

Leitura e
Escrita
MANUAIS

M



Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor

O encontro com o digital



Guillaume Long
Ministro de Cultura e Patrimônio do Equador
Presidente do Conselho

Marta Lafuente
Ministra de Educação e Cultura do Paraguai
Presidente do Comitê Executivo

Fernando Zapata López
Diretor

Alba Dolores López Hoyos
Secretária Geral

Bernardo Jaramillo Hoyos
Subdiretor de Produção y Circulação do Livro

Yecid Ríos Pinzón
Subdiretor de Direito de Autor

Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor

O encontro com o digital



Com esta marca serão publicadas as obras enfocadas no fomento das práticas mais diversas de leitura e escrita nas bibliotecas e em outros espaços de grande importância como um fator de desenvolvimento pessoal e de integração social.

Título original:

Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector. El encuentro con lo digital

© 2015. CERLALC-UNESCO

© 2015. Roberto Igarza e Lenin Monak Salinas

© 2015. Da tradução, Simone

Eugenia Porciuncula Nevares

Primeira edição em espanhol, dezembro 2014

Primeira edição em português, março 2015

Coordenação editorial

José Diego González M.

Revisão

Jorge Alberto Uribe L.

Desenho e conceito gráfico

Marca Registrada

Desenho da capa

Diana Martínez

Diagramação

Epígrafe Ltda.

ISBN: 978-958-671-202-6

CERLALC-UNESCO
Calle 70 No. 9-52
Telefone (57 1) 540 2071
libro@cerlalc.org
www.cerlalc.org
Bogotá, D. C., Colômbia

Com o apoio do:



cooperación
española

 **CONACULTA**

Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor O encontro com o digital

Sumário

Prefácio	9
Apresentação	11
Introdução	15
Antecedentes	17
Marco conceitual	21
Evolução.....	21
Ampliando o enfoque.....	23
Experiências de leitura: a evolução do comportamento leitor.....	25
Desafios.....	27
Objetivos da pesquisa	35
Objetivo geral.....	35
Objetivos específicos.....	35
Instrumento	37
Desenho da pesquisa.....	37
Ficha metodológica da pesquisa.....	39
Formulário modelo.....	40
Refêrencias bibliográficas	63

Prefácio

O presente documento tem como base a *Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor*, publicada pelo CERLALC em 2011, que é aqui complementada e atualizada. Incorpora as discussões e reflexões surgidas na mesa de especialistas «Indicadores de leitura, livro e desenvolvimento», que teve lugar na Cidade do México, com o apoio do Conselho Nacional para a Cultura e as Artes (CONACULTA), nos dias 8, 9 e 10 de setembro de 2014, à qual foram convocados pelo CERLALC, Alberto Mayol Miranda, Alejandra Pellicer, Daniel Gordin, Didier Álvarez Zapata, Gemma Lluch Crespo, Germán Rey, Luis González Martín, Néstor García Canclini. Em representação de CONACULTA, estiveram presentes Ricardo Cayuela Gally, Diretor Geral de Publicações, Angélica Vázquez del Mercado, Diretora Geral Adjunta de Fomento à Leitura e ao Livro, e Carlos César Ávalos Franco, Coordenador Nacional de Desenvolvimento Institucional. Pelo CERLALC, participaram Fernando Zapata López, Diretor, e Bernardo Jaramillo Hoyos, Subdiretor de Produção e Circulação do Livro. Compareceram também representantes do Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México (INEGI): Félix Vélez Fernández Várela, Subdiretor; Arcelia Breceda Solis, Chefe do Departamento de Desenho de Questionários de Pesquisas Especiais; Laura Josefina Quiroz Beatriz, Chefe do Departamento de Manuais de Capacitação de Pesquisas; Ricardo Alejandro Lascencia Salceda, pessoa de contato em Desenho de Instrumentos de Captação e Material de Apoio. Participaram também José Ángel Quintanilla

D'Acosta e Lorenzo Gómez Morín Fuentes, Presidente do Conselho de Administração e Diretor Executivo de Funlectura, respectivamente. Esteve encarregado da elaboração do documento Roberto Igarza, com doutorado em Comunicação Social e especialização em Educação, e Lenin Monak Salinas, Coordenador de Estudos e Estatísticas do CERLALC.

Apresentação

Em setembro de 2011, o CERLALC apresentou a *Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor*, cuja publicação coincidiu com a celebração do quadragésimo aniversário do Centro. Tratou-se da primeira proposta metodológica que a região ibero-americana conheceu para, através de uma pesquisa, encontrar indicadores comuns para estudar o comportamento leitor. Desde a sua publicação, a metodologia serviu de guia para os estudos deste tipo que foram realizados na Argentina (2011), Brasil (2011), Chile (2014), Colômbia (2012 e 2014), Equador (2012) e Venezuela (2012).

Com o passar do tempo e com a experiência adquirida, o CERLALC renovou o interesse em aprofundar neste campo, convencido da necessidade de otimizar os instrumentos de medição para explicar fenômenos socioculturais que são cada vez mais complexos. Esta necessidade tornou-se ainda mais profunda em relação aos resultados das avaliações dos planos e programas de promoção da leitura e das pesquisas nacionais de leitura, cujo progresso tem sido, quando não inferior, apenas similar às taxas de crescimento sociodemográfico e de cobertura e acesso à educação. Este divórcio — entre a percepção de que cada vez mais pessoas fazem parte da população leitora e os pobres resultados obtidos nas medições realizadas— serviu para enfatizar ainda mais a ideia de que existia uma carência na constatação dos fenômenos e práticas de leitura em cenários nos quais o impacto das tecnologias da informação e da comunicação aumentou. Já em 2013, esta ideia esteve

presente na *Nova agenda pelo livro e a leitura: recomendações para políticas públicas em Ibero-América*, publicada pelo CERLALC:

Fica cada vez mais evidente a necessidade de vincular na observação da realidade, as práticas da leitura com as da escrita. Os novos cenários, nos quais estão incluídos mais dispositivos e inscritas novas práticas híbridas e transmídias de produção e consumo, demandam reconhecer a necessidade de novas competências «leitoras». Do mesmo modo, a relação entre leitura e escrita entra em uma nova fase, impulsionada por usuários que entrelaçam as duas práticas, alternando entre ambas como nunca antes, novas e tradicionais competências de leitura e escrita. Isto não conduz necessariamente ao desenvolvimento de novos indicadores de medição para as pesquisas sobre leitura e para a avaliação dos programas de promoção. Entretanto, é quase certo que isto implique uma revisão e rearticulação dos indicadores para constatar da melhor maneira o que está ocorrendo e mostrar alguns indícios de como progredir aí, onde não estão sendo obtidos os resultados esperados (124-125).

Com este propósito em mente, foi incluído no Programa Técnico do Centro para o Biênio 2014-2015, o projeto «Programa regional de indicadores de leitura, livro e desenvolvimento», cujo objetivo principal tem sido revisar a *Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor*, de 2011, para ampliar o seu alcance. Três anos depois, a complexidade para se fazer uma delimitação conceitual do amplo universo de práticas leitoras continua sendo a mesma. Talvez ainda maior, se levarmos em conta que tendem a se tornar mais comuns as experiências de leitura descontínuas e fragmentárias, tão distantes dessa imagem arquetípica que se tem do leitor e da leitura.

Esta metodologia que o leitor tem agora nas suas mãos procura, entre outras coisas, valorizar justamente a leitura em tempos fragmentários. Da mesma forma, faz um apelo à superação da visão centrada no livro que relegou a um lugar subsidiário as leituras que não cabem dentro desse marco. Igualmente, exorta a considerar a leitura como uma prática na qual cada vez mais os suportes convivem e até mesmo concorrem entre si, buscando assim evitar uma indesejável separação. Ao mesmo tempo chama a atenção sobre um fenômeno ainda incipiente, favorecido pelo paradigma digital: a alternância entre leitura e escrita em espaços que demandam a interação do usuário. Por último, mas não menos importante, propõe uma complexificação da categoria de leitor

para reconhecer adequadamente esse grande segmento da população que se situa nesse campo intermediário compreendido entre os leitores frequentes e os não leitores. São todos estes aspectos que são discutidos amplamente nas páginas a seguir, por isso não é necessário prolongar-se muito mais aqui.

Esta atualização é o resultado de um amplo processo de debate e de intercâmbio de ideias que começou com a *Nova agenda pelo livro e a leitura* —motivo pelo qual o Centro recorreu uma vez mais aos bons serviços do consultor argentino Roberto Igarza— e incluiu uma mesa com especialistas de diferentes países que teve lugar na Cidade do México, com o apoio do Conselho Nacional para a Cultura e as Artes (CONACULTA), nos dias 8, 9 e 10 de setembro de 2014. É, portanto, desejo do CERLALC que esta metodologia atualizada não só sirva para propiciar uma maior reflexão sobre a multiplicidade de práticas que cabem em uma só palavra, *leitura*, mas que se constitua a base das futuras medições que serão realizadas nos seus vinte e um países-membros.

Fernando Zapata López
Diretor

Introdução

Esta metodologia para examinar e medir o comportamento leitor oferece uma orientação acerca daquilo que poderia ser considerado iniludível se a metodologia aplicada pretende auscultar a pluralidade de práticas de leitura e identificar o papel dos diversos atores sociais e contextos nos processos de adoção de comportamentos e de evolução das práticas, assim como entender a trama de fatores sociais, culturais e econômicos que interagem com as motivações pessoais e com os traços identitários coletivos para configurar os comportamentos de consumo cultural.

Baseada tanto na experiência como em uma visão prospectiva sobre os comportamentos leitores, esta metodologia pode funcionar como núcleo ou componente estruturador, agenda de indicadores compartilhados e lista de variáveis iniludíveis para posicionar o trabalho de medição em um plano de comparabilidade regional. Como intersecção comum, atua na construção das estruturas locais segundo uma fórmula aberta que pode ser enriquecida mediante sustentáculos culturais, sociais e políticos locais, a fim constatar o que ocorre em cada país e em cada momento histórico particular. Desde este ponto de vista, é um sistema aberto e permeável, com vocação para agrupar-se e entrelaçar-se.

O dispositivo metodológico proposto compreende um formulário descritivo e explicativo, baseado em uma agenda temática que segue uma sequência, emprega algumas taxonomias e variáveis quantitativas e, principalmente, algumas referências ao sujeito leitor, informante,

observador e protagonista, capaz de declarar a sua autopercepção como sujeito de fala e de consumo, tudo isso simultaneamente, com a finalidade de constatar uma situação próxima à realidade. Como toda metodologia, oferece uma representação social do leitor e dos atores ao redor das práticas de leitura, como a família, as bibliotecas, a escola e o Estado. Uma perspectiva teórica pressupõe um arcabouço conceitual a partir de uma atualização dos principais marcos referenciais com uma dupla finalidade. Por um lado, servir e sugerir, ambas coisas ao mesmo tempo, a interpelação das práticas de pesquisa em função de comportamentos que são renovados e, por outro, declarar as premissas sobre as quais pode se adaptar o dispositivo para reunir intenções destinadas a um desenho local concreto e a um coletivo social particular.

A metodologia compreende um dispositivo amplo e, ao mesmo tempo, supera o de uma pesquisa massiva. Inclui o instrumento de medição, enquanto que oferece as referências conceituais que podem cooperar para a interpretação dos resultados sem sugerir acerca do registro dentro do qual os valores poderiam ser qualificados e, muito menos ainda, associar-se às boas práticas. Como suporte pragmático, é utilizada para reunir os principais aspectos das experiências locais e compartilhadas incrementando o seu potencial de comparabilidade; um efeito desejável, se o objetivo for utilizar os resultados para a construção de séries históricas sustentáveis, tanto como pode ser desde o ponto de vista político, para efeitos de participar ativamente da disputa dos recursos e finalidades da produção e circulação de bens culturais. A medição continua sendo uma chave analítica de peso significativo na tomada de decisões sobre políticas públicas.

Antecedentes

O interesse pelo conhecimento das práticas leitoras, da formação de leitores, da vivência da leitura e da escrita, do uso e apropriação simbólica do ler e da linguagem não são novos na região. Políticas públicas recentes nos países como os planos nacionais de leitura vêm reforçando a leitura, o acesso a materiais de leitura, a dotação de bibliotecas públicas, a formação de mediadores, entre outros, tanto em espaços tradicionais como não tradicionais, para uma população infantil, em etapa escolar ou adulta. Um elemento fazia falta para complementar o que já foi realizado: as medições e avaliações destas políticas públicas. Um desafio nada fácil se entendermos que a medição e a análise das práticas leitoras compreendem a subjetividade do íntimo, pessoal e intangível da experiência de leitura (Lahire, 2004, 9). Determinar os elementos, indicadores e parâmetros que contribuem para a construção de categorias é uma dificuldade metodológica e uma limitação dos estudos exclusivamente estatísticos que abordam a leitura. Mas nem por isso estes estudos devem ser excluídos. São, pelo contrário, necessários e complementares aos estudos etnográficos e qualitativos devido às suas contribuições na caracterização e identificação de linhas de base, tendências e comportamentos no que diz respeito à palavra escrita.

Os primeiros trabalhos que auscultaram a leitura na região combinaram elementos sociológicos e de consumo e se circunscreveram principalmente ao âmbito dos livros. Entre eles, cabe mencionar os do Chile (1999), com a *Pesquisa nacional de leitura e consumo de livros*;

os do Brasil (2000) e os da Colômbia (2000), com as publicações do *Retrato da leitura no Brasil e Hábitos de leitura e consumo de livros na Colômbia*. Até o momento, são vinte as pesquisas de leitura com cobertura nacional na América Latina, entre as quais onze foram realizadas na década de 2000: Argentina (2006), Brasil (2000 e 2007), Colômbia (2000 e 2005), México (2006), Peru (2006), Portugal (2007), República Dominicana (2006) e Uruguai (2002 e 2009). Desde o ano 2000, a Espanha realiza anualmente a medição *Hábitos de leitura e compra de livros na Espanha*. Entre 2011 e 2014, as medições e o seu alcance foram intensificados. Durante este período, foram realizadas nove pesquisas na região: Argentina (2011), Brasil (2011), Chile (2011 e 2014), Colômbia (2012 e 2014), Equador (2012), México (2014) e Venezuela (2012).

O Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e o Caribe (CERLALC) tem estado presente em várias medições realizadas, patrocinando ou prestando assistência técnica na formulação das pesquisas. Neste último aspecto, o Centro é talvez o primeiro organismo que abordou através de uma metodologia comum a iniciativa de medir, acompanhar e avaliar as políticas públicas em leitura. Assim sendo, em 2011, o CERLALC publicou a *Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor*, trabalho que surgiu como resultado de diversos espaços de discussão com especialistas da Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Espanha, México, Peru e Venezuela. A metodologia delineou aspectos sociológicos das práticas da leitura, assim como elementos categóricos de quantificação, cálculo e medição do comportamento leitor, contemplando aspectos iniciais da leitura em um ambiente digital.

Desde então, a *Metodologia comum para examinar e medir o comportamento leitor* se tornou um guia que os países vêm utilizando nas medições não só por causa do conjunto de recomendações que engloba, mas também pela facilidade com a qual se adapta às condições específicas — sem que por isso se desvaneça o interesse de buscar indicadores mínimos comuns em torno da leitura na região —. Desde a versão inicial até a sua publicação, tem sido utilizada na Argentina (2011), Brasil (2007, 2011), Chile (2014), Colômbia (2012 e 2014), Equador (2012) e Venezuela (2012).

No caminho percorrido pelos países, nas avaliações dos planos nacionais de leitura, nas políticas públicas para o fomento e promoção da

leitura e, de forma geral, nas medições do comportamento leitor e dos hábitos de leitura, o CERLALC encontrou elementos comuns para revisar a metodologia publicada em 2011, especialmente com o propósito de responder às vertiginosas mudanças nas formas de comunicação, aos novos recursos disponíveis para a educação e às possibilidades da diversão interativa, todos estes aspectos associados ao desenvolvimento e uso das TICs.

O CERLALC, consciente dessa situação e conhecedor do seu papel como promotor das medições em Ibero-América, revisou os princípios e postulados sobre os quais foram desenhadas as pesquisas de leitura e a sua própria metodologia para continuar analisando a leitura em geral e a sua prática em cenários de consumos híbridos e transmidiáticos em particular.

Marco conceitual

Evolução

A primeira versão desta metodologia foi desenvolvida a partir de um exercício coletivo do qual participaram representantes dos países-membros do CERLALC, em encontros organizados em Bogotá, em 2005, e em Santa Cruz de la Sierra, em 2007. Nesse processo, prevaleceu a necessidade de identificar as práticas leitoras dos cidadãos latino-americanos com a finalidade de elaborar uma pesquisa em módulos, suficientemente ampla para englobar os aspectos centrais das práticas leitoras, objeto dos programas de fomento à leitura e necessariamente limitada e operacional para construir um número razoável de indicadores. Nessa oportunidade, foram estabelecidas definições sobre alguns conceitos centrais da medição, suscetíveis de resolver questões básicas sobre categorias que facilitarão a implementação e, sobretudo, a interpretação e a comunicação dos resultados.

Assim sendo, por exemplo, foram estabelecidas as seguintes definições:

Ler e escrever

São *práticas sociais* que permitem às pessoas «habitarem» as dimensões simbólicas da leitura e da escrita. Aquele que pratica é o leitor, o que pratica é ler, que ocorre dentro da dimensão da leitura. As pessoas podem ler e escrever sob perspectivas produtivas ou reprodutivas, transformadoras ou sustentadoras de uma certa ordem de coisas. (Álvarez, D., 2006, citado em *Metodología común* 23)

A leitura e a escrita

[...] entende-se a leitura como um processo cognitivo, semiológico, cultural, social e histórico de caráter complexo e interativo entre a mensagem exposta no texto (que não é só escrita) e o conhecimento, as expectativas e os propósitos do leitor, em determinados contextos sociais, culturais, políticos e históricos. (Álvarez, D., 2006, citado em *Metodología común* 24)

Comportamento leitor

O comportamento leitor é a expressão social da forma com que uma pessoa representa e pratica a leitura no contexto da cultura escrita que o acolhe. (Álvarez, D., 2006, citado em *Metodología común* 24-25)

Esse marco definia as práticas de leitura como as formas nas que os sujeitos as constroem e as significações que elas têm, envolvendo assim todos os aspectos da atitude ou a disposição para agir diante da leitura, do ambiente, dos âmbitos, da vida, do gosto, do lugar, dos temas, dos gêneros e demais elementos que caracterizam esta prática cultural. O comportamento leitor representa as intrincadas relações que são construídas no modo de ser ou agir do leitor, ou seja, a relação do caráter do leitor com as ocasiões para ler que se manifestam nas práticas de leitura. Como consequência, a significativa representação da leitura na vida dos sujeitos explica certas características do comportamento leitor, como a disposição para a leitura, inclinações, interesses, sentimentos, avaliações e demais atitudes que são adotadas em relação ao texto escrito. Embora o comportamento leitor seja, em um alto grau, regulado pelo leitor (gostos, interesses, etc.), é também imposto pelas práticas socioculturais ou, pelo menos, impulsionado pelo contexto social. O comportamento leitor determina a força motivadora das práticas de leitura, o interesse, as atitudes, as ações objetivas, a predisposição, etc. Em grande parte é influenciado pela cultura, pelos contextos socioeconômicos e pelas competências leitoras.

A presente atualização, que surge de uma série de debates e um fórum de especialistas realizado no México em setembro de 2014, tem como finalidade contribuir de maneira pertinente para a renovação do marco conceitual para o desenho e implementação da medição, assim como também para a interpretação dos resultados.

No contexto atual, a sua missão não pretende ser exaustiva a respeito do desenvolvimento dos comportamentos leitores, mas sim revelar

sem estridências, nem exagerada moderação, os fenômenos que operam sobre as disposições do leitor, as variantes e alternativas nos cenários de leitura tradicionais, e a autopercepção do leitor informante em função de novos contextos de leitura e de novos suportes, assim como sobre as hipóteses acerca do sujeito leitor e as categorias empregadas para ajudar na análise dos resultados.

Ampliando o enfoque

Diante dos resultados obtidos com este tipo de instrumentos de medição, inclusive com a experiência de complexos cruzamentos entre indicadores, emergem limitações próprias e inerentes às categorias e métodos empregados diante da complexidade dos fenômenos culturais que se pretende pesquisar e interpretar. As experiências adquiridas não fazem mais do que reforçar o interesse por renovar os níveis de reconhecimento das diversas formas de combinação possíveis entre leitura e escrita, entre os atos prescritivos do sistema escolar e os atos de leitura autogeridos, entre leitura de prazer e leitura condicionada e profissional. É renovado o interesse por uma melhoria contínua que promova resultados de maior qualidade, sem necessariamente estender os dispositivos de medição, para representar inteiramente os gêneros literários e jornalísticos, as leituras técnicas, a vinculação entre os processos de leitura e escrita de textos nas suas múltiplas combinações com outras formas de produzir e compartilhar conteúdos culturais. As experiências indicam que os instrumentos devem ser otimizados para facilitar a operação de desmontagem dos estereótipos que costumam simplificar a relação entre perfis de *não leitores e escolares de baixo rendimento*, reaprender as múltiplas e complexas relações entre outras linguagens e a leitura de textos, entre segmentos sociodemográficos e imaginários literários.

O estado de arte na matéria motiva e impulsiona a superar etapas condicionadas pelo estudo de natureza quantitativa, a desprender-se da premissa que sugere uma relação unívoca entre a quantidade declarada de livros lidos e as categorias de leitores *frequentes* ou *fracos*. Exorta a evitar, entre outras, as típicas correlações entre a caracterização sociodemográfica e sociocultural com os consumos culturais, em geral, e com os hábitos de leitura, em particular, indagando o que *a priori* foi qualificado de excepcional ou extraordinário e oferecendo uma perspectiva menos linear e preconceituosa das combinações

entre categorias. Principalmente, a partir das práticas sociais interferidas pelo paradigma digital que atualmente concerne a mais atividades de quase todos os segmentos populacionais e etários. Um interesse compartilhado de superar as simplificações que reduzem as relações a quantidades, colocando em evidência novas questões sobre, por exemplo, o vínculo entre o número de estudantes e o aumento de leitores frequentes, entre ler com intensidade e bons resultados escolares, entre vender mais livros e um aumento de interesse pela leitura ou entre saber ler e o prazer pela literatura.

Existem numerosas problematizações, tanto ou mais importantes que as anteriores, como a complexidade do universo simbólico no qual se situa o livro, sobretudo mas não exclusivamente, quando se trata de adolescentes. A midiaticização crescente de uma parte muito significativa das atividades humanas é constitutiva de uma complexificação do ecossistema de que nem o livro, nem os jornais, nem as revistas podem se autoexcluir (complexificação que leva a reinterpretar a dimensão social da leitura, que se torna um ato mais transparente e permeável quanto mais atravessado é por outras práticas sociais estimuladas pelo vetor digital, especialmente, as do tipo comunicacional). Esta situação, que tem grande incidência cultural, demanda corrigir a ausência da dimensão qualitativa das pesquisas quando se procura entender a diversidade de cenários nas que se combinam práticas, linguagens e atores sociais, entre as quais se destacam a fragmentação da atenção, a sobreposição de consumos e as novas socialidades. A dificuldade provém em grande parte de tentar afirmar categorias a partir de uma medição baseada principalmente em quantidades, quando se trata de um fenômeno muito mais complexo. Seria o caso de quando se assimilam categorias de leitores às identidades atribuídas a sujeitos econômicos mediante critérios quantitativos com indicadores proporcionais à média de livros vendidos ou a *sujeitos culturais* utilizando a quantidade de livros lidos no ano¹.

Apesar destas categorizações não representarem potenciais formas de exclusão, para explorar este tipo de complexidades torna-se urgente

1 Por exemplo, em alguns estudos italianos, um forte leitor é a pessoa que lê de dez a doze livros por ano e, em alguns indicadores da França ou da Alemanha, é aquele que compra ou lê mais de vinte livros por ano.

assimilar uma visão mais qualitativa que permita explicar esta nova etapa na região, onde o sistema educacional e os sistemas culturais aumentaram significativamente a sua avaliação e o seu alcance.

Experiências de leitura: a evolução do comportamento leitor

As experiências de leitura e escrita, como outras formas de produzir e compartilhar conteúdos culturais, estão sendo renovadas rápida e profundamente ao serem atravessadas por fenômenos distintos, mas todos de natureza convergente-digital.

As práticas de lateralização, horizontalização ou bifurcação são o resultado das estratégias que o leitor utiliza para se manter alerta e conectado com outros universos simbólicos, com outros leitores, com as demais pessoas, sem deixar de lado o funcional, nem a principal fonte de informação ou prazer. O cenário se desenvolve entre, por um lado, uma leitura centrada na mensagem principal, no texto canônico e nas atividades mentais que esta pressupõe e estimula, e, por outro, um acúmulo de alternativas de derivação que permanecem latentes até que o leitor escolhe se desapegar do tronco narrativo e se desviar para adotar uma lateral ou uma perpendicular, bifurcando-se em direção a uma remissão sugerida pelo próprio texto, induzida por um rastro abandonado pelo autor ou exacerbado por uma intromissão, pertinente ou impertinente, de um universo simbólico exterior, paralelo ou estranho à narração. A comunicação horizontal é um dos fatores suscetíveis de subverter o ordenamento que pressupõe o unívoco e vertical da narração, que acaba desgastando o caráter central do narrador dentro do ecossistema e reforça, ao mesmo tempo, o valor do social e do dialógico. Em outros termos, a experiência se personaliza ao construir-se nessa intersecção entre, por um lado, o vertical, o enraizado, o unívoco e, por outro, o horizontal, o conversacional, o compartilhado.

A produção de sentido é fruto de uma combinação que resulta das competências do usuário para gerir as tensões que implica escolher uma combinação e uma sequência entre muitas possíveis, já que se trata de ordenar a distribuição do tempo em fragmentos de atenção.

Ao mesmo tempo, a desmaterialização dos conteúdos que, desapegados dos seus suportes tradicionais, são rematerializados com a facilidade que lhes proporcionam as redes e a capacidade de todas as telas

para reproduzi-los, independente da sua origem, valor transacional ou finalidade. Os processos de rematerialização implicam o desaparecimento de um suporte privilegiado para o qual tinha sido concebida a sua distribuição e circular com fluidez entre muitos, evitando a correspondência obrigatória entre suporte, formas de acesso e contexto de uso. Desta maneira, o livro perdeu o papel de exclusividade para ancorar o texto, como o televisor perdeu a sua em relação à televisão. Em função do contexto de uso, do valor econômico do acesso e das facilidades para se manter aberto à comunicação horizontal, o usuário elege a plataforma de intercâmbios e o conteúdo. Se lugar e espaço já não coincidem, a tecnologia através dos contextos perde significação. O sobre-equipamento tecnológico se traduz em um empilhamento de meios disponíveis, o que estimula um consumo dissimulado de conteúdos culturais. Sem que este modelo tenha vocação de substituto dos mais tradicionais, o potencial entrelaçamento de meios, suportes e linguagens expande as alternativas de sinergia entre práticas sociais que acabam representando um novo limiar de desafios para as próximas medições.

Embora seja habitual constatar que o livro continua ocupando um espaço nos universos simbólicos dos mais jovens, ao mesmo tempo se comprova uma transição nas suas representações simbólicas. Os textos se apresentam sob outras disposições e coabitam com maior frequência em cenários mais competitivos. A leitura ocupa um lugar modesto em relação a outros consumos culturais, já que não conta com o estatuto de exceção que possui a música em todo contexto e lugar. Os universos simbólicos dos jovens são atravessados com naturalidade por formas de sociabilidade, presenciais ou mediatizadas, que se destacam.

Mesmo quando se advierte certa ruptura em relação a outras gerações, as novas experiências, que colocam em um mesmo cenário o livro junto de outros suportes e fontes, não são exclusivas dos públicos mais jovens. A tensão dos cenários está vinculada à eficiência com a que o usuário escolheu a sua mistura de meios e com as disposições que adota a dialógica entre *coabitantes*, tanto pessoas que interagem remotamente como meios de natureza diferente. O leitor os coloca em competência e em cooperação, sem abandonar nenhum, interagindo com cada um para extrair o maior valor possível de cada canal, reconhecendo as vantagens de cada linguagem com um sentido de economia de esforço, mas também de satisfação e de funcionalidade. Ainda que não seja verdade

que na tela o leitor se transforma em leitor-escritor, o fenômeno tende a ampliar-se exponencialmente.

Desde que a Internet recolocou o texto no centro da comunicação e das experiências de consumo cultural em detrimento da oralidade, a escrita também reviveu. Esta última não tem um caráter único nesses cenários, nem adota um único estatuto gramatical. Responde a finalidades muito diferentes e adota estéticas e plataformas de natureza bastante variada. Pode ter um caráter participativo-individual, por exemplo, os comentários em um blog, em uma matéria jornalística ou em um vídeo; pode ser uma escrita produtivo-colaborativa, típica expressão dos trabalhos dos fãs (*fan fiction*); de natureza produtivo-autônoma, como a escrita de um blog pessoal ou a escrita de um *tweet*, ou finalmente de caráter comunicativo, por exemplo, o correio eletrônico que epistolariza a troca ou o chat no qual a escrita oraliza as mensagens. Embora se deva atender às formas de escrita, é preciso evidenciar, em primeiro lugar, as múltiplas relações que a leitura mantém com a escrita.

Estes cenários transmidiáticos parecem indescritíveis quando se parte de pressupostos, de categorias de contextos e de suportes tradicionais. A intermitência, alternância, infrequência e não sequencialidade no uso dos diversos suportes e linguagens, assim como as variantes na relação leitura-escrita, são elementos constitutivos de cenários regulados por lógicas cada vez mais diversas e personalizadas que questionam permanentemente o papel do livro e o valor do texto. O entrelaçamento entre narrativas, linguagens e meios, próprio de uma transmediatização da leitura, traduz-se em uma complexificação das práticas sociais, o que alerta para a necessidade de contar com formas diferentes e mais integradoras de medir os comportamentos.

Desafios

O desenho e a implementação de um dispositivo metodológico com o alcance projetado neste documento implicam desafios que devem ser identificados *a priori* de modo que possam ser estabelecidas as condições necessárias para a sua moderação e tratamento e, nos casos que correspondam, analisar os riscos para o contexto dado. Alguns dos desafios são:

- *A visão livro-determinista* que deixa um lugar secundário para a leitura de outros meios e em outros suportes que não seja o impresso, o

que se evita revisitando, por exemplo, as categorias empregadas nas perguntas sobre gêneros. A diversidade de práticas demanda uma maior pluralidade enquanto a meios, suportes, gêneros, etc.

- *A incerta intersecção entre comportamento leitor e compreensão leitora*, já que a indagação que podem realizar as pesquisas acerca de competências leitoras é indireta, o que implica que seria errôneo pretender aprofundar em competências e inferir acerca da relação entre comportamento leitor e práticas. Este erro poderia surgir do cruzamento dos resultados das pesquisas especializadas em leitura com as provas específicas sobre compreensão leitora.
- *A diferença entre práticas reais e declaradas* possui diversas causalidades. O entrelaçamento de legitimidades sociais e culturais opera tanto sobre a autopercepção do informante em relação com os seus próprios atos de leitura (declaração conscientemente limitada), como sobre *o esquecimento* das práticas com gêneros carentes de legitimidade («leio um blog de cozinha quotidianamente»), ou meios menos *prestigiados* («leio todas as semanas a revista do clube social»), ou *faço isso em contextos que escapam do modelo letrado* («leio no metrô», «jamais leio livros de bibliotecas»).
- *O registro apropriado da autopercepção identitária*, o que deve facilitar manifestar-se referencialmente a respeito dos principais sujeitos coletivos com os quais o informante poderia se identificar, por exemplo, os amigos, os irmãos. As identificações coletivas podem contextualizar, informar sobre o modo em que se considera em relação aos grupos referenciais e sobre a avaliação da leitura em função de uma posição social compartilhada.
- *A subavaliada leitura em tempos fragmentados*. As unidades de tempo empregadas costumam explicar as práticas sociais exemplares relacionadas com atos prolongados, de natureza imersa, situados e orientados por um propósito de lazer, baseados em uma limitada e forçada relação entre literatura e leitura.

As leituras mais fragmentadas, de corte funcional, não situadas de maneira predeterminada, realizadas na não linearidade, sobrepostas ou dissimuladas com outros consumos culturais, ou atravessadas por práticas de comunicação, podem terminar subdeclaradas.

As leituras profissionais, que costumam estar entrelaçadas com outras múltiplas atividades profissionais, podem estar sendo subavaliadas. A

contabilidade desses tempos exige esforços de avaliação ainda mais importantes do que os esforços de memorização. Quanto mais a leitura se tornar intersticial, mais a fragmentação das leituras tem possibilidade de se converter na principal fonte de esquecimento, falta de menção ou subavaliação.

- *A ambivalência das práticas digitais.* As perguntas costumam separar o que as práticas não informam. Costuma forçar uma separação entre suportes (quanto lê em digital, quanto lê em papel), que não informa de uma realidade onde os conteúdos fluem, desmaterializados e rematerializados. As perguntas tendem a desnaturalizar uma prática na qual cada vez mais se integram, competem e colaboram suportes, meios e linguagens. As práticas de leitura podem ser atravessadas por algum componente digital não só na forma de vetor de comunicação, mas também como um suporte a mais que se entrelaça para subsidiar a leitura, enriquecer a narração com outras vias de representação, completá-la e colocá-la em conversa: cenários de transmediatização que poderiam se tornar muito frequentes para não reconhecê-los. Pode ser que explorar estas práticas implique somar unidades distintas, complexidades diferentes, esforços variados, intensidades e frequências que pertencem a sistemas de unidades que não permitem a adição. A complexificação, que implica indagar sobre estes cenários, convida a enriquecer estes dispositivos metodológicos integrando outras formas de pesquisa que permitam evitar que fiquem ocultos.
- *O interesse pela relação da leitura com a escrita* se torna um aspecto emergente na medida em que os cenários tradicionais penetrados por outros suportes, meios e linguagens revelam uma aproximação maior do leitor às práticas de escrita, fruto do estímulo comunicacional e interativo que favorece o paradigma digital.
- *As unidades lidas diante das unidades não finalizadas* é um duelo metodológico que geralmente acaba representando melhor a leitura tradicional do que as práticas descontinuas (livros práticos, histórias em quadrinhos), salvo quando são rituais como a leitura de jornais. Nas leituras de estudo e nas leituras profissionais, é muito comum a leitura de fragmentos, capítulos ou parágrafos, assim como também é usual começar livros de literatura que nunca serão lidos até o final.

- *A hierarquização entre práticas* que tende a ressaltar a *leitura de lazer e de prazer*, elevando-a ao nível de *leitura letrada* e reduzindo o valor das leituras de estudo ou profissionais (aprendizagens informais), fruto do autodidatismo, da obrigação profissional ou dos estudos (aprendizagens formais). A opção entre a *leitura boa* ou *ruim* remete incessantemente ao problema das categorias e enfatiza, cada vez mais, as questões sobre como tirar da marginalidade a leitura e a escrita entre colegas, atividades inerentes às redes sociais.
- *O elevado número de pessoas que se situam em um campo intermediário, sem estar compreendidos entre os leitores frequentes e os não leitores.* Um dos maiores desafios consiste em revisitar os critérios que definem a categoria *leitor*. Segundo uma definição tradicional, empregada em uma versão anterior a esta metodologia, considerava-se leitor todo sujeito que declarasse ler qualquer tipo de material escrito (texto escrito), sem que o instrumento supusesse uma qualificação das práticas e representações de leitura segundo os contextos ou suportes. Para efeitos práticos, uma das reflexões que conduziu à atualização desta metodologia indicou a necessidade de se enfatizar os esforços por desentranhar o significado desse *campo intermediário*, um coletivo que pode representar nos países da região mais da metade da população. Composto por leitores *infrequentes, fracos ou pouco frequentes*, torna-se necessário aumentar a eficiência dos descritores para sair dessa tragédia metodológica que opaca uma população tão significativa. O dispositivo de medição aprofunda o interesse em ir ao seu resgate metodológico, o que não se pode conseguir somente através de sistemas de medição por pesquisas, ainda que se magnifique o esforço para ampliar as categorias e zelar para detectar e identificar as suas extraordinárias relações com a leitura e a escrita. Entender o que ocorre no interior dessa categoria demanda enriquecer os registros e cruzar sistemas de medições e não só indicadores.

Um dos maiores desafios provém da possível e necessária integração e cruzamento de indicadores. Além das pesquisas nacionais ou regionais de leitura, existem outras instâncias e vias para revelar os comportamentos e as tendências, algumas delas mais complexas, outras mais limitadas ou circunscritas a certas categorias de leitor ou a contextos de

leitura. O desafio consiste em integrar diversos níveis de levantamento e de análise com a finalidade de reconhecer um estatuto mais plural e dinâmico das formas de ler do que aquele prescrito por uma pesquisa nacional específica, e assim aproveitar a densidade informativa de uma declaração individual acerca do capital cultural e da trajetória sociodemográfica e educativa do sujeito. O objetivo de toda integração deve ser contribuir para o entendimento dos comportamentos do sujeito e para a elaboração de perfis mais diversos e contextualizados.

Sem pretender a exaustividade, um metassistema poderia integrar três níveis:

- a) As pesquisas de domicílios que possuem propósitos gerais e que carecem de detalhe sobre os consumos culturais, em geral, e sobre as práticas de leitura, em especial, mas que são mais ricas em termos socioeconômicos e demográficos. São assumidas algumas destas variáveis como próprias para as pesquisas de leitura, são facilitadas as pontes e os trabalhos com multivariáveis de situação e de população.
- b) As pesquisas de consumos culturais que evidenciam o valor das atividades culturais e registra como os públicos se relacionam com o sistema cultural-midiático, o que permite situar as leituras em um campo mais amplo e mostrar a competitividade delas em relação a outros consumos, com a limitação de que centram o seu interesse nos espaços de lazer, sem contar com as práticas profissionais, funcionais, úteis ou de estudo. No mesmo plano, poderiam ser integrados indicadores das pesquisas sobre usos de TICs e conectividade.
- c) As pesquisas nacionais de leitura e escrita, cujo principal objetivo é medir práticas e contribuir para a tomada de decisões sobre políticas públicas de promoção da leitura e da escrita e de desenvolvimento do sistema de redes de bibliotecas públicas.

A complexificação atual, devido à diversidade de práticas de leitura e ao entrelaçamento midiático no qual se situam, exige desentranhar o mistério dos *do meio* (São pouco frequentes ou fazem isso de outra forma, em outros contextos? Como leem?), assim como entender por que os que afirmam que já não praticam a leitura deixaram de ler (foco na exclusão, no iletrismo). De essa perspectiva, a integração pode se

expandir com um *enfoque contexto*, mediante perguntas complementares e muito específicas acerca dos outros estímulos, meios, linguagens e atores sociais que costumam coabitar nos cenários de leitura e que não estão sendo levados em conta nas pesquisas. Por exemplo, a relação entre a leitura e as conversas nas redes sociais ou através do telefone móvel, as razões que o levam a escolher uma mistura de meios e conteúdos nesse cenário de leitura.

Do mesmo modo, sob um enfoque interacionista, a investigação pode ser expandida mediante o cruzamento com outros tipos de estudos sobre a relação da leitura e a escrita com outras práticas sociais, por exemplo, qual é o compartimento quando se transforma em um leitor fã. Os trabalhos de natureza etnográfica que combinam métodos tradicionais (como o jornal) com métodos digitais (rastreadibilidade da navegação) podem revelar como operam os distintos componentes nas práticas transmídias, que provavelmente se encontrem entre as mais sub-representadas nas pesquisas.

Estes trabalhos podem ser focados tanto nas condições nas quais o ato de leitura é praticado (as disposições do contexto), como no ato em si mesmo (a interação entre o sujeito leitor e o que lê). Os trabalhos focais podem fortalecer o estudo sobre populações particularmente sensíveis. Poderiam também ser realizados grupos focais sobre alguns sujeitos coletivos com interesse particular, como menores de doze anos ou em transição infanto-juvenil (de oito a doze anos). Poderia ser relativamente fácil regularizar uma pesquisa escolar massiva e sistemática nas mudanças de nível, assim como incluir perguntas nas pesquisas anuais das universidades públicas ou no momento da matrícula dos calouros na universidade.

De uma perspectiva distinta mas complementar, as medições do comportamento leitor podem ser entrelaçadas, em benefício de uma melhor interpretação dos resultados, com as avaliações ou provas do sistema educativo nacional e, sobretudo, dos sistemas internacionais, como por exemplo, TERCE (UNESCO) e PISA (OCDE), que são reconhecidas social e politicamente na região e possuem uma certa legitimidade em quanto à comparabilidade internacional. Nesse contexto, poderiam também ser considerados os indicadores de vulnerabilidade social e cultural (infraestrutura, acesso a conteúdos, proximidade da oferta, diversidade da oferta à qual se tem acesso, etc.).

Por outro lado, a avaliação e medição do comportamento leitor de um país interage tanto com as políticas governamentais como com a oferta de materiais escritos e de bens culturais, em geral. A análise dessas disposições governamentais e privadas, em forma de indicadores de produção, acessibilidade e circulação, acrescenta valor ao entendimento da evolução das práticas de leitura na sociedade.

A complexidade da situação parece indicar um caminho que evita a tentação da descrição comparativa, própria da sociografia da leitura, para escolher a complementariedade entre o descritivo e o explicativo, mesmo quando isto demandar uma extrema prudência na interpretação.

Objetivos da pesquisa

Objetivo geral

- Contar com indicadores comuns que descrevam o comportamento leitor nos países ibero-americanos. Estes indicadores permitirão o desenho, a formulação e a avaliação de políticas e planos de leitura e escrita.

Objetivos específicos

- Conhecer aspectos específicos do comportamento leitor, no âmbito tradicional e no digital, através dos materiais (livros, jornais, revistas e hipertextos) e suportes (impressos, digitais), frequências, preferências, idiomas, motivos, contextos, limitações, acesso a textos escritos, uso de bibliotecas, entre outros.
- Registrar a evolução das formas, interesses, práticas, meios e benefícios da leitura.
- Definir um mínimo de indicadores sobre diferentes aspectos do comportamento leitor que possam ser reunidos de maneira periódica em distintos países ibero-americanos para poder estabelecer comparações no tempo e entre países, com o propósito de contar com elementos para promover o desenho, acompanhamento e avaliação das políticas públicas em matéria de leitura.

Instrumento

Desenho da pesquisa²

Pelo menos as seguintes recomendações deverão ser consideradas para o desenho, implementação e execução da pesquisa. Estas recomendações poderão ser aplicadas em pesquisas de leitura e escrita em instrumentos especializados (pesquisas de comportamento leitor), anexos (pesquisas de domicílios com módulos sobre leitura) e mistos (pesquisas de cultura com módulo sobre leitura).

- A metodologia tem o propósito de obter indicadores para medir e descrever o comportamento leitor e conta com a facilidade de poder ser aplicada em instrumentos exclusivos (pesquisas de comportamento leitor) ou complementares com outras práticas sociais (pesquisas de consumo cultural, pesquisas de uso de TICs, pesquisas de domicílios ou pesquisas multipropósito). Nas pesquisas complementares, deve ser levado em conta um número mínimo de perguntas que ofereça os indicadores necessários para a sua interpretação e análise da leitura e a sua associação com outras práticas, mas com a precaução de que elas não sejam demasiadas a ponto de cansar o entrevistado.

2 A fiabilidade e precisão dos resultados obtidos partem do apropriado desenho e formulação da pesquisa, junto com as instruções adequadas de preenchimento e validação do processo de aplicação. Estes elementos reduzirão os erros e os preconceitos na entrevista, interpretação e análise dos resultados e permitirão focalizar melhor as estratégias de políticas públicas.

- As perguntas e os termos utilizados devem, à medida do possível, reduzir ou eliminar as interpretações subjetivas por parte do entrevistador ou do entrevistado. Em caso de que se indague sobre termos que não são de caráter unívoco, é preciso instruir o entrevistador, com manuais, instruções, guias de preenchimento, para especificar o sentido da pergunta. São exemplos as expressões: *leitor ocasional*, *leitor frequente*, *livro eletrônico*, *livro digital*, *leitura na Internet*, *leitura de lazer*, *leitura de prazer*, *leitura de obrigação*, *leitura profissional*, entre outras.
- O desenho da pesquisa tem que considerar o objetivo da investigação, a população-alvo a ser pesquisada, o alcance da pesquisa, os indicadores mínimos a serem obtidos, as perguntas para levar em conta para a obtenção dos indicadores e o desenho amostral. Estatisticamente, a representação da população-alvo com alcance nacional e/ou regional requer algumas técnicas especializadas que deveriam reconhecer elementos diferenciadores devido à complexidade do tema e ao seu relacionamento social, familiar e cultural em relação ao escrito. Por exemplo, seria preferível indagar pela leitura, as suas práticas e o relacionamento no núcleo do domicílio com cada um dos membros e não com um único representante. Da mesma maneira, é melhor entrevistar diretamente as crianças do domicílio com a ajuda de um adulto do que perguntar a um adulto pelos interesses, gostos e práticas de leitura dos menores. Definitivamente, a precisão dos resultados será maior e a margem de erro será reduzida com entrevistas pessoais do que com aquelas realizadas por telefone. Finalmente, evitar sempre que possível, pequenas amostras próprias das sondagens, a menos que sejam estudos focalizados, devido ao risco de se perder representatividade quando o alcance for nacional ou regional.
- Um aspecto útil no desenho e aplicação da pesquisa é manter uma sequência dos resultados, com o propósito de que as diferentes medições possam ser comparadas no tempo. Desta maneira, é possível a avaliação e o redesenho das políticas públicas em leitura a partir de técnicas como a análise de corte transversal.

Ficha metodológica da pesquisa

Pesquisa de medição do comportamento leitor em ambientes tradicionais e digitais.

Conceito	Descrição
Unidade de pesquisa	Pessoas com cinco anos ou mais em moradias com domicílios.
Informantes	Pessoas com cinco anos de idade ou maiores.
Tipo de questionário	Entrevista direta.
Âmbito geográfico da pesquisa	População residente no território nacional (rural e/ou urbano).
Tamanho da amostra	Estabelecido conforme o alcance e cobertura da investigação
Tipo de amostragem	É sugerida uma amostra por etapas, estratificada por conglomerados.
Erro amostral	É determinado conforme critérios de valores absolutos dos desvios-padrão, desvios-padrão relativos e intervalos de confiança (95%).
Módulos	<p>Variáveis demográficas e socioeconômicas da população estudada</p> <p>O objetivo deste módulo é captar as características sociodemográficas e econômicas do entrevistado, para determinar o perfil da população conforme a idade, gênero e distribuição geográfica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificação do domicílio (região, província, cidade, endereço, telefone, número de domicílios na moradia, número de pessoas no domicílio). • Dados da moradia (casa, apartamento, outro tipo). • Dados do domicílio. • Registro dos membros do domicílio. • Características do entrevistado. <p>Perfil do leitor</p> <p>O objetivo deste bloco é caracterizar o leitor, conforme a sua percepção da leitura, intensidade e a sua relação com os círculos mais próximos. Indagar sobre os hábitos de leitura, motivos para ler, práticas de leitura realizadas na infância, usos da leitura em cenários transmidiáticos e caracterização do leitor de livros, jornais e revistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autopercepção como leitor. • Hábitos leitores, motivos e dificuldades para ler. • Leitura na infância e práticas com as crianças. • Cenários transmidiáticos. • Perfil do leitor de livros. • Perfil do leitor de jornais. • Perfil do leitor de revistas.

Continúa...

Conceito	Descrição
<p>Módulos</p>	<p>Internet, usos e acesso A finalidade deste módulo é identificar o acesso e os usos da Internet, os dispositivos digitais de leitura, e o uso e frequência dos mesmos na leitura.</p> <p>Uso de bibliotecas O módulo tem por objetivo identificar as práticas da população na visita e uso das bibliotecas.</p> <p>Hábitos de escrita O objetivo dessa seção consiste em identificar as práticas de escrita da população em cenários transmidiáticos e de leitura híbrida.</p> <p>Comportamento leitor das pessoas de 5 a 12 anos de idade O módulo de crianças tem por finalidade conhecer, desde os primeiros anos, os gostos e hábitos leitores da população infantil, em ambientes tradicionais e/ou digitais.</p>
<p>Indicadores</p>	<p>O desenho do formulário permite o cruzamento de um considerável número de variáveis para focalizar a população com alguns indicadores como, entre os quais temos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leitura conforme a categoria de textos (livros, revistas, jornais, páginas web, blog, fóruns, correio eletrônico, redes sociais), por faixas etárias, gênero e nível educacional. • Frequência de leitura da população leitora conforme a categoria de texto. • Leitura de textos por categoria, conforme o suporte e frequência. • Leitura de textos por categoria, conforme o lugar. • Posicionamento da leitura em relação a outras atividades. • Motivos e limitações para ler, conforme variáveis sociodemográficas. • Leitura em cenários transmidiáticos, conforme variáveis sociodemográficas. • Leitura e escrita em cenários transmidiáticos, conforme variáveis sociodemográficas. • Uso, acesso à Internet e dispositivos digitais na leitura, conforme variáveis sociodemográficas. • Leitura de textos segundo a categoria, suporte e frequência conforme variáveis sociodemográficas. • A média anual de livros lidos por faixas, conforme variáveis socioeconômicas.

Formulário modelo

O formulário anexo é um instrumento básico para reunir a informação mínima necessária em estudos de comportamento leitor em cenários tradicionais e em ambientes digitais. Com ele, procura-se colocar à disposição um referencial para o desenho, medição e implementação de iniciativas de representação social do leitor e dos ambientes, além da rastreabilidade e comparabilidade como elementos adicionais na tomada de decisões de políticas públicas na matéria.

Metodologia para medir o comportamento leitor (em ambientes tradicionais e digitais)

I. Caracterização do entrevistado

A. Identificação

1. Região	5. Telefone
2. Província, estado ou departamento	6. Total de domicílios na moradia
3. Cidade ou município	7. Número domicílio
4. Endereço da moradia	8. Total de pessoas no domicílio

B. Dados da moradia

1. Casa <input type="checkbox"/>	3. Habitação alugada dentro de uma moradia <input type="checkbox"/>
2. Apartamento <input type="checkbox"/>	4. Outra moradia <input type="checkbox"/>

C. Dados do domicílio

1. Renda mensal do domicílio	
Valor mensal \$ _____ (registrar o mês e o ano)	
2. Quais dos seguintes serviços ou bens se utiliza neste domicílio?	
a. Serviço de Internet <input type="checkbox"/>	c. Televisão aberta <input type="checkbox"/>
b. Televisão por assinatura <input type="checkbox"/>	d. Computador de uso compartilhado <input type="checkbox"/>

D. Registro de pessoas

1. Quais são os nomes e sobrenomes das pessoas que comem e dormem nesse domicílio?	
a.	d.
b.	e.
c.	f.

E. Caracterização do entrevistado

1. Gênero

a. Feminino <input type="checkbox"/>	b. Masculino <input type="checkbox"/>
--------------------------------------	---------------------------------------

2. Fecha de nacimiento

Dia ____ Mês ____ Ano ____

3. Qual é a sua ocupação principal?

a. Empresário <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>	e. Estudante <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 6</i>
b. Assalariado <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>	f. Desempregado <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>
c. Profissional autônomo <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>	g. Outra <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>
d. Aposentado <input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4, 5 e 7</i>	

4. Qual dispositivo tecnológico você usa diariamente com maior frequência?

a. Um computador de escritório no trabalho	<input type="checkbox"/>
b. Um computador de escritório no domicílio	<input type="checkbox"/>
c. Um notebook ou tablete no trabalho	<input type="checkbox"/>
d. Um notebook ou tablete no trabalho de uso pessoal	<input type="checkbox"/>
e. Um celular do trabalho	<input type="checkbox"/>
f. Um celular de uso pessoal	<input type="checkbox"/>
g. Nenhum dos anteriores	<input type="checkbox"/>

5. Você sabe ler e escrever?

a. Sim <input type="checkbox"/> <i>Continuar</i>	b. Não <input type="checkbox"/> <i>Passar para o II.C. 1 e terminar</i>
--	---

6. Em que grau de escolaridade você se encontra?

a. Fundamental	<input type="checkbox"/>
b. Médio	<input type="checkbox"/>
c. Curso técnico	<input type="checkbox"/>
d. Formação profissional não universitária	<input type="checkbox"/>
e. Universitário	<input type="checkbox"/>
f. Pós-graduação	<input type="checkbox"/>
g. Sem instrução	<input type="checkbox"/>

7. Qual é o seu último grau de escolaridade?		
	Completo	Incompleto
a. Fundamental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Médio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Curso técnico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Formação profissional não universitária	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Universitário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Pós-graduação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Sem instrução	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II. Perfil do leitor

A. Autopercepção

1. Qual é o seu grau de compreensão de um texto (sendo 1 muito fácil e 5 muito difícil)?

1	2	3	4	5	Não sabe/não responde
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Em relação a um ano atrás, você considera que...?

a. Lê mais	<input type="checkbox"/>
b. Lê igual	<input type="checkbox"/>
c. Lê menos	<input type="checkbox"/>
d. Não sabe/não responde	<input type="checkbox"/>

3. Marque o seu nível de interesse de acordo com a leitura que realiza por prazer ou por necessidade

	Leitura de prazer	Leitura de necessidade
a. Muito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Pouco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Para que você acha que lhe serve a leitura?

a. Para aprender	<input type="checkbox"/>
b. Para se divertir	<input type="checkbox"/>
c. Para melhorar no trabalho	<input type="checkbox"/>
d. Por cultura geral	<input type="checkbox"/>
e. Para nada	<input type="checkbox"/>
f. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

5. Avalie de 1 a 4. Você está de acordo ou em desacordo em relação às seguintes afirmativas? (1 se estiver completamente em desacordo e 4 se estiver completamente de acordo)					
	1	2	3	4	Não sabe/ não responde
a. Só leio se preciso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Ler para mim significa perder tempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Ler é um dos meus passatempos favoritos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Gosto de falar com outras pessoas sobre o que leio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Fico contente de receber um livro de presente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Gosto de visitar livrarias e banca de revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Gosto de visitar bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Gosto de trocar livros e revistas com os meus amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. É difícil para mim terminar de ler um livro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. É difícil para mim ler na tela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Não posso permanecer lendo por mais de alguns minutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Gosto de ler na tela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Em relação às pessoas que o rodeiam e ao material de leitura, você considera que:			
	Família	Amigos	Colegas
a. Leem mais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Leem menos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Em que idiomas você lê?	
a. Espanhol	<input type="checkbox"/>
b. Português	<input type="checkbox"/>
c. Inglês	<input type="checkbox"/>
d. Francês	<input type="checkbox"/>
e. Italiano	<input type="checkbox"/>
f. Alemão	<input type="checkbox"/>
g. Japonês	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

8. Em que idioma você prefere ler?	
a. Espanhol	<input type="checkbox"/>
b. Português	<input type="checkbox"/>
c. Inglês	<input type="checkbox"/>
d. Francês	<input type="checkbox"/>
e. Italiano	<input type="checkbox"/>
f. Alemão	<input type="checkbox"/>
g. Japonês	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

9. A que você dedica o tempo que antes dedicava à leitura? <i>Vem do II.A.2.C</i>	
a. A trabalhar	<input type="checkbox"/>
b. A estudar	<input type="checkbox"/>
c. A navegar pela Internet	<input type="checkbox"/>
d. A fazer esporte	<input type="checkbox"/>
e. Ao cinema	<input type="checkbox"/>
f. Ao teatro	<input type="checkbox"/>
g. A ver mais televisão	<input type="checkbox"/>
h. A estar mais com a família	<input type="checkbox"/>
i. A estar com os amigos	<input type="checkbox"/>
j. A outra actividade Qual? _____	<input type="checkbox"/>

B. Hábitos leitores, motivos e dificuldades para ler

1. Quais são as principais razões para você ler e com que frequência faz isso?					
	Diariamente	Alguma vez por semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Nunca
a. Por razões de estudo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Para se informar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Para atualização ou aperfeiçoamento profissional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Por lazer e/ou prazer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Por motivos religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Para o crescimento ou superação pessoal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Por cultura geral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Não sabe/não responde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Quais das seguintes leituras você realiza por prazer e por necessidade?		
	Por prazer	Por necessidade
a. Livros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Jornais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correio eletrônico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Páginas web (diferentes a jornais, revistas, blogs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Blogs, fóruns e outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Que material e em quais dos seguintes lugares você costuma ler?			
	Livros	Revistas	Jornais
a. Em casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Na sala de aula (classe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Em centros com acesso a TICS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Em livrarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Em lugares religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Nas bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Em lanchonetes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. No local de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Ao ar livre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Nos consultórios/salões de beleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. No transporte público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Em outros lugares Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Para quem você lê e com que frequência?					
	Diariamente	Alguma vez por semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Nunca
a. Para os seus filhos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Para o seu parceiro/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Para os amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Para familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Quais das seguintes limitações ou dificuldades você tem para ler?	
a. Lê muito devagar	<input type="checkbox"/>
b. Não compreende tudo o que lê	<input type="checkbox"/>
c. Não tem concentração suficiente para ler	<input type="checkbox"/>
d. Não tem paciência para ler	<input type="checkbox"/>
e. Não lê por limitações físicas	<input type="checkbox"/>
f. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>
g. Nenhuma	<input type="checkbox"/>

6. Quais são as principais razões para você não ler ou não ler com maior frequência? <i>Vem da II.A.2.C.</i>	
a. Porque você não gosta de ler	<input type="checkbox"/>
b. Por falta de tempo	<input type="checkbox"/>
c. Porque você prefere outras atividades recreativas	<input type="checkbox"/>
d. Porque tem preguiça	<input type="checkbox"/>
e. Por falta de dinheiro	<input type="checkbox"/>
f. Porque não sabe o que ler	<input type="checkbox"/>
g. Porque não tem um lugar apropriado para ler	<input type="checkbox"/>
h. Por limitações para ler	<input type="checkbox"/>
i. Porque não tem acesso permanente à Internet	<input type="checkbox"/>
j. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

C. Leitura durante a infância e práticas com as crianças

1. Durante a sua infância, quem lia para você e com que frequência fazia isso?	Diariamente	Alguma vez por semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Nunca
a. Você lia sozinho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. O seu pai lia para você	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. A sua mãe lia para você	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Outros familiares liam para você	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Os seus professores liam para você	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Que pessoas influenciaram para você ler?	
a. Os seus pais	<input type="checkbox"/>
b. Outros familiares	<input type="checkbox"/>
c. Os seus professores	<input type="checkbox"/>
d. Os seus amigos	<input type="checkbox"/>
e. Por iniciativa própria	<input type="checkbox"/>
f. O bibliotecário	<input type="checkbox"/>
g. Outros Quem? _____	<input type="checkbox"/>
h. Ninguém	<input type="checkbox"/>
i. Não sabe/não responde	<input type="checkbox"/>

3. Depois que você aprendeu a ler, os seus pais ou familiares lhe deram livros, revistas em quadrinhos e/ou outras revistas?	
a. Muitas vezes	<input type="checkbox"/>
b. Poucas vezes	<input type="checkbox"/>
c. Nunca	<input type="checkbox"/>

4. Neste domicílio, quando os adultos leem para as crianças de 5 a 12 anos, por diversão?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

D. Cenários transmidiáticos

1. Você poderia dizer se realiza estas ações e com que frequência?						
	Diariamente	Alguma vez durante la semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Alguma vez por ano	Nunca
a. Lê com a televisão ligada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lê escutando música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Lê, enquanto navega nas redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Lê em silêncio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Lê em voz alta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Lê e toma notas ou sublinha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Atende as ligações enquanto lê	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Utiliza o chat enquanto lê	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Quando você lê textos impressos, com que frequência realiza alguma atividade na Internet, vinculada com o que lê em...?						
	Diariamente	Alguma vez durante la semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Alguma vez al ano	Nunca
a. Livros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Jornais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Seja em um suporte impresso ou na tela, que outra atividade você realiza relacionada com o que lê?			
	Livros	Revistas	Jornais
a. Procura informação complementar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Consulta os dados ou recomendações do texto (notas de rodapé, envio de publicidade, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Vê vídeos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Participa de fóruns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Consulta outros leitores em plataformas especializadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Consulta redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Consulta plataformas de perguntas e respostas (Wikipédia, Yahoo Respostas, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Escreve em redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Não faz nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Enquanto lê, você realiza alguma atividade participativa na Internet vinculada com o que lê, com o tema ou com o autor?			
	Libros	Revistas	Periódicos
a. Realiza comentários nas comunidades que participa das redes sociais (Facebook, Twitter, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Escreve no seu blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Participa da elaboração de histórias paralelas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Comenta no blog do autor ou da editora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Escreve correios eletrônicos aos seus contatos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Escreve correios eletrônicos para o autor ou para a editora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Consulta sobre o tema, autor ou editora nas comunidades das redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Participa ou se inscreve em lugares e redes para se manter informado acerca do tema, autor ou editora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Não faz nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Que atividades você realiza durante o seu tempo livre?				
	Muito	Bastante	Pouco	Nada
a. Assistir televisão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Assistir vídeos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Ler (jornais, revistas, livros)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Escutar música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Sair para dançar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Escutar rádio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Navegar na Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Praticar esporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Ir ao cinema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Ir ao teatro/dança/concertos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Ir a museus/exposições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Passear ao ar livre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Sair com amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Outras Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

III. Perfil do leitor de livros

Vem do II.B.2.a

1. Com que frequência você lê livros impressos?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

2. Que tipo de livros você lê e em qual formato?		
	Impresso	Digital
a. Livros infantis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Livros juvenis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Textos educativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Enciclopédias e dicionários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Científicos/técnicos/profissionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. História, política e sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Operacionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Literatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Religião	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Superação pessoal/autoajuda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Culinária	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quais são as razões para você escolher um livro?	
a. Pelo tema	<input type="checkbox"/>
b. Pelo título	<input type="checkbox"/>
c. Pelo autor	<input type="checkbox"/>
d. Por recomendação de um amigo ou familiar	<input type="checkbox"/>
e. Por motivos educacionais	<input type="checkbox"/>
f. Por motivos de trabalho	<input type="checkbox"/>
g. Por comentários e/ou anúncios em imprensa, rádio ou televisão	<input type="checkbox"/>
h. Por recomendações em sites especializados/redes sociais	<input type="checkbox"/>

4. Os livros que você lê são?	
a. Comprados	<input type="checkbox"/>
b. Fotocopiados	<input type="checkbox"/>
c. Presentes	<input type="checkbox"/>
d. Empréstados de bibliotecas	<input type="checkbox"/>
e. Empréstados por familiares e/ou amigos	<input type="checkbox"/>
f. Baixados da Internet no PC	<input type="checkbox"/>
g. Baixados da Internet em dispositivos digitais (tabletes, aparelhos móveis, etc.)	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

5. Os livros que você compra são adquiridos em:		
	Impresso	Digital
a. Livraria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Sites especializados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Outros sites	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Feiras do livro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Grandes lojas ou supermercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Bancas de revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Vendas ambulantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Porta a porta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Quantos livros você comprou nos últimos doze meses?	
	Quantidade
a. Total livros	_____
b. Total textos escolares	_____

7. En total, ¿cuántos libros tiene?		
	Impressos	Digitais
a. Total livros	_____	_____
b. Libros (no textos)	_____	_____

8. Com que frequência você...?			
	Sempre	Às vezes	Nunca
a. Começa a leitura de um livro e não termina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lê mais de um livro ao mesmo tempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Lê o mesmo livro mais de uma vez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Lê somente algumas partes do livro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Lê um livro inteiro de cada vez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vai até o final do livro inclusive quando não gostou dele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. Perfil do leitor de jornais

Vem do II.B.2.C

1. Com que frequência você lê jornais impressos?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

2. Que tipo de jornais você lê e em que suporte?		
	Impresso	Digital
a. Informativos gerais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Econômicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Esportivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Para jovens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Os jornais que você lê são?	
a. Comprados em estabelecimentos comerciais (bancas de revista, lojas, etc.)	<input type="checkbox"/>
b. Comprados através de assinatura (impressos)	<input type="checkbox"/>
c. Comprados através de assinatura (digital)	<input type="checkbox"/>
d. Gratuitos (impressos)	<input type="checkbox"/>
e. Gratuitos (através de Internet)	<input type="checkbox"/>
f. Empréstados de bibliotecas	<input type="checkbox"/>
g. Empréstados por familiares e/ou amigos	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

V. Perfil do leitor de revistas

1. Com que frequência você lê revistas impressas?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca (<i>terminar aqui</i>)	<input type="checkbox"/>

2. Que tipo de revistas você lê e em qual suporte?		
	Impresso	Digital
a. Juvenis e infantis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Historinhas em quadrinhos/Passatempos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Música/Vídeo/Cinema e Fotografia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Esportes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Natureza/Animais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Agropecuárias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Profissionais/Científicas/Tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Arte/Cultura/Literatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Moda/Culinária/Espetáculos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Política/Econômicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Eróticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Esotéricas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Religiosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Saúde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. As revistas que você lê são?	
a. Compradas em estabelecimentos comerciais (bancas de revista, lojas, etc.)	<input type="checkbox"/>
b. Compradas através de assinatura (impressos)	<input type="checkbox"/>
c. Compradas através de assinatura (digital)	<input type="checkbox"/>
d. Gratuitas (impressas)	<input type="checkbox"/>
e. Gratuitas (através da Internet)	<input type="checkbox"/>
f. Empréstadas de bibliotecas	<input type="checkbox"/>
g. Empréstadas por familiares e/ou amigos	<input type="checkbox"/>
h. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

VI. Internet, usos e acesso

1. Você tem serviço de Internet?	
a. Sim <input type="checkbox"/> <i>Continuar</i>	b. Não <input type="checkbox"/> <i>Passar para o VII</i>

2. Com que frequência você se conecta à Internet?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca (<i>terminar aqui</i>)	<input type="checkbox"/>

3. Em quais lugares você se conecta à Internet?	
a. Trabalho	<input type="checkbox"/>
b. Instituição educativa (escola, universidade)	<input type="checkbox"/>
c. Casa	<input type="checkbox"/>
d. Cyber-café	<input type="checkbox"/>
e. Biblioteca pública	<input type="checkbox"/>
f. Áreas públicas	<input type="checkbox"/>
g. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

4. Com que dispositivo você se conecta?	
a. Computador de escritório	<input type="checkbox"/>
b. Portátil/desktop	<input type="checkbox"/>
c. Tablete	<input type="checkbox"/>
d. Leitor de livros digitais	<input type="checkbox"/>
e. Telefone celular	<input type="checkbox"/>
f. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

5. O que você lê nos dispositivos digitais e com que frequência?						
	Diariamente	Alguma vez durante a semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Alguma vez por ano	Nunca
a. Livros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Jornais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correio eletrônico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Páginas web (diferentes a jornais e blogs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Blogs, fóruns e outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. O que você costuma ler com os dispositivos digitais?	
a. Material de interesse pessoal	<input type="checkbox"/>
b. Material para o estudo	<input type="checkbox"/>
c. Material para o trabalho	<input type="checkbox"/>
d. Material sobre trâmites	<input type="checkbox"/>
e. Notícias e informação atual	<input type="checkbox"/>
f. Correio, chat, redes sociais	<input type="checkbox"/>
g. Literatura	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

7. Quais são as três principais razões para você se conectar à Internet?	
a. Para ler livros online	<input type="checkbox"/>
b. Para ler jornais ou revistas	<input type="checkbox"/>
c. Para buscar informação	<input type="checkbox"/>
d. Para estudar	<input type="checkbox"/>
e. Para trabalhar	<input type="checkbox"/>
f. Para realizar trâmites (bancários, etc.)	<input type="checkbox"/>
g. Para participar de redes sociais	<input type="checkbox"/>
h. Para jogar	<input type="checkbox"/>
i. Para escutar música	<input type="checkbox"/>
j. Para assistir vídeos	<input type="checkbox"/>
k. Para fazer compras	<input type="checkbox"/>
l. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

VII. Uso de bibliotecas

1. Que biblioteca você usou nos últimos doze meses?	
a. Pública	<input type="checkbox"/>
b. Escolar	<input type="checkbox"/>
c. Universitária	<input type="checkbox"/>
d. Comunitária	<input type="checkbox"/>
e. Especializada, empresas	<input type="checkbox"/>
f. Outras Quais? _____	<input type="checkbox"/>
g. Não visitou nenhuma	<input type="checkbox"/> <i>Passar para o 4</i>

2. Quais são os motivos para você usar uma biblioteca?	
a. Para procurar informação	<input type="checkbox"/>
b. Para estudar	<input type="checkbox"/>
c. Para ler	<input type="checkbox"/>
d. Para participar de cursos e/ou oficinas	<input type="checkbox"/>
e. Para participar de atividades culturais	<input type="checkbox"/>
f. Para se conectar à Internet	<input type="checkbox"/>
g. Para ver filmes	<input type="checkbox"/>
h. Para escutar música	<input type="checkbox"/>
i. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

3. Que tipo de atividades você realiza na biblioteca?	
a. Ler livros	<input type="checkbox"/>
b. Ler revistas	<input type="checkbox"/>
c. Ler jornais	<input type="checkbox"/>
d. Utilizar o computador e a Internet	<input type="checkbox"/>
e. Assistir concertos, exposições, etc.	<input type="checkbox"/>
f. Ver filmes/escutar música	<input type="checkbox"/>
g. Solicitar empréstimo de livros	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

4. Quais são as principais razões para você não usar uma biblioteca?	
a. Não tem tempo	<input type="checkbox"/>
b. Não gosta de ler	<input type="checkbox"/>
c. Não gosta de bibliotecas	<input type="checkbox"/>
d. Não encontra material de leitura que lhe interessa	<input type="checkbox"/>
e. Não sabe onde existe, não conhece nenhuma	<input type="checkbox"/>
f. Fica muito longe	<input type="checkbox"/>
g. Prefere conseguir material de leitura por outros meios	<input type="checkbox"/>
h. Não oferece um bom serviço ou não tem boas instalações	<input type="checkbox"/>
i. O horário não lhe convém	<input type="checkbox"/>
j. Tem problemas de saúde ou alguma deficiência	<input type="checkbox"/>
k. Outra Qual? _____	<input type="checkbox"/>

VIII. Hábitos de escrita

1. Quanto você gosta de escrever?	
a. Muito	<input type="checkbox"/>
b. Um tanto	<input type="checkbox"/>
c. Pouco	<input type="checkbox"/>
d. Nada	<input type="checkbox"/> <i>Passar para o 2 e para o 5</i>

2. Escrever para você é?	
a. Muito fácil	<input type="checkbox"/>
b. Fácil	<input type="checkbox"/>
c. Difícil	<input type="checkbox"/>
d. Muito difícil	<input type="checkbox"/>
e. Não sabe/não responde	<input type="checkbox"/>

3. Por que você escreve?	
a. Para se comunicar com outras pessoas	<input type="checkbox"/>
b. Para o trabalho	<input type="checkbox"/>
c. Para aprender	<input type="checkbox"/>
d. Para expressar as suas emoções ou pensamentos	<input type="checkbox"/>
e. Para discutir ou confrontar ideias	<input type="checkbox"/>
f. Para se sentir melhor	<input type="checkbox"/>
g. Para revelar acontecimentos importantes (familiares, sociais, etc.)	<input type="checkbox"/>
h. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

4. O que você escreve e com que frequência faz isso?						
	Diariamente	Alguma vez durante a semana	Alguma vez por mês	Alguma vez no trimestre	Alguma vez por ano	Nunca
a. Documentos de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Documentos acadêmicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mensagens de texto (telefone móvel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correio eletrônico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Conversas no chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Mensagens em redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Em um blog ou fóruns de discussão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Outros Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Qual é a principal razão para você não escrever ou não fazer isso com uma maior frequência? <i>Vem do VIII.1. b, c e d.</i>	
a. Não tem vontade	<input type="checkbox"/>
b. Não lhe interessa	<input type="checkbox"/>
c. Não tem motivação	<input type="checkbox"/>
d. Não tem ninguém para guiá-lo ou corrigi-lo	<input type="checkbox"/>
e. Não tem nada para dizer	<input type="checkbox"/>

6. Com quem você compartilha o que escreve?	
a. Com os seus pais	<input type="checkbox"/>
b. Com os seus irmãos	<input type="checkbox"/>
c. Com os seus filhos	<input type="checkbox"/>
d. Com outros familiares	<input type="checkbox"/>
e. Com os seus amigos	<input type="checkbox"/>
f. Não compartilha com ninguém	<input type="checkbox"/> <i>Passar para o 8</i>

7. Como compartilha?	
a. Impresso	<input type="checkbox"/>
b. Por correio eletrônico	<input type="checkbox"/>
c. Em fóruns da Internet	<input type="checkbox"/>
d. Nas redes sociais	<input type="checkbox"/>
e. Em oficinas literárias	<input type="checkbox"/>
f. Outros Quais? _____	<input type="checkbox"/>

8. Em que suporte você escreve com maior frequência?	
a. Em folhas soltas	<input type="checkbox"/>
b. Em um caderno particular para escrever	<input type="checkbox"/>
c. Em qualquer caderno	<input type="checkbox"/>
d. No seu computador de escritório	<input type="checkbox"/>
e. Em um notebook ou tablete	<input type="checkbox"/>
f. No seu telefone móvel	<input type="checkbox"/>
g. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>

IX. Comportamento leitor para pessoas entre 5 e 12 anos de idade

1. Você gosta que leiam para você?	
a. Sim	<input type="checkbox"/>
b. Não (<i>passar para o 3</i>)	<input type="checkbox"/>
c. Não sabe (<i>passar para o 3</i>)	<input type="checkbox"/>

2. Quem prefere que leia para você?	
a. Os seus avôs	<input type="checkbox"/>
b. O seu pai	<input type="checkbox"/>
c. A sua mãe	<input type="checkbox"/>
d. Outros familiares	<input type="checkbox"/>
e. O (a) professor(a)	<input type="checkbox"/>
f. O(a) bibliotecário(a)	<input type="checkbox"/>
g. Outro tipo de pessoa Qual? _____	<input type="checkbox"/>
h. Não sabe	<input type="checkbox"/>

3. Você gosta de ler?			
a. Sim	<input type="checkbox"/>	c. Não sabe ler	<input type="checkbox"/> <i>Terminar aqui</i>
b. Não	<input type="checkbox"/> <i>Passar para o 8</i>	d. Não sabe se gosta de ler	<input type="checkbox"/>

4. Com que frequência você lê por prazer ou por lazer?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguma vez durante a semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguma vez por mês	<input type="checkbox"/>
d. Alguma vez no trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguma vez por ano	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

5. ¿En qué medio lee?		
	Sim	Não
a. Em um suporte físico (impresso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Em suportes digitais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Onde você gosta de ler?	
a. Em casa	<input type="checkbox"/>
b. Na escola	<input type="checkbox"/>
c. Na biblioteca	<input type="checkbox"/>
d. Em outro lugar Qual? _____	<input type="checkbox"/>
e. Não sabe	<input type="checkbox"/>

7. O que você lê através da Internet?	
a. Material de estudo	<input type="checkbox"/>
b. Livros e revistas infantis	<input type="checkbox"/>
c. Correio, chat, redes sociais	<input type="checkbox"/>
d. Outro Qual? _____	<input type="checkbox"/>
e. Não lê através da Internet	<input type="checkbox"/>

8. Qual é a razão principal para você não gostar de ler? <i>Vem do l.b.</i>	
a. Porque parece difícil	<input type="checkbox"/>
b. Porque não tem o que ler	<input type="checkbox"/>
c. Porque não tem tempo	<input type="checkbox"/>
d. Porque é chato	<input type="checkbox"/>
e. Outra razão Qual? _____	<input type="checkbox"/>
f. Ninguém lê no domicílio	<input type="checkbox"/>
g. Não sabe a razão	<input type="checkbox"/>

Refêrencias bibliográficas

- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A., & Gómez Díaz, R. (2014). *Comparación de los hábitos y perfil del lector digital entre Estados Unidos y España*. Salamanca.
- Barbero, J, Lluch G. (2011). *Lectura, escritura y desarrollo en la sociedad de la información*. Bogotá, D. C.: CERLALC.
- Braga, G., & Ribeiro Pinheiro, L. V. (2009). *Desafios do impresso ao digital-Questões contemporâneas de informação e conhecimento*. Brasília: IBICT e UNESCO.
- CERLALC. (2012). *Comportamiento lector y hábitos de lectura*. Bogotá. CERLALC.
- CERLALC. (2011). *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*. Bogotá. CERLALC.
- CERLALC. (2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*. Bogotá, CERLALC.
- Chartier, R. (2005). *El presente del pasado. Escritura de la historia, historia de lo escrito*. México, D.F. Universidad Iberoamericana.
- Chartier, R. (2007). ¿La muerte del libro?. *Co-herencia*, 119-129.
- Chartier, R., & Cavallo, G. (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Fernández Gómez, M. J., Cordon García, J. A., Alonso Arévalo, J., & Gómez Díaz, R. (2014). *Prácticas de consumo electrónico: los lectores ante los nuevos soportes*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

- García Delgado, B., & Arias Rubio, G. (2014). Papel vs.digital:hábitos de lectura de los estudiantes de la UEM. *Caracteres. Estudios culturales y criticos de la esfera digital*.
- Gutiérrez, E. (2009). Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 144-163.
- Lahire, B. (2004). *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa
- Lluch, G. (2014). *Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Millan, J. A. (2008). Los modos de la lectura digital. En *La lectura en España, 2008. Leer para aprender* (págs. 299-311). Madrid.
- Ravettino Destefanis, A. (2013). *Los nuevos intermediarios culturales de la lectura. Cambios en la difusión de libros en la era digital*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Reig, D., & Vílchez, L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid.
- Reimers, F., & Jacobs, J. (2008). Leer,(comprender y aprender) y escribir para comunicarse. Desafíos y oportunidades para los sistemas educativo. En *La lectura en la sociedad de la información*. Madrid: Fundación Santillana.
- Rowell, J., & Burke, A. (2009). Reading by Design: Two Case Studies of Digital Reading Practice. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 53, 106-118.
- Trillos Pacheco, J. J. (2013). *La lectura hipermedial y su incidencia en la comprensión lectora en estudiantes universitarios*. Barranquilla: Universidad Autónoma del Caribe.
- West, M., & Chew, H. E. (2014). *Reading in the mobile era*. París: UNESCO.

O Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e o Caribe, CERLALC, é um organismo intergovernamental, sob os auspícios da UNESCO, que trabalha na criação de condições para o desenvolvimento de sociedades leitoras. Para isso, orienta as suas ações para o fomento da produção e circulação do livro, a promoção da leitura e a escrita, e o estímulo e proteção da criação intelectual.

São países-membros do CERLALC:

Argentina • Bolívia (Estado Plurinacional de) • Brasil • Chile • Colômbia • Costa Rica • Cuba • Equador • El Salvador • Espanha • Guatemala • Honduras • México • Nicarágua • Panamá • Paraguai • Peru • Portugal • República Dominicana • Uruguai • Venezuela (República Bolivariana de)

Este documento forma parte da ampla gama de esforços que o Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e o Caribe (CERLALC) realiza para gerar conhecimento, divulgar informação especializada e impulsionar processos de formação em todas as suas áreas missionais.

Metodologia para examinar e medir o comportamento leitor. O encontro com o digital foi publicada pela primeira vez no mês de março de 2015. Na sua composição, foi utilizada a fonte tipográfica Minion de Adobe Systems Inc.



Hoje em dia, as práticas de leitura e escrita são renovadas rápida e profundamente por causa de fenômenos do tipo convergente-digital. A coabitação de suportes, a desmaterialização do conteúdo e o sobre-equipamento tecnológico configuram um cenário que estimula um consumo dissimulado de conteúdos culturais e que propicia a fragmentação e a descontinuidade nas práticas de leitura. Este documento oferece uma proposta metodológica para o estudo do comportamento leitor e a exploração dos hábitos de leitura que supera a visão centrada no livro dos instrumentos tradicionais de medição. Procura valorizar a leitura em tempos fragmentados e evitar uma separação forçada entre suportes que deturpa a natureza de práticas nas quais costumam se integrar e competir linguagens, meios e suportes. Pretende também aprofundar a análise desse segmento populacional significativo (majoritário nos países ibero-americanos), que compreende os leitores frequentes e os não leitores. Além disso, esboça o caminho a ser seguido, quando se quer ampliar o nível de análise, através do entrelaçamento de indicadores de leitura com variáveis sociais, econômicas e demográficas.

Com o apoio do:



cooperación
española



9 789586 712026