

Tradução midiática do livro para o e-book¹

Ana Paula Vitorio da Costa²

Resumo

Estudos sobre a história dos meios de comunicação mostram que a intermedialidade é frequentemente responsável pelo desenvolvimento de novas mídias. Sendo os signos e combinações de signos o principal caráter definidor de uma mídia, neste artigo interessa-nos investigar de que maneira as relações estabelecidas entre as mídias que precedem o e-book contribuem para a construção de sua linguagem. Partimos da hipótese de se tratar de processos intermediáticos onde a tradução intersemiótica do livro impresso para o meio digital visa preservar as fronteiras midiáticas do livro mais que subvertê-las por meio das novas tecnologias. Para testar nossa inferência, analisamos o caso do eletrônico book *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, lançado no Brasil em janeiro de 2013. Nossa pesquisa consiste na análise dos principais signos mantidos e inaugurados no processo de transposição do clássico literário para o novo meio.

Palavras-chave

E-book; linguagem; livro eletrônico; intermedialidade; estudos interartes.

Introdução

Figurando dentre os principais objetos de estudos contemporâneos que investigam os processos comunicacionais, as tecnologias digitais são responsáveis por transformações hoje já consideradas indiscutíveis. As novas mídias (Manovich, 2005) tornam recorrente o aparecimento de termos como portabilidade, interatividade, multimídia, armazenamento e distribuição de informação, dentre outros, em estudos que objetivam a compreensão de mudanças de paradigmas que ocorrem desde o final do século XX. Neste contexto, o presente trabalho volta à atenção para o *eletronic book* (e-book) que se apresenta como mídia recém-nascida, resultado principalmente do desenvolvimento de tecnologias digitais e da internet.

¹ Artigo apresentado no Eixo 6 – Processos e Estéticas em Arte Digital - do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

² Universidade Federal de Juiz de Fora – Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Entre junho e novembro de 2012, mais de 1,4 milhão de livros eletrônicos foram vendidos no Brasil (Ibope, 2013). As editoras que integram o consórcio Distribuidora de Livros Digitais (DLD)³ comercializaram cerca de 150 mil livros eletrônicos apenas em março 2013 (Publishing Perspectives, 2013)⁴, um aumento de mais de 3000% em relação a média (4,7 mil) alcançada entre janeiro e setembro do ano anterior. Mais que um dado comercial, tais informações salientam a importância de estudos que visem contribuir para o entendimento da nova mídia que tem sido incorporada aos hábitos de armazenamento, difusão e troca de informação na contemporaneidade. O sistema cognitivo humano está sempre apto para as constantes autotransformações que ocorrem em função das tecnologias de expansão da mente disponíveis (Clark, 2003). O advento de uma mídia, como o e-book, tende a provocar alterações na concepção do homem acerca do tempo, do espaço, do que o cerca e de si mesmo, transformando a “arquitetura afetiva da mente humana” (CLARK, 2003, p. 04, tradução nossa).

Partimos do pressuposto do e-book enquanto mídia a partir da definição que a entende como algo que se aplica a “tudo o que é capaz de transmitir um signo ou combinações de signos para e entre seres humanos através de distâncias temporais e espaciais” (BOHN, MÜLLER e RUPPERT, 1988 apud CLÜVER, 2007, p. 2). A mídia define-se por sua linguagem e, no caso das novas mídias, essa linguagem constrói-se a partir da apropriação de linguagens de mídias predecessoras como ponto de partida para o desenvolvimento do que se tornará sua linguagem própria (Mendes, 2011).

Nossa hipótese é de que a nova mídia e-book desenvolve-se como proposta de tradução intersemiótica do livro impresso para o meio digital, num processo que poderá definir, mais tarde, a linguagem que o distinguirá. Apesar de a multimídia ser considerada uma das mais relevantes características das novas mídias (Clüver, Op. cit.), os principais e-books comercializados no Brasil são aqueles que mais se aproximam das características materiais do livro impresso, numa proposta que visa reproduzir a materialidade do livro tradicional em ambiente digital (sub-hipótese 1). Os principais signos usados para a produção de sentido no e-book são aqueles que oferecem ao usuário a possibilidade de estabelecer relação de similaridade entre a mídia em questão

³ Record, Sextante, Rocco, Planeta, LP&M e Novo Conceito são as editoras que integram o consórcio criado para negociar com as multinacionais atuam ou pretendem atuar no setor, no Brasil.

⁴ Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/levantamento-mostra-que-apple-lidera-venda-de-books-no-brasil-8211303>

e o livro impresso, um movimento de referenciamento que visa minimizar as distinções entre os meios (sub-hipótese 2). Em termos cognitivos, os hábitos dos leitores de livros impressos são ponto de partida para a criação de hábitos por parte dos usuários que consomem e-books, suportes como os e-readers oferecem ao “leitor” experiência semelhante à da leitura no livro impresso, numa espécie de “forjamento” da primeira mídia (sub-hipótese 3).

Para testar nossa hipótese analisaremos o título *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, listado na *Amazon.com* como dentre os mais vendidos pela livraria digital que representa cerca de 20% das comercializações de e-book no mercado brasileiro (O Globo, 2013). Quanto aos resultados, não fomentamos pretensões a conclusões gerais ou a fechamentos contundentes. Dada a fragilidade de uma pesquisa como esta, sobretudo levando em conta a dinamicidade do objeto analisado, pretendemos reunir dados que contribuam para a compreensão de um fenômeno, em vez de sua categorização como algo específico ou fechado.

Por se tratar de uma pesquisa que tem na linguagem seu principal objeto, entendemos o método semiótico (Iasbeck in Duarte e Barros, 2010) como um pertinente embasamento para a condução da pesquisa. Quanto à fundamentação teórica, nos valem da própria semiótica e dos estudos da intermedialidade tanto para justificar nossas hipóteses como para testá-las. As principais técnicas utilizadas neste trabalho são pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

E-book e intermedialidade

Como nasce uma nova mídia? O fenômeno pelo qual algo se torna mídia envolve complexos processos de institucionalização, genéticos, econômicos e socioculturais (Müller, 2012). No caso do livro, trata-se do resultado de pelo menos 6.000 anos de transformações, desde seus protótipos feitos em barro pelos sumérios para arquivar e difundir informação (Caldeira, 2002) até as versões impressas contemporâneas. O meio passou por uma série de mutações que ocorreram em níveis distintos que não se resumem a passagem do tempo.

Quanto ao livro eletrônico, o curto período que contamos desde seu surgimento e o veloz desenvolvimento das tecnologias digitais tornam prematuras as tentativas de identificar com desejada clareza tais processos de consolidação. Prova disso é que não

raro nos deparamos com opiniões divergentes que tentam, cada uma ao seu modo, compreender o livro eletrônico e prever seu futuro.

Quando falamos em mídia, tratamos de um construto teórico, uma abstração a qual não podemos acessar diretamente, tampouco em sua plenitude (Rajewsky, 2012). Isso a que temos acessos das mídias são as “configurações midiáticas”, sendo elas a única materialidade ao nosso alcance, “cujas características apontam para uma natureza midiática complexa, de múltiplas nuances e modalidades” (RAJEWSKY, 2012, pág. 56). Nosso objeto de estudo consiste, portanto, numa configuração midiática específica que, em função de sua relevância entre os usuários, nos permitirá avançar na compreensão da mídia e-book.

Já estabelecido como ferramenta importante para o armazenamento e difusão de informação em países como Estados Unidos e Inglaterra, o e-book tem seu início relacionado ao desenvolvimento do projeto Gutenberg⁵, considerado pioneiro na produção de livros eletrônicos. O “eTest # 1”, desenvolvido por Michael Hart (1947-2011) em 1971, fora idealizado como ponto de partida da iniciativa que visava criar versões digitais de clássicos da literatura tornando-os acessíveis, gratuitamente, a todo o mundo (Bottentuit Junior e Coutinho, 2007).

Estudos sobre a história dos meios apontam que o fenômeno hoje denominado intermedialidade é frequentemente responsável pelo surgimento de novos modelos (Clüver, Op. cit). As digitalizações realizadas no projeto Gutenberg podem ser consideradas tentativas de tradução midiática (Rajewsky, 2012) do livro impresso para o meio eletrônico. Porém, neste caso, não são priorizadas as tentativas de buscar pelos signos que melhor se adequem ao novo meio para a recriação das narrativas. Os mesmos códigos usados na construção da linguagem no impresso são replicados para o acesso em suportes digitais.

Na tradução midiática, tradução intersemiótica (Jakobson, 2007) ou adaptação (Cho, 2005), assume-se o desafio de buscar numa nova mídia a representação, a equivalência, dos signos próprios de uma primeira mídia onde o conteúdo original fora criado (Jakobson, Op. cit). São processos de reconstrução de configurações midiáticas a partir das potencialidades de um segundo suporte, o que exige o desnudamento da obra com a finalidade de alcançar, para traduzir, mais que os significados, as possibilidades

⁵ Disponível em < <http://www.gutenberg.org> >.

de significação. O que se busca representar são os aspectos subjacentes aos significados, que estão extremamente relacionados à materialidade e possibilidades de significação oferecidas pela mídia em que a configuração midiática fora criada.

Nesse sentido, o que ocorre na digitalização dos clássicos literários não é a tradução das obras para uma nova mídia. Trata-se de uma tentativa de tradução da mídia em si realizada de maneira alusiva. A referência midiática (Rajewski, Op. cit.) ocorre quando signos próprios de uma mídia são utilizados para forjar a composição da materialidade de outra. Trata-se de uma simulação, um “como se” (RAJEWSKY, 2012, p. 61).

Os primeiros suportes criados para a leitura de e-books (*e-readers*) começaram a ser desenvolvidos no final da década de 1970, nos Estados Unidos. Destacam-se, dentre eles, o *Sony DADOS Discman* e o *Rocket eBook*. Nos anos 1990, *B & N* e *Microsoft* se uniram para criar um dispositivo também destinado aos livros eletrônicos. Nessa mesma época, empresas como a *Voyager* distribuíam seus produtos (que recebiam o nome de “livro expandido”) em disquete e, pouco mais tarde, em CDs. “Além do texto, um livro expandido também continha áudio, animação, ligações de várias partes do conteúdo para áreas suplementares. Todo isso era disponibilizado em disco na era pré-internet” (THE DIGITAL READER, 2013⁶, tradução nossa). Os livros expandidos eram criados para serem acessados por meio do *Hypercard*, programa desenvolvido pela *Apple*, portanto exclusivo aos *devices* da marca (The Digital Reader, 2013). Apesar da combinação de mídias, nos livros expandidos o livro impresso consistia no principal modelo funcional para a idealização dos exemplares digitais (Pearson Higher Education⁷).

Os “livros expandidos” foram desenvolvidos com base na relação intracomposicional entre as mídias. Nesse tipo de intermedialidade (combinação midiática – Rajewski, Op. cit.), mídias diversas são envolvidas, com seus aspectos materiais, em diferentes níveis e formas de negociações, não apenas no processo de formação genética das configurações midiáticas, mas também na “significação e/ou estrutura de uma dada entidade semiótica” (WOLF 2005 apud RAJEWSKY, 2012, pág.

⁶ Disponível em <http://www.the-digital-reader.com/2013/07/04/what-ebooks-looked-like-20-years-ago-video/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+TheDigitalReader+%28The+Digital+Reader%29#.UesJBtLFVsn>.

⁷ Disponível em <http://www.prenhall.com/electronic_publishing/html/chapter9/09_6.html>.

59). Frequentemente responsável pelo desenvolvimento de novos modelos que propõem o rompimento de barreiras midiáticas, podendo vir a se consolidar posteriormente como novas mídias, a combinação midiática consiste em característica marcante nos casos plurimidiáticos (várias mídias dentro de uma mídia) e multimidiáticos (mídias diferentes dentro de um produto midiático individual), (Rajewsky, Op. cit; Clüver, Op. cit).

Material e Métodos

A primeira versão do clássico *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury (1920-2012) foi lançada em 1953, vendeu mais de 10 milhões de exemplares e foi traduzida para 33 idiomas. Em 1966, François Truffaut foi o responsável pela primeira transposição intersemiótica do livro para o cinema feita da obra que “apresenta um mundo em que o apetite por novos e mais rápidos meios de comunicação leva a um declínio da leitura, e os livros terminam por ser proibidos e queimados” (O GLOBO, 2011⁸). A versão analisada neste trabalho foi lançada no Brasil em 22 de janeiro de 2013 pela editora Globo, com 370 KB, comercializada pela *Amazon*⁹ com custo de R\$ 9,90.

Os critérios para a seleção do exemplar analisado foram baseados na relevância e popularidade dos títulos disponíveis pela livraria digital *Amazon*, eleita pela expressividade no mercado brasileiro e facilidade de acesso aos produtos. Para a coleta do objeto, escolhemos aleatoriamente a data de 20 de julho de 2013¹⁰, e verificamos que e-book *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, encontrava-se em primeiro lugar na lista dos 100 títulos mais vendidos por meio do site amazon.com.br. A obra mostrou-se, assim, capaz de preencher nosso principal critério que consiste em analisar uma produção relevante para o público brasileiro de livros eletrônicos.

O estudo do objeto partiu de observação semiestruturada que visa destacar, dentro de um conjunto, informações específicas e pertinentes à pesquisa. Optamos por direcionar a observação de *Fahrenheit 451* através dos elementos listados

⁸ Em <<http://oglobo.globo.com/cultura/ray-bradbury-enfim-decide-lancar-fahrenheit-451-em-book-3348083>>.

⁹ Presente no país desde dezembro de 2012, a empresa é responsável, hoje, por representar aproximadamente 20% dos exemplares em e-book comercializados em território nacional (O Globo, Op. cit). Os e-books vendidos pela livraria digital podem ser acessados em qualquer device onde esteja instalado o aplicativo Kindle, disponibilizado gratuitamente pela empresa.

¹⁰ Por se tratar de informação colhida na internet (amazon.com.br), onde a volatilidade das informações consiste em fator relevante, consideramos pertinente informar que a pesquisa inicial fora realizada as 23h55 horas da data citada acima.

em duas tabelas (apresentadas em Resultados) com a finalidade de levantar os principais signos e combinações de signos utilizados na configuração midiática em questão. As informações colhidas nos permitirão colocar à prova nossas hipóteses.

As tabelas para análise foram desenvolvidas com base na literatura estudada e na observação ao acaso¹¹ de exemplares de e-book disponíveis no Brasil nos últimos meses. A primeira contém signos naturais de mídias diversas que são frequentemente reunidos em conteúdos intermediáticos desenvolvidos em ambiente digital. A segunda representa uma compilação de critérios que nos permitirão a comparação do e-book especificamente com o livro impresso levantando as principais semelhanças e diferenças entre as mídias exploradas na configuração midiática *Fahrenheit 451*.

Resultados

Códigos	Ocorrência
Signo verbal	Em todo o conteúdo
Imagem ¹²	Apenas na capa
Recurso sonoro	Inexistente
Recurso audiovisual / Animação	Inexistente
Hiperlink	No sumário

Design e interação	Descrição
Arquitetura das informações	<ul style="list-style-type: none"> - Conteúdo disponível em 2786 páginas (posição); - Textos arquitetados em parágrafos; - Formatação padrão usada em documentos de texto;
Navegabilidade	<ul style="list-style-type: none"> - Progressão do conteúdo: da esquerda para a direita; - Sem relação de dualidade entre as posições; - Atalho para posições específicas;

¹¹ A observação exclui os objetos que serão analisados no capítulo seguinte.

¹² Fotografia, gráfico e desenho.

	<ul style="list-style-type: none"> - Sumário em forma de link: atalho para o início de cada capítulo; - Possibilidade de expansão na tela; - Progressão na leitura indicada por percentual; - Abertura do aplicativo na última posição lida.
Interatividade e Personalização	<ul style="list-style-type: none"> - Alteração de tamanho, cor (branco, sépia e preto) de fonte e palavra por linha; - Possibilidade de divisão do conteúdo em colunas; - Ferramenta de marcação; - Inserção de comentários; - Acesso aos trechos mais destacados por outros usuários.

Tradução, combinação e referencia midiática em *Fahrenheit 451*

As potencialidades de rompimento de fronteiras midiáticas a partir do advento das novas mídias podem tornar mais propícias as subversões de gêneros, formatos e até dos próprios meios (Clüver, Op. cit; Rajewsky, Op. cit), num constante e complexo movimento onde a intermedialidade consiste em fator fundamental na proposição de novas maneiras de comunicar. No entanto, o e-book *Fahrenheit 451* mostrou-se mais como uma maneira de reproduzir as limitações materiais e de significação do livro impresso que de subvertê-las.

A construção da linguagem em um novo suporte usa como banco de dados os elementos de linguagem presentes em mídias anteriores, num processo de *transcodificação* (Manovich, Op. cit.). As novas mídias “se proliferam através do reaproveitamento das mídias já existentes, provocando um desvio produtivo nas tradicionais mídias de massa” (SANTAELLA, 2003, pág. 29). Já na coleta do objeto, nos deparamos com um indicio de confirmação de nossa hipótese ao constatarmos que se tratava de uma tradução intersemiótica do livro para o ambiente digital. Durante a análise, foi possível verificar que a multimidialidade, apesar de presente na relação imagem (contida na capa) e texto verbal (predominante no conteúdo) e na própria relação entre livro impresso e mídias digitais, não fora explorada além disso, ao

contrário do que ocorria nos “livros expandidos”, por exemplo. Os principais signos utilizados na construção da narrativa são os mesmos presentes na versão original da obra, não havendo inserção de códigos que predominam na linguagem de meios como televisão, rádio, cinema etc. O sumário em forma de link e as possibilidades de interação e personalização, apesar de limitadas, conferem ao e-book alguns dos mais relevantes diferenciais em comparação ao livro impresso no que diz respeito às potencialidades comunicacionais sucedidas das tecnologias digitais. Mais que a tradução da configuração midiática, o que ocorre no e-book *Fahrenheit 451* é a tentativa de recriação da mídia livro em si.

Em nossa experiência colocando-nos na posição de usuário que acessa o conteúdo em e-book por meio do computador, recorremos a hábitos relacionados à leitura no livro impresso como forma de acesso à narrativa. Um exemplo foi o clique no teclado para a progressão nas posições que remete à virada das páginas no meio impresso. A leitura, apesar de ocorrer no ecrã, se assemelha à prática mediada pelo livro. Por meio do *e-reader Kindle* ou de um *tablet*, o acesso ao conteúdo torna-se ainda mais semelhante ao que ocorre no livro em função do *touch screen*.

Considerações finais

Através da análise dos resultados, confirmamos nossa hipótese de que no e-book a intermedialidade ocorre por meio da tradução do livro impresso para o ambiente eletrônico. Nos suportes digitais, os *eletronic books* tornam-se signo do livro impresso, mantendo, com este, relação indicial, icônica e simbólica.

Traduções midiáticas do impresso para o e-book, como a de *Fahrenheit 451*, priorizam a preservação das características do livro em vez de explorar as potencialidades do ambiente digital. Conteúdos e suportes são desenvolvidos de modo a reduzir as diferenças entre as duas mídias. A predominância do signo verbal e reprodução dos hábitos de leitura (disposição do conteúdo semelhante à de uma página impressa, como progressão da narrativa da esquerda para a direita e simulação da virada de página, por exemplo) evidenciam o quão importante torna-se a referência ao livro impresso no desenvolvimento de *eletronic books* e *e-readers*.

A multimídia (combinação de mídias) ocorre inevitavelmente por meio da cooperação entre livro impresso e meio digital, porém no título analisado não extrapola

o que já ocorre na mídia impressa por meio da cooperação entre imagem (capa) e texto verbal (títulos e conteúdo). Neste sentido, não podemos descartar a ideia do e-book como um desenvolvimento do meio livro como sugere Azevedo (2012). Diferente do que ocorria nos “livros expandidos”, o *Fahrenheit 451* mais se assemelha aos clássicos da literatura digitalizados no projeto Gutenberg do que às configurações midiáticas que propõem um rompimento mais radical das barreiras materiais das mídias tradicionais.

Referências bibliográficas

AMAZON. **Fahrenheit 451**. Disponível em <http://www.amazon.com.br/gp/product/B00B4BSNKS/ref=s9_simh_gw_p351_d9_i1?pf_rd_m=A1ZZFT5FULY4LN&pf_rd_s=center-2&pf_rd_r=0PET84CDZ31FRJH343J7&pf_rd_t=101&pf_rd_p=1565853762&pf_rd_i=5461252011>. Acesso em 20 de julho de 2013.

AZEVEDO, Luis M. D. **Ebook vs. livro tradicional como ferramenta educativa**. Lisboa: Instituto Superior de Educação e Ciência, 2012.

BRADBURY, Ray. **Fahrenheit 451**. São Paulo: Editora Globo, 2012.

BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista; COUTINHO, Clara P. **A Problemática dos E-Books: um contributo para o estado da arte**. Orlando: Memórias da 6ª Conferência Ibero-americana em Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI), vol. 2, Julho-106-111, 2007.

CALDEIRA, Cinderela. **Do papiro ao papel manufaturado**. São Paulo: USP. Disponível em <<http://www.usp.br/espacoaberto/arquivo/2002/espaco24out/vaipara.php?materia=0varia>>. Acesso em 10 de maio de 2013.

CHO, Sung-eun. **Intertextuality and Translation in Film Adaptation**. Journal of British&American Studies No 12 (2005): 88.

CLARK, Andy. **Natural-Born Cyborgs: Minds, Technologies, and the Future of Human Intelligence**. Nova York: Oxford University Press, 2003.

CLÜVER, Claus. **Intermedialidade**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método Semiótico. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA. Disponível em <<http://www.ibope.com/pt-br/Paginas/home.aspx>>. Acesso em 07 de julho de 2013.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Editora Cultrix, 2007.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. EUA: Mit Press, 2005.

MENDES, João Maria. **Introdução às Intermidialidades**. Portugal: Escola Superior de Teatro e Cinema, 2011.

MÜLLER, Jürgen E. Intermidialidade revisitada: algumas reflexões sobre os princípios básicos desse conceito. DINIZ, Thais F. N; VIEIRA, André S. **Intermidialidade e Estudos Interartes: desafios da arte contemporânea**. Belo Horizonte: Rona Editora, 2012.

O GLOBO. **Levantamento mostra que Apple lidera venda de e-books no Brasil**. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/levantamento-mostra-que-apple-lidera-venda-de-books-no-brasil-8211303>>. Acesso em 02 de maio de 2013.

_____. **Ray Bradbury enfim decide lançar 'Fahrenheit 451' em e-book**. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/ray-bradbury-enfim-decide-lancar-fahrenheit-451-em-book-3348083>>. Acesso em 09 de junho de 2013.

PEARSON HIGHER EDUCATION. **Voyager Expanded Books**. Disponível em <http://www.prenhall.com/electronic_publishing/html/chapter9/09_6.html>. Acesso em 03 de julho de 2013

PROJECT GUTENBERG. Disponível em <<http://www.gutenberg.org/>>. Acesso em 02 de julho de 2013.

PUBLISH PERSPECTIVE. Disponível em <<http://publishingperspectives.com/>>. Acesso em 30 de maio de 2013.

RAJEWSKY, Irina O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermidialidade. DINIZ, Thais F. N; VIEIRA, André S. **Intermidialidade e Estudos Interartes: desafios da arte contemporânea**. Belo Horizonte: Rona Editora, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

THE DIGITAL READER. **What eBooks Looked Like 20 Years Ago.** 2013.
Disponível em <http://www.the-digital-reader.com/2013/07/04/what-ebooks-looked-like-20-years-ago-video/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+TheDigitalReader+%28The+Digital+Reader%29#.Uelx7tLFVsm>. Acesso em 08 de julho de 2013.