

---

## Do Livro aos Leitores Digitais: a Convergência e o Comportamento do Consumidor Leitor<sup>1</sup>

Rodrigo Carlos Bezerra LOPES<sup>2</sup>

Antonio Laurindo de Holanda PAIVA FILHO<sup>3</sup>

Fernanda Bôto Paz ARAGÃO<sup>4</sup>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

### RESUMO

A busca por novas experiências de consumo levou a sociedade a navegar pela multiplicidade de plataformas midiáticas e ferramentas tecnológicas. Neste artigo, pretende-se associar esse contexto de convergência de mídia à relação entre leitor e literatura, percebendo a adaptação do consumidor leitor à diversidade de meios de leitura. Jenkins (2009), Santaella (2004) e Flusser (2010) são alguns autores que dão suporte teórico ao estudo a partir de uma pesquisa documental, além de uma análise quantitativa com base em um questionário aplicado entre os dias 2 e 9 de agosto de 2021, que revelou o quão imerso o leitor está em relação à diversidade tecnológica. Os eixos que guiam esse trabalho são: tecnologia, convergência e literatura.

**PALAVRAS-CHAVE:** hábitos de leitura; convergência; tecnologia; literatura; caixa preta.

### INTRODUÇÃO

Os hábitos de leitura se transformaram com o passar dos anos, orientados pelas mudanças tecnológicas e culturais que desenvolveram novas plataformas de leitura. Santaella (2004) destacou o livro como o meio predominante na literatura na era pré-industrial. Atualmente, ele divide espaço com leitores digitais, tablets, notebooks, smartphones, etc. Muitos defendiam que a partir da chegada de novas ferramentas tecnológicas, suas predecessoras tornar-se-iam obsoletas, prevendo até a chegada de um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UERN, e-mail: [rodrigoooo@gmail.com](mailto:rodrigoooo@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UERN, e-mail: [antoniolaurindofilho@gmail.com](mailto:antoniolaurindofilho@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social (Habilitação em Publicidade e Propaganda) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) e doutoranda do PPGCOM da Universidade Federal do Ceará, e-mail: [fernandaaragao@uern.br](mailto:fernandaaragao@uern.br).

---

aparelho capaz de suportar todos os conteúdos midiáticos que substituiria todos os outros dispositivos, mas a partir do conceito de convergência, entende-se que a busca pela melhor experiência levou o público a conciliar novos e antigos meios e a navegar tranquilamente pela pluralidade de ferramentas tecnológicas.

Partindo desse contexto, neste artigo pretende-se associar esse contexto de convergência de mídia à relação entre leitor e literatura, percebendo a adaptação do consumidor leitor à diversidade de meios de leitura moldando seus hábitos a partir de seu contexto e acompanhando a chegada de novos meios de literatura, e realizando, também, um estudo sobre as transformações das formas de escrita. Através dessas análises, busca-se desmistificar o que Jenkins (2009) chama de Falácia da Caixa Preta a partir do comportamento desse público.

Como fundamentação teórica, serão utilizadas as pesquisas de Flusser (2010) sobre a escrita a partir de uma visão histórica e sociológica, os estudos de Lévy (1999) como forma de entender a relação entre homem e tecnologia, associando-os ao conhecimento de Santaella (2004) e Eco (1993) sobre o público leitor.

Para atingir o objetivo deste trabalho, empreendeu-se uma pesquisa quantitativa, em formato de questionário online, aplicado em um intervalo de 8 dias, tendo iniciado na data 2 de agosto de 2021 e encerrado dia 9 de agosto. Como análise, utilizou-se estatística descritiva.

O trabalho está dividido em discussão teórica e análise dos dados coletados, sendo o debate bibliográfico dividido em três partes que trazem, respectivamente, contextos e discussões acerca da escrita, do leitor e, por fim, da convergência, associando cada tema à discussão tecnológica proposta para compará-lo posteriormente às informações coletadas na análise quantitativa.

## **A TRANSFORMAÇÃO DA ESCRITA**

A história começa a partir da escrita. Foi através do ato de escrever que foi construído o estado mental denominado “consciência histórica”, que separou a pré-história da história, que simplificou a articulação e comunicação com os outros. Esse ponto de virada na trajetória da raça humana permite identificar a forma como homens interpretavam o mundo, o representando através de linhas e formas (FLUSSER, 2010).

Foi por sentir a necessidade de explicar o mundo que os códigos bidimensionais do nosso universo foram transformados em elementos unidimensionais, que

estabeleceram, e ainda estabelecem, a relação entre o homem e o seu ambiente. Tais imagens surgiram para superar a alienação humana e permitir a ação do homem em seu habitat, revertendo a passividade de uma comunidade que, na época, não compreendia muito bem o espaço na qual estava inserido. Basta recordar a razão dos mais clássicos símbolos. Flusser afirmava que “o propósito das pinturas rupestres era permitir a caçada de cavalos; o propósito dos vitrais das catedrais era permitir a oração a Deus; o dos mapas rodoviários era orientar o transporte de veículos; e o das projeções estatísticas era tomar decisões.” (2007, p. 142).

Mas o perigo das imagens surge a partir da potencialidade das mesmas encobrirem o mundo e tornarem o homem refém de seus símbolos, a partir da idolatria. Foi contra as “ideologias” que a escrita foi inventada, por contribuir no entendimento de um contexto com mais profundidade, ao ampliar o acesso à informação e trazer complementos ao significado da imagem. Uma imagem de um sabão em pó é uma coisa, mas, quando acrescentados textos escritos destacando seus benefícios e utilidades, se torna algo maior e mais profundo (FLUSSER, 2010). Santaella (2004) defende que essa fusão foi se consolidando ao passar do tempo, tornando ainda mais comum a hibridação do texto com a imagem, associando letras ao gráfico, ao desenho e a outros elementos imagéticos.

Entretanto, Flusser (2010) reforça que a ampliação à informação foi lenta se olhada sob a perspectiva de acessibilidade social. No início, a leitura era privilégio de uma pequena elite, por causa da raridade e do alto valor monetário dos textos, além do generalizado analfabetismo, fruto de uma sociedade desigual que alienava as massas negando o acesso à educação para a maior parte da sociedade. Com o surgimento da imprensa, a burguesia ascendente do período da revolução industrial teve acesso à consciência histórica. Gómez (2004) complementa ao creditar ao surgimento da imprensa europeia à ampliação da produção e veiculação de materiais impressos e destaca o sistema de escolas públicas primárias na alfabetização das classes mais pobres dos países industrializados, além da expansão das bibliotecas públicas e as mudanças nos métodos de ensino, focado na facilitação da escrita e leitura.

Para os países subdesenvolvidos, o processo foi ainda mais lento. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua Educação, que leva em consideração critérios próprios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a taxa de analfabetismo no Brasil, em 2019, ainda era de 6,6%. Esta parcela

---

referente a cerca de 200 mil pessoas engloba a população de 15 anos ou mais que não sabe ler e escrever nem ao menos simples palavras e frases. Em consequência, estes números refletem diretamente a lentidão do acesso à informação em países como o Brasil, que, até os dias atuais, enfrenta consequências decorrentes desse retardo, manifestado de diferentes formas e em diferentes esferas sociais.

Lévy (1999) defende o homem como um agente ativo na construção das tecnologias, construindo ferramentas para facilitar sua interação com o ambiente e sendo definido pelas mesmas. Quando se discute sobre tecnologia, muitos tendem a entendê-las como os aparatos digitais dos tempos modernos e apenas, mas as ferramentas tecnológicas vão desde as mais primitivas, como o fogo, utilizado até hoje na fundição de metal e criação de ferramentas digitais, às mais modernas, como os smartphones e a tecnologia de dados. A própria escrita é uma tecnologia idealizada pelo homem, presente não só nos livros, mas também na televisão, no cinema e na internet. A escrita é a base de muitas ferramentas utilizadas na atualidade, pois ela acompanhou e ainda acompanha os meios de acesso construídos pela sociedade.

## **A TRANSFORMAÇÃO DO LEITOR**

Desde os primeiros estudos sobre comunicação, propõe-se um modelo interativo de diálogo, estabelecendo premissas básicas de mensagem, emissor e receptor de Aristóteles até a introdução do conceito de canal de comunicação defendido por Harold Lasswell (WOLF, 2016). Sendo o ato de comunicar uma das funções da escrita, é possível apontar sua interação com esse esquema histórico, introduzindo um elemento fundamental na construção e difusão de textos: o leitor. É para ele que a escrita é idealizada, por ser a peça-chave para a distribuição e atualização da mensagem. Eco (1993) fala sobre o papel do leitor na leitura, defendendo a existência de um leitor-modelo que atualizará o texto com novas informações a partir do seu contexto, explicando que o autor deve elaborar uma mensagem buscando que a mesma seja complementada por um leitor-modelo e buscar, a partir de sua escrita, a construção do mesmo.

Através dos estudos de Walter Benjamin sobre a tridimensionalidade da escrita percebe-se como ela não é um elemento estático dentro de seu processo. A escrita é dinâmica ao passar informação de uma pessoa para outra e permitir ser alterada, padronizada e reinterpretada em diferentes formas pelo leitor, que se torna o

protagonista de sua nova mensagem, sendo ela física ou não (LEÃO, 2005). Mas a escrita não está limitada a determinadas plataformas hoje em dia, pois a construção e expansão das tecnologias digitais a colocou em novos meios. Benjamin falava muito sobre as anotações em papéis feitas a partir da leitura de um texto. Atualmente, temos papéis, smartphones, tablets, notebooks e leitores digitais como alguns exemplos de plataformas usadas para a leitura de textos científicos e fictícios. O questionamento levantado agora é como o leitor acompanha essas novas plataformas e possibilidades de leitura.

Santaella (2004, p. 18) comenta sobre históricos de transformações que configuraram os hábitos de leitura com o passar do tempo, começando pelo leitor da mídia impressa, passando pela mídia eletrônica e, por fim, digital, destacando como o contexto social e econômico molda o comportamento dos leitores, além das transformações nos métodos de produção e distribuição de textos, resultando no crescimento da multiplicidade de tipos de leitores:

Há, assim, o leitor da imagem, no desenho, pintura, gravura, fotografia. Há o leitor do jornal, de revistas. Há o leitor de gráficos, mapas sistema de notações. Há o leitor da cidade, leitor da miríade de signos, símbolos e sinais em que se converteu a cidade moderna [...]. Há o leitor-espectador da imagem em movimento, no cinema, televisão e vídeo. A essa multiplicidade, mais recentemente veio se somar o leitor das imagens evanescentes da computação gráfica e o leitor do texto escrito que, do papel, saltou para a superfície das telas eletrônicas.

A partir dessa ideia, a autora defende a existência de três tipos de leitores: contemplativo, movente e imersivo. O primeiro é o leitor da era pré-industrial, inserido a um meio de leitura material, onde o hábito de ler se fazia a partir de objetos como livros, pinturas, mapas, gravuras, etc. É o leitor do papel, do livro na estante, da imagem gravada e exposta em uma superfície e da leitura materialista, que estabelece uma relação quase íntima entre leitor-livro, marcada por um método de leitura contemplativo e solitário.

O segundo surgiu após a revolução industrial, em um tempo definido pela produção em massa e pelo surgimento da imprensa, do telefone, da publicidade e de uma lógica de consumo capitalista que reforça o novo e estimula a finitude das coisas. O cidadão dessa época acompanhou a agilidade das coisas e deixou de priorizar a memória e a contemplação, passando a preferir a rapidez e o desapego, acompanhando o ritmo de

seu novo mundo, onde seu olhar já não focava em apenas um texto, mas na infinidade de textos ao seu redor, vindos do cinema, da televisão, do jornal, das propagandas e de muitos outros meios. Esse tipo de leitor serviu como uma transição entre o contemplativo e o imersivo e se preparou através do ritmo de seu tempo.

O terceiro tipo é aquele imerso ao vasto ciberespaço e que navega com mais facilidade à liquidez da informação de seu mundo, como uma versão mais madura do leitor movente. Dessa vez, a quantidade de textos já não o assusta, pois ele está pronto para receber novas mensagens, além de ter desenvolvido o traquejo de programar seu próprio caminho através de simples cliques, conquistando a liberdade de escolha em um período no qual um único dispositivo tem o poder de armazenar diversos livros e formas de texto.

Através de uma pesquisa quali-quantitativa, Ferreira (2013) fez uma breve análise sobre o uso do tablet nos hábitos de leitura e entretenimento, destacando que 41% dos entrevistados utilizam formatos digitais para ler. Se aprofundando nos hábitos dos leitores, 24% concorda que a maioria dos livros e publicações que leem são através do tablet, enquanto 6% discorda totalmente, que se contrapõe também aos 12% que concordam totalmente com a afirmação. Importante destacar nessa pesquisa que o uso de um formato não anula a utilização de outro, levando leitores a consumirem conteúdo em múltiplas plataformas digitais ou não.

## **A CAIXA PRETA E A CONVERGÊNCIA**

A partir do conceito de convergência, Jenkins (2009) explica o fenômeno caracterizado pela passagem de conteúdos em múltiplas plataformas midiáticas, estabelecendo uma cooperação entre elas e os diversos mercados de mídia existentes. Porém, quando se fala dessa cultura de convergência, não aborda-se somente a evolução midiática e tecnológica, mas também a questão cultural intrínseca a esse progresso. O segredo da configuração convergente das mídias é ter um público que está interessado na experiência de consumir e produzir conteúdos em múltiplas plataformas, incentivando e sendo incentivado a realizar essas conexões e buscar por conteúdos dispersos nos mais diversos meios, garantindo não só a fluidez da mensagem, mas também a manutenção e durabilidade de antigos meios midiáticos, que convergem para novos meios, buscando oferecer essa experiência inovadora de convergência. Essa

---

cultura participativa é a base para o hábito de leitura a partir de mais de uma ferramenta, unindo meios literários históricos e modernos.

Até nos dias de hoje existe a crença da falência dos antigos meios de mídia, uma visão discutida desde a popularização do rádio e da televisão no século passado. Essa tese passa pelo o que Jenkins (2009) chama de “Falácia da Caixa Preta”, um teoria que defende a fusão futura de todos os conteúdos de mídia em uma única ferramenta, ignorando os níveis culturais relacionados à convergência midiática para privilegiar a visão tecnológica sobre o tema. Debruçando-se sobre o que Lévy (1999) defende, a tecnologia não constrói o homem exclusivamente, ela é construída pela humanidade que busca por novas experiências de consumo e novos métodos de interação com o ambiente e sociedade, estabelecendo uma relação em que ambos são agentes transformadores, mas nunca colocando o corpo social como um elemento meramente passivo. Entendendo a procura do homem por novas formas de vivência como um fator decisivo para a transformação do meio tecnológico, é preciso questionar como, de maneira prática, isso interage com os instrumentos digitais modernos e contrapõe-se à chamada Caixa Preta.

A experiência do consumidor é o ponto chave que orienta a evolução das tecnologias e define o aspecto cultural da chamada cultura da convergência. Entendendo mais sobre o comportamento de consumo, Samara e Morsch (2005) apontam que o consumidor foi se tornando mais criterioso com o passar do tempo e mais apto a rejeitar produtos que não atendam suas expectativas. Aliando isso aos princípios básicos do marketing advogados por Kotler (2011), que defende o foco nos anseios e necessidades da sociedade para encaminhar o desenvolvimento de bens de consumo, percebe-se que uma possível Caixa Preta não se encaixa na busca por produtos de alta qualidade que tem levado consumidores a adquirirem múltiplas propriedades especializadas em funções mais específicas. Jenkins (2009) reflete sobre isso ao discursar sobre aparelhos que diminuem a capacidade de cumprir seus objetivos básicos ao ampliarem seu leque de funcionalidades.

A reflexão que Jenkins (2009) faz sobre a Caixa Preta é de que, hoje em dia, a sociedade interage com uma pluralidade de Caixas Pretas em busca de aproveitar ao máximo as funcionalidades de cada ferramenta, sendo algumas mais específicas e outras mais gerais. Enquanto muitos esperavam que todos os aparelhos convergissem em um aparelho central, o caminho trilhado pelas tecnologias é exatamente o oposto.

## **METODOLOGIA**

Levando-se em consideração que, primeiramente, uma pesquisa é descrita quanto aos seus objetivos, podendo ela ser exploratória, descritiva ou explicativa, e que o primeiro destes tipos é caracterizado por “proporcionar maiores informações sobre determinado assunto [...] ou descobrir um novo tipo de enfoque” (ANDRADE, 2010, p. 114), definiu-se caminhar com este estudo em uma perspectiva exploratória, objetivando compreender a relação entre hábitos de leitura e cultura da convergência, além de contribuir diretamente para a expansão de bibliografias relacionadas à convergência midiática perante as novas tecnologias.

Interpretando a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, como algo capaz de abranger toda bibliografia já publicada em relação a determinado assunto, como aborda Marconi e Lakatos (2003), priorizou-se dar início à pesquisa através da exploração e seleção de teorias, com o propósito de garantir uma base capaz de guiar o desenvolvimento das problemáticas principais, as quais este estudo busca responder em seu decorrer.

Avançando em uma perspectiva histórica da escrita, da leitura e do leitor, onde foi utilizada como bibliografia preliminar os estudos de Flusser (2010), Santaella (2004), Gómez (2004), Lévy (1999), Wolf (2016), Eco (1993) e Leão (2005), construiu-se um caminho que possibilitou reavaliar a evolução de leitura, bem como confrontá-la com os princípios da convergência midiática, que teve como principal base as palavras de Jenkins (2009).

Seguido do confronto entre teorias, na segunda fase do estudo, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa, através de observação direta extensiva, aplicada por meio de um questionário, caracterizado por Marconi e Lakatos (2003) como “um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

Com a motivação das vantagens características de questionários, que propõem a abrangência de um maior número de pessoas simultâneas e uma área geográfica mais ampla, a economia de tempo e a obtenção de respostas mais rápidas e mais precisas (MARCONI; LAKATOS, 2003), foi feita a composição do instrumento utilizado neste estudo. Elaborado e aplicado no meio digital, através da plataforma Google Forms, o questionário foi constituído por dezessete questões, divididas em três diferentes sessões,

---

que buscam traçar dados socioeconômicos, comportamentais e de preferências dos participantes.

Na primeira sessão, intitulada “Identificação”, cinco perguntas foram dedicadas ao levantamento de informações descritivas dos participantes, buscando dados acerca da localização, faixa etária, nível de escolaridade, ocupação e renda, que podem exercer interferências nos comportamentos pesquisados neste estudo. Na segunda sessão, “Preferências”, seis questões buscaram delimitar informações a respeito dos hábitos de leitura dos participantes, como o tempo médio diário de leitura e as plataformas utilizadas, e de suas frequências e preferências quanto às plataformas de leitura e aos gêneros literários.

Por fim, a terceira e última sessão, nomeada “Comportamentos”, foi formada por seis afirmações dispostas em escala, utilizando-se a metodologia de Likert, com cinco variações de respostas entre total concordância, neutralidade e total discordância. Com o objetivo de medir a relação dos questionados com algumas hipóteses levantadas pela bibliografia preliminar selecionada para essa pesquisa, essa série de afirmações permitiu entender, de forma aplicada, a contextualização da convergência midiática perante as novas tecnologias.

Considerando que “o questionário precisa ser testado antes de sua utilização definitiva, aplicando-se alguns exemplares em uma pequena população escolhida” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 203), foi realizado um pré-teste com quatro participantes, que evidenciaram pontos que possivelmente seriam falhas existentes no instrumento final. Após a reformulação, o questionário foi aplicado no meio digital, obtendo, assim, as afirmações necessárias para o desenvolvimento da análise, que influenciou diretamente nas conclusões desta pesquisa.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Disponível entre os dias 2 e 9 de agosto de 2021, o instrumento coletou 200 respostas. Residentes de 13 estados brasileiros responderam ao formulário, maioria destes sendo moradores do Rio Grande do Norte, representados por 65,5% da amostra final. Seguindo do Rio Grande do Norte, o segundo estado com o maior número de participantes foi o Ceará, que totalizou 13,5% das respostas. Os 21% restantes foram referentes à participação de moradores de outros três estados da região nordeste (BA, PB e PE), acompanhados de habitantes de três estados da região sudeste (MG, RJ e SP),

dois estados da região sul (PR e RS), um estado da região norte (PA), um estado da região centro oeste (GO) e do Distrito Federal.

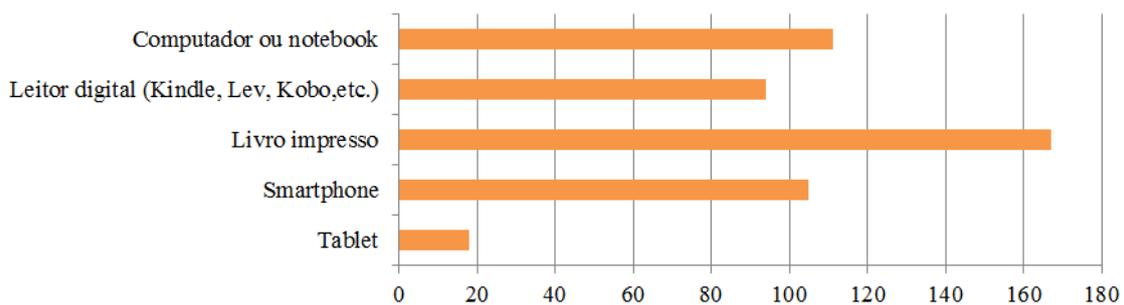
Com idades entre 19 e 23 anos, a maioria dos participantes destacou ser estudante com nível superior incompleto, enquanto os demais 37,5% da amostra, que possuem 24 anos ou mais, possuem como ocupação, se não o estudo, empregos autônomos ou em empresas públicas ou privadas.

Apenas 12% dos participantes afirmaram ter uma renda de até um salário mínimo. A maioria de 32,5% dos participantes possui mais de um até três salários mínimos como renda mensal, seguido por 30,5% que têm entre três e seis salários. Os demais 25% vivem mensalmente com mais de seis salários mínimos.

38,5% dos participantes afirmaram ter, em média, o hábito de ler até 1 hora por dia. Outros 36% têm o tempo médio diário de leitura entre mais de 1 até 2 horas, seguido de 16%, que lê mais de 2 até 3 horas por dia. Somente 9,5% dos respondentes lêem mais de 3 horas diárias.

Unindo essas características de hábitos dos participantes aos dados socioeconômicos traçados pela pesquisa, tem-se a possibilidade, a partir de então, de uma maior problematização, como quanto às plataformas de leitura utilizadas pelos respondentes, que podem exercer papel influente nos comportamentos dos leitores da modernidade.

**Gráfico 1** – Plataformas de leitura utilizadas pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

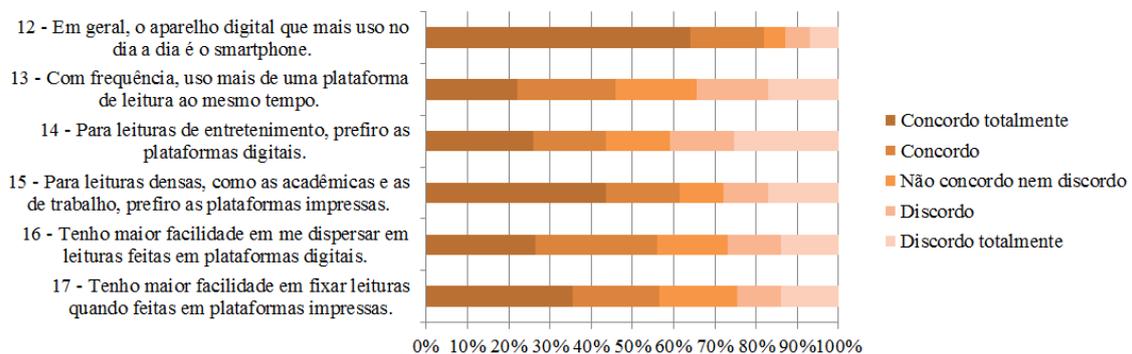
Sendo utilizado pela maioria de 83,5% dos respondentes, o livro impresso aparece como a plataforma preferida e a segunda mais utilizada destes leitores, que costumam consumir nela o gênero literário ficção. Seguidos do livro impresso, o

computador e notebook e o smartphone aparecem com as duas segundas maiores taxas de uso, sendo utilizados por 55,5% e 52,5% dos participantes, respectivamente.

O tablet apresenta a menor taxa de uso, frequência e preferência. Somando-se às plataformas menos flexíveis, como o computador e notebook, esta plataforma também é principalmente utilizada para leituras do gênero tido como não-ficção, como, por exemplo, os textos acadêmicos.

Estando, neste quesito, superior ao livro impresso, o leitor digital (Kindle, Lev, Kobo, etc;) foi elevado como a plataforma mais frequente na vida dos leitores. Sendo a mais utilizada por 28,5% dos entrevistados, esta plataforma também é a segunda preferida, com a adesão de 27% da amostra total. Logo, somente 13% dos entrevistados preferem plataformas que não sejam o livro impresso e o leitor digital, dentre estas: o smartphone. Preferível para leitura somente por 5,5% dos respondentes, este aparelho digital é o mais presente na vida dos entrevistados, como apresenta o gráfico a seguir:

**Gráfico 2** – Respostas variáveis às perguntas feitas em escala



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Dando continuidade à interpretação das perguntas feitas em escala, consegue-se constatar uma quantidade semelhante de respostas aos cinco pontos da escala quanto ao uso simultâneo de plataformas de leitura. Apesar da parcela de leitores que afirma fazer uso de duas ou mais plataformas ao mesmo tempo ter quase o mesmo número da que nega o uso sincrônico, esses dados podem apontar uma projeção de crescimento da adesão múltipla às tecnologias. Esta mesma distribuição uniforme nos cinco pontos da escala pode ser identificada no item 14, que questiona o uso das plataformas digitais para as leituras de entretenimento.

---

Entrando em dissenso com a uniformidade das respostas anteriores, o item 15, que aborda o uso das plataformas impressas para leituras densas, como as acadêmicas e de trabalho, ainda retrata uma maior adesão do público a esse hábito, que pode ser diretamente associado à ideia de uma leitura ser mais bem fixada quando feita nesta plataforma, como afirma, no item 17, maioria massiva dos respondentes.

O fator de uma melhor fixação ainda ser atrelada às plataformas impressas também é refletido na opinião dos leitores acerca de dispersões em leituras feitas em plataformas digitais. 56% dos participantes concordam que têm maior facilidade em distrair-se durante leituras no ambiente digital, assim, opondo-se aos 27% que negam ter este comportamento.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As questões foram idealizadas a partir do que defendiam Jenkins (2009) e Santaella (2004), trazendo os estudos referentes à convergência midiática para entender a interação dos leitores com as novas e antigas plataformas de leitura, tal como o engajamento deles à pluralidade de aparelhos, e as visões acerca do leitor imersivo e da crítica à “Falácia da Caixa Preta” para compreender com mais profundidade o que revelam as preferências do leitor por determinados dispositivos.

A partir da pesquisa, observa-se o quão imerso o leitor se encontra à multiplicidade tecnológica, não somente ao utilizar múltiplas plataformas de leitura, mas também por não rejeitar o uso simultâneo desses aparelhos.

Nota-se um crescimento na leitura de textos não-fictícios em plataformas digitais. Se por um lado isso expõe que o uso do aparelho varia um pouco dependendo do conteúdo a ser consumido, por outro não reflete com tanta segurança a preferência do usuário, tendo em vista que o favoritismo dos entrevistados aos meios impressos foi perceptível tanto para as leituras mais densas como as mais generalizadas.

Esse favoritismo pode ser apontado pelo fator da potencialidade de dispersão nos meios digitais, tornando mais fácil a concentração em livros impressos. Isso reflete a análise que Santaella (2004) realizou ao definir como contemplativo o leitor na época em que predominava o livro impresso e também a discordância de Jenkins (2009) referente ao futuro dominado por um único aparelho, tendo em vista que o autor questionou a eficiência de plataformas multifuncionais na realização de funções mais

específicas. Observa-se que os aparelhos com maior variedade de funcionalidade são os que possuem menor índice de predileção.

Ainda existem muitos questionamentos acerca dos motivos por trás das escolhas dos leitores, além de reflexões mais detalhadas em relação à desigualdade social - tendo em vista que mais de 70% dos entrevistados tem renda superior a 1 salário mínimo - mas é possível relacionar os hábitos de leitura aos ensinamentos sobre convergência e leitor imersivo, contestando visões que colocam uma caixa preta acima daquilo que move as transformações tecnológicas: a busca pela melhor experiência.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de de. Introdução à metodologia do trabalho científico. In: **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 2010. p. 158-158.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**: La cooperacion interpretativa en el texto narrativo. 3. ed. Barcelona: Editorial Lumen, 1993.

FERREIRA, M. D. K. **Alterações e Contributo no Comportamento dos Utilizadores de Dispositivos Móveis Com Respeito aos Hábitos de Leitura e Atividades Profissionais**. Mestranda em Ciência da Comunicação Marketing e Publicidade. ULHT. 2016

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: Por uma filosofia do design e da comunicação. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

Gómez, A. C. **Das tabuinhas ao hipertexto**: uma viagem na história da cultura escrita. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy R. **Marketing social**: influenciando comportamentos para o bem. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

LEÃO, Lucia. **O Labirinto da hipermídia**: Arquitetura e navegação no ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 34. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed.-São Paulo: Atlas, 2003.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004. Cps. 1 à 3.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 8. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2006.