicas, que não levavam em consideração as transformações socioculturais promovidas pelas TICs. Rapidamente o conceito e o debate em torno desse passou a outros campos como os da comunicação e da sociologia. Até hoje, mais de 15 anos depois, ainda existem controvérsias acerca de algumas questões relacionadas a essa classificação. Mas parece inegável que as novas gerações que tiveram acesso à Internet e a dispositivos digitais variados modificaram a maneira de aprender, comunicar e consumir conteúdo.

O conceito em questão pressupõe que essa geração possui habilidades diferentes daquelas que lhe antecederam, através das quais consegue se articular de forma intuitiva com os novos dispositivos e tecnologias os utilizando não só de forma passiva, para recepcionar conteúdo, mas também de forma ativa, criando, propagando e até mesmo remodelando as arquiteturas informacionais. Os nativos digitais seriam então, aderentes às TICs, inovadores em seu uso, teriam dificuldade em respeitar modelos hierarquizados e práticas tradicionais. Incorporariam a cultura da Internet e, portanto, considerariam a informação e seus subprodutos livres para serem acessados sem a necessidade de respeitar, por exemplo, direitos autorais. O próprio estatuto de legitimidade dos conteúdos a partir de figuras tradicionais como especialistas estaria sendo questionado. Seriam, portanto, o fermento da cultura do amador. Uma geração de mixadores, que rearticulam o conteúdo para gerar suas mensagens. Utilizando os comandos CTRL C, CTRL V, CTRL P (recortar, copiar, colar e publicar) esses jovens rearticulam práticas com as quais os imigrantes têm dificuldade de lidar. Para efeito de nossa pesquisa consideramos como nativos digitais, os brasileiros que nasceram na década de noventa do século XX, ou seja os nascidos a partir de 1 de janeiro de 1991 e que tem acesso à Internet a mais de 5 anos. Por oposição seriam imigrantes digitais, aqueles que não tendo tido acesso a essas tecnologias em suas infâncias e adolescências, passaram a utilizá-las já adultos. Uma das hipóteses que tratamos foi a de que os nativos seriam por sua característica mais aderentes a leitura de *e-books*.

No que concerne aos processos de leitura, a emergência das TICs tem transformado a forma como os leitores acessam e se relacionam com os textos. Segundo

Santaella (2013), é possível identificar, no processo de desenvolvimento da leitura, três tipos de leitores a partir de seus perfis cognitivos alinhados a época em que emergiram, e um quarto tipo em formação nos dias atuais. São eles os leitores: contemplativo, movente, imersivo e o ubíquo. Nos concentraremos neste último como tipologia para os nossos respondentes nativos. O termo ubíquo é utilizado para descrever a fusão de três características que a computação tem assumido, a pervasividade, que é a penetração que os dispositivos fazem nos objetos cotidianos e mais recentemente identificada com o termo Internet das coisas.[6] A computação em Nuvem permite o acesso a dados a partir de qualquer dispositivo conectado à rede e à computação móvel ligada às redes *Wifi*, 3G e 4G e aos *hardwares* portáteis, com destaque para os *smartphones*. A computação ubíqua compreende o resultado dessa convergência de tecnologias e o fato de que, efetivamente ela está em toda parte. Ao valer-se dessa metáfora para descrever o novo tipo de leitor, a autora hipertrofia uma série de características já presentes nos leitores movente e imersivo:

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

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

Critérios metodológicos utilizados para a realização do levantamento

Os questionários foram aplicados entre os meses de outubro de 2015 e abril de 2016 junto a estudantes de graduação e pós, dos gêneros masculino e feminino, de universidades, faculdades e centros universitários públicos e privados, nos horários da

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

manhã, tarde e noite, em de cursos de Exatas, Humanas e Biológicas, de formação tecnológica, licenciatura e bacharelado.

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

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

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

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

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

Para medir a variável latente aderência ao *e-book* entre os leitores utilizamos escalas de Likert,[7] composta por duas variáveis componentes:

[7] Trata-se de uma das escalas mais utilizadas em pesquisa social a fim de medir atitudes e variáveis latentes. Foi criada por Rensis Likert na década de 30 do século XX para mensurar atitudes dentro das ciências do comportamento. Na escala toma-se um constructo acerca do qual se compõem diversas afirmações. Os respondentes devem emitir seu grau de concordância com as afirmações em uma escala que vai de "discordo totalmente/discordo/não concordo nem discordo/concordo e concordo totalmente". A cada uma das escolhas é dada uma pontuação que pode ser -2/-1/0/1/2. Dessa forma, cada item terá uma pontuação e cada constructo

Cultura do impresso em papel: verificar se nativos e imigrantes digitais ainda possuem apego à leitura no suporte papel com 10 itens. *Leitura em tela de dispositivos eletrônicos*: verificar a aderência de nativos e imigrantes digitais com a leitura de textos longos e livros em telas de dispositivos eletrônicos com 16 itens. O comportamento dos respondentes nas duas variáveis componentes, representados por suas pontuações, definiu a aderência ou não dos leitores universitários ao formato *e-book* bem como, a partir da análise separada das respostas de nativos e imigrantes, propiciou compreender a existência ou não de diferenças relacionadas a separação geracional.

Os questionários foram avaliados em sua preparação de duas formas:

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

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

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

Fiabilidade: Para medir a fiabilidade de nossas escalas nos valemos do teste do coeficiente Alfa de Conbrach:

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

As correlações item-total e o valor do Alfa de Conbrach são reveladoras porque fornecem informações sobre cada item individual. Itens que não estão correlacionados com os demais podem ser eliminados da medida para aumentar a confiabilidade do *constructo*. São aceitáveis, segundo DeVellis (1991), itens que obtenham acima de 0,6 em uma escala

uma somatória de pontos que pode revelar o grau de concordância ou discordância que uma determinada amostra tem em relação a um tema. Um constructo complexo pode ainda ser formado por diversos pequenos constructos

que vai até 1. Porém, o desejável é manter no questionário apenas itens que obtenham mais de 0,65 em sua correlação[8].

> Meu conforto pessoal com a variação para uma escala de pesquisa são os seguintes: abaixo de 0,60 inaceitável; entre 0,60 e 0,65 indesejável; entre 0,65 e 0,70 minimamente aceitável; entre 0,70 e 0,80 respeitável; entre 0,80 e 0,90 , muito bom; [...] (DEVELLIS, 1991, p. 95-96)[9]

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

A definição das amostras

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

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

Onde:
n - amostra calculada N-população
Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança
p - verdadeira probabilidade do evento e - erro amostral[10]

Para um erro amostral de 5%, a amostra mínima necessária para uma população de 7,5 milhões[11] de estudantes universitários é de 385. Obtivemos uma amostra válida de 793 estudantes universitários. A distribuição da amostra obedeceu à seguinte proporção, tendo em vista o peso que cada região do país tem na composição de sua população total.

[8] Extraímos o alfa de Conbrach das 3 matrizes do questionário de leitores e da escala do questionário de editores, o resultado e os procedimentos subsequentes serão abordados na apresentação dos resultados.
[9] My personal comfort ranges for research scales are as follows: bellow 0.60 unacceptable; between 0.60 and .65 undesirable; between .65 and 0.70 minimally acceptable; between 0.70 and 0.80 respectable; between 0.80 and 0.90, very good; [...]
[10] Para definição da amostra, foi utilizada uma calculadora amostral. SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <http://www.calculoamostral.vai.la>. Acesso: 10 abr 2016.
[11] Dados obtidos no Censo da Educação Superior de 2014. Disponível em: .Acesso:: 10 abr.l de 2016.

Tabela 1 – Respondentes por região - Elaboração autor

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

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

Apresentação dos resultados da pesquisa quantitativa com leitores

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

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

Sim – 672 Não – 121

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

2 – Nativos e imigrantes digitais: Consideramos nativos os nascidos de 1991 para frente e imigrantes os nascidos até o ano de 1990.

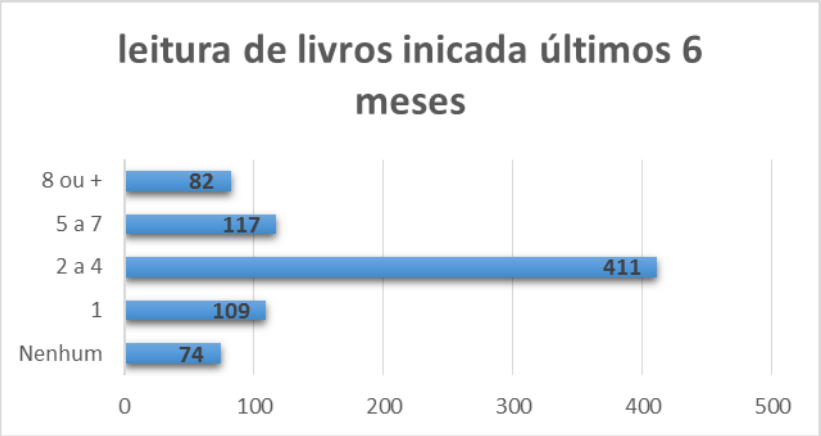
Tabela 02- perfil das estratificações da amostra – elaboração autor

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

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

4 – Leitura extensiva de livros últimos 6 meses:

Gráfico 1 – Leitores – Leitura de livros iniciados nos últimos 6 meses – elaboração do autor



Com base nesses dados classificamos os universitários no que tange a leitura de livros em cinco grupos:

Não leitores: 74 / Leitores eventuais: 109/ leitores 411/ Leitores frequentes: 117/ Hiperleitores: 82

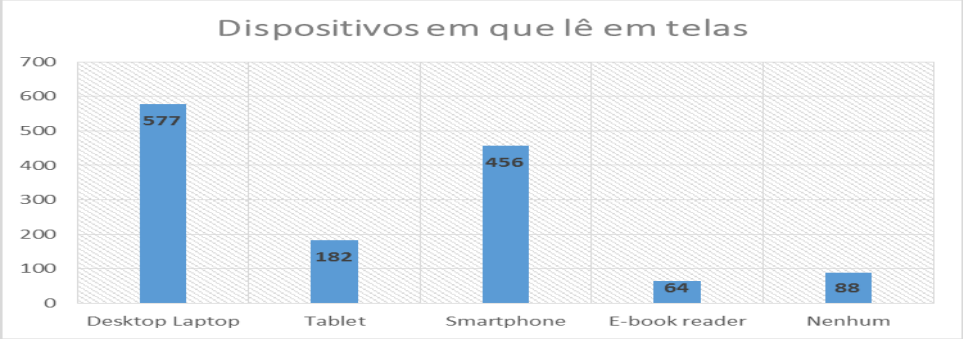
05 – Universitários que leem textos longos em telas de um ou vários dispositivos eletrônicos como: computadores, *tablets*, smartphones e *e-book readers*[12]:

691 leem 87% / 102 não leem 13%.

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

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

Gráfico 2 – Leitores – Dispositivos em que lê em tela – elaboração do autor



[12]Dispositivos dedicados a leitura de *e-books* como: Kindle, Kobo, Lev, etc.

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

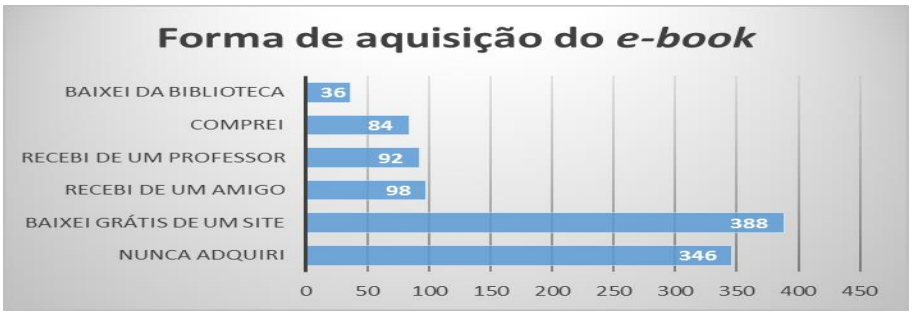
07 – Número de *e-books* cuja leitura foi iniciada:

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

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

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

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

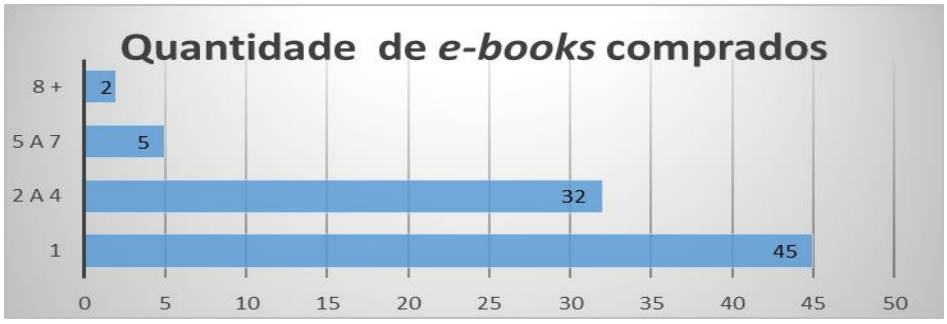


O conteúdo grátis foi o campeão. Interessante notar que o número dos que compraram é maior do que os que possuem *e-readers*, evidenciando que os *e-books* são comprados para serem lidos em outros dispositivos.

Sobre a quantidade de *e-books* comprados observamos que mais de 50% adquiriu apenas um, e 77% adquiriram até 4 *e-books*, ressaltando o caráter incipiente do mercado de

e-books e corroborando com o fato de que a maioria do conteúdo lido foi obtido gratuitamente quer baixando da Internet ou recebendo de amigos e professores.

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



Escala de Likert leitores

A seguir apresentaremos os dados das Escalas de Likert presentes no questionário. As variáveis latentes que compõem o conceito de adesão ao *e-book* são: Cultura do Impresso em Papel com 10 itens e escala de pontuação que vai de -20 a 20; e variável *Leitura em Tela de dispositivos eletrônicos* com 16 itens e com escala de pontuação de -32 a 32.

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

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

0 a 10 Aderente 11 a 20 Superaderente

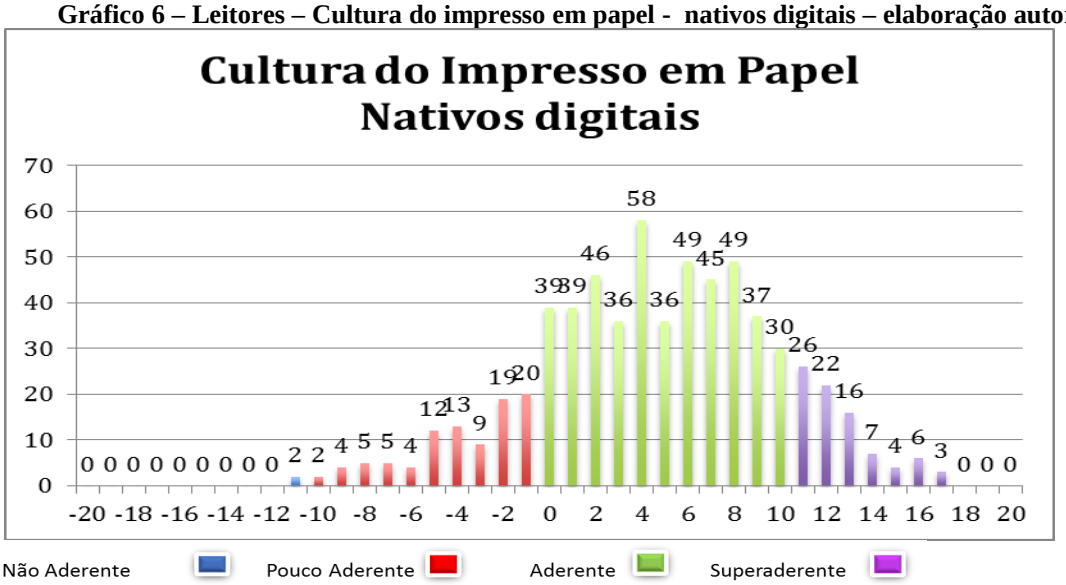
Na variável Leitura em Tela as categorias estão definidas da seguinte forma:

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

0 a 16 Aderente 17 a 32 Superaderente

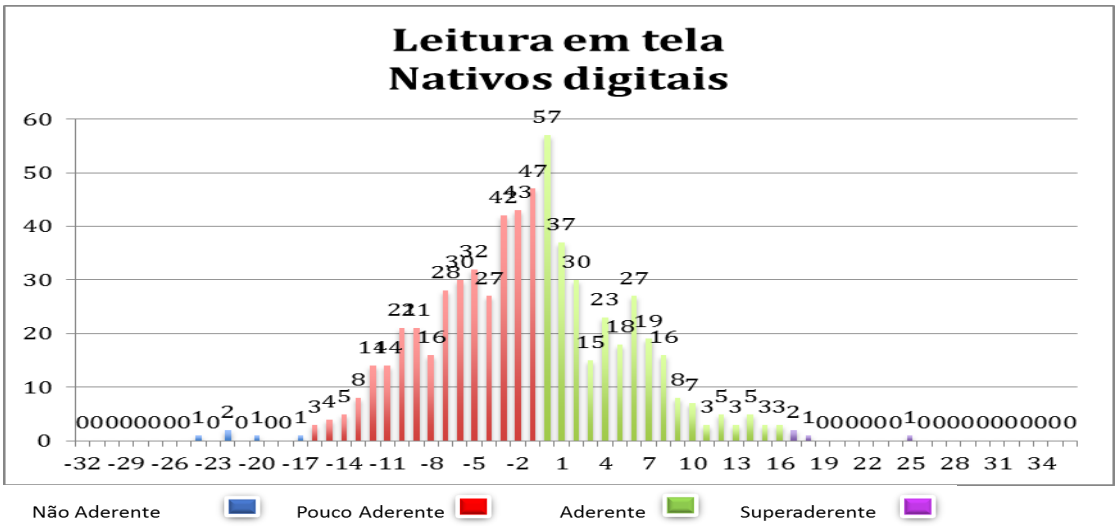
09 - Resultados da amostra composta por nativos digitais: Uma das hipóteses desse estudo sustenta que nativos digitais têm maior aderência ao formato *e-book* que imigrantes digitais. Dividimos as bases de nossa matriz a fim de compreendermos se esse fenômeno realmente pode ser verificado. Os escores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

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



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

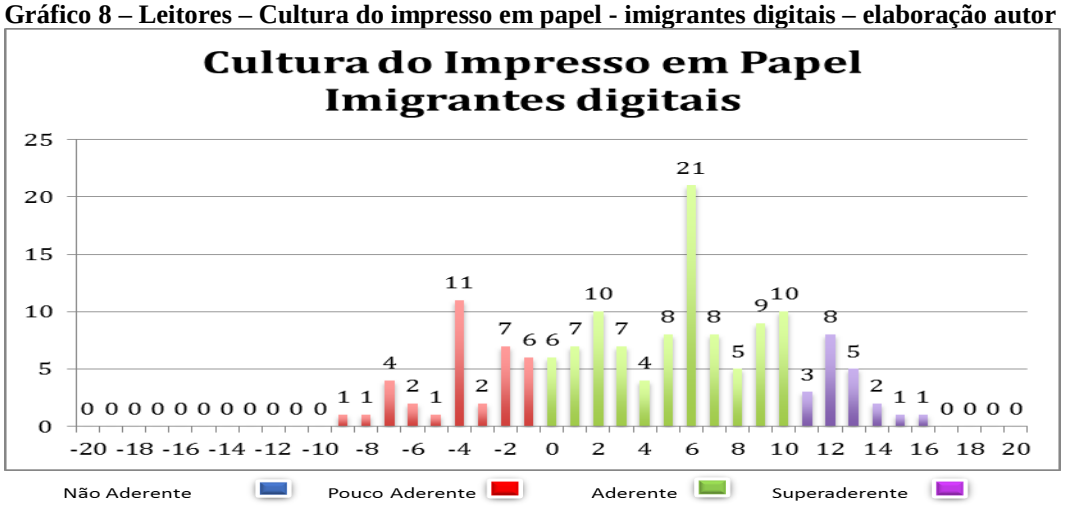
Gráfico 7 – Leitores – Leitura em Telas - nativos digitais - elaboração autor



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

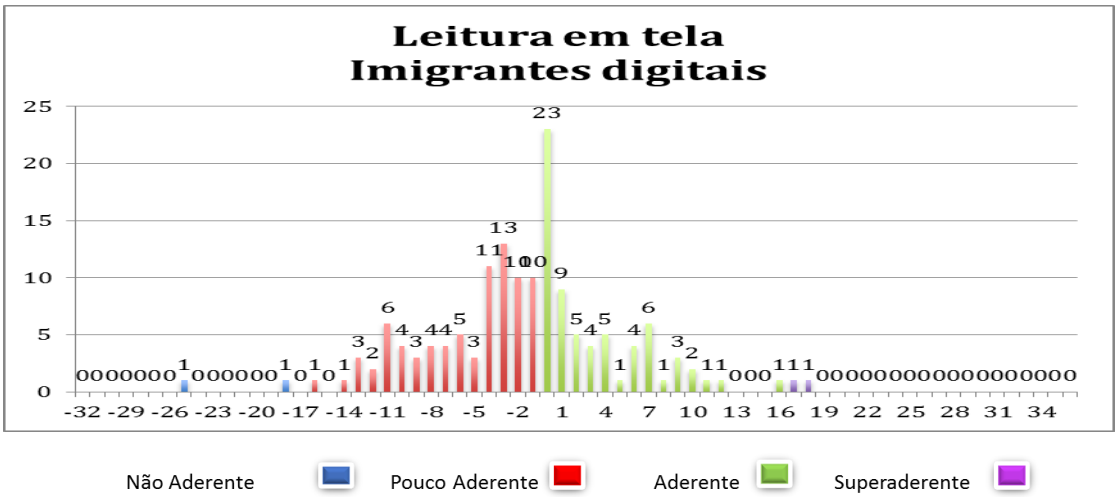
10 - Resultados amostra de Imigrantes Digitais: A seguir apresentamos o resultado dos imigrantes digitais nas duas variáveis de análise. Para nossa hipótese de aderência geracional os imigrantes seriam menos aderentes a leitura em telas e mais apegados a leitura em papel que os nativos digitais. A seguir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

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



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

Gráfico 9 – Leitores –*E-book*- imigrantes digitais – Elaboração autor



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

Conclusão

O levantamento revelou que um número considerável de leitores universitários conhece o formato e lê *e-books*. Dentre os dispositivos de leitura, o menos utilizado é aquele criado especificamente para este fim, os *e-readers*, enquanto *smartphones* e computadores pessoais rivalizam como interface de leitura. Dentre esses leitores apenas 10% já comprou um *e-book*, sendo a aquisição gratuita a partir de diversas fontes a forma

hegemônica de aquisição dos *e-books*. A aderência destes leitores à leitura em telas é baixa, embora utilizem essa modalidade de leitura, a maioria rejeita o formato como demonstrou a escala com forte concentração de 62% dos leitores nos quartis de baixa ou não aderência. Mesmo quando avaliamos os respondentes cuja a pontuação os coloca nos quartis aderentes verificamos uma grande concentração nos limites inferiores da pontuação e no ponto 0. O teste T para igualdade de médias de amostras independentes, demonstrou não haver diferença estatisticamente significativa entre a amostra de nativos digitais e a de imigrantes, revelando como falsa a hipótese de que o público mais jovem, que cresceu sob a influência dos meios eletrônicos seria mais aderente a leitura em telas que os imigrantes.[13] A variável latente que media o apego aos livros impressos em papel demonstrou que nativos e imigrantes ainda são fortemente ligados a esta tecnologia, não havendo aqui diferença estatística entre os dois públicos.[14] Entre os usuários de *e-books readers* foi encontrado um número maior de aderentes a leitura em telas que em relação a amostra geral, porém a diferença percentual não foi significativa. Entre esses também se encontra um maior número de superaderentes a cultura do impresso em papel, caracterizando um tipo de leitor que classificamos como hiperleitor em nossa incipiente tipologia. De um modo geral o estudo revelou que fatores culturais caracterizados pelas práticas de leitura em papel e seus componentes, tem contido o ritmo da introdução do *e-book* no mercado editorial brasileiro. Também é possível afirmar que um fator econômico, mas que também tem relação com a cultura[15], que é o consumo de conteúdo gratuito via Internet, tem influenciado essa introdução incentivando a adesão de leitores, mas deprimindo os demais elos da cadeia de valor do livro (PORTER, 2001).[16] A resistência cultural a uma nova tecnologia pode ser o fator mais importante no ritmo de sua introdução ou mesmo em sua rejeição. Quando o formato *codex* do livro manuscrito passou a ser utilizado, o período de transição ao novo formato foi de quatro séculos (BRABIER, 2008). Durante esse tempo os dois formatos conviveram. A passagem do manuscrito ao impresso demorou cerca de 100 anos para ser concluída (EISENSTEIN, 1998) . O que notamos, no caso do impresso, é que sua posição passou a ser predominante já nas primeiras décadas após sua introdução. Nesse caso, mudou-se muito pouco no produto que o leitor recebia, o

[13] O mesmo teste foi realizado na tese por Mello Junior (2016) com várias segmentações da amostra, inclusive com nascidos antes de 1980, revelando resultados semelhantes.
[14] A pesquisa qualitativa realizada pela tese de Mello Junior (2016) converge para resultado semelhante, qualificando os motivos do apego ao papel e da rejeição parcial à leitura em telas.
[15] Nesse caso a cultura hacker da Internet.
[16] A pirataria e a cultura do grátis são fatores indicados pelos editores na tese de Mello Junior (2016) como fatores que deprimem os investimentos em digitalização e a performance de vendas dos *e-books* em catálogo.

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

Referências Bibliográficas

BABBIE, E**. Métodos de Pesquisa de Survey.** 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.
BARBIER, F. **História do Livro.** 1. ed. São Paulo: Paulistana, 2008.
BARON, N. **Words Onscreen:** The Fate of Reading in a Digital World. New York: Oxford University Press, 2015.
CHARTIER, R., CAVALLO, G. (Orgs.). **História da Leitura no Mundo Ocidental** vols. 1 e 2. 1. ed. São Paulo: Ática, 2002.
DARNTON, R. **A Questão dos Livros:** Passado, Presente e Futuro**.** 1. ed. São Paulo, Cia das Letras, 2010.
DEVELLIS, R. F. **Scale development:** Theory and applications. Newbury Park, CA: SAGE Publications, 1991.
EISENSTEIN, E. L. **A revolução da cultura impressa:** os primórdios da Europa Moderna. 1. ed. São Paulo: Ática, 1998.
HILL, M. M., HILL, A. **Investigação por questionário**. 2. ed. Lisboa: Sílabo, 2012.
MARTINS, G. A. Sobre Confiabilidade e Validade. **RGBN**, São Paulo, Vol. 8, n°. 20, p. 1 – 12, jan./abr. 2006.
MELLO JUNIOR, J. **Do Codex ao *e-book*:** metamorfoses do livro na era da informação. 2006. 426 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Paulista, São Paulo 2006.
MELLO JUNIOR, J. **A Introdução do E-book no Mercado Editorial Brasileiro:** Mudança Tecnológica, Conflitos e Resistências. 2016. 373 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Paulista, São Paulo 2016.
MIÉGE, B. **A Sociedade Tecida pela Comunicação.** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2009.
PALFREY, J. GASSER, U. **Nascidos na Era Digital:** Entendendo a primeira geração de nativos digitais. 1.ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.
PORTER, M. E. **Vantagem competitiva***:* Cirando e sustentando um desempenho superior. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
PRENSKY, M. Digital Natives, Digital Immigrants. **On the Horizon** . MCB University Press, Vol. 9 n°. 5, October 2001.
RONCAGLIA, G. **La cuarta revolución:** Seis lecciones sobre el futuro del libro. 1. ed. Vila Maria: Eduvim, 2012.
SANTAELLA, L. **Comunicação Ubíqua**: Repercussões na cultura e na educação. 1.ed. São Paulo: Paulus, 2013.