

Índice

I

1.Introdução	1
2. A <i>MediaXXI/Formalpress</i>	4
2.1 A empresa	4
2.2 O funcionamento interno	5
3. Atividades efetuadas	6
3.1 Avaliação quantitativa	6
3.2 Avaliação qualitativa	10
4. Reflexão	12

II

1. Literacia e hábitos de leitura em Portugal	15
2. O livro e a leitura na era digital	21
3. Caracterização do mercado do livro: estudos recentes	25
4. Desafios do setor	28
5. Os <i>e-books</i> : o que são? O que representam?	31
6. Livros impressos vs. <i>e-books</i> : realidade antagónica ou simbiótica?	32
7. Orientações do Estudo	34
8. O Estudo	35
8.1 Amostra e recolha de dados	35
8.2 Análise de resultados	36

III

1. Conclusão	43
--------------	----

IV

1.Bibliografia	45
----------------	----

V

1.Anexos	48
----------	----

1.Introdução

O relatório apresentado em seguida tem por objetivo dar a conhecer as atividades levadas a cabo nos três meses de estágio na empresa *MediaXXI/Formalpress*, no Porto, entre 1 de Novembro de 2012 e 1 de Fevereiro de 2013. A par desta experiência, pretendo também dissertar sobre questões pertinentes por ela suscitadas, desenvolvendo um tema específico convenientemente explicitado.

Em primeiro lugar, apresentarei a instituição em que estagiei, referindo a sua história e o seu modo de funcionamento interno que pude observar durante o período referida. Em seguida, focar-me-ei nas atividades que realizei ao longo do tempo, fazendo avaliações (quantitativa e qualitativa). Avançarei ainda para uma análise crítica relativa à minha experiência no estágio curricular, onde descrevo a forma como decorreu e a posição em que me coloco face a todos os acontecimentos vividos durante esse período.

Dediquei-me em seguida, neste relatório, a assuntos pertinentes para os quais os três meses de estágio me alertaram, inevitavelmente ligados à presente era digital em que vivemos. O estágio na editora *MediaXXI/Formalpress* despertou o meu interesse para questões ligadas à literacia, ao livro, à sua sobrevivência na era digital, à caracterização do seu mercado e, resumindo, aos desafios que uma pequena editora enfrenta no presente e terá de enfrentar no futuro para permanecer no mercado competitivo e exigente em que se encontra. Todos estes temas estão relacionados entre si. O Estudo Nacional de Literacia (ENL), efetuado pela equipa coordenada por Ana Benavente em 1996, continua uma referência de grande valor dentro do tema, pelo que constitui um pilar central desta dissertação, que estuda o caso português e os hábitos de leitura no nosso país, indicando o modo como estes se caracterizam e que alterações atravessaram ao longo dos anos. Os baixos níveis de literacia da nossa população foram primeiramente conhecidos a partir dos resultados desse estudo, explicados ao longo dos anos pela associação direta aos baixos níveis de escolaridade que detínhamos. No entanto, se a escolaridade é encarada como determinante em questões de literacia, tornou-se também evidente que pode, ao mesmo tempo, não garantir de forma linear e direta capacidades elevadas dentro do campo: um diploma, por exemplo, pode não ser sinónimo de capacidades elevadas de literacia. Como tal, as competências de literacia não são estáticas e devem ser estimuladas, desenvolvidas e reforçadas ao longo da vida, tanto na escola como na esfera pública. Com o advento

da comunicação em rede, cimentada pelo uso das novas tecnologias de informação e comunicação, foi reconhecida a necessidade de rever práticas de estímulo à literacia e à leitura, fora da tradicional página escrita.

Posteriormente, surge a referência ao livro impresso, partindo para o livro e leitura digitais. Não poderia falar do livro sem enquadrar a literacia e os hábitos de leitura na equação, mas seria igualmente incorreto não abrir espaço para a caracterização do mercado do livro e para os desafios do sector, tendo por base um estudo da Associação Portuguesa de Autores e Livreiros (APEL). O livro impresso e o eletrónico emergem nesse ponto como focos centrais de uma discussão pertinente: serão eles uma realidade antagónica ou passível de convivência no mesmo mercado?

A nível geral, o objetivo a que me proponho neste relatório é o esclarecimento da situação atual do livro num mundo cada vez mais tecnológico e do trabalho das pequenas editoras que necessitam, como qualquer outra empresa, de se adaptar à evolução da sociedade. O livro no universo digital é a linha de orientação que mantenho presente neste trabalho. O ato de ler, à luz de um mundo globalizado, pode agora contar com a tecnologia, desenvolvendo competências que ultrapassam as fronteiras da palavra. Se o livro continua a ser uma ferramenta fundamental para a emergência da literacia, a oferta de leitura em sites na Internet, blogues e e-books, motiva os leitores a partirem em busca de novas formas de satisfação das suas necessidades.

Deste modo, a elaboração de um estudo relacionado com o enquadramento teórico desenvolvido tornou-se pertinente. Foi realizado um inquérito subordinado ao tema dos hábitos de leitura de e-books e da tendência de compra dos consumidores, com o desejo de contribuir para a compreensão da realidade no setor em causa e tentar clarificar os hábitos de leitura e tendências de mercado no contexto atual, tão difícil para as editoras, sobretudo para as pequenas que trabalham fora dos grandes grupos. Com a formulação das hipóteses de investigação *1) a maioria já leu e-books* e *2) essa maioria fá-lo pela facilidade de utilização*, foi possível levar a cabo o estudo pretendido e analisar os seus resultados que não deixam de surpreender em alguns pontos.

A revolução tecnológica a que assistimos, enfrentando o lançamento sucessivo de novos produtos no mercado, alterou a nossa forma de comunicar e de efetuar várias atividades diárias. Muito do que costumávamos fazer de uma determinada forma, como o procedimento de compra de um livro, adquirido de forma impressa numa

livraria, encara agora a possibilidade de ser feito eletronicamente sem sair de casa. A alteração de hábitos de compra e de consumo é capaz de afetar todo um setor de comércio, constitui um tópico para além de interessante e capaz de definir todo um trabalho académico.

2. A MediaXXI/Formalpress

2.1. A empresa

Com o objetivo de criar uma empresa de base científica, passível de trabalhar em cooperação com universidades e centros de investigação surge, em Junho de 2003, a *Formalpress - Publicações e Marketing Lda*. A *Formalpress*, destinada a pôr em prática as valências adquiridas em gestão dos media, marketing e indústrias culturais em emergência na sociedade da informação, decide criar paralelamente a *MediaXXI – Consulting, Research and Publishing*, uma aliada forte impulsionada pelos conhecimentos existentes em Consultoria, Investigação, Formação e Edição.

A *MediaXXI/Formalpress* estendeu o seu campo de atuação por seis domínios principais interrelacionados, que demonstram a capacidade de cruzamento de competências existente na empresa: a experiência no âmbito da edição de livros e revistas; a investigação e pesquisa; a formação; a consultoria de marketing e comunicação; o customer publishing e a organização de eventos. A empresa preocupa-se em reger o seu trabalho através do modelo de negócio, o da natureza dos produtos e do modelo de organização. Estas plataformas combinam-se e potenciam sinergias em investigação, formação e edição; no desenvolvimento de produtos na área do ensino da comunicação, media, indústrias criativas; suportando tudo isto numa organização em rede que privilegia a inovação.

Sendo esta uma empresa de base científica, a edição de livros através de co edições universitárias, de publicações escolares e científicas; a distribuição dos mesmos e de revistas académicas enquadra-se nas linhas orientadoras iniciais da sua fundação. Este destaque dado ao livro gira em torno de um processo de edição definido. Este processo gira em torno de cinco palavras-chave: edição; design; apoio administrativo; impressão e promoção. Sobre a edição, os profissionais da empresa estão aptos a rever o texto e sugerir possíveis alterações ou melhorias dos originais. Na fase final, ou seja, na promoção, são planeadas e executadas, numa perspectiva local e global, todas as actividades relacionadas com a comunicação e marketing editorial, bem como a distribuição, de acordo com os canais mais apropriados – retalho tradicional, quiosques, venda directa, cross-selling ou plataformas digitais. A nível do design, é elaborado um projecto gráfico e a composição de cada livro, através de uma cuidada paginação, bem como arte final da capa e produtos promocionais. O autor pode colaborar na estratégia da obra, com imagens, ilustrações, entre outros

conteúdos. No apoio administrativo, são resolvidos todos os processos administrativos relacionados com a publicação, desde o registo da obra, obtenção de depósito legal e ISBN/ISSN. Na fase da impressão, é assegurada uma produção de qualidade, através de várias parcerias com empresas gráficas. A *MediaXXI/Formalpress* produz livros personalizados para empresas ou outro tipo de organizações, sendo as tiragens adequadas a cada caso, sublinhando que podem variar entre oitenta a oitenta mil exemplares. O site possui uma livraria online, onde podem ser encontrados todos os livros existentes à venda, de entre quatro completas coleções disponíveis: comunicação, lazer e indústrias criativas; economia, gestão e marketing; ciências da educação e cultura geral e ainda uma compilação sobre direito, política e história. A *MediaXXI/Formalpress* detém uma parceria de vendas com a conhecida *Amazon*, sinónimo da capacidade de potencialização das vendas e de promoção dos conteúdos.

São de referir ainda, os serviços de traduções, revisões e retroversões proporcionados, disponíveis em português, inglês, francês, alemão, castelhano, mandarim e russo. Também os cursos de formação, seminários e conferências, expressados “no terreno” pelos cursos executivos de formação avançada e modulares, pela formação profissional, seminários, conferências e eventos académicos, são valências que justificam o posicionamento da *MediaXXI/Formalpress* no mercado na forma desejada. Por outro lado, a comunicação e marketing corporativos é outro dos domínios em causa, posto em prática na edição de revistas e *newsletter* corporativas, no apoio à conceção e redação de conteúdos e de planos de marketing e comunicação. A empresa tem também parcerias com a *OED Consultores*, *Quantumleap comunicación e imagen consultores* e a *Quatro cês*.

2.2 Funcionamento interno

A *MediaXXI/Formalpress* tem sede no Porto e uma filial em Lisboa. A nível geral organiza-se pelos departamentos de Administração e Direção Geral; Consultoria e Investigação Aplicada; com o Doutor Paulo Faustino e a Dra. Rita Alves respetivamente, estando eles no comando da empresa; restando ainda Comunicação e Conteúdos; Edição e Produção de Conteúdos e Departamento de Formação Profissional e Cursos Executivos. Detém também contactos a nível internacional, no Brasil, Angola/África Austral, Estados Unidos da América e Europa/Região dos Balcãs.

No escritório portuense, durante os três meses de estágio, pude construir uma conceção do funcionamento interno da empresa, baseado precisamente no período em que frequentei diariamente o escritório. Desta forma, o trabalho estruturou-se ao redor de vários funcionários, das mais variadas áreas: em Comunicação e Produção de Conteúdos, a Dra. Sofia Baptista, a minha orientadora no local de trabalho, encarregue da chefia deste escritório, e aquela a quem assisti com maior regularidade; uma designer; duas paginadoras; uma profissional na área de marketing; e um no campo da candidatura a projetos europeus de investigação.

O regular funcionamento da empresa baseava-se na comunicação permanente entre os membros de todas as áreas, incluindo os de Lisboa, permitindo que todos soubessem exatamente o que estava a ser feito e o que seria preciso fazer em seguida em cada tarefa. Em muitos casos era necessário um trabalho conjunto, promovendo a entajuda e a comunicação. A comunicação, tanto externa como interna, era apoiada, em grande parte, pela troca de informações via *e-mail* e telefone, para além da óbvia conversação entre os trabalhadores. Cada um possuía um contacto eletrónico de serviço, que mantínhamos aberto constantemente, com o propósito de ter todas as tarefas atualizadas ao minuto. Importa referir que nem todos os trabalhadores da empresa estão presentes em *full-time*, pelo que a equipa não está completa todos os dias, nas oito horas que compõe o horário de trabalho (das dez da manhã às seis da tarde). Quando o horário de trabalho de alguém cessava, era hábito reportar o ponto em que as tarefas tinham ficado enviando-as via *e-mail*: caso estivessem terminadas, para a Dra. Sofia Baptista ou para quem de direito; caso não estivessem terminadas, o seu estado e previsão de conclusão eram também comunicados.

A *MediaXXI/Formalpress* conta também com colaboradores externos. Por vezes, em alguns trabalhos, são contactados alguns membros já habituados a fazer trabalhos para a empresa, que aceleram a produção de conteúdos e a filtragem do muito trabalho que surge no dia-a-dia.

3. Atividades efetuadas

3.1 Avaliação quantitativa

Esta secção do relatório refere o trabalho realizado ao longo dos três meses de estágio de forma quantitativa. A abordagem qualitativa apenas será descrita no ponto seguinte.

Durante o período de estágio na empresa, os tipos de tarefas realizadas foram variadas e exigentes em cada uma das áreas trabalhadas. Dentro do escritório, sempre utilizei o *e-mail* institucional, criado no primeiro dia em que me apresentei ao serviço. Era esse o contacto utilizado para trocar informações com o escritório de Lisboa, para passar informações ou documentos dentro do nosso próprio local de trabalho e também para tratar toda e qualquer questão relativa a potenciais clientes ou negócios pendentes. As chamadas telefónicas representavam outro dos importantes instrumentos de trabalho. Como já referi anteriormente, por variadas vezes, enquanto estive ao serviço da *MediaXXI/Formalpress*, deparei-me com vários trabalhos que necessitavam de esforço conjunto, envolvendo pessoas localizadas não só no Porto, o que nos tornava dependentes do telefone e da Internet. Foram também várias as situações em que utilizávamos o *Skype*, para mensagens e telefonemas, sempre que algum dos contactos se encontrava fora do país e essa se apresentava como a melhor opção.

A caixa de *e-mail* encontrava-se permanentemente aberta, de modo a cobrir qualquer urgência de última hora vinda de um cliente ou até de dentro dos escritórios, permitindo que todas as questões, vindas de quem quer que fosse, pudessem ser respondidas com brevidade. Ocorria, com frequência, a obrigatoriedade de colocar de lado trabalho começado no dia anterior, que se mostrava, no momento e perante as circunstâncias, menos relevante, levando-me a iniciar outra tarefa imperativa naquele instante. Desta forma, nenhuma situação urgente ficava sem resposta. Ao longo do período de estágio trabalhei, sobretudo, lado a lado com a Dra. Sofia Baptista, na área de Comunicação e Produção de Conteúdos. Desde início foram-me dadas instruções iguais às de qualquer outro membro da empresa em funções. Desde o fim da primeira semana de trabalho que me foram confiadas as chaves do escritório, o que me trouxe a responsabilidade acrescida de garantir que todos os equipamentos estavam funcionais aquando da chegada dos restantes colegas, levando-me a estar no local poucos momentos antes da hora de abertura prevista. O horário de entrada sempre foi às dez da manhã e, nesse momento, tendo já tudo preparado, procedia imediatamente às tarefas diárias e rotineiras de verificação dos *e-mails* e de encaminhamento ou resposta aos mesmos, caso necessário. Verificava os telefonemas, assegurando-me que todos tinham resposta e que não se encontrava nenhuma tentativa de contacto perdida. Anotava todos os recados deixados via telefone ou verbalmente se alguém

não se encontrasse presente, ou tratava da situação eu própria sempre que possível.

A primeira ação de que fui incumbida tratou-se da criação e divulgação de uma *newsletter*. Era, nomeadamente, um *call for chapters* destinado a ser divulgado via correio eletrónico, o que me levou a utilizar as extensas bases de dados de *e-mails* que a *MediaXXI* dispõe. Também me foi pedido que traduzisse a *newsletter* para inglês, o que a faria atingir um maior número de pessoas e, consequentemente, de potenciais candidatos. Este primeiro serviço conduziu-me a outros relacionados com ele, tais como a atualização das bases de dados utilizadas e o encaminhamento de respostas de clientes interessados na proposta. Paralelamente, iniciei ainda o envio de outros *e-mails* relativos a propostas de co-edições de livros, o que me proporcionou mais contactos com potenciais clientes. O texto enviado foi também escrito por mim e traduzido, desta feita, para inglês e espanhol. Estes dois projetos foram divulgados nas redes sociais, outra das tarefas que me foi pedida, ao mesmo tempo que as mantinha atualizadas e fazia com que os seguidores das páginas da *MediaXXI/Formalpress* no *Facebook*, *Linkedin* e *Xing* recebam também as mais recentes novidades por nós impulsionadas.

Com o passar do tempo, o volume de trabalho foi aumentando. Tinha várias tarefas a realizar ao mesmo tempo, com um prazo definido. Para além da divulgação de projetos em vários campos, das atualizações das bases de dados, das traduções de vários artigos e textos, efetuei tarefas como: listagens das maiores livrarias existentes, virtuais e presenciais; listagens de programas de rádio e televisão onde pudessem ser divulgados os nossos livros e listagens de editores de secções de cultura de jornais que pudessem estar interessados em passar a palavra sobre as nossas publicações e ainda a contagem de todos os livros presentes neste escritório, em boas condições e rasurados, trabalho realizado de seis em seis meses, com o objetivo de determinar os valores que lá se encontram e aqueles que se perdem com a deterioração do material. Tratei das encomendas de livros feitas por editoras tais como a Porto Editora, reunindo os pedidos e enviando-os para os destinos indicados pelo correio.

Efetuei leituras de variadas teses propostas para publicação, resumindo-as em várias folhas, de modo a poder revê-las cuidadosamente, apontando pontos fracos suportados com passagens concretas, tal como pontos fortes. Acompanhei a criação do novo padrão standardizado para formatação dos powerpoints criados na empresa, participei na criação efetiva de powerpoints para as mais variadas utilizações e na reconversão dos antigos para que se encaixassem nos novos padrões. Estive envolvida

na organização de cursos a decorrer na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, coordenados pela *MediaXXI*, que se encarregava de trazer os convidados e de tratar de tudo o que fosse necessário para que decorressem com normalidade. Estive também no escritório da empresa aquando desses cursos, garantindo o seu total funcionamento enquanto os meus colegas trabalhavam na FLUP.

Participei ainda num projeto que envolveu a Câmara Municipal do Porto (CMP), projeto esse que ocupou muito do nosso tempo durante os três meses de estágio. A *MediaXXI* foi encarregue de reunir os conteúdos necessários para a organização de uma exposição intitulada “A Imprensa em Portugal: Responsabilidade ou Impunidade?”, para a qual foram necessárias muitas horas de trabalho e várias deslocações. Estive envolvida, sobretudo, na construção do quarto bloco da exposição, que retratava um Estudo de Caso sobre questões que envolviam a CMP e a imprensa. Trabalhámos também em conjunto com a empresa *B+ Design* e comunicação, à qual nos deslocámos várias vezes, sendo eles os criadores efetivos da exposição no espaço e nós os que recolhiam os conteúdos para a mesma. Foi necessária a recolha de notícias para fundamentação de pontos de vista dentro do estudo de caso, o que nos levou à Biblioteca Municipal do Porto por três vezes, recolhendo as peças necessárias para digitalização e aprofundamento do nosso trabalho. Deslocámo-nos também à Câmara Municipal do Porto, onde pesquisámos material para incluir no dito bloco, sem o qual ele ficaria incompleto. Tudo isto envolveu um contacto permanente com estas entidades. Para além da exposição, a *MediaXXI* está também encarregue de editar e publicar o livro na origem desta mesma exposição. A revisão do livro foi uma das minhas tarefas, bem como o acompanhamento da sua paginação, formatação e criação da capa junto das designers da empresa. Na fase final do estágio, pude estar envolvida na candidatura a projetos europeus, nomeadamente aos projetos FP7. Estas são candidaturas trabalhosas, com prazos de entrega apertados e seções que requerem conhecimentos aos mais variados níveis.

É importante indicar que, para além das deslocações já mencionadas à Câmara Municipal do Porto, à Biblioteca Municipal e à empresa *B+*, estivemos ainda presentes em duas feiras do livro que envolveram também deslocações, tendo uma lugar no ISPGAYA e outra na Fundação Cupertino Miranda, na cidade do Porto. Foi tarefa comum transportar o material até ao ISPGAYA e até à Fundação, para que pudéssemos estar presentes nessas feiras e vender os nossos livros.

Assim sendo, tal como referido, as tarefas realizadas envolveram várias áreas de trabalho, sendo que cada uma teve a sua quota importância durante todo o meu estágio curricular.

3.2 Avaliação qualitativa

A realização das primeiras tarefas efetuadas numa primeira fase deste estágio curricular fez-me repensar a importância relativa até aí atribuída à atualização de conteúdos, metodologias de trabalho, planeamento e organização.

Desde logo, aquando da elaboração e envio da primeira *newsletter* e das propostas para as co-edições de livros, deparei-me com alguns endereços eletrónicos mal escritos nas base de dados, o que impedia o envio das propostas para os mesmos. O *e-mail* institucional apresentava um limite de envio de correio eletrónico diário de dois mil mensagens, o que se torna bastante impeditivo se estamos perante listagens de contactos com quase cinco mil endereços. Para além disto, as centenas de respostas recebidas diariamente, muitas logo após o envio, exigiam uma resposta breve, pois entendi, através da experiência e da informação que me foi transmitida, que as pessoas que se interessavam pela proposta e decidiam perguntar mais informações não nos contactariam através de outro meio sem ser o virtual. Assim, caso os seus *e-mails* ficassem à espera de resposta durante muito tempo, os clientes perder-se-iam. Deste modo, foi importante: atualizar os conteúdos através dos quais propagávamos a informação, corrigindo os erros nas bases de dados; adotar metodologias de trabalho eficazes para que nenhum dado se perdesse no meio de tantos contactos; planejar, organizar e priorizar ações para que toda a informação chegasse a quem a deveria conhecer. As noções resultantes destas experiências pautaram a minha linha orientadora de atuação dentro da empresa durante os três meses de estágio, sendo que essas noções podem ser aplicadas a qualquer tipo de exercício. É sempre importante ter consciência da importância do trabalho organizado e sustentado, devendo um funcionário estar pronto a responder a questões colocadas sobre o que está a fazer no momento, a resolver problemas e a satisfazer as necessidades do cliente o mais rápido possível.

Percebi a importância da comunicação e do trabalho em grupo sobretudo enquanto estive envolvida nas candidaturas aos projetos europeus FP7. O trabalho era

extenso, sendo que a sua composição se dividia em partes distintas, distribuídas por várias pessoas que trabalhavam no mesmo documento ao mesmo tempo. Sem comunicação instalava-se o caos. Foi necessário redigir *abstracts*, investigar sobre questões culturais (de acordo com o tema escolhidos para cada projeto), traçar objetivos, etapas, ideias a longo prazo e ter um orçamento delineado. No início, cometemos o erro de não comunicar constantemente em que momento do trabalho se encontrava cada um e, a certo ponto, já não sabíamos qual era a versão original e final do projeto. Recuámos, planeamos e delegamos tarefas. A comunicação e o planeamento foram, deveras, fundamentais.

O projeto da exposição em conjunto com a CMP e a B+ trouxe desafios algo idênticos aos dos projetos FP7 a nível de trabalho de grupo, mas nem por isso menos lhes foi dada menor atenção. Este segundo exemplo é mais uma prova de que as noções retiradas das necessidades que este tipo de trabalho requer estão corretas. Ao criar o Bloco 4 ou seja, o Estudo de caso sobre a CMP, era preciso ter consciência de que a investigação não era de menos, mas também não era demais. Aquilo que colocávamos no papel seria transposto, pela B+, para o espaço físico da exposição, o que implicava que tivéssemos a noção do mesmo e dos limites dessa transposição. A certo ponto havia informação a mais e espaço a menos, questão essa que acabou por ser corrigida com uma revisão da informação existente. Entendi que, mesmo em trabalhos de investigação, há que escrever o correto e essencial ao entendimento, não o acessório e menos relevante.

Outra preocupação que assimilei relaciona-se com o real (e grande) impacto das tecnologias da informação no trabalho dentro da empresa. Na faculdade, e mesmo através da nossa própria vida, aprendemos todo o seu potencial, sabendo que elas transformaram e continuam a transformar a nossa sociedade. No entanto, quando nos encontramos num local de trabalho impulsionado quase na totalidade pela força da tecnologia, a sensibilização para este tema é ainda maior. Quase tudo aquilo que fazemos funciona a partir delas e seria impossível sem elas: as comunicações via *e-mail*, as divulgações, muitos dos contactos (via *Skype*, por exemplo), o trabalho das designers que cheguei a acompanhar de perto em algumas ocasiões, as revisões de teses, que chegam por *e-mail*, as promoções através das redes sociais e até mesmo a procura de novos mercados e novos lugares onde possamos vender os nossos produtos.

Foi também graças à Internet e ao apoio das novas tecnologias que

descobrimos novas potencialidades de negócio: as feiras do livro existentes em várias instituições, como o ISPGAYA e a Fundação Cupertino Miranda. Assim que constatámos que seria possível participar nestes eventos, elaborámos uma lista de livros a transportar para os locais de modo a estarem disponíveis para venda. Não basta ter todos os meios à disposição, é preciso saber utilizá-los de forma útil, tendo a consciência de que, fazendo-o, as potencialidades são quase ilimitadas. As participações em feiras do livro são oportunidades importantes para a empresa se dar a conhecer ao público e conquistar novos clientes.

Outra noção a reter foi a da importância da imagem de marca. No início, os *powerpoints* que elaborei relativos a livros e temas interessantes para a empresa, não tinham um formato definido. Foi com a criação do livro de estilo pelas designers que passou a haver um tipo de letra concreto, tamanho, cores e logotipo. A diferença foi grande, pois, onde quer que fossem projetados os *slides*, era possível identificar a sua raiz original. Nos cursos por nós organizados ou nos arquivos, a *MediaXXI* passou a ter a sua marca e aqueles que puderam conhece-la passaram a identificar as cores e o logotipo de imediato. O objetivo foi, naturalmente, marcar uma identidade agora reconhecida com clareza.

4. Reflexão

A reflexão e as considerações feitas sobre o estágio curricular começaram a ser delineadas por mim ainda antes do seu início. Na última semana de Outubro, a menos de sete dias de integrar definitivamente a equipa, visitei o escritório da *MediaXXI/Formalpress* a convite da Dra. Sofia Baptista, conhecendo onde e com quem iria trabalhar durante os três meses seguintes. Traçamos as linhas gerais sobre as quais se regeria o estágio, falamos sobre o dia a dia da empresa e foram discutidos horários. Desde logo, o sentimento foi positivo: todas as pessoas que encontrei eram jovens, com uma média de idades não muito acima dos vinte anos, dispostas a responder às minhas perguntas e com vontade de explicar e comunicar sempre que solicitadas. Notei, de imediato, que a versatilidade era uma característica presente em todos os que trabalhavam no escritório: todos passavam de umas áreas para as outras, ajudando em assuntos diferentes e disponibilizando-se para realizar tarefas que, à partida, não seriam da sua responsabilidade. Na semana seguinte, ainda no primeiro

dia, entendi que nenhuma das constatações anteriores era errada e mantive estes conceitos presentes a cada momento, pois entendi que a versatilidade e a disponibilidade para o trabalho são essenciais e não opcionais.

No decurso do estágio atravessei diferentes fases e fui completando etapas de exigência ascendente à medida que o tempo avançava. Julgo que a evolução no meu percurso se fez de forma natural, já que a realidade que me apresentaram era desconhecida e eu, enquanto estagiária com experiência nula, tudo tinha de fazer para merecer a confiança daqueles que, ainda que a meu lado na mesma sala, tinham já provas dadas na empresa. As rotinas eram novas e as formas de pensar também, ainda que as duas principais ideias já tivessem sido assimiladas por mim. Numa primeira fase, as minhas principais dificuldades prendiam-se com o pouco tempo que tinha para executar várias tarefas ao mesmo tempo e com a definição de prioridades dentro dessas tarefas: o que fazer primeiro? Como controlar o tempo? Como encurtar o tempo que demoro a executar o trabalho? Em outras ocasiões, quando surgia algo urgente que necessitava de ser resolvido imediatamente, não havia grande tempo para explicações e, ao início, hesitava com frequência na resolução do problema. Tinha dificuldades em agir de forma rápida quando não havia planeamento. Noutros momentos, quando fazíamos investigações para determinados trabalhos, encontrei dificuldades na seleção do material realmente relevante, pois, como já mencionei neste relatório, aprendi que não devemos incluir nem mais nem menos do que aquilo que é necessário e enquadrado nos temas. O rigor é mais um dos conceitos obrigatórios, sem opção.

Pouco a pouco, otimizei o meu rendimento e senti que a responsabilidade que recaía sobre mim aumentava gradualmente. Autonomizava-me a cada dia, em cada trabalho, fazendo cada vez menos perguntas sobre como deveria proceder e respondendo cada vez mais rápido em situações imprevistas. As práticas recorrentes deixaram de ser novidade e começaram a ser encaradas de forma natural. A confiança cresceu e dei por mim a efetuar muitos trabalhos de forma totalmente autónoma, ajudando colegas de outras áreas com dúvidas que conseguia esclarecer, trocando opiniões. No projeto da exposição em conjunto com a Câmara Municipal do Porto, desloquei-me sozinha à empresa de design *B+*, discuti ideias e respondi às questões que me foram colocadas sobre o material que tínhamos, os textos criados e as fotografias. Na *MediaXXI*, construí texto do livro ligado à exposição, revi-o mais tarde e participei na sua paginação e organização com uma das colegas designers. Ao

mesmo tempo, tinha outras tarefas em mãos que necessitavam de ser terminadas brevemente, algo que já não me incomodava como antes. O tempo passou a ser um aliado e não um inimigo, pois aprendi a controlá-lo e a dedicar-me ao máximo a cada trabalho pendente, ainda que o tempo de que dispunha fosse mínimo por algum motivo.

Tive também a oportunidade de alargar o meu círculo de contactos, não só através das pessoas do escritório, mas também através de todos aqueles com quem pude falar, reunir e trabalhar. Pude contactar diretamente com clientes, parceiros e colegas de outros escritórios pelo que, a nível pessoal, o estágio foi proveitoso também por isso. Recebia, na caixa de correio eletrónico institucional, os mais variados pedidos, de potenciais clientes, colegas e restantes pessoas com quem trabalhávamos que encaminhava ou respondia de acordo com as necessidades. Penso que um dos pontos principais da minha evolução e da conclusão das tarefas que realizava com sucesso foi, sem dúvida, a autonomia de que dispus. Controlada, ao início, com supervisão e controlo, mas crescente e alargada com o passar das semanas, permitindo-me lidar com os problemas, dificuldades e dúvidas que qualquer um no escritório poderia ter.

Essa autonomia acabou por ser imprescindível para o aumento da confiança no meu trabalho, algo que muitas vezes não se obtém na faculdade, já que são diversas as ocasiões em que não sabemos se aquilo que conseguimos é suficiente, ou ainda se estamos preparados para enfrentar situações reais. É importante saber aquilo que estamos a fazer, mas também ter confiança no nosso trabalho, tomar uma decisão consciente, coerente e trabalhar de acordo com a linha orientadora que nos ensinaram a seguir.

Ao longo do tempo que estive na *MediaXXI/Formalpress* colhi, sem margem para dúvidas, noções e valores para o mundo do trabalho que antes não tinha. Foi importante lidar com a realidade e entender que, para uma empresa funcionar, para além de todos terem um papel importante no seu campo devem, ao mesmo tempo, estar preparados para ajudar no que for preciso, sair da sua zona de conforto e ter uma opinião sobre o trabalho realizado. Trabalhamos em conjunto, ainda que façamos tarefas individuais, não esquecendo que a comunicação e a organização são mais duas noções indispensáveis ao sucesso.

Fiz, neste estágio curricular, mais do que aquilo que esperava, trabalhei para além da minha área mais óbvia de conhecimentos e isso não poderia ter sido mais

positivo, contribuindo para uma melhor compreensão da realidade e do que me espera no futuro.

II

Esta segunda parte do relatório explora um tema pertinente, para o qual os três meses de estágio na *MediaXXI/Formalpress* despertaram o meu interesse. Apresenta também os resultados de um inquérito sobre a compra de *e-books* e hábitos de leitura.

1. Literacia e hábitos de leitura em Portugal

Nos dias de hoje, o conceito de literacia deve classificar-se como abrangente, pois são múltiplas as vertentes e competências a si atribuídas e aos indivíduos que as detêm. A evolução da sociedade moderna e o avanço da tecnologia, apesar da consciência do crescente acesso dos jovens a uma educação cada vez mais prolongada, vieram colocar novos problemas e desafios às noções até aí tidas como certas. A ideia de que uma escolarização massificada conduziria à erradicação definitiva do analfabetismo e da iliteracia esteve na origem, a nível internacional, de políticas destinadas a garantir a escolaridade obrigatória para todos. Se o conceito de alfabetização traduz um acto de ensinar e de aprender a leitura, a escrita e o cálculo, um novo conceito – a literacia – traduz a capacidade de usar as competências (ensinadas e aprendidas) de leitura, escrita e de cálculo.

Pretende-se, com esse novo conceito, dar conta da posição de cada pessoa num continuum de competências que têm a ver, também, com as exigências sociais, profissionais e pessoais com que cada um se confronta na vida corrente” (Benavente et al, 1996, p. 4). Define-se então literacia como “a aptidão para o processamento de informação escrita na vida quotidiana”(Benavente et al, 1996, p. 4). Trata-se do uso das capacidades de leitura, escrita e cálculo, com base em diversos materiais de uso corrente na vida quotidiana, centrando-se nessa utilização e não na sua simples obtenção. A literacia é também entendida de um modo não estático, ou seja, considera-se que as competências de uma população neste domínio tendem a alterar-se quer por via da evolução (positiva ou negativa) das capacidades individuais, quer

por via da transformação permanente das exigências da própria sociedade.

Desde os primeiros diagnósticos sobre competências de literacia, efetuados na década de 70 nos EUA e em 1996 em Portugal (Benavente et al, 1996) realizaram-se várias ações a nível nacional e internacional posteriormente, todas para que se verificasse um incremento dos níveis de literacia. Desde finais da década de 90, aliás, vêm-se produzindo internacionalmente, com destaque para os EUA e a Austrália, modelos e referenciais de literacia, a serem aplicados no ensino, como referências para os agentes educativos envolvidos e incentivando à tão necessária aprendizagem ao longo da vida. Sob a coordenação de um organismo canadiano (*Statistics Canada*) e com o apoio da OCDE, seguiu-se o primeiro estudo internacional de literacia – o *International Adult Literacy Survey* (IALS) – o qual utilizou uma abordagem muito semelhante à desenvolvida no *National Adult Literacy Survey*. As evoluções conceptuais do termo literacia surgem a par da evolução da sociedade logo, o aparecimento do conceito literacia mediática, por exemplo, não poderia fazer mais sentido na era tecnológica difusora de informação em que vivemos.

Segundo o Jornal Oficial da União Europeia, “literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos. É uma questão de inclusão e de cidadania na sociedade da informação de hoje; uma competência fundamental, não só para os jovens, mas também para os adultos e as pessoas de idade, pais, professores e profissionais dos meios de comunicação social. Graças à Internet e à tecnologia digital, é cada vez maior o número de europeus que pode agora criar e divulgar imagens, informação e conteúdos. A literacia mediática é hoje considerada uma das condições essenciais para o exercício de uma cidadania activa e plena, evitando ou diminuindo os riscos de exclusão da vida comunitária” (Jornal Oficial da União Europeia, 2009, p.2).

Até meados dos anos 90, em Portugal, as análises realizadas para avaliação da literacia tinham em conta, essencialmente, a aferição formal das aprendizagens escolares. Media-se o analfabetismo na tentativa de perceber a eficácia dos sistemas educativos, porém, ficava por explicar a qualidade da aplicação das competências adquiridas e certificadas por processos de alfabetização/ escolarização nas diferentes situações do dia-a-dia em que elas podem ser acionadas. Podemos afirmar que o quotidiano experienciado nas sociedades ocidentais está repleto de situações nas quais o uso da informação escrita se assume como um dos elementos centrais de interação.

No nosso país, o primeiro (e mais completo) estudo de avaliação direta das competências de leitura, escrita e cálculo da população adulta foi o Estudo Nacional de Literacia (ENL), realizado por uma equipa coordenada por Ana Benavente, da qual faziam também parte Alexandre Rosa, António Firmino da Costa e Patrícia Ávila. Esse mesmo estudo deu origem ao livro *A Literacia em Portugal*. Resultados de uma Pesquisa Extensiva e Monográfica (Benavente, Rosa, Costa e Ávila, 1996). Esta pesquisa, de âmbito nacional, constituiu um referencial teórico, metodológico e empírico dos estudos sobre literacia da população adulta portuguesa até hoje. Em termos metodológicos, o modelo seguido foi a avaliação direta das competências de leitura, escrita e cálculo da população, através da construção de uma prova nacional composta por um conjunto de tarefas remetendo para os domínios pessoal, social e profissional.

Assim, ao mesmo tempo que vários países participavam no primeiro estudo internacional nesta área, o Estudo Nacional de Literacia desenvolveu de raiz um teste de literacia. Este teste foi construído tendo em conta a especificidade do real contexto sociocultural português, tendo a preocupação de avaliar competências de literacia consideradas transversais às sociedades contemporâneas. A nível empírico, este estudo tornou possível a recolha de um conjunto alargado de dados ligados, sobretudo, a três pontos principais: a distribuição da população por níveis de literacia; as práticas declaradas de leitura, escrita e cálculo na vida pessoal e profissional e as autoavaliações dessas competências. A amostra, representativa da população no intervalo já indicado (dos 15 aos 64 anos), residente em Portugal Continental, foi construída a partir da amostra do Inquérito ao Emprego, regularmente realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE). Os estratos de análise foram construídos pela combinação das variáveis: grau de instrução; sexo; idade e condição perante o trabalho. Na conceção do ENL, a análise extensiva ocupou um lugar central, tendo sido recolhida informação através de uma pluralidade de abordagens (avaliação direta, autoavaliação, grau de ensino) e também através de uma vertente de análise qualitativa, de carácter monográfico, indispensável à conclusão final. Nesta ordem de ideias, o ENL optou por uma estratégia simultaneamente extensiva e intensiva, desdobrando-se ela própria em várias dimensões e procedimentos e a outra aplicada aos diversos contextos sociológicos. A literacia faz parte e é indissociável de um universo sociocultural, onde vai estabelecendo relações de cruzamento e interpenetração com todos os seus elementos. De uma forma global, foi possível

constatar que os níveis de literacia estão muitas vezes dependentes das origens sociais dos indivíduos.

Segundo as conclusões do estudo, estamos perante um nível de literacia “bastante fraco”, repartido de forma desigual pela população portuguesa (Benavente et al, 1996, p. 398). 37% dos inquiridos detêm competências muito limitadas, enquanto 32,1% do total enquadra-se no parâmetro das competências bastante simples. Alguns dos inquiridos (10,3%), não foram capazes de solucionar o desafio proposto. Verificou-se que “quanto maior é a escolaridade, mais elevado tende a ser o nível de literacia” (Benavente et al, 1996, p. 399). É na classe do grupo dos assalariados agrícolas e dos camponeses e nos grupos em que os pais evidenciam graus de ensino mais baixos, em que se encontram várias condicionantes para o desenvolvimento das competências de leitura, escrita e cálculo, que demonstram os mais reduzidos níveis de literacia. No que concerne a práticas de leitura, escrita e cálculo associadas às competências de literacia da população, conclui-se que quanto mais elevado o nível de literacia, maiores são as taxas de leitura, escrita e cálculo.

Com efeito, e no que se refere à leitura de livros, revistas e jornais verificou-se que, independentemente do nível de literacia, a leitura de livros afasta-se significativamente dos outros dois suportes. É de facto o tipo de leitura menos praticado, confirmando os estudos realizados sobre esta matéria em Portugal, que afirmam que os portugueses leem muito pouco. No entanto, a tendência continua a ser confirmada: “quanto mais elevado o nível de literacia, maior tende a ser a frequência declarada quanto à leitura de livros, jornais e revistas.” (Benavente et al. 1996, p. 148).

No que respeita à escrita, esta competência encontra-se bastante distanciada da leitura. É uma “prática com expressão bastante reduzida no quotidiano dos indivíduos, estando praticamente ausente entre a quase totalidade daqueles com níveis de literacia mais reduzidos.” (Benavente et al. 1996, p. 167). Hoje em dia é provável que o caminho a percorrer para aproximar a leitura e a escrita já não seja tão distante, pois as novas tecnologias e a Internet despoletaram um número incontável de utilizadores, dispostos a comunicar através escrita a qualquer hora, em qualquer parte do mundo.

Os resultados supracitados prendem-se com diversos factores: o baixo nível de instrução (a população inquirida, na sua maioria, não tinha mais do que o primeiro ciclo do ensino básico); “os contextos domésticos empobrecidos em livros e outros materiais escritos, a vida quotidiana rarefeita em práticas de literacia ou, muito

trivialmente, as dificuldades em prestar ajudas concretas às crianças nas aprendizagens da leitura, escrita e cálculo” (A. Benavente, et al., 1996, p. 402) que certamente se refletiram nos dados obtidos; e a falta de escolarização na época, que na “sociedade portuguesa é ainda muito baixa comparativamente com os países mais desenvolvidos, ou mesmo com outros países de desenvolvimento intermédio” (A. Benavente, et al., 1996, p. 403). De facto, se analisarmos os resultados deste estudo, verificamos que grande parte da população portuguesa sofre de um analfabetismo funcional, ou seja, não possui competência de leitura. Esta lacuna indica que, “nesta sociedade em constante transformação, o analfabeto funcional é uma criatura singularmente indefesa” (M. Perini, 1991, p. 78); limitada no acesso à informação; à cultura e à política.

É possível levantar muitas questões após conhecer o ENL, ficando extremamente vincada a noção de que “as condições sociais herdadas condicionam o desenvolvimento das competências” (Benavente et al. 1996, p. 167). Assim, a solução para um desenvolvimento forte e sustentado, que vise diminuir os níveis de iliteracia, só poderá passar pela transversalidade da formação dos mais jovens aos mais adultos, concedendo-lhes oportunidades e incentivando a aprendizagem em qualquer fase da vida.

Quanto aos hábitos de leitura no nosso país, a melhoria das condições económicas das famílias desde os anos noventa, a escolarização progressiva e cada vez mais prolongada da população, o lançamento da rede de bibliotecas públicas e escolares, entre outras iniciativas, decerto contribuíram para alargar as possibilidades de acesso e estímulo à leitura.

Em 1983, no manifesto sobre a leitura pública em Portugal, esta era vista como “condição indispensável para o exercício da cidadania no país democrático”, contribuindo para “a afirmação do indivíduo na comunidade, conferindo-lhe a possibilidade de exercer plenamente o ato de escolher” (Sousa, 1999, p.132). As investigações no campo são crescentes, com particular incidência desde o ano de 2007, graças à implementação do Plano Nacional de Leitura. A sociedade e o governo portugueses tentam, com este tipo de medidas, acompanhar o movimento ascendente imposto pelos novos padrões europeus, que em muito se relacionam com uma plena integração na comunidade internacional. Portugal, apesar do esforço, continuava na “cauda da Europa”, estando mesmo abaixo de todos os países da Ásia Central. Na Europa, só Malta apresenta valores piores. Nesta Europa a 27, Portugal aproxima-se

gradualmente dos padrões europeus. A escolarização das novas gerações, o desenvolvimento da sociedade portuguesa teve, relativamente a esta questão, dois efeitos: “por um lado, uma procura acrescida de ciência por parte da sociedade civil em geral; por outro, uma procura inadiável do ensino superior por parte de uma percentagem crescente da população” (Cabral, 2001, p. 121).

Um dos mais importantes estudos sobre hábitos de leitura a nível nacional que continua a servir como referência foi “A Leitura em Portugal”, sob coordenação de Maria de Lourdes Lima dos Santos, com João Soares Neves, Maria João Lima e Margarida Carvalho (2007). Os dados finais do estudo parecem evidenciar uma correspondência entre o aumento da escolarização das novas gerações e o aumento dos índices de leitura em Portugal, havendo a confirmação de que os não-leitores se situam no grau de escolaridade mais baixo (88%) e se enquadram, na sua maioria, na categoria socioprofissional “Operários” (39%).

Assim, as conclusões demonstram que 44% acreditam que se lê mais hoje em dia, contra uma percentagem inferior que acredita no contrário (41%). São as pessoas com mais de 55 anos que têm a percentagem mais elevada entre os que acham que se lê mais (50%), contra os 34% dos que têm entre 15 e 24 anos, que contribuíram em maior número para a ideia de que se lê menos. Falando especificamente do período da vida em que os inquiridos crêm ter lido mais, o que obteve o maior número de respostas é aquele em que frequentaram a escola (19%). Quanto ao período em que leram menos, salienta-se o que remete para fases ligadas ao trabalho (15%).

Num nível de maior generalidade, como se caracteriza efetivamente o panorama da leitura em Portugal? No que toca à socialização primária para a leitura verifica-se, desde logo, que a idade de aprendizagem situa-se entre os 6-7 anos de idade. A precocidade da aprendizagem e a qualificação da família estão diretamente relacionados com a leitura: quanto mais cedo, mais cumulativa a leitura; quanto mais qualificado o núcleo familiar, mais os incentivos à mesma. Falando de resultados, quanto ao gosto pela leitura na infância, dois em cada três gostava de ler, sendo que as razões por que mais gostavam de ler se prendem com a aprendizagem e a curiosidade. Uma grande maioria (nove em cada dez) dos que gostavam de ler na infância (65% do total da amostra) afirma continuar a gostar de ler, sendo que as razões mais apontadas são gostar de aprender, por prazer, ou passatempo. Para a pequena proporção que deixou de gostar de ler, a falta de tempo e o desinteresse são as razões mais apontadas. Passando ao número de livros lidos de lazer, estudo e profissionais, os de

lazer são claramente os que se destacam. Num outro plano, quase metade da amostra leu o último livro (sem ser escolar ou profissional) há cerca de um mês ou menos, sendo que a escolha ocorre essencialmente por gosto pessoal. Quanto ao que leem no dia-a-dia aqueles que não leem jornais, nem revistas nem livros (os não leitores que, como se referiu já, representam uma pequena parte da amostra, 5%), servem-se da sua alfabetização para ler sobretudo as contas/recibos e as marcas e preços de produtos (79% e 75%, respetivamente).

Por sua vez, a utilização da Internet (87% dos que usam o computador), é feita muito especialmente em situações de lazer, maioritariamente a partir de casa. Quanto aos usos, destacam-se a procura de indicações úteis e a comunicação com familiares. Há que referir que, nos dias de hoje, estas percentagens e estes motivos poderiam ser bastante diferentes. As redes sociais e os seus milhões de utilizadores; projetos como o da atribuição do computador *Magalhães* e o *E-escolas* ajudaram a conferir uma vertente tecnológica assumida ao ensino, reforçando ainda mais a ideia de que a Internet é um instrumento usado para muito mais do que aquilo que é referido no estudo. Relativamente à ocupação do tempo durante um dia normal, quase metade dos inquiridos indica que a leitura é uma atividade que os ocupa num período que não ultrapassa os trinta minutos.

Evidenciam-se, assim, diferentes circunstâncias justificativas dos períodos de maior e menor intensidade da leitura ao longo dos ciclos de vida, em conjunto com a indicação de que lemos cada vez mais, mas talvez ainda não o suficiente.

2. O livro e a leitura na era digital

Para Castells, os avanços tecnológicos do século XX, favoreceram o surgimento de uma nova revolução na sociedade da informação (Castells, 2003, p.1). Estamos diante de um novo paradigma tecnológico: a revolução tecnológica da informação, a revolução informacional, revolução essa que difere das outras na sua matéria-prima: o conhecimento. Mais do que um conflito para alargar fronteiras, este está condenado a quebrá-las, impulsionando o conhecimento e todo o tipo de informação pelo mundo.

Quanto ao livro impresso, meio incontornável para a transmissão de conhecimento, este vê-se obrigado, na atualidade, a conviver com o eletrónico. O

surgimento e o aperfeiçoamento das novas tecnologias impuseram uma profunda modificação na apresentação de coisas tradicionalmente palpáveis ou materiais. O livro, então, pode ser entendido como o veículo de transmissão de um conjunto específico de conhecimentos, que podem ser disseminados de várias formas dentro do mesmo suporte: impresso ou digital. Deve ser pensado como um dispositivo cuja função não seria apenas dar suporte ao pensamento criativo, mas também colocá-lo numa posição de operacionalização perante os utilizadores. O novo paradigma tecnológico estimulado, em parte, pela supramencionada revolução informacional e pelas novas exigências da sociedade, tem um exemplo da sua expressão precisamente no paradigma do livro eletrónico. O texto virtual permite, agora, a junção de várias plataformas, vincando a necessidade do “multimédia”: das imagens, dos sons, dos vídeos e das hiperligações. O *Electronic Book* é utilizado para denominar o livro em formato eletrónico, podendo ser obtido via download para o computador ou para um aparelho que permita a sua leitura fora dele, disponibilizando-o ao leitor de uma forma bastante mais simples. Perante estas mudanças, não podemos deixar de observar que a revolução dos livros eletrónicos é também uma revolução da leitura, permitindo novas possibilidades de compreensão. Segundo Chartier (1994, p. 100) “a representação eletrónica dos textos modifica totalmente a sua condição: ela substitui a materialidade do livro pela imaterialidade de textos sem lugar específico”. Como sabemos, a nossa cultura está intimamente ligada ao livro logo, as mudanças estruturais que observamos, podem produzir mudanças fundamentais nos padrões culturais e sociais.

O surgimento de novas tecnologias e paradigmas sempre foi acompanhado da colocação das mais variadas questões. Os novos suportes de informação que acompanham este novo modelo do livro impõem ao leitor um novo tipo de comportamento. No tradicional livro impresso, a sequência de leitura poderá eventualmente estar predeterminada pelo autor. Em contraposição, no texto eletrónico, o leitor conta com múltiplas alternativas ou cursos de ação, que são definidos segundo as suas necessidades, eliminando-se, portanto, a linearidade já caracterizou a leitura. Sobre este assunto, Bellei refere: “A estrutura do hipertexto, ao enfatizar a conectividade, altera a situação e o comportamento do leitor e do autor características do livro impresso, no qual o autor tende a controlar o roteiro de leitura do leitor. Este parte de um índice linearmente organizado e percorre capítulos até chegar à página final. No hipertexto, perde-se, pelo menos em parte, a autoridade do

autor, assumindo o leitor uma certa responsabilidade (e um certo risco) para escolher alguns dos roteiros previamente estabelecidos e ignorar outros (Bellei, 2002, p. 47).

Assim, o novo modelo de leitura define-se pela reconstrução do seu próprio sentido, possuindo, o leitor, uma certa liberdade para estabelecer os caminhos que mais deseja, optando por uns em detrimento de outros. Desta forma, o texto principal já não constitui o centro da ação, podendo haver tantos centros de leitura como leitores possíveis, não subsistindo, portanto, nenhuma hierarquia. O hipertexto permite que o leitor possa enveredar, durante a leitura, por temas que deseja aprofundar, recebendo mais alguma informação (Barthes, 1999). O suporte digital deixa nas mãos do leitor decisões que, anteriormente, eram próprias do autor ou editor. Ao ler uma obra na plataforma eletrônica, o utilizador pode, por exemplo, mudar o tamanho ou o tipo da letra, se isso fosse necessário para uma melhor leitura. Tem, igualmente, a possibilidade de usar outras ferramentas de busca, localizando palavras e frases, ou mesmo marcando partes do texto que lhe pareçam importantes para uma consulta posterior.

Deste modo, impulsionada pelo lançamento de aparelhos portáteis para leitura digital, a produção de livros neste formato cresce a cada dia, apresentando-se como uma nova opção para o público consumidor de livros. Tal como aconteceu com as músicas, os vídeos, as revistas e jornais, era de esperar que chegasse também a vez do universo literário fazer parte do ambiente digital. Há já algum tempo que as grandes bibliotecas virtuais começaram a disponibilizar o seu conteúdo em papel na Internet, fazendo sucesso na rede, principalmente no meio académico, para consulta e pesquisa. De qualquer forma, a ideia de comprar um livro e de o ler digitalmente ainda consegue soar de forma estranha para certos tipos de público. Afinal, não podemos negar que o livro em papel atravessou séculos assumindo-se como o mais simples e prático instrumento para registo e a transmissão de ideias, com a qualidade de nos poder acompanhar a qualquer hora, facilitando também o empréstimo e a troca entre uma infinidade de leitores. Encontramo-nos num momento oportuno para encontrar e promover mecanismos que o tornem uma importante oportunidade de negócio para os representantes do setor, extraindo o melhor das novas tecnologias.

São os *e-readers* que têm por objetivo conseguir transmitir ao utilizador a sensação de que estão realmente a ler uma obra impressa. O maior representante mundial nesta categoria é o *Kindle*, criado pela empresa norte americana *Amazon* em 2007: “In addition, non-traditional book industry actors like Amazon, Apple and

Google are actively and at times aggressively pursuing global e-book markets and have forced traditional publishers to form strategic responses” (DeFillippi & Wikström, 2013, pág. 81). Além dele, também se destacam o *Sony Reader* (Sony), *Nook* (Barnes e Noble) e o *Ipad*, aposta da gigante *Apple*, lançada em Janeiro de 2010. No entanto, como em toda a tecnologia que se preze, os e-readers também encontram obstáculos, como o desenvolvimento de uma bateria de duração razoável, uma escala de cores variada e preços mais acessíveis. Outro dos problemas muito discutidos refere-se à quase indestrutível pirataria e violação dos direitos de autor. Para evitar tais atos, as editoras têm distribuído livros protegidos por *DRM* (*Digital Rights Management*), uma tecnologia que inibe a cópia das obras e garante a proteção legal dos direitos autorais dos autores. Embora a multiplicação dos e-books já seja uma realidade nos Estados Unidos e na Europa, onde um grande número de editoras possuem a versão digital das suas obras, o negócio da leitura digital continua com muitas vantagens a descobrir e a explorar, não esquecendo que, na era tecnológica, há sempre a possibilidade de formação de novos paradigmas a provocar alteração de práticas ancestrais.

As editoras, por sua vez, devem estar atentas para conseguirem acompanhar as novas demandas, já que será sempre o público a decidir se convive com os dois suportes ou prefere apenas um deles. É um facto que muitas pessoas passam muitas horas em frente ao computador e praticamente o dia todo online através do computador ou de smartphones. Para essas pessoas talvez seja mais cómodo utilizar o suporte eletrónico, no entanto, há quem continue a preferir o papel. Na obra *Não contem com o fim do livro*, editada no formato de uma longa conversa de Umberto Eco com o cineasta francês Jean-Claude Carrière, Eco defende que, ao contrário do que se pensa, com a utilização do computador, voltamos à era alfabética, em oposição a uma suposta era das imagens. Para ele “Das duas, uma: ou o livro permanecerá o suporte da leitura, ou existirá alguma coisa similar ao que o livro nunca deixou de ser, mesmo antes da invenção da tipografia. O livro é como a colher, o martelo, a roda ou a tesoura. Uma vez inventados, não podem ser aprimorados. Não pode fazer uma colher melhor que uma colher. O livro venceu os seus desafios e não vemos como, para o mesmo uso, poderíamos fazer algo melhor que o próprio livro” (Carrière & Eco, 2010, p. 15). Outra das questões em discussão é, por exemplo, a da memória. Apesar das novas tecnologias terem aumentado a capacidade de armazenamento de

dados em espaços menores, elas podem rodear-nos de dados sem utilidade, como acontece ao navegar na Internet: “o que a internet nos fornece é, na realidade, uma informação bruta sem nenhum discernimento, ou quase isso, sem controlo das fontes nem hiererquização” (Carrière & Eco, 2010, p. 71).

Cabe a cada um de nós, portanto, a opção de escolher entre livros impressos e digitais, qualquer que seja a razão que impulsiona essa escolha. As opiniões dividem-se, mas serão sempre os utilizadores a ter a última palavra quanto à continuidade dos produtos.

3. Caracterização do mercado do livro: estudos recentes

Antes de chegar ao consumidor, a fileira do livro envolve vários players, como mostra a figura 1, elaborada pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL).

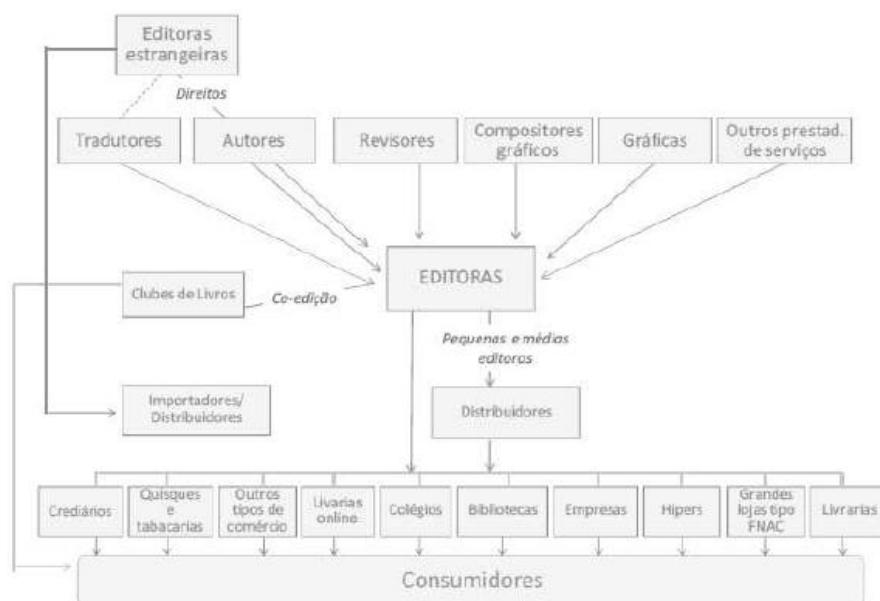


Figura 1 – A fileira do livro em Portugal, segundo a APEL (2012).

Tendo em conta a complicada situação atual, cabe às editoras o papel de motor da fileira dos livros, já que são elas que tomam a decisão de editar (ou não) os exemplares que irão chegar aos consumidores. Numa fase a montante, o mercado de

livros de autores portugueses organiza-se começando pelos autores dos livros, seguindo para os revisores dos mesmos, passando ainda pela composição gráfica. Entram ainda, nesta fase, a impressão gráfica, as encadernadoras e outros serviços prestados, sobretudo ao nível da divulgação do livro. No caso dos livros de autores estrangeiros editados em Portugal, deve sublinhar-se a existência de um tradutor, que converte o conteúdo para a nossa língua.

A jusante dos editores incluem-se os grossistas, que representam em exclusividade uma editora (nos dias de hoje, são apenas as pequenas e algumas médias editoras que têm contratos com distribuidoras, já que as grandes editoras habitualmente têm distribuição própria) e os retalhistas com lojas no terreno, que vendem ao consumidor final. Existem também as formas de venda a consumidores online, a estabelecimentos de ensino, para além dos diversos tipos de negócio que incluem a venda de livros, como os quiosques, o sistema a prestações ou vendas e organizações, sobretudo para ofertas, como acontece com as empresas farmacêuticas.

Segundo o Inquérito ao Sector do Livro (2012), realizado pelo Observatório de Atividades Culturais sob coordenação de José Soares Neves, com Jorge Santos, Maria Lima, Alexandra Vaz e Emanuel Cameira existe, na estrutura do setor editorial português, uma complexificação da distribuição devido à entrada de novos títulos no mercado: “em termos de temporalidade esse movimento registou-se primeiro no sector da distribuição e seguidamente no retalho, e uma vez que o custo de produção do livro decresce dadas as novas tecnologias, a distribuição torna-se um ponto fulcral para as organizações”(ISL,2012, p. 43). Custa menos produzir livros do que distribuí-los, o que dificulta a obtenção de lucros e prejudica a comercialização. Segundo o supracitado, o problema começou com o aparecimento das grandes superfícies, integradas em grandes grupos empresariais. De acordo com um artigo do Público online (2012) “Distribuição, o eterno problema do mercado editorial português”, escrito por Isabel Coutinho, “ao longo dos anos tem crescido no mercado editorial em Portugal o poder negocial do retalho (dos pontos de vendas em geral, das cadeias de livrarias e das grandes superfícies) e tem aumentado a distribuição directa feita pelos editores.”

Se por um lado muitas editoras começaram a fazer a sua própria distribuição, por outro, aumentou o poder do retalho, e as margens das distribuidoras estreitaram. Zita Seabra explica, no artigo, que “actualmente, em Portugal, os livros são vendidos

a firme com direito de devolução. Por exemplo, um editor faz três mil exemplares de um livro, coloca no mercado 2800 e, passado meio ano, pode ter de regresso à editora 2700 exemplares: ou seja, vendeu 100. O distribuidor recebeu do livreiro aquele valor, pagou ao editor esse valor e depois vai acertar as contas com os livros seguintes; e teve ainda despesas de transporte e de logística que são muito caras".

Outros estudos sobre o setor livreiro em Portugal foram realizados: por Augusto Mateus & Associados, em Janeiro de 2010, com o título O Setor Cultural e Criativo em Portugal, para o Ministério da Cultura; e por José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos, em Setembro de 2010, intitulado Edição e Comercialização de livros em Portugal: Empresas, Volume de Negócios e Emprego, promovido pelo Observatório das Atividades Culturais. No estudo de Janeiro de 2010 de Augusto Mateus & Associados, o objetivo foi caracterizar o setor cultural e criativo em Portugal, analisando as atividades que o compõem, bem como as suas fronteiras e tendências. Concluiu-se, a partir dele, que o nosso país evidencia o mais preocupante resultado no contexto europeu relativamente à leitura, já que apenas 50% dos portugueses leram pelo menos um livro no espaço de 12 meses, contra 71% na média da UE a 27. Segundo aquilo que é relatado, "no subsector da edição, verificou-se um fraco crescimento no período em causa (2000-2006); dado que este subsector tem um importante peso relativo no setor das indústrias culturais, esta evolução negativa foi, em grande medida, determinante para a trajetória negativa das indústrias culturais."

O segundo estudo referido, promovido pelo Observatório das Atividades Culturais, pretendia atualizar alguns indicadores já existentes relativos à edição de livros, disponibilizando novos indicadores relativos à sua comercialização em Portugal. Os dados sobre a edição respeitam aos anos 2000-2008, ao passo que os dados sobre a comercialização são dos anos 2004-2008. No que concerne à edição, durante o período estudado verificou-se uma tendência de crescimento do número de empresas. Todavia, a maioria das empresas continua a ser de pequena dimensão (até nove pessoas ao serviço), não havendo empresas com mais de 250 colaboradores. Segundo o estudo realizado por Neves e Santos (2010), a maioria das editoras está localizada em Lisboa (66%), seguida da região Norte, com 21%. Quanto à comercialização, as empresas estão presentes em todas as zonas do país, com destaque para o Norte, Lisboa e Centro, respetivamente. O número de empresas tem permanecido estável; a esmagadora maioria (97%) tem menos de nove pessoas ao serviço, embora existam empresas com 250 e mais trabalhadores. Contrariamente ao

que sucedeu na edição de livros – ainda segundo Neves e Santos (2010) – são as pequenas empresas (com menos de 10 pessoas ao serviço) que concentram a parte mais expressiva (46%) do volume de negócios total.

Falando especificamente do mercado editorial, segundo a APEL, este “sofreu um processo de concentração, sobretudo a nível editorial com a criação de dois megagrupos: a Porto Editora e a Leya, que agora se apresentam como os mais fortes no campo da venda de livros para a classe da “escolaridade obrigatória.” No caso da Porto Editora, o grupo tem a montante a Bloco Gráfica – uma unidade industrial que fornece soluções de artes gráficas e multimédia – a que se juntam as marcas editoriais Porto Editora, Lisboa Editora, Areal Editores, Ideias de Ler e Albatroz e, a jusante, a livraria virtual Wook. Em junho de 2010, a Alta Autoridade para a Concorrência autorizou a aquisição do Direct Group em Portugal, pertencente ao grupo Bertelsman, reforçando, assim, o grupo Porto Editora a sua posição com a editora Bertrand (com as chancelas Pergaminho, Quetzal, Temas e Debates e ArtePlural Edições), a distribuidora Bertrand, a cadeia de livrarias Bertrand e ainda o clube de livros Círculo de Leitores. No caso da Leya, a marca conta com a Texto, a Asa, a Gailivro, a Novagaia, a Sebenta, a Academia do Livro, a BIS, a Caderno, a Caminho, a Casa das Letras, a Dom Quixote, a Estrela Polar, a Livros d'Hoje, a Lua de Papel, a Oficina do Livro, a Quinta Essência e a Teorema.

Esta concentração no mercado da edição, associada ao clima económico e possivelmente a uma menor diversidade de produtos, levou, segundo a APEL, a uma redução do número de novos livros lançados no mercado português, portugueses e importados, de 55%, em 3 anos. Privilegia-se, de certa forma, a rentabilidade e a visibilidade em detrimento da diversidade por parte das grandes empresas, para que se atinja rapidamente o valor de vendas desejado.

4. Desafios do setor

Numa era marcada pela tecnologia, em que um cidadão anónimo pode ser comentador e editor de conteúdos em qualquer parte do mundo, o livro impresso e a sua indústria enfrentam crescentes e renovados desafios, como a emergência e divulgação de livros eletrónicos, a banalização dos direitos de autor, dos direitos de

imagem ou a permanente crise económica. Neste contexto digital, para além da publicação de opinião facilitada, a Internet disponibiliza um considerável conjunto de sites onde um autor pode fazer edições próprias, que são disponibilizadas e impressas mediante a vontade do mesmo.

O período de 2012-2015 será, segundo a APEL, marcante na evolução do setor, “já que as alterações do meio envolvente colocam às empresas a imprescindibilidade de novas respostas.” De acordo com o estudo da Associação, em 2012, intitulado “Estudo do Sector de Edição e Livrarias e Dimensão do Mercado da Cópia Ilegal”, o debate relativo aos direitos de autores encontra-se na ordem do dia não só em Portugal, mas também a nível internacional. Em diversos países europeus, como é o caso da Espanha e da França, a questão da fotocópia e dos downloads ilegais é muito controlada e limitada devido à apertada legislação e também à força da fiscalização. Na União Europeia, a lei dos direitos de autor surgiu como uma tentativa de harmonizar as diferentes leis de direitos autorais existentes nos Estados-Membros da União. Se, por um lado, a legislação contra a duplicação ilegal tende, a contrariar ou a normalizar os avanços do digital, referindo que a proliferação e aquisição dos conteúdos na plataforma virtual é crime, a popularização dos livros digitais dificulta o cumprimento da lei e atribui novos contornos à questão a cada dia que passa. Com uma abordagem mais positiva e menos ligada ao crime e à proibição, os países da União Europeia têm procurado celebrar o Dia Mundial do Livro e dos Direitos de Autor, organizado pela UNESCO e que se celebra a 23 de abril de cada ano desde 1995, com o objetivo de promover o livro, a leitura e os direitos de autor. Em alguns países, como a Suécia e o Reino Unido, este dia tem servido para sensibilizar e educar a população juvenil para a importância da leitura e dos intervenientes presentes nessa realidade.

Em Portugal, porém, este dia não tem sido devidamente aproveitado para a promoção dos direitos dos autores e editores. A APEL indica ainda que “a maioria das editoras defende que os e-books são, para efeitos de direitos de autor, como os livros impressos, havendo, assim, um direito primário inerente à aquisição dos direitos de autor.” Muitos autores e seus agentes vêm, por exemplo, os e-books como um negócio à parte, fazendo distinção entre direitos de autor para livros de papel e direitos de autor para livros digitais. Esta atitude levanta mais um desafio para as editoras, que se vêem privadas de construir uma estratégia de publicação que controle simultaneamente os direitos de autor impressos e digitais, tornando este tema um dos

mais controversos do mercado (Williams, 2011). Existe, por isso, uma inquestionável necessidade de revisão urgente do código de direitos de autor e direitos conexos e da lei da cópia privada. É fundamental que as intervenções nesta área não se limitem ao desenvolvimento de normas para fiscalização, devendo ter sempre em mente a criação de campanhas de educação, em especial junto dos mais jovens, que se mostram pouco sensíveis à problemática dos direitos dos autores e que são, também, os maiores consumidores de livros duplicados mas são também, ao mesmo tempo, os que devemos apostar mais em educar para a excelência.

Os direitos de imagem, por sua vez, podem também colocar desafios de comercialização às editoras que queiram digitalizar livros já publicados anteriormente aos contratos digitais. Se as editoras não compraram esses direitos anteriormente referidos, a integração das imagens e fotografias destes livros num e-book não está garantida. Para além disso, se os consumidores podem entender o custo e o preço atribuídos a um livro impresso, quando falamos de um e-book essa percepção pode não ser assim tão clara e bem aceite. A desfavorável conjuntura económica que, de forma transversal, atinge a população a nível nacional e internacional, funciona como promotora da cópia ilegal, em contrapartida à aquisição de um livro original. Esta situação é ainda mais potenciada no ensino superior, com o aumento das propinas e com as crescentes dificuldades em suportar economicamente os filhos que, muitas vezes, estudam longe de casa. O orçamento para as necessidades escolares diminui e todos se vêem forçados a procurar o mais barato, ainda que não seja um documento impresso original.

Perante as alterações do contexto envolvente, as empresas portuguesas da fileira do livro poderão responder através de novos métodos como a reorientação para o cliente. O modelo tradicional do mercado livreiro assenta ainda na existência de um editor que decide editá-los, assumindo que existe uma potencial clientela com dimensão significativa. As consequências deste modelo podem traduzir-se num grande número de livros editados anualmente, stocks não vendidos e preços elevados para poderem suportar os gastos. A reorientação para o cliente passa pela necessidade de a edição ser feita em função do real potencial de compradores e não apenas segundo os gostos dos editores. Assistiremos, assim, a uma diminuição dos stocks e do preço dos livros, apostando em tiragens mais flexíveis.

As campanhas de sensibilização, bem como as campanhas publicitárias nos mais diversos canais e suportes são também ferramentas críticas para atrair as massas

para estas causas. Apesar de este ser um caminho claramente longo e difícil, o setor livreiro não deve baixar os braços, mas sim fazer valer os seus direitos. O livro em papel continua a ser importante para um largo segmento da população, sobretudo para os que não são nativos da geração digital.

5. Os *e-books*: o que são? O que representam?

A indústria editorial tem sofrido, nos últimos anos, uma revolução de grande magnitude. Esta revolução, que muitos comparam apenas ao momento em que Gutenberg inventou a imprensa, declara que uma das suas principais causas é o livro digital.

O *e-book* veio revolucionar o mercado editorial, apanhando desprevenidas muitas editoras que aguardam ainda para conhecerem a verdadeira dimensão do sucesso deste produto, de modo a começarem a tomar medidas relativas ao mercado e ao eventual modelo de negócio a adotar: “There are many players involved in the e-book industry. Authors, publishers, sellers, readers, libraries and device manufacturers all have concerns and expectations about e-book market development (DeFillippi & Wikström, 2013, pág. 239) Todas estas alterações no setor com a chegada do *e-book* trouxeram problemas para as editoras, sendo que alguns já aqui foram mencionados, como as questões dos direitos de autor digitais, direitos de imagem, novos e diferentes modelos de negócio, bem como a pirataria e outros imprevistos. No entanto, nos Estados Unidos da América, onde subsiste uma mentalidades protetora dos direitos de autor, o avanço do livro eletrónico tem sido inquestionável, assistindo-se a um fenómeno crescente de popularidade e adesão por parte dos consumidores.

Segundo a *Association of American Publishers*, entre 2010 e 2011 o número de e-books vendidos subiu 169,4%, ao mesmo tempo que os livros físicos baixaram 24,8%. O desenvolvimento dos e-books poderá contribuir também para a criação de um mercado de novas oportunidades também para os mercados de língua portuguesa. Os editores poderão chegar facilmente a mercados como o Brasil, os PALOP e a outras comunidades de emigrantes espalhadas pelo mundo.

No caso dos livros técnicos, os livros eletrónicos (e não os PDF) de livros impressos apresentam enormes vantagens, pois permitem associar ao livro todas as

vantagens de uma experiência multimédia que os consumidores tanto procuram. A riqueza de associar a um texto a hiperligações, fotos e vídeos que permitem uma leitura pautada pelo interesse do leitor, altera significativamente a experiência de leitura. Os desafios digitais constituem excelentes oportunidades para a conceção de campanhas de comunicação blended, que conjuga a componente física com a digital e aproveita as potencialidades do multimedia para aliciar consumidores e potenciais leitores, bem como para editores e livreiros. Este tipo de estratégia poderá ser aproveitada para favorecer a segmentação, promovendo a criação de bases de dados de consumidores de leitura, por gostos e hábitos de consumo. A comunicação digital é, pois, um caminho com grande potencial de exploração, já que aproveita o potencial das redes sociais e coloca os leitores no papel de promotores dos livros, encarando o livro, produto com alto potencial de recomendação, catalisador de emoções e experiências.

Em suma, a utilização dos meios digitais originou desafios mas também novas oportunidades passíveis de serem aproveitadas por aqueles que souberem ver nelas os pontos fortes e não apenas as fraquezas de um mercado em evolução.

6. Livros impressos vs. e-books: realidade antagónica ou simbiótica?

Com o surgimento do livro eletrónico diversos autores têm vaticinado o desaparecimento da cultura impressa. Frank Smith, através da sua obra *livro Leitura Significativa* afirma “uma reação em favor dos livros tem tanta possibilidade de sucesso como o abandono de aviões e automóveis em favor do transporte a cavalo. Isto significa o final dos livros? Hesito em dizer que sim, porque como milhões de outras pessoas, tenho um sentimento especial por eles.” (Smith, 1999, p. 157). Nesse sentido, na transição de um suporte para outro, acredita-se no surgimento de outras práticas de leitura, diferentes das atualmente existentes. Penso que os computadores estão a difundir uma nova forma de cultura, ainda que sejam incapazes de satisfazer todas as necessidades intelectuais que estimulam.

Outros acreditam, no entanto, na coexistência do suporte tradicional com as novas tecnologias. Tom Wilson (2004), do Departamento de Estudos da Informação da *University of Sheffield* elaborou um trabalho que apresenta adequadamente as diferenças entre a plataforma electrónica e a impressa. As publicações eletrónicas

produzem-se e difundem-se com grande velocidade, diferente do que acontece com o livro impresso. Se forem necessárias correções, um texto eletrônico pode ser atualizado ou corrigido com igual rapidez, enquanto um livro em papel deve passar por uma segunda edição ou, se o erro for descoberto a tempo, registado em erratas. Pode ser difundida em todo o mundo sem necessidade de negociações, ou custos de distribuição ou reimpressão. Porém, esta publicação eletrónica exige o acesso a uma tecnologia relativamente avançada, tanto do produtor como do consumidor da informação. Na atualidade, o acesso a essas tecnologias continua a ser caro para alguns cidadãos. Os Pc's, *notebooks* e outros equipamentos poderão ser inadequados para serem usados em todos os lugares nos quais se poderá, com mais facilidade, ler um livro em papel. A tecnologia continua a ser também, para um grande número de pessoas, difícil de aprender e utilizar. O livro, pelo menos no momento atual, atende a várias necessidades pessoais e sociais que não podem ser satisfeitas pelo computador. O exemplar impresso, entre outras coisas, não precisa de eletricidade ou de atualização, podendo o leitor utilizá-lo sem a mediação de uma máquina.

Há que ter consciência que o comportamento de procura de informação para a seleção de um livro pode seguir diferentes processos, dependendo do tipo de livro e do fim a que se destina. Um estudo elaborado por Leemans e Stokmans (1991) aborda este processo de decisão segundo três estratégias distintas: através da resolução extensiva do problema, aplicada muitas vezes a produtos com elevado grau de envolvimento e de preço elevado; da resolução limitada do problema, que se verifica quando o produto/serviço é altamente diferenciado dos demais e a seleção requer menos tempo do que na primeira estratégia; e ainda a resposta rotineira, baseada numa compra rotineira de produtos básicos de compra repetida. Leemans e Stokmans defendem que a estratégia que mais se assemelha à utilizada na procura de informação aplicada à compra de um livro é a rotineira. No entanto, apesar do produto em causa, o livro, ser considerado um produto de compra tendencialmente regular e de baixo preço, uma estratégia rotineira é suscetível de alterações de acordo com o tipo de livro em análise. Em Portugal, como noutros países, o mercado livreiro é um setor em clara mudança, provocada pela emergência das novas tecnologias. Se, por um lado, os novos avanços tecnológicos têm permitido às editoras processos de edição mais facilitados, com todas as vantagens subsequentes como a redução de custos, por outro lado a mesma tecnologia permite hoje aos consumidores do produto livro novas formas de aceder ao seu conteúdo de forma mais fácil, barata e nem sempre legal.

Teremos de encontrar dentro do nosso mercado, ainda que no meio de tantas dificuldades, formas de equilibrar a presença dos dois tipos de livros. O mercado global, porém, e os consumidores encarregar-se-ão de encontrar também (ou não) um meio termo para tornar esta convivência possível.

Os livros virtuais não alcançaram certamente o seu ponto mais alto na escala de desenvolvimento, da mesma forma que o livro passou por várias alterações até ser o que é hoje. É difícil, para já, prever o que resultará dessa (r)evolução, mas certamente que os livros eletrónicos terão lugar garantido na história, pois o leitor, ao utilizá-los, vai perceber que as tecnologias são diferentes e têm propósitos distintos, sendo que ele é quem pode efetivamente decidir qual será o formato de livro a predominar na nossa era.

7. Orientações do Estudo

O presente capítulo pretende descrever o conjunto de procedimentos através dos quais o modelo de análise (constituído por conceitos e pressupostos) será submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis (Quivy, 1992). Segundo Gil (2004, p.17) “podem definir-se método de pesquisa como procedimentos racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.” A pesquisa, por sua vez, é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos.

Ao longo deste trabalho, recorri primeiramente ao procedimento técnico de cariz bibliográfico. Segundo Gil (2004,p.44) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científicos”, tendo sido essa uma das opções que tomei na elaboração deste trabalho. Pretendo, posteriormente, guiar o meu estudo pela utilização de uma técnica padronizada de recolha de dados – o inquérito, que registará, analisará e classificará os factos em questão de modo a conseguir correlacioná-los com a realidade. Este inquérito subordinado ao tema dos hábitos de leitura de *e-books* e da tendência de compra dos consumidores agora e no futuro, afigura-se como um meio eficiente de obtenção de informação sobre a leitura e o livro, impresso ou eletrónico, para todos os que virem nele um meio fundamental para o desenvolvimento intelectual e cultural da

sociedade.

No início deste Relatório tive ainda a oportunidade de indicar, a nível geral, o objetivo a que me propunha: o esclarecimento da situação atual do livro num mundo cada vez mais tecnológico. Pretendo contribuir para a compreensão da realidade no setor em causa e tentar clarificar, com o meu estudo de caso, hábitos de leitura e tendências de mercado no contexto atual, tão difícil para as editoras, sobretudo para as pequenas que trabalham fora dos grandes grupos. Para o meu estudo já referido, antevejo duas hipóteses de investigação: *1) a maioria dos inquiridos já leu e-books e 2) essa maioria fá-lo pela facilidade de utilização.*

8. O Estudo

8.1 Amostra e recolha de dados

A amostra do estudo engloba todos os indivíduos dos 18 aos 24 anos que responderam de forma válida ao inquérito proposto, nos espaços por mim escolhidos para o efeito. Os inquéritos por questionário foram aplicados nas últimas duas semanas de Abril, na minha presença, em locais onde me desloquei para trabalhar no Relatório ou até propositamente: na Biblioteca Municipal de Vila Real, no Instituto Português da Juventude de Vila Real, na Biblioteca da UTAD, bem como no Departamento de Letras, Artes e Comunicação. Tendo em conta que resido na cidade de Vila Real, a acessibilidade foi um critério fundamental para que o inquérito fosse realizado nestes espaços.

Esta faixa etária foi escolhida por ser minha intenção analisar uma amostra jovem, ligada à era tecnológica, numa altura da vida em que a entrada no mercado de trabalho e a Universidade estarão na mente de muitos. São os membros pertencentes a esta faixa etária a base de sustentação do setor num futuro não muito longínquo, ao mesmo tempo que já contribui para o mesmo no presente. O preenchimento de cada questionário demorou, em média, cerca de três minutos.

No total, foram impressos 250 inquéritos de preenchimento presencial. O questionário utilizado apresenta um total de 11 questões fechadas, o que assegura a utilização de uma nomenclatura uniforme. A primeira parte destina-se à recolha de dados pessoais, contribuindo para a filtragem da faixa etária e para a caracterização da amostra em si. Divide-se, posteriormente, nos campos da leitura, compra de e-books, motivação (de compra), satisfação e utilização futura.

Ao abranger não só os hábitos de leitura do universo estudado, mas também as suas opções de compra e gostos, pretendo conseguir mais informação sobre o tema e descobrir a tendência desta amostra que poderá funcionar como uma referência daquilo que o mercado realmente deseja.

8.2 Análise de resultados

Os resultados dos inquéritos foram recolhidos, analisados e tratados estatisticamente, com recurso a valores percentuais e gráficos. Dos 250 inquéritos impressos, 186 foram dados como válidos, constituindo esse número o real universo da amostra. Os 64 que foram dados como inválidos não reuniram, assim, todas as condições para serem validados, sobretudo devido à idade dos inquiridos, que ultrapassava os 24 anos, ou então porque alguns dos inquiridos simplesmente não quiseram responder.

Logo após a abordagem à primeira questão apresentada, “Leu algum *ebook* até ao momento?”, foi possível comprovar a primeira hipótese de investigação que tinha colocado antes de iniciar o estudo. Como é possível verificar no Gráfico 1, apenas 30,6% dos inquiridos nunca leram *e-books*, o que demonstra que uma larga maioria (69,4%) já o fizeram.

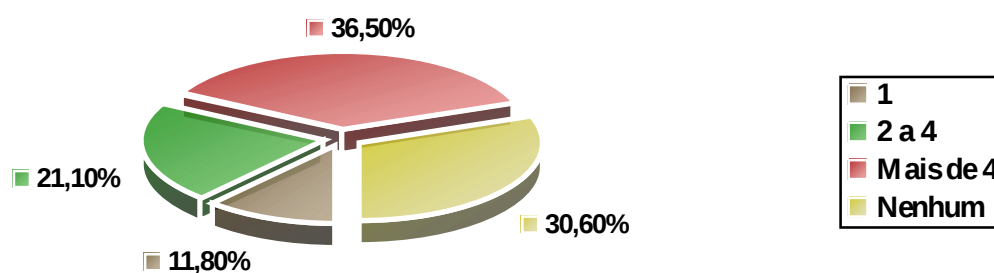


Gráfico 1 - Leu algum *ebook* até ao momento?

Dos que leram livros eletrónicos, 36,5% leram mais de quatro, sendo a opção menos representativa a dos que leram apenas um *e-book*, com 11,8%. Estes resultados não causaram grande surpresa, não só pelo facto de estarmos perante uma amostra jovem, nativa da era tecnológica, mas também pela crescente popularidade dos livros eletrónicos.

Tratados os resultados da segunda pergunta “Comprou algum *ebook* nos últimos 4 meses?” (Gráfico 2), pode observar que os resultados foram relativamente equilibrados. Ainda que 52,7% da amostra indique que não comprou nenhum *e-book* no espaço de tempo referido, 47,3% responderam afirmativamente. Apesar do “Não” continuar em maioria, todo o estudo anterior indicia que este seja um mercado em crescendo, afetado pela crise económica que retira poder de compra ao consumidores, pais e filhos, e certamente influencia decisões referentes a compras dentro deste setor.

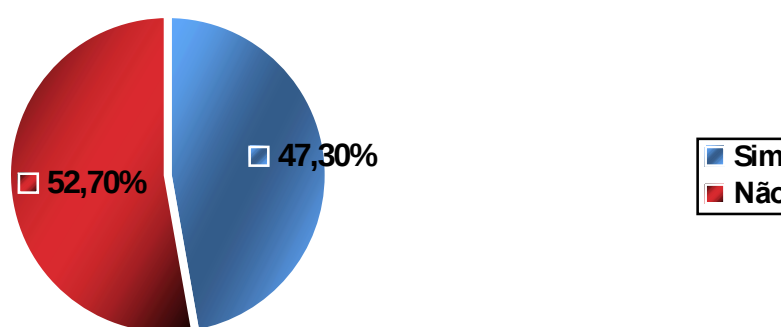


Gráfico 2 – *Comprou algum nos últimos 4 meses?*

Atentando ao Gráfico 3, relativo à pergunta “Quantos *ebooks* adquiriu nos últimos 4 meses?” é curioso verificar que o grupo mais frequente, 30,6%, adquiriu mais de quatro – 30,6% - sendo que a percentagem dos que não leram nenhum consegue ser superior à dos que leram entre dois e quatro, com 25,2% e 20,4% respetivamente. Isto poderá indiciar que há consumidores que fazem da compra e utilização de *e-books* um hábito adquirido, tendo-se tornado utilizadores fieis.

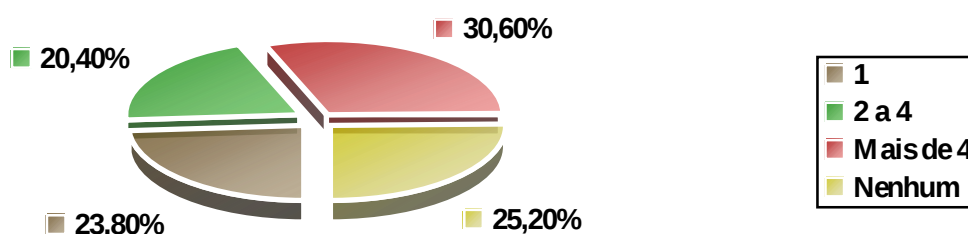


Gráfico 3 - *Quantos ebooks adquiriu nos últimos 4 meses?*

Interessa também focar que, apesar de 25,2% dos inquiridos nunca terem comprado nenhum *e-book*, 30,6% já leram algum livro eletrónico, tal como foi demonstrado na análise à primeira pergunta deste inquérito. Esta diferença pode, em

parte, estar ligada à questão dos downloads ilegais e dos direitos de autor que são violados com esse tipo de práticas. Mesmo não comprando nenhum *e-book*, existe a possibilidade de obtê-los no meio virtual, tal como é possível observar pelos resultados.

Relativamente à pergunta 4, “Se adquiriu, quais as áreas dos *ebooks* em causa?”, obtive conclusões reveladoras ligadas à amostra em estudo: 51% dos inquiridos responderam que a maior parte dos *e-books* adquiridos se encaixa na área “Técnicos” (Gráfico 4). Tendo em conta a faixa etária do grupo analisado, maioritariamente estudante (67%), este valor indica que os *e-books* que utilizam estão ligados ao seu estudo, remetendo a “Literatura” para segundo lugar, com 20,8%. Os estudantes, inevitavelmente obrigados a procurar informação sobre as áreas em que se especializam, procuram os *e-books* para o efeito. Ainda assim, 17,2% parece adquirir este tipo de livros com ligação à área “Infanto-juvenil”, mais do que os que o fazem pela procura ligada à categoria “Ensino” – 7,9%. Estas percentagens provam que as crianças estão também ligadas às novas tendências, fazendo com que os pais, alheados ou não dos utensílios tecnológicos, estejam em constante adaptação aos novos meios. Os *e-books* serão certamente para elas, que começam a habituar-se desde cedo a novas possibilidades.

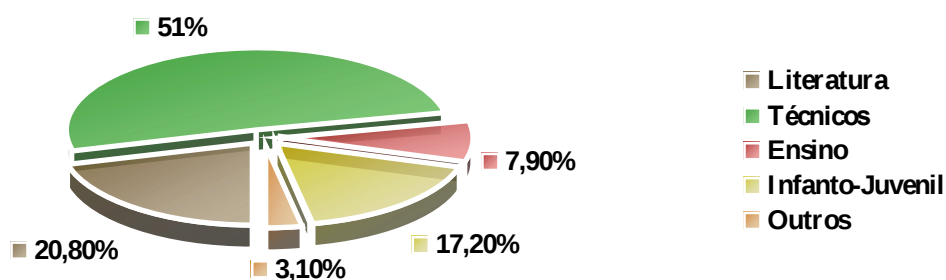


Gráfico 4 - Se adquiriu, quais as áreas dos ebooks em causa?

Os resultados da pergunta 5 (Gráfico 5), “Se leu *ebooks*, porque o fez?”, enfatizam a ideia descrita anteriormente. Tendo em conta que 50,3% dos inquiridos indicou que leu *e-books* por “Motivos Profissionais”, podemos supor que o fizeram para investigar sobre as suas áreas de estudo. Este valor percentual vem, porém, refutar a minha segunda hipótese de investigação, que indicava que a maioria dos que

tinha por hábito ler *e-books* o fazia devido à “Facilidade de Utilização”. Este motivo foi precisamente o segundo a ser indicado, com 26,8% das respostas, seguido do “Preço”, com 17%.

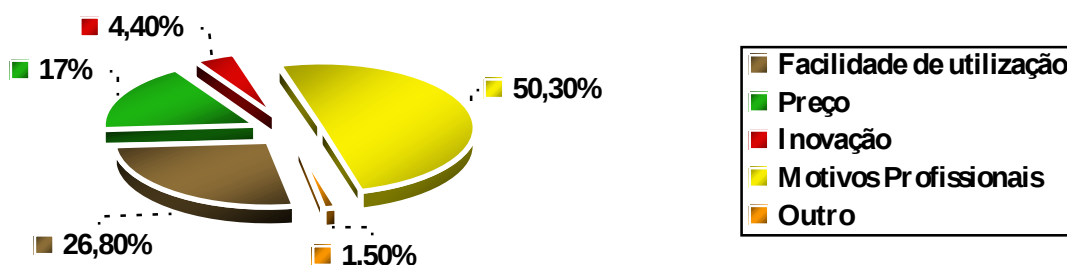


Gráfico 5 - Se leu ebooks, porque o fez?

Seguindo para a pergunta 6 “Se não leu *ebooks* até ao momento, porque não o fez?”, obtemos os resultados mais elevados na resposta “Prefere livros em papel”, com 54,3% (Gráfico 6). Podemos estar novamente perante uma questão de fidelização. Se é possível especular que os que lêem livros eletrónicos o fazem por hábito, então os que não o fazem continuam a preferir livros em papel, possivelmente também por uma questão de gosto e manutenção de práticas.

Não é com surpresa que se constata ainda que apenas 14% dos indivíduos referiram que o motivo de não lerem *e-books* é “Pouco familiarizado com o meio digital”. Anormal seria que esta geração não estivesse familiarizada com as tecnologias que tanto utiliza no seu quotidiano.

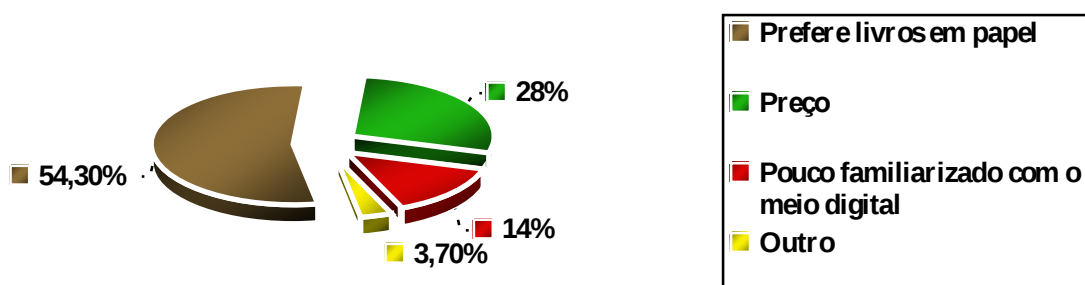


Gráfico 6 - Se não leu ebooks até ao momento, porque não o fez?

Sobre o ponto 7 (Gráfico 7), “Relativamente ao preço dos ebooks encontra-se...”, o grupo mais frequente encontra-se “nada satisfeito”: 34,4%. São mais os que “Não sabem/Não respondem” do que os que estão “satisfeitos” com os preços dos livros, com 30,6% e 26,3% respetivamente. Podemos falar, mais uma vez, ao difícil contexto económico, em que quase nenhum preço é aceitável, pois todos se encontram acima da média para os que vêem o seu poder de compra diminuir a cada ano. O *e-book*, apesar de representar uma menor pegada ecológica, tem o IVA taxado a 23%, ao contrário do livro impresso, que conta com apenas 6%. Estas circunstâncias não ajudam a que as opiniões se invertam.

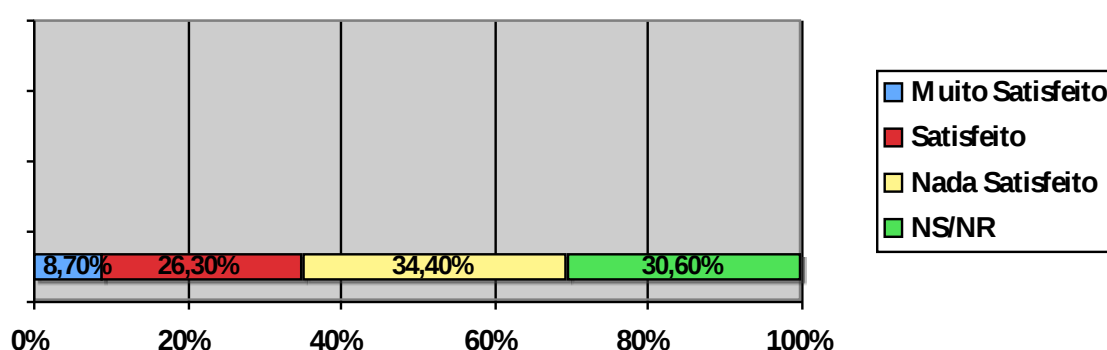


Gráfico 7 - Relativamente ao preço dos ebooks encontra-se...

Sobre a pergunta 8 (Gráfico 8) “Relativamente aos *ebooks* disponíveis encontra-se...”, 32,7% dos inquiridos responderam que se encontram muito satisfeitos com os que têm à disposição. Este resultado foi próximo dos que se encontram apenas “satisfeitos”, com 31,7%. Apesar disso, a apreciação geral é positiva e aqueles que se dizem “nada satisfeitos” representam uma minoria acentuada: 5%. Assim, ainda que os preços praticados não sejam do agrado da amostra, como foi possível verificar pelo Gráfico 7, os livros eletrónicos presentes no mercado são variados, têm qualidade e parecem satisfazer as necessidades dos utilizadores.

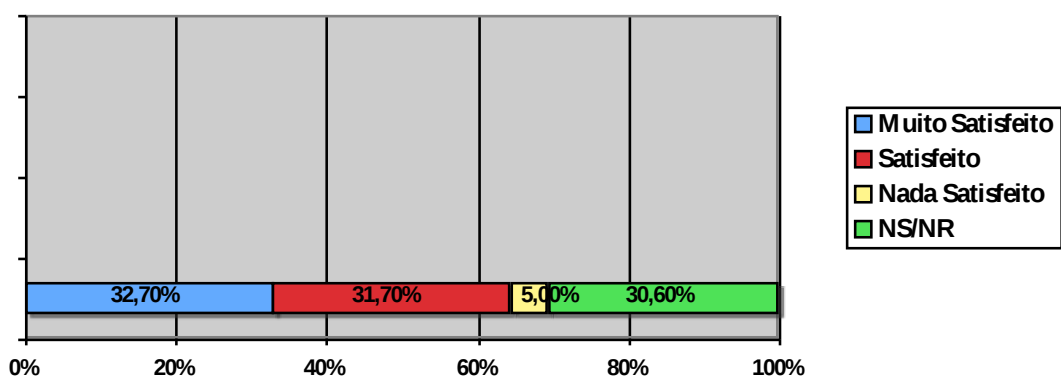


Gráfico 8 – Relativamente aos ebooks disponíveis encontra-se...

A questão 9 “Daqui a 4 anos prevê adquirir livros em papel e *ebooks*?” (Gráfico 9), inaugura a última parte do inquérito realizado, procura perceber qual será a utilização futura de livros eletrónicos pelo do universo em estudo. Neste caso, 66,1% dos participantes estão muito confiantes de que usará livros nos dois formatos, contra apenas 9,6% que consideram esse facto “pouco provável.” Esta perspectiva é animadora tanto para os amantes do papel como do meio digital, pois nenhum sairá de cena. Animadora também para as empresas do setor, sobretudo para as editoras pois, a confirmar-se esse cenário, a aposta nos e-books seria segura, sem descartar completamente os livros físicos.

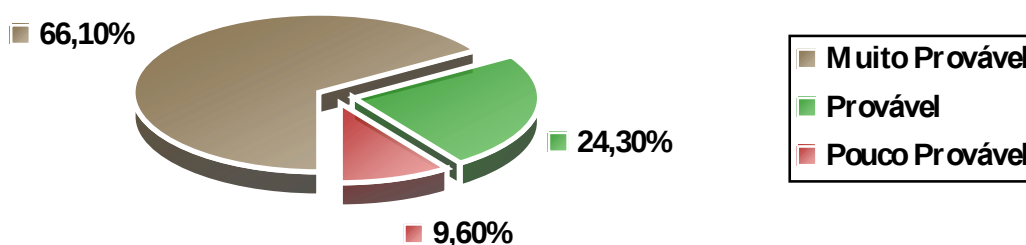


Gráfico 9 - Daqui a 4 anos prevê adquirir livros em papel e ebooks?

A questão 10 “Daqui a 4 anos prevê adquirir mais *ebooks*?” (Gráfico 10) indicou que 54,8% dos indivíduos pensam ser “provável” que tal venha a acontecer, enquanto 9,1% e 36,1% que acreditam que é “pouco provável” e “muito provável”, respetivamente, que venham a adquirir mais livros em formato digital.

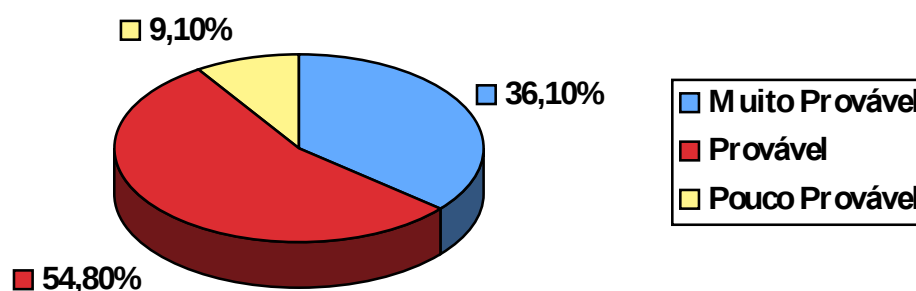


Gráfico 10 - Daqui a 4 anos prevê adquirir mais ebooks?

Posteriormente, quando lançada a pergunta 11 “Daqui a 4 anos prevê adquirir mais livros em papel?” (Gráfico 11), 56,9% responderam que será “pouco provável”,

enquanto 29% e 13,9% concluíram que será “provável” e “ muito provável”, respetivamente.

Deste modo, depois de 66,1% da amostra ter respondido, na pergunta 9, que acredita e tem como “muito provável” adquirir *e-books* e livros impressos num espaço de quatro anos, nem todos acreditam comprar os produtos de forma igualitária. Há mais pessoas que acreditam ser “muito provável” comprar mais *e-books* (36,1%) dentro do espaço de tempo indicado do que as que acreditam comprar mais livros em papel (13,9%).

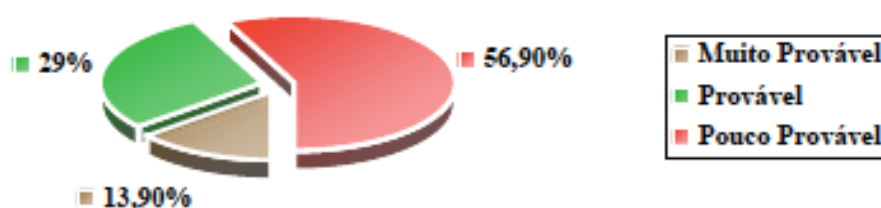


Gráfico 11 - Daqui a 4 anos prevê adquirir mais livros em papel?

Tendo em conta que a questão da criação de hábitos e as dificuldades que o atual contexto económico instala, é possível refletir sobre estas conclusões. Ainda que o atual preço dos *e-books* reflita a taxa máxima de imposto (23%), a amostra acredita que, no futuro, comprará mais livros eletrónicos do que agora. Também os hábitos que começam a ser criados, com a tecnologia existente, refletiram-se nas respostas.

Numa previsão de quatro anos, 90,9% dos inquiridos calculam adquirir mais *e-books*, 42,9% mais livros em papel e apenas 13,9% dos inquiridos acreditam que muito provavelmente comprará mais livros em papel do que atualmente. A verdade é que o homem tenta sempre adaptar-se da melhor forma ao mundo em que vive e, se o mundo é digital, então é nessa opção que ele mais se revê.

1. Conclusão

Os três meses de estágio na *MediaXXI/Formalpress* estenderam a minha curiosidade a temas sobre os quais não me questionava frequentemente. As tarefas efetuadas, que procurei descrever o melhor possível neste relatório, transmitiram-me conhecimento dentro do setor e fizeram com que o meu interesse se estendesse para além delas. Foi na empresa que reiterei a convicção que tinha sobre a importância das novas tecnologias, sobretudo do computador e da Internet, para a potencialização do trabalho e dos negócios. Se o sucesso no local de trabalho pode representar o desafio diário de um indivíduo, a sociedade da informação, tecnológica e em rede constitui um desafio ainda maior a todos os que nela se movimentam, comercializam e lidam com hábitos há muito estabelecidos agora perto da mudança.

Quando prossegui ao enquadramento teórico do presente relatório, pretendi que este pudesse ser elucidativo o suficiente quanto às ideias a debater. A literacia surgiu como um excelente ponto de partida para uma dissertação ligada ao livro e à leitura. Constatei que o exercício da literacia está invariavelmente ligado à escolaridade e ao contexto sócio-económico da população. Não é um conceito estático, pois adapta-se às circunstâncias em que “vive.” A literacia mediática é uma realidade e a possibilidade de acesso à informação favorece o pluralismo, tal como a diversidade no desafio constante que representa a revolução informacional.

No entanto, para entender aquilo que temos à nossa disposição devemos ter capacidades para tal, capacidades que devem ser estimuladas desde cedo já que a literacia, tal como a leitura, é uma valência passível de ser trabalhada. Na sequência da avaliação feita a estes temas, concluo que a cultura da leitura está nas mãos de duas instituições indispensáveis na formação plena de um indivíduo: a escola e a família. É a transmissão de hábitos e a aprendizagem que incutem nas crianças práticas que poderão ficar para sempre. Se não estimularmos para a leitura nem tão pouco educarmos para a excelência, haverá cada vez menos leitores... De livros impressos ou eletrónicos inclusivamente.

No domínio do livro, confirmei os vários cenários possíveis em resposta à dúvida colocada com frequência sobre a viabilidade da existência de livros em dois formatos no mercado (eletrónico e impresso). Poderá o livro impresso desaparecer em

detrimento do *e-book*? Acredito que a complementaridade é a opção mais razoável, pois apesar de apresentarem lacunas e vantagens, é a utilização de cada um deles em situações diferentes e específicas que faz com que consigamos tirar o melhor partido de cada um.

O setor do livro em Portugal atravessa, como seria de esperar pelo atual contexto económico (e não só), uma situação complicada. A concentração no meio e o desejo de concretização de um determinado volume de vendas fazem com que se sacrifique a diversidade dos produtos. As grandes superfícies monopolizam parte do negócio, ao facilitar a venda de livros nas suas instalações. Os editores apostam na distribuição, mas não conseguem competir com fortes grupos empresariais que atribuem aos livros preços mais competitivos. Poderão os *e-books* ser uma boa aposta para o futuro das editoras? Como se caracterizam os hábitos de leitura de uma faixa etária jovem e consumidora? O inquérito por mim realizado, subordinado ao tema dos hábitos de leitura de *e-books* e da tendência de compra dos consumidores, teve por objetivo responder a perguntas como estas.

Assim, apesar de haver mais jovens desagradados com o preço dos *e-books*, estes pretendem manter a sua utilização. Os livros eletrónicos adquiridos são sobretudo técnicos e são sobretudo motivos profissionais que levam à sua aquisição. Uma larga maioria dos inquiridos considera muito provável que daqui a quatro anos se utilizem livros nos dois formatos, o que reiterou ainda mais a ideia da realidade simbiótica. A decisão quanto ao tipo de produtos que as editoras devem colocar no mercado pode ser encarado como um desafio, dependendo da realidade, antagónica ou simbiótica, em que acreditam. Existe também, para além desta dualidade, uma incontornável necessidade de revisão da legislação sobre os direitos de autor. Não deve ser apenas a fiscalização a entrar em campo, mas sim campanhas de sensibilização para os mais jovens e ao mesmo tempo mais sensíveis ao tema.

O processo de seleção natural proposto por Charles Darwin representa nada mais do que a sobrevivência do mais forte e adaptado às características evolutivas do meio. O Homem é o único ser a desafiar a seleção natural, com o desenvolvimento da medicina, da tecnologia e do conhecimento. A nossa própria evolução faz com que queiramos que os utensílios que temos à disposição progridam também e é por isso que tudo aquilo que fazemos diariamente, mas também tudo aquilo que se faz no mercado em qualquer setor, tenha de se adaptar às novas tendências, contornando a seleção natural. A linha de orientação é simples: ou evolui, ou morre.

2. Bibliografia

BARTHES, Roland (1999). *S/Z*. Coleção Signos, Edições 70. Lisboa.

BELLEI, Sérgio (2002). *O livro, a literatura e o computador*. EDUC; UFSC. São Paulo.

BENAVENTE, A; Rosa, A; Costa, A. F. e Ávila, P. (1996). *A Literacia em Portugal: Resultados de Uma Pesquisa Extensiva e Monográfica*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.

CABRAL, M. V. & J. M. Pais (Coords.) (2001). *Jovens Portugueses de Hoje*. Celta. Oeiras.

CASTELLS, M. (2003). *A Sociedade em Rede. A Era da Informação*. Economia, Sociedade e Cultura. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.

CHARTIER, Roger (1994.) *Do códex à tela: as trajetórias do escrito. A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. DF. Brasília.

COUTINHO, Isabel (2012). Distribuição, o eterno problema do mercado editorial português. Consultado a 17 de Agosto de 2013. Disponível em <http://www.publico.pt/cultura/noticia/distribuicao-o-eterno-problema-do-mercado-editorial-portugues-1561220>.

DEFILLIPI, Robert; Wikström, Patrik (2013). *Business Innovation and Disruption in Publishing*. 1st Edition. MediaXXI/Formalpress. Porto.

DIONÍSIO, Pedro; Silva (coord.), Daniela; Lousada, Marta; Abreu, Sofia (2012). *Estudo do Setor de Edição e Livrarias e Dimensão do Mercado da Cópia Ilegal*, APEL/ISCTE-IUL. Consultado a 12 de Março de 2013. Disponível em:

http://www.google.pt/url?sa=s&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.apel.pt%2Fgest_cnt_upload%2Feditor%2Ffile%2FestudodoSetordeEdicaoLivrariaseDimensaoDoMercadoDaCopiallegal_06mar2012.pdf .

ECO, Umberto; Carrière, Jean-Claude (2010). *Não contem com o fim do livro*. Editora Record. Rio de Janeiro.

GIL, A. Carlos (2002). *Como elaborar projeto de pesquisa*. 4 ed. Atlas. São Paulo.

Jornal Oficial da União Europeia (2009/625/CE), sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusive. Consultado a 20 de Junho de 2013. Disponível em

<http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC0FjAA&url=http%3A%2F%2Feurlex.europa.eu%2FLexUriServ%2FLexUriServ.do%3Furi&usg=fA&sig2=wsSRNzcj1xsVXVc8Qi4Xjw&bvm=bv.53217764,d.ZGU>.

LEEMANS, H., Stokmans, M. (1991). *Attributes used in choosing book*. Poetics 20. North-Holland.

MATEUS & ASSOCIADOS (2010). *O sector cultural e criativo em Portugal*. Ministério da Cultura.

NEVES, José (coord.); Santos, Jorge; Lima, Maria; Vaz, Alexandra; Cameira, Emanuel (2012). Inquérito ao Setor do Livro. Observatório das Atividades Culturais. Consultado a 20 de Julho de 2013. Disponível em: http://www.google.pt/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CDAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.oac.pt%2Fpdfs%2FISL_ParteI_Enquadramento_e_Diagnostico.pdf&ei=AFQjCNE0iVugWls8JATWqFvxF4RDigQnvg&sig2=h5.

PERINI, Mário (1991). *A leitura funcional e a dupla função do texto didáctico*. *Leitura. Perspectivas Interdisciplinares*. Editora Ática. São Paulo.

QUIVY, R. & Campenhoudt, L.V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva. Lisboa.

SANTOS, M. L. L. (coord.) (2007). *A Leitura em Portugal*, Lisboa, Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE) – Ministério da Educação.

SMITH, Frank (1999). *A leitura na era da eletrônica. In: Leitura significativa*. Porto Alegre: Artmed.

SOUSA, M. L. D. (1999), Condições Sociais de Produção de Leitores, in *Revista Portuguesa de Educação*, pp. 127-148.

WILLIAMS, Emily (2011). Copyright, Ebooks and the Unpredictable Future, *Publishing Research Quarterly*.

WILSON, T.D. (2004). La publicación electronica y el futuro del libro. In *Congresso Internacional sobre Ciência do Livro*. Consultado em: 24 Março de 2013. Disponível em <http://www.ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html>.

ANEXOS

Inquérito
Hábitos de Leitura: ebooks

Nome _____ Idade _____ Profissão _____

1. Leu algum ebook até ao momento?

1 ☐ 2 a 4 ☐ +4 ☐ Nenhum ☐

2. Comprou algum ebook nos últimos 4 meses?

Sim ☐ Não ☐

3. Quantos ebooks adquiriu nos últimos 4 meses?

1 ☐ 2 a 4 ☐ +4 ☐ Nenhum ☐

4. Se adquiriu, quais as áreas dos ebooks em causa?

Literatura ☐ Técnicos ☐ Ensino ☐ Infanto-Juvenil ☐ Outros ☐

5. Se leu ebooks, porque o fez?

Facilidade de utilização ☐ Preço ☐ Inovação ☐ Motivos Profissionais ☐ Outros ☐

6. Se não leu ebooks até ao momento, porque não o fez?

Prefere livros em papel ☐ Preço ☐ Pouco familiarizado com o meio digital ☐ Outros ☐

7. Relativamente ao preço dos ebooks encontra-se...

Muito Satisfeito ☐ Satisfeito ☐ Nada satisfeito ☐ NS/NR ☐

8. Relativamente aos ebooks disponíveis encontra-se...

Muito Satisfeito ☐ Satisfeito ☐ Nada satisfeito ☐ NS/NR ☐

9. Daqui a 4 anos prevê adquirir livros em papel e ebooks?

Muito provável ☐ Provável ☐ Pouco provável ☐

10. Daqui a 4 anos prevê adquirir mais ebooks?

Muito provável ☐ Provável ☐ Pouco provável ☐

11. Daqui a 4 anos prevê adquirir mais livros em papel?

Muito provável ☐ Provável ☐ Pouco provável ☐

