

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN  
NÍVEL MESTRADO**

**INGRID SCHERDIEN**

**O LIVRO DIGITAL E AS NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA:  
Proposição de Diretrizes Projetuais sob a Perspectiva do Design Estratégico**

**VOLUME 1**

**PORTO ALEGRE**

**2014**

INGRID SCHERDIEN

O LIVRO DIGITAL E AS NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA:  
Proposição de Diretrizes Projetuais sob a Perspectiva do Design Estratégico

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para a obtenção do título de Mestre, pelo  
Programa de Pós-Graduação em Design da  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –  
UNISINOS

Área de concentração: Design Estratégico

Orientador: Dra. Ione Maria Ghislene Bentz

PORTO ALEGRE

2014

S326l Scherdien, Ingrid.

O livro digital e as novas práticas de leitura : proposição de diretrizes projetuais sob a perspectiva do design estratégico / Ingrid Scherdien. – 2014.

2 v. (167 f.) : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, 2014.

"Orientador: Dra. Ione Maria Ghislene Bentz".

1. Livros eletrônicos. 2. Leitura. 3. Inovações tecnológicas. 4. Desenho (Projetos). I. Título.

CDU 7.05

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Bibliotecário: Flávio Nunes – CRB 10/1298)

INGRID SCHERDIEN

O LIVRO DIGITAL E AS NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA:

Proposição de Diretrizes Projetuais sob a Perspectiva do Design Estratégico

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Área de concentração: Design Estratégico

Aprovado em 24/03/2014

BANCA EXAMINADORA

---

Dra. Berenice Santos Gonçalves – Universidade Federal de Santa Catarina

---

Dr. Carlo Franzato – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

---

Dr. Fábio Pezzi Parode – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

---

Dr. Gustavo Daudt Fischer – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

---

Dra. Ione Maria Ghislene Bentz (orientadora) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Ao meu irmão Edson,  
minha metade de amor e de sangue.

Serei mestre por ti,  
pois teu coração e tua alma  
sempre estiveram em mim.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos entrevistados da editora Companhia das Letras, a todos os participantes das minhas atividades de pesquisa, aos professores do Mestrado em Design da Unisinos, às minhas amigas Daniele, Débora, Marcia e Priscila, aos meus colegas do Grupo Sinos, à Daiane e suas orações, aos meus irmãos e à minha mamãe Lili.

À Ione, que queria um agradecimento pequenininho, estendo o maior 'muito obrigada' do mundo.

## RESUMO

Presencia-se, no contexto da sociedade em rede, a emergência do livro digital, viabilizado pelos avanços tecnológicos que transformaram a cultura material contemporânea. Embora seja uma nova mídia, possui seu alicerce firmado junto às origens da civilização humana, tendo sofrido transformações morfológicas, técnicas e simbólicas até se estruturar no texto das telas eletrônicas. Representante de uma das maiores mudanças do mercado editorial, o livro digital é capaz de promover novas práticas e novos significados de leitura. Essa relação do suporte eletrônico com as práticas de leitura no contexto das editoras mostrou-se como um foco de pesquisa promissor para a investigação no design, que sempre acompanhou as transformações do livro ao longo da história. Entende-se que a presença do livro digital cria novas relações entre leitores, editores e autores, e, assim, a demanda pela inovação exige do design uma abordagem estratégica. O objetivo deste trabalho é a definição de diretrizes projetuais de sistemas produto-serviço para o livro digital, visando o reposicionamento das editoras no mercado sob a perspectiva do design estratégico. Para chegar a tais resultados, este estudo investiga e classifica as práticas dos leitores em diferentes plataformas eletrônicas, utilizando-se da técnica de diários de leitura. Também investiga as estratégias para o livro digital vigentes no mercado, através de entrevistas com a editora Companhia das Letras. Ainda propõe a estruturação de cenários de inovação para o livro digital por meio de um workshop colaborativo. Os cenários projetados consideram um futuro predominantemente digital, no qual os livros promovem diferentes experiências de leitura. Com as análises das informações, os principais resultados compreendidos são expressos na forma de diretrizes de projeto, que apontam para uma maior simplificação e flexibilização das configurações de apresentação dos livros em múltiplas plataformas, para a mudança das narrativas com foco principal nos hiperlinks, para o acesso da tecnologia aos cinco sentidos humanos e para a transformação da leitura em uma atividade social e colaborativa.

**Palavras-Chave:** Livro Digital. Práticas de Leitura. Design Estratégico. Cenários de Inovação. Diretrizes de Projeto.

## ABSTRACT

It is observed, in the context of an on-line society, the incipience of the digital book, made possible by technological advances that shaped the contemporary material culture. Although this is considered a new media, it has its roots deep on the origins of the human civilization, going through technical, symbolic and morphologic changes until it was structured into text on electronic screens. A representative of one of the biggest changes in the editorial market, the digital book is capable of promoting new practices and new meanings to reading. The relation between the electronic devices with the reading practices in the context of publishing houses has shown itself a promising investigative research focus in design, which has always followed the transformations in books throughout history. It is understood that the presence of the digital book creates new relationships between readers, publishing houses, and authors, thus the demand for innovation requires a strategic approach from design. The goal of this research is the setting up of project guidelines for product-service systems to the digital book media, aiming at the repositioning of publishing companies in the market under the perspective of strategic design. To get to such results, this study investigates and classifies the reader's practices in different electronic platforms, using the reading diaries technique. This study also investigates the digital book strategies already used by publishing companies, through a couple of interviews with the publishing company *Companhia das Letras*. Finally, this study offers a glimpse of innovative scenarios for the digital book through a collaborative workshop. The projected scenarios analyze a predominantly digital future, in which books are going to promote different reading experiences. Through the analysis of the information, the main result were expressed in the structure of project guidelines, which point to simpler and more flexible sets of appearance of digital books in multiple platforms, changing from narratives with focus in hyperlink to one with access of technology to the five human senses and to the transformation of reading into a social and collaborative activity.

**Keywords:** Digital Book. Reading Practices. Strategic Design. Innovation Scenarios. Project Guidelines.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Versões do e-book <i>The Silent History</i> para iPad e iPhone .....	32
Figura 2 - Telas do e-book <i>The Silent History</i> .....	33
Figura 3 - Versões do e-book <i>Our Choice</i> para iPad e iPhone.....	35
Figura 4 - Telas do e-book <i>Our Choice</i> .....	35
Figura 5 - Telas do e-book <i>On The Road</i> .....	36
Figura 6 - Realidade aumentada no livro/videogame <i>Book of Spells</i> .....	36
Figura 7 - <i>Bridging Book</i> , uma combinação de impresso com digital .....	37
Figura 8 - Publicações do selo Breve Companhia.....	71
Figura 9 - Caixa morfológica.....	83
Figura 10 - Semiograma.....	84
Figura 11 - Tabela de valoração dos conceitos-chave .....	85
Figura 12 - Cruzamentos - seis concepções de cenários .....	86
Figura 13 - Cruzamentos - quatro concepções de cenários .....	86
Figura 14 - Brainstorming de geração de ideias do Grupo 1.....	88
Figura 15 - Caixa morfológica do Grupo 1 .....	89
Figura 16 - Semiograma elaborado pelo Grupo 1 .....	90
Figura 17 - Valoração dos conceitos-chave do Grupo 1 .....	90
Figura 18 - Cruzamento e determinação dos cenários pelo Grupo 1 .....	91
Figura 19 - Painéis de imagens dos cenários do Grupo 1 .....	92
Figura 20 - Brainstorming de geração de ideias do Grupo 2.....	94
Figura 21 - Caixa morfológica do Grupo 2 .....	95
Figura 22 - Semiograma elaborado pelo Grupo 2 .....	97
Figura 23 - Valoração dos conceitos-chave do Grupo 2 .....	98
Figura 24 - Cruzamento e determinação dos cenários pelo Grupo 2.....	98
Figura 25 - Painéis de imagens dos cenários do Grupo 2 .....	99

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise do diário de leitura 1 .....	56
Quadro 2 - Análise do diário de leitura 2 .....	57
Quadro 3 - Análise do diário de leitura 3 .....	58
Quadro 4 - Análise do diário de leitura 4 .....	59
Quadro 5 - Análise do diário de leitura 5 .....	60
Quadro 6 - Análise do diário de leitura 6 .....	61
Quadro 7 - Análise do diário de leitura 7 .....	62
Quadro 8 - Práticas de leitura digital.....	69
Quadro 9 - Análise da entrevista 1/Assistente de Negócios Digitais.....	72
Quadro 10 - Análise da entrevista 2/Coordenador de Novos Negócios.....	74
Quadro 11 - Análise da entrevista 3/Publisher .....	77

## SUMÁRIO

### VOLUME 1

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2 O LIVRO E AS PRÁTICAS DE LEITURA</b> .....	<b>16</b>
2.1 CONTEXTO CONTEMPORÂNEO: TECNOLOGIA E CONSUMO .....	16
2.2 <i>VOLUMEN</i> , <i>CODEX</i> E SUPORTE ELETRÔNICO: AS REVOLUÇÕES DO LIVRO ...	19
2.3 LEITURA E PERFIL DE LEITORES: AS TRANSFORMAÇÕES DAS PRÁTICAS ....	22
2.4 LIVROS DIGITAIS: NÚMEROS E TENDÊNCIAS DE MERCADO .....	27
2.5 LIVROS IMPRESSOS: CONSIDERAÇÕES SOBRE O FUTURO .....	37
<b>3 A METODOLOGIA DO DESIGN ESTRATÉGICO</b> .....	<b>40</b>
3.1 DA PERSPECTIVA DE DESIGN .....	40
3.2 DA PROCESSUALIDADE METODOLÓGICA .....	45
3.3 DA VISÃO DE FUTURO .....	48
<b>4 O DESDOBRAMENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>52</b>
4.1 DIÁRIOS DE LEITURA: A ANÁLISE DAS PRÁTICAS .....	54
4.2 ENTREVISTAS: A ABORDAGEM DA EDITORA COMPANHIA DAS LETRAS .....	70
4.3 WORKSHOP CENÁRIOS: AS VISÕES PARA O FUTURO DO LIVRO DIGITAL .....	80
<b>4.3.1 Etapas do Processo de Construção dos Cenários</b> .....	<b>81</b>
<b>4.3.2 Resultados do workshop</b> .....	<b>87</b>
4.3.2.1 Cenários Grupo 1 .....	87
4.3.2.2 Cenários Grupo 2 .....	94
<b>4.3.3 Trocas entre os Grupos</b> .....	<b>101</b>
4.3.3.1 Definições do Grupo 1 aos cenários do Grupo 2 .....	102
4.3.3.2 Definições do Grupo 2 aos cenários do Grupo 1 .....	102
<b>5 A PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES DE PROJETO</b> .....	<b>105</b>
5.1 O SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO DO LIVRO DIGITAL .....	105
<b>5.1.1 Simplificação Visual, Estudos Tipográficos e Navegação na Web</b> .....	<b>107</b>
<b>5.1.2 Múltiplas Plataformas e Flexibilidade de Configurações</b> .....	<b>108</b>
<b>5.1.3 Adequação dos Hipertextos e das Hiperlinks</b> .....	<b>109</b>
<b>5.1.4 Tecnologias de Hardware: Cinco Sentidos da Experiência</b> .....	<b>111</b>
<b>5.1.5 Obra Aberta: A Sociabilidade da Leitura</b> .....	<b>112</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>115</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>118</b>

## **VOLUME 2**

<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA .....</b>	<b>126</b>
<b>APÊNDICE B – COMPILAÇÃO DOS RESULTADOS DA EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA .....</b>	<b>128</b>
<b>APÊNDICE C – ENUNCIADO DE ORIENTAÇÃO PARA OS DIÁRIOS DE LEITURA .....</b>	<b>129</b>
<b>APÊNDICE D – ENTREVISTAS APLICADAS À EDITORA COMPANHIA DAS LETRAS .....</b>	<b>130</b>
<b>APÊNDICE E – TELAS DA APRESENTAÇÃO EXPLANADA NO WORKSHOP ...</b>	<b>138</b>
<b>APÊNDICE F – DEFINIÇÃO DOS PARTICIPANTES DO WORKSHOP .....</b>	<b>142</b>
<b>APÊNDICE G – ANÁLISE SOBRE O PROCESSO DE PROJETO DO WORKSHOP .....</b>	<b>143</b>
<b>APÊNDICE H – BIBLIOGRAFIA PESQUISADA, PORÉM NÃO CITADA.....</b>	<b>146</b>
<b>ANEXO A – RELATOS ESPONTÂNEOS SOBRE A LEITURA DIGITAL.....</b>	<b>149</b>
<b>ANEXO B – <i>O CÓDIGO DA VINCI</i> EM DIFERENTES CONFIGURAÇÕES NO IBOOKS .....</b>	<b>152</b>
<b>ANEXO C – REGISTROS DOS DIÁRIOS DE LEITURA .....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXO D – AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS COM A COMPANHIA DAS LETRAS/E-MAILS.....</b>	<b>166</b>
<b>ANEXO E – APRESENTAÇÃO DO MESMO TEXTO EM DISPOSITIVOS E CONFIGURAÇÕES DIFERENTES .....</b>	<b>167</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No contexto de uma cultura marcada por avanços tecnológicos que influenciam comportamentos sociais, a contemporaneidade presencia o desenvolvimento e a transformação de uma nova mídia. Trata-se do livro digital, viabilizado pela miniaturização dos componentes eletrônicos – tecnologias de hardware – e pelo avanço das linguagens de programação de computadores – potenciais dos softwares –, fatores que determinaram a transformação da cultura material em torno de um novo paradigma tecnológico. Embora seja uma nova mídia, faz-se necessário pontuar que o livro digital possui seu alicerce firmado junto às origens da civilização humana, ao se considerar o livro enquanto artefato: no longo caminho que se seguiu à invenção da escrita, ocorreram transformações morfológicas, técnicas e simbólicas no livro, até se estruturar no texto digital das telas eletrônicas.

Percebe-se que os diferentes suportes concedidos ao livro promoveram, ao longo do tempo, transformações nas práticas de leitura que se manifestaram na oralização e na visualização dos textos, na intimidade e no meio coletivo, na intensividade de poucos textos e na extensividade de múltiplos livros, sofrendo, por fim, a influência das tecnologias digitais. Dessa forma, pontua-se que muitas das transformações nas práticas de leitura estão relacionadas com algum tipo de mudança nos suportes do livro. Chartier (1994), por exemplo, relaciona a mudança do livro em rolo (*volumen*) para o livro com folhas sequenciais (*codex*) com a passagem da leitura predominantemente oralizada para a leitura visualizada. Nesse contexto, há a indicação de potentes transformações na leitura praticada por meio de dispositivos eletrônicos.

Sendo a leitura digital uma atividade recente, muitos comportamentos dos leitores ainda estão sendo formatados e continuamente transformados, na medida em que novos dispositivos eletrônicos, com tecnologias diferentes e diversificadas, entram no mercado e influenciam a formatação dos livros digitais concebidos pelas editoras. Em consequência dessas inovações, as práticas de leitura digital não são amplamente conhecidas, embora alguns pesquisadores, como Lupton (2006), afirmem que o perfil dos leitores digitais contemporâneos perpassa a inquietude e a distração. Compreende-se, porém, que para projetar novos livros digitais que atendam aos anseios dos leitores contemporâneos, é necessário entender como esse leitor interage com os livros nas plataformas eletrônicas. E esse entendimento deve ser adquirido, principalmente, pelos produtores de conteúdo, como as editoras dos livros.

A aparente relação do suporte eletrônico com as práticas de leitura no contexto das editoras mostrou-se, portanto, como um foco de pesquisa promissor para a investigação no design, que é hoje considerado como “[...] um recurso indispensável para o projeto, o desenvolvimento e o aprimoramento das estratégias empresariais e para o alcance da inovação.” (FRANZATO; CELASCHI, 2012, p. 2).

É possível afirmar que o design sempre acompanhou as transformações do livro ao longo da história, fato manifestado nas composições visuais das imagens, dos textos e dos formatos dos livros. De acordo com Fawcett-Tang (2007), o design do livro impresso tem-se tornado cada vez mais importante no processo editorial, graças à competição entre os editores e ao desenvolvimento de um público leitor visualmente educado, que, ao deparar-se com dois títulos de conteúdo semelhante e mesmo preço, escolherá o que for mais atraente ao olhar, que ofereça melhor leitura e que apresente a informação da maneira mais clara e compreensível.

Por outro lado, além de projetar uma interface do livro agradável à leitura, o design pode se manifestar através de uma abordagem inovadora de projeto que o coloca nos níveis estratégicos das organizações. Segundo Franzato (2010), essa concepção de design surgiu nos anos 1990, proveniente de estudos da comunidade científica italiana, atingindo rapidamente o panorama internacional. Para o autor, o design estratégico configura-se como uma abordagem de projeto transversal às especializações, como design de produtos, design gráfico ou design de serviços. Considera-se que o design estratégico constitui-se como uma perspectiva particular de projeto em relação aos seus processos e resultados, que elabora estratégias com o objetivo de orientar a ação projetual e, principalmente, a ação organizacional em direção à inovação.

O design estratégico pode estabelecer as orientações de como uma editora dará forma ao produto, ao serviço e à comunicação de novos livros digitais, por exemplo. Esse sistema completo, quando resultado do design estratégico, constitui um sistema produto-serviço que, de acordo com Meroni (2008a), é concebido em conjunto desde o início para chegar a uma determinada solução. Esse sistema abrangente responde a uma demanda por novas soluções de projeto, agregando valor e promovendo inovação nas editoras. Considerando as mudanças muito maiores do que a simples substituição do papel pela tela eletrônica, a emergência do livro digital cria novas relações de poder entre leitores, editoras e autores, e, assim, a demanda pela inovação exige do design uma atuação estratégica em direção ao avanço conceitual e comercial das editoras no mercado.

A abordagem do design estratégico também compreende particularidades acerca da atuação metodológica do processo de projeto, constituindo o metaprojeto. Trata-se de uma

plataforma de conhecimentos, incluindo pesquisas contextuais e não contextuais que servem de guia durante o processo projetual (DE MORAES, 2010), e também de um processo de reflexão contínua: “[...] a abordagem metaprojetual prevê a evolução de uma reflexão acerca do projeto em desenvolvimento, paralela e para além dele, que fundamente e justifique o projeto em si, em relação ao contexto que o originou e em relação ao cenário para o qual é destinado.” (FRANZATO; CELASCHI, 2012, p. 2). Segundo os autores, o metaprojeto é apropriado para o desenvolvimento de processos empresariais orientados para repensar radicalmente a atuação de uma organização e definir suas estratégias futuras tendo em vista a inovação. A abordagem também se consolida pela formatação e caracterização de cenários, nos quais serão inseridas as simulações dos sistemas de projeto de acordo com diversas hipóteses plausíveis. Para De Moraes (2010), identificar cenários existentes ou futuros e mapear um contexto possível para projetar é tão relevante quanto projetar o sistema em si.

De acordo com essas considerações, o design estratégico, como metodologia, fundamenta esta dissertação, e o desdobramento da pesquisa corresponde à execução metaprojetual. Orientando a investigação, o problema de pesquisa constituiu-se da seguinte forma: a partir da análise das práticas de leitura de indivíduos leitores e da estrutura vigente do mercado editorial, de que modo é possível repensar a formulação de projetos de livros digitais para que sejam mais inovadores? Relacionado ao problema, o objetivo geral foi conceber a definição de diretrizes projetuais de sistemas produto-serviço para o livro digital.

Alcançados ao final do estudo, os objetivos específicos pretendiam: investigar as práticas dos leitores mediante o livro digital em diferentes plataformas eletrônicas; investigar as estratégias para o livro digital propostas pelo mercado editorial brasileiro; propor a estruturação de cenários de inovação para o livro digital por meio de um workshop colaborativo; e, por fim, no contexto das informações trabalhadas, discutir a formulação de diretrizes de projetos de livros digitais.

Faz-se menção que a unidade de análise dessa dissertação não está restrita a um único livro digital, pois, de uma perspectiva mais ampla, a análise das práticas de leitura abarca a multiplicidade de dispositivos eletrônicos, softwares de leitura e formatações técnicas e editoriais dos livros digitais. A definição de análise de apenas um dispositivo ou tipo de livro digital faz-se importante em outros contextos no qual o foco recaia sobre o objeto livro digital, como, por exemplo, no estudo específico da ergonomia cognitiva de determinado software de leitura. No entanto, ao analisar as práticas de leitura dos sujeitos, dos indivíduos leitores, o foco de pesquisa recai sobre particularidades comportamentais mais amplas, estratégicas para as editoras.

Este trabalho define-se, portanto, como um estudo exploratório, empírico indutivo, de natureza qualitativa. Teve base na investigação teórica, recorrendo à pesquisa bibliográfica e documental em livros, artigos científicos, artigos de revistas, artigos de jornais e conteúdos da web, o que constitui predominantemente o primeiro e o segundo capítulos teóricos desta dissertação. O primeiro deles, intitulado *O livro e as práticas de leitura*, contextualiza os aspectos contemporâneos relativos à tecnologia e ao consumo, as transformações do livro e das práticas de leitura ao longo da história, a caracterização do mercado de livros digitais na atualidade e as considerações sobre o futuro do livro impresso. O segundo capítulo teórico, *A metodologia do design estratégico*, apresenta as bases conceituais do design estratégico manifestadas no sistema produto-serviço, no metaprojeto e na construção de cenários.

No capítulo *O desdobramento metodológico* apresentam-se as análises das informações coletadas. No contexto das práticas, leitores previamente escolhidos realizaram o registro de suas atividades em diários de leitura. Quanto ao contexto das estratégias editoriais, foram realizadas entrevistas com três colaboradores da editora brasileira Companhia das Letras, que tem iniciado a própria publicação de livros digitais. Por fim, quanto ao contexto das perspectivas de cenários de projeto, estabeleceu-se a execução de um workshop para propor cenários para o futuro do livro digital, com participantes que contribuíram com suas expertises particulares relacionadas ao tema da pesquisa.

As informações foram analisadas e discutidas com base na análise de discurso, e os contextos da coleta de informações, juntamente com os elementos teóricos, constituíram os insumos para a construção do capítulo *A proposição de diretrizes de projeto*. Esclarece-se que o resultado dessa pesquisa não chega ao desenvolvimento de um projeto de livro digital específico, justamente porque se acredita que as diretrizes determinadas poderão compor diversas formatações de livros digitais. Pontua-se, também, que a apresentação das diretrizes deu-se na forma de descrições textuais.

É necessário registrar que esta dissertação compreende dois volumes, estruturados conforme as possibilidades da norma ABNT (NBR) 14724. O Volume 1 é constituído pelos elementos textuais obrigatórios, os capítulos que foram contextualizados nos parágrafos acima. O Volume 2 contém os apêndices e anexos que complementam e fundamentam as argumentações do texto principal.

Por fim, considera-se pertinente pontuar que este estudo justifica-se pela emergência do livro digital no mercado brasileiro e pela apropriação dos dispositivos eletrônicos por parte dos leitores contemporâneos. No âmbito acadêmico, a pesquisa promove discussões sobre os aspectos sociais e culturais da contemporaneidade, estabelece relações de transformação entre



a tecnologia, o livro e a leitura e traz reflexões sobre o design estratégico enquanto potencializador da inovação nas perspectivas do posicionamento conceitual e do processo de projeto. No âmbito organizacional, traz resultados expressos nas descrições das diretrizes de projeto, que, ao serem aplicadas em determinado cenário e editora, podem promover transformações no mercado editorial.

## 2 O LIVRO E AS PRÁTICAS DE LEITURA

Nesta dissertação, considera-se o livro digital, também chamado de livro eletrônico ou e-book (electronic book), como o arquivo digital do conteúdo de um livro, podendo ter ou não uma versão impressa correspondente. Atualmente, encontram-se livros digitais em diversos formatos, principalmente em PDF<sup>1</sup>, ePub<sup>2</sup> e aplicativos<sup>3</sup> que podem ser executados em computadores, e-readers dedicados, tablets, smartphones, videogames e outros dispositivos eletrônicos. Dessa forma, não se excluiu das reflexões e análises nenhuma das diferentes apresentações do livro digital.

### 2.1 CONTEXTO CONTEMPORÂNEO: TECNOLOGIA E CONSUMO

Considera-se que o surgimento dos livros digitais acentuou a compreensão de que os comportamentos contemporâneos possuem relação intrínseca com o consumo e a tecnologia, ampliando a perspectiva do paradigma tecnológico para as práticas de leitura, manifestadas nas múltiplas telas eletrônicas que se tornaram suportes para a leitura digital. A determinação desse novo paradigma tecnológico, organizado em torno da tecnologia da informação, deu-se, de acordo com Castells (2011), no final do século XX, quando grandes avanços no desenvolvimento de materiais, fontes de energia e componentes eletrônicos transformaram a cultura material. Além disso, segundo o mesmo autor citado, as mudanças radicais derivadas da revolução tecnológica provocaram, de certo modo, uma sensação de desorientação nos indivíduos.

Sabe-se que os avanços tecnológicos não foram os únicos responsáveis por todas as transformações ocorridas na sociedade contemporânea. Entretanto, a penetração dos dispositivos eletrônicos nas atividades profissionais e também de lazer, muitos deles promovendo a leitura digital, influenciou de modo potente as expectativas de rapidez, desempenho e inovação dos indivíduos e dos processos. Lévy (2003) considera, inclusive, que as mudanças das técnicas, da economia e da cultura nunca foram tão rápidas e

---

<sup>1</sup> O PDF (Portable Document Format) é uma evolução do formato PostScript desenvolvido pela Adobe Systems Incorporated. Independe da plataforma na qual foi gerado e inclui todos os elementos vetoriais, imagens e fontes utilizados no documento, além de ser extremamente compacto (HORIE, 2009).

<sup>2</sup> O ePub é um formato padrão desenvolvido pelo International Digital Publishing Forum (IDPF), e dispõe de um sistema de proteção contra cópias indevidas – Digital Right Management (DRM). O arquivo é autoajustável a diversas plataformas, por isso prioriza o fluxo de conteúdo em detrimento de layouts mais complexos e detalhados (HORIE, 2009).

<sup>3</sup> Aplicativos são ligados a uma plataforma específica. Não têm limitação de layout e utilizam diversos padrões e linguagens, podendo explorar recursos audiovisuais e interativos (HORIE, 2009).

desestabilizantes. Acredita-se que a revolução tecnológica tornou muitas tarefas mais fáceis e rápidas de ser executadas, o que instigou nos indivíduos uma percepção mais acelerada do tempo.

Esse advento de uma temporalidade social inédita, marcada pela primazia do aqui e agora, é nomeado de hipermodernidade por Lipovetsky (2004), englobando, entre outros aspectos, a rápida expansão do consumo, o enfraquecimento das normas autoritárias e disciplinares, os surtos de individualização, a perda da fé no futuro revolucionário e o descontentamento com as paixões políticas e as militâncias. Essa modernidade elevada à potência superlativa fez a sociedade exibir-se sob o signo do excesso: há cada vez mais shopping centers, maiores e com mais ofertas de marcas, produtos e serviços. Celaschi e Deserti (2007) afirmam, inclusive, que a oferta dos bens industrialmente produzidos é muito superior à demanda. Percebe-se, também, que os esportes são mais radicais, os vícios mais compulsivos, os transtornos psicológicos mais frequentes. No mercado profissional, exige-se sempre mais rentabilidade, mais desempenho, mais flexibilidade, mais inovação.

Por outro lado, para Adorno e Horkheimer (1985), a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança, embora seja superlativa. Segundo os autores, os bens de consumo são praticamente todos iguais, com diferenças apenas ilusórias que perpetuam a ideia da concorrência e da liberdade de escolha. Acredita-se, porém, que a sociedade até pode aceitar objetos semelhantes para consumo, mas desde que sejam belos e sensoriais. De acordo com Baudrillard (1990), a sociedade contemporânea está esteticamente saturada, e todos os objetos estão pautados por um visual idealizado para atrair os indivíduos. Um livro impresso, por exemplo, apresenta uma capa visualmente bela, atrativa à compra, mas internamente é muito semelhante a todos os demais livros. Constatou-se, segundo pesquisa (SCHERDIEN, 2010), que os títulos mais vendidos das editoras brasileiras durante os anos de 2006 a 2010 possuíam uma aparência interna muito semelhante, com apenas algumas exceções entre os livros analisados.

Outro aspecto importante a ser abordado é a compreensão de que a evolução tecnológica também acentuou a globalização, além de potencializar a produção de itens semelhantes em larga escala industrial. Globalizados, os meios de comunicação e transporte aproximaram as relações entre os países. A economia, principalmente, movida pela importação e exportação, apresenta-se mundialmente integrada a ponto de permitir que crises localizadas em determinado continente balancem a estabilidade de países geograficamente distantes. A crise econômica e social ocorrida entre 2007 e 2008 nos Estados Unidos, por exemplo, assumiu um caráter global associada à confusão política na Europa, que também

demonstrou fragilidade com a moeda Euro. Nesse contexto, o sociólogo Touraine (2011) considera que as crises e a difusão dos novos modos de comunicação na era digital interferem no processo de transformação da cultura e de seus valores. De acordo com o autor, atualmente os jovens, principalmente, possuem um menor interesse pelo trabalho e um desejo resoluto de viver amplas experiências pessoais antes de participar de tarefas coletivas geralmente despersonalizadas. Percebe-se que esses mesmos jovens são os leitores que têm migrado para a digitalidade e manifestado suas expectativas por novas experiências de leitura.

Esse sistema global potencializado pelas tecnologias eletrônicas e pela Internet aponta que os processos contemporâneos estão cada vez mais organizados em torno de redes. Castells (2011) nomeia a sociedade contemporânea como a sociedade em rede, pois considera que as tecnologias digitais potencializaram de modo único as redes sociais e organizacionais, possibilitando sua expansão e reconfiguração. Vê-se que, globalizados e integrados em rede, os indivíduos fazem uso do consumo como uma das principais formas de diferenciação social, seja consumo de produtos, seja de conteúdos, como dos livros. Há, portanto, uma relação com as coisas que supera o ato de gastar dinheiro. Douglas e Isherwood (2006) consideram que o consumo possui importância tanto ideológica quanto prática no mundo, pois estrutura valores, constrói identidades e regula relações sociais. E, no contexto superlativo da oferta na sociedade em rede, se o avanço tecnológico proporciona a criação de novos dispositivos eletrônicos, esses artefatos passam de objetos de desejo para itens de necessidade e tornam-se parte essencial do dia a dia da sociedade contemporânea. As pessoas tornam-se dependentes das novas tecnologias a ponto de ser difícil imaginar um mundo em que produtos como telefone celular e computador deixem de existir.

Essa dependência dos dispositivos eletrônicos, muitos deles enquanto suportes para a leitura digital, propõe novas definições para a dimensão do corpo humano. Beiguelman (2011) considera que esses dispositivos transformaram os indivíduos em um híbrido de carne e conexão, assim como McLuhan (2007) os define como extensões vivas do próprio sistema nervoso central. Rodrigues (1999) também os visualiza como prolongamentos artificiais dos órgãos dos sentidos. Percebe-se que as interpretações desses autores tornam-se cada vez mais reais e menos metafóricas quando se analisa os suportes tecnológicos recentes. As telas touchscreen de computadores, tablets e smartphones possuem tanta sensibilidade ao toque humano que eliminam a intercessão de outros objetos. No iPhone, smartphone da marca Apple, por exemplo, não é necessário nem mesmo uma caneta magnética, tampouco botões: a tela do dispositivo e os dedos humanos executam todas as funções como se fossem extensões reais um do outro.

Pontua-se, também, que nos dispositivos móveis que se alinham com a mobilidade física dos indivíduos, como smartphones e tablets, a relação da tecnologia com o corpo humano tornou-se mais evidente do que em atividades exercidas nos computadores fixados nas estações de trabalho, desde “[...] a primeira década do terceiro milênio, marcada pela preponderância dos aparelhos de comunicação móvel, convertidos na principal interface cultural.” (BEIGUELMAN; LA FERLA, 2011, p. 10). Acredita-se que as tecnologias móveis espalharam-se rapidamente, porque se adaptam facilmente a diferentes utilizações e contextos, além de ampliarem a percepção de uma temporalidade única e inédita, por permitir uma conexão instantânea a qualquer momento. Antropoulos (2011) pontua que, nessas novas tecnologias de comunicação móvel, é possível encontrar uma forma de expressão e reafirmação na sociedade.

Destaca-se, também, a integração de várias funções em um só aparelho móvel. Até pouco tempo atrás, cada dispositivo eletrônico executava apenas um tipo de conteúdo, como walkmans e respectivas fitas K7. Por outro lado, smartphones, por exemplo, podem executar músicas, jogos e navegação na web, o que faz com que, na maioria das vezes, sejam menos utilizados em sua função primordial: fazer ligações telefônicas. Domingos e Hohlfeldt (2013) reforçam que as práticas do viver contemporâneo, além das práticas de leitura, têm convergido para os dispositivos eletrônicos: no mesmo suporte em que o indivíduo trabalha, paga contas e troca e-mails, ele pode encontrar o prazer da leitura de um livro.

## 2.2 *VOLUMEN, CODEX* E SUPORTE ELETRÔNICO: AS REVOLUÇÕES DO LIVRO

Considerando que a vida cotidiana é marcada pela presença de diferentes meios de comunicação, para Rodrigues (1999), o campo midiático é autônomo e capaz de pautar a sociedade, dotado de legitimidade para superintender à experiência de mediação, que faz emergir, nas fronteiras dos campos sociais instituídos, novas questões de natureza científica, política, econômica, religiosa e médica. Percebe-se que o livro, produto do campo midiático e do campo do design, também contempla essas questões problematizadas pela sociedade. Dessa forma, pode-se afirmar que o conteúdo dos livros exerce poder simbólico por meio de ideias que repousam implícitas. Teorizado por Bourdieu (1998), o poder simbólico é evidenciado no conteúdo dos livros e possibilita a compreensão do que dá sentido ao mundo social.

O romance policial publicado em 2003 pelo escritor Dan Brown, *The Da Vinci Code*, é um exemplo que evidencia o poder simbólico exercido pelo livro e sua capacidade de pautar a

sociedade. O título referido rapidamente tornou-se um best-seller mundial, causando enorme polêmica ao questionar a divindade de Jesus Cristo. Durante um longo período, o tema esteve em pauta nas discussões sociais, promovendo acalorados debates nas igrejas. Muitos leitores consideraram a ficção uma revelação, impulsionando não só lançamentos de inúmeros outros livros que objetivavam explicar o conteúdo ficcional como também o lançamento da versão cinematográfica em 2006. Verifica-se, com esse exemplo, que as discussões que o livro é capaz de promover são muito abrangentes, assim como sua capacidade de abalar até mesmo as crenças dos indivíduos.

Além de pautar discussões na sociedade, o livro “[...] registra o conhecimento, as ideias e as crenças dos povos.” (HASLAM, 2007, p. 6). De modo geral, os livros também são representativos no âmbito das políticas governamentais, fazendo parte de processos educacionais que objetivam um crescimento tanto intelectual dos países quanto de um mercado financeiro que emprega muitas pessoas na cadeia produtiva editorial. No Brasil, a Lei do Livro, instituída no dia 30 de outubro de 2003, considera, no Artigo 1º, que: “O livro é o meio principal e insubstituível da difusão da cultura e transmissão do conhecimento, do fomento à pesquisa social e científica, da conservação do patrimônio nacional, da transformação e aperfeiçoamento social e da melhoria da qualidade de vida.” (BRASIL, 2003).

A função de aculturação do livro é reafirmada constantemente, embora, enquanto artefato, não se tenha apresentado sempre da mesma forma, compondo revoluções que o fizeram se apresentar, principalmente, na forma do *volumen*, do *codex* e, mais recentemente, do suporte eletrônico. Interpreta-se a história do livro como uma história de revoluções, seja de sua própria estrutura física, de seu formato, seja de seus modos de reprodução, de seus usos ou de sua relevância enquanto meio de comunicação. Até chegar à concepção do livro digital, o livro passou por inúmeras transformações que se julga oportuno referir.

Em relação aos materiais que compuseram o livro, Labarre (1981) aponta a madeira como primeiro suporte, utilizada desde 4000 a.C. Argila, tecidos, ossos e carapaças de animais, folhas secas, cerâmicas e metais diversos também foram utilizados, além do papiro e do pergaminho, principais suportes do livro antigo.

Outra transformação do livro foi relativa ao seu formato: a mudança do *volumen* (livro em rolo) pelo *codex* (folhas sequenciais) transformou a experiência de leitura, fazendo da página a unidade de percepção (DARTON, 2010). De acordo com Araújo (2008), mesmo com uma mudança tão brusca, o livro em *codex* proliferou-se rapidamente: no século II achava-se

representado na literatura pagã do Egito com apenas 2,31% de exemplares, enquanto que no século IV a proporção ascendeu para 73,95%.

Em relação às formas de reprodução técnica, as transformações na tipografia e nas imagens ocorreram desde os manuscritos medievais, caligrafados e ilustrados pelos monges copistas. Já em 1455, foi impresso o primeiro livro europeu utilizando os tipos móveis desenvolvidos por Johannes Gutenberg, provocando a transformação do *codex* pela invenção da imprensa, o que, segundo Darton (2010), propagou o livro e aumentou o público de leitores. A influência e efeitos do livro impresso deram a Gutenberg o título de indivíduo mais significativo do último milênio: “O tipo móvel que inventou possibilitou a produção dos livros impressos e criou a primeira forma de mídia de massa.” (HASLAM, 2007, p. 12).

Considerando as informações contextualizadas, Darton (2010) acrescenta a criação da Internet, no final dos anos 1960, como a evolução tecnológica mais relevante após a invenção dos tipos móveis, e ainda pontua a cronologia entre essas transformações: da escrita ao *codex* foram 4300 anos; do *codex* aos tipos móveis, 1150 anos; dos tipos móveis à Internet, 524 anos. Considerando as mudanças apontadas e analisando os dados históricos, percebe-se que elas confirmam o senso comum sobre a velocidade das mudanças ser cada vez maior.

Acredita-se que todas essas mudanças do livro foram muito impactantes. Entretanto, considera-se que não foram maiores do que as transformações que ocorrem atualmente em virtude da digitalidade. Pode-se afirmar que a forma física que o texto adquire em um pergaminho da Antiguidade é essencialmente a mesma de uma folha de papel impressa ontem: tinta sobre superfície maleável. Em contrapartida, Furtado (2002) aponta o livro digital como o representante de uma mudança muito maior do que todas as mudanças que ocorreram no livro do passado, contemplando, ao mesmo tempo, a transformação do suporte, do formato e das formas de reprodução.

Ainda assim, durante mais de três décadas, os livros digitais foram basicamente textos acadêmicos, manuais técnicos e obras literárias de domínio público. De acordo com o site Projeto Gutenberg (2013), o americano Michael Stern Hart foi o criador do primeiro e-book: em 1971, Hart digitou a declaração de independência dos Estados Unidos em um computador da Universidade de Illinois, motivando o início do Projeto Gutenberg, que possui o objetivo de conter o maior número possível de livros digitalizados para compartilhamento. O projeto é considerado a primeira e mais antiga biblioteca digital, contando atualmente com mais de 35 mil títulos para download, todos de domínio público.

Se até 2007 a leitura digital concentrava-se basicamente nas telas dos computadores, atualmente há uma grande profusão de dispositivos eletrônicos que permitem a leitura digital.

É possível, porém, observar dois destaques: os e-readers dedicados como o Kindle, que possuem tecnologia de tinta eletrônica (e-ink) e os tablets, que executam diversas funções. De acordo com Chartier (1998), a inscrição do texto em uma tela cria uma estruturação que não é de modo algum a mesma com a qual se defrontava o leitor do *volumen* ou o leitor moderno do livro impresso, onde o texto é organizado a partir de sua estrutura em cadernos, folhas e páginas. O fluxo sequencial do texto na tela, o fato de que suas fronteiras não são tão visíveis, a possibilidade que o leitor tem de cruzar e reunir os textos, tudo isso indica que a revolução do livro digital é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito, assim como nas maneiras de ler.

Assim, segundo as definições de Manovich (2001), considera-se o livro digital como uma nova mídia, que possui impacto cultural, mas que utiliza a lógica computacional para distribuição e exposição. O referido autor pontua algumas características das novas mídias, como a conversão para o formato digital, a não degradação do conteúdo ao longo de sucessivas cópias e o processo de interação desempenhado nos dispositivos eletrônicos através de interfaces nas quais o usuário consegue manipular as informações exibidas na tela. Manovich (2001) ainda questiona, ao investigar as novas mídias, como a revolução possibilitada pela tecnologia do computador implicaria na emergência de novas formas de cultura. No que diz respeito ao livro digital, pode-se afirmar que as novas possibilidades de interação que os dispositivos eletrônicos proporcionam sejam justamente as responsáveis pela emergência de novos significados e práticas de leitura.

### 2.3 LEITURA E PERFIL DE LEITORES: AS TRANSFORMAÇÕES DAS PRÁTICAS

A leitura é uma atividade exercida pelos sujeitos e condicionada indiretamente por aspectos da realidade social, sendo uma atividade de decifração e tradução de signos (MANGUEL, 1997). Segundo Bresson (1996), a escrita e a leitura não são objetos de um procedimento espontâneo de aquisição, mas práticas sociais instituídas nas quais se requer o ensino. A leitura também pode ser entendida como atividade de aculturação ou de prazer do homem alfabetizado, que, de acordo com Petrucci (1999), tem um porvir assegurado: enquanto existir a atividade de produção de textos através da escrita, não poderá faltar a atividade correspondente de lê-los.

Entretanto, a leitura não se restringe somente à decifração de letras. Santaella (2004) afirma que a leitura incorpora as relações entre palavra e imagem, desenho e tamanho de tipos gráficos, texto e diagramação. A autora pontua que, com o surgimento dos grandes centros



urbanos e com a explosão da publicidade, o texto escrito juntou-se à imagem e compôs novas interfaces de leitura, como embalagens, cartazes e sinais de trânsito, promovendo um grande número de situações em que o sujeito nem se dá conta do ato de ler. Petrucci (1999) traz ainda à reflexão, a influência de outros instrumentos de aculturação, como a televisão. Para o autor, o controle remoto do aparelho permitiu ao telespectador a possibilidade de mudar instantaneamente de um canal ao outro, em uma sucessão aleatória de imagens e informações desordenadas, formando um indivíduo acostumado a ler mensagens em movimento, produzidas por processos eletrônicos através de instrumentos sofisticados.

Considera-se que o leitor do texto impresso apropriou-se dessa multiplicidade visual de leitura, tornando mais fácil o caminho em direção à leitura nas telas eletrônicas. E foi a partir do uso dos dispositivos eletrônicos como suportes de leitura que se tornou mais evidente a relação do suporte com o conteúdo. Cada meio comporta o conteúdo de determinada forma, e a maneira como os leitores agem sobre os suportes durante a prática de leitura indica a produção de significados distintos. Se o olhar do leitor sobre o suporte de leitura no formato *codex* vinha associado aos significados de status, prazer e sabedoria, o olhar sobre um smartphone enquanto suporte de leitura pode vir totalmente dessacralizado, sem apego ao livro enquanto objeto. Hérbrard (1996) afirma que o trabalho de leitura sempre foi um processo de produção de sentido no qual o texto participa mais como um conjunto de obrigações a serem levadas parcialmente em consideração do que como mensagem estrita.

Percebe-se que a leitura não compõe exclusivamente o sentido que lhe atribuiu seu autor, mas forma o sentido em conjunto com o tipo de suporte, com o ambiente e momento de leitura e, obviamente, com a percepção do leitor. Goulemot (1996) reforça que até mesmo a posição do corpo do leitor para com o livro, no momento da leitura, influencia na produção de sentidos. Nesse contexto, Petrucci (1999) exemplifica a ação dos jovens leitores, que geralmente apresentam uma disposição do corpo livre e individual, lendo deitados no chão, apoiados na parede, com os pés apoiados sobre a mesa. O livro físico é amassado, dobrado, forçado, carregado junto ao corpo e dele se toma posse através do uso, uma relação típica não tanto de leitura, mas notadamente de consumo.

Vê-se, portanto, que os atos de leitura dão ao texto significações plurais e móveis, e as maneiras de ler sofrem influência do modo como o texto é apresentado fisicamente. Considerando essa relação do suporte com o conteúdo, alinha-se à visão teórica na qual a leitura é uma prática criadora e polissêmica, defendida por Chartier (1994). Para o historiador, não existe nenhum texto fora de seu suporte, nem compreensão do texto que não dependa das formas através das quais ele chega ao leitor. Farbiarz e Farbiarz (2010b) ainda reforçam que

os meios digitais revelaram a permeabilidade do suporte em relação ao conteúdo e, por relação inversa, a dependência do sentido em relação ao suporte.

Considera-se que as transformações exercidas nos suportes, além de promover diferentes sentidos à leitura, também podem modificar as práticas da atividade. Há algumas transformações históricas nas práticas de leitura que são oportunas de serem mencionadas, pois auxiliam na compreensão da evolução dos comportamentos de leitura contemporâneos. Chartier (1994) pontua que a primeira mutação relevante nas práticas de leitura incide sobre a mudança de uma prática de leitura necessariamente oralizada a uma leitura silenciosa e visual. O historiador reforça que a prática da leitura em voz alta na Antiguidade não se dava a uma falta de domínio da leitura apenas com os olhos, mas a uma convenção cultural que associava fortemente o texto, a voz, a leitura, a declamação e a escuta.

Essa revolução diz respeito à longa Idade Média, quando a leitura silenciosa, antes restrita aos *scriptoria* monásticos, entre os séculos VII e IX, ganha o mundo das escolas e das universidades no século XII, e dois séculos mais tarde, as aristocracias leigas. Sua condição é a introdução da separação entre as palavras, feita por escribas irlandeses e anglo-saxões da alta Idade Média, e seus efeitos são consideráveis, criando a oportunidade de se ler mais rápido, logo, de se lerem mais textos, bem como de se lerem textos mais complexos. (CHARTIER, 1994, p. 98, grifo do autor).

O historiador também relaciona a passagem da leitura oralizada para a leitura visualizada com a substituição do *volumen* pelo *codex* nos primeiros séculos da era cristã. Para ser desenrolado e lido, um rolo tinha que ser segurado com as duas mãos, logo, era impossível escrever ao mesmo tempo em que se lia, por isso a importância do ditado em voz alta. Na leitura silenciosa, o leitor adquire liberdade, pois o livro em cadernos, que não exige mais a total mobilização do corpo, pode ser deixado sobre uma mesa enquanto o leitor escreve ao mesmo tempo em que lê.

Ainda outra transformação nas práticas é concernente ao estilo de leitura. Na segunda metade do século XVIII, à leitura intensiva sucedeu-se outra, qualificada de extensiva (CHARTIER, 1994). O autor descreve que o leitor intensivo é aquele que possui um corpus limitado e fechado de textos, lidos e relidos, memorizados e recitados, ouvidos e reconhecidos de cor, transmitidos de geração em geração. Os textos religiosos e a Bíblia, em países protestantes, são os privilegiados dessa leitura, já que também não existiam tantos títulos disponíveis para serem lidos. Já o leitor extensivo consome impressos numerosos e diversos, os lê com avidez e velocidade e exerce uma atividade crítica. Tem a seu dispor inúmeros títulos de livros, produzidos em larga escala pela impressão em tipos móveis.

A última transformação das práticas de leitura que merece destaque refere-se à ação executada na intimidade ou coletividade. A leitura no século XVIII, para Chartier (1998), era reforçada pelo sentido de intimidade, suportada pelo próprio mobiliário do referido século: a poltrona, dotada de braços e guarnecida de almofadas, as espreguiçadeiras e outros assentos que convidavam o leitor a se entregar ao prazer do livro. É possível afirmar que, ainda hoje, destina-se à leitura um momento individualizado. Talvez a leitura nem sempre seja exercida no conforto da sala, mas mesmo que o livro seja lido em um transporte coletivo, a relação do leitor com o texto é individual e silenciosa. Todavia, Goulemot (1996) afirma que, de fato, a leitura visualizada não foi sempre um ato de foro íntimo e privado. A autora argumenta que, nos meios urbanos do século XVIII, existia todo um conjunto de relações com os textos que passavam pelas leituras coletivas, sendo o texto decifrado por uns e por outros. Também ainda hoje se lê coletivamente em grupos de estudo e leitura, o que só reforça a percepção de que, embora algumas práticas de leitura tenham sido predominantes em determinados períodos, nunca foram únicas. Nos múltiplos e híper processos da contemporaneidade e da sociedade em rede, tornam-se ainda mais evidentes as múltiplas práticas de leitura que são exercidas, assim como os múltiplos suportes de leitura disponíveis entre o impresso e o digital.

No que diz respeito às práticas de leitura digital, ainda não há estudos que classifiquem e nomeiem todas essas transformações. De acordo com Beiguelman (2003), a história mostra que as novas formas de ler não sucedem imediatamente após a mudança dos suportes. Ainda que as revoluções nas práticas sejam mais lentas do que as revoluções tecnológicas, supõe-se que as transformações que se processam no livro digital não ocorreram com a mesma intensidade em outros períodos históricos.

Abre-se possibilidades novas e imensas, a representação eletrônica dos textos modifica totalmente a sua condição: ela substitui a materialidade do livro pela imaterialidade de textos sem lugar específico: às relações de contiguidade estabelecidas no objeto impresso ela opõe a livre composição de fragmentos indefinidamente manipuláveis; à captura imediata da totalidade da obra, tornada visível pelo objeto que a contém, ela faz suceder a navegação de longo curso entre arquipélagos textuais sem margens nem limites. Essas mutações comandam, inevitavelmente, novas maneiras de ler, novas relações com a escrita, novas técnicas intelectuais. (CHARTIER, 1994, p. 101).

No texto eletrônico, o leitor pode copiar, deslocar e desmembrar os textos; pode marcar, anotar e criar links entre as informações; pode se tornar um coautor na medida em que constitui um novo texto a partir de fragmentos recortados e reunidos; além de exercer inúmeras outras ações dependendo das configurações do dispositivo eletrônico. Essas possibilidades indicam potentes transformações nas práticas de leitura, que pretendem ser

investigadas nesta dissertação. Por outro lado, observaram-se algumas ações de leitura em e-books visualmente muito semelhantes aos livros impressos, o que pode apontar uma tentativa de conformação das práticas de leitura já configuradas com o meio impresso.

A humanidade acumulou experiências que foram sendo transferidas de uma geração à outra. Na origem da experiência, encontra-se o sistema de expectativas, que, segundo Rodrigues (1999), se constitui como um sistema simbólico que regula a vida do indivíduo de acordo com aquilo que ele foi habituado a esperar do comportamento dos outros, dos objetos ou da natureza. Nesse contexto, pode-se afirmar que as práticas de leitura já configuradas representam o *habitus* dos leitores. *Habitus*, segundo Bordieu (1998), é um conhecimento adquirido e também um haver; é adquirido pelas experiências vividas. No caso do livro impresso, cada indivíduo, desde que aprendeu a ler, entendeu que o que se espera de um livro é que o texto contido nas páginas tenha uma sequência que facilite o entendimento, com início, meio e fim. O formato retangular, o suporte de papel e as páginas virando no sentido horizontal também são características que se esperam no livro impresso. Esse *habitus* do leitor tradicional pode impedi-lo de ferir seus padrões e produzir novas experiências de leitura com o livro digital. O que se pode afirmar é que se o leitor permanecer preso às suas práticas já formatadas, a maioria dos processos e resultados do livro digital não se modificarão significativamente no futuro.

Ainda que não haja a nomeação das práticas de leitura digital, já existem estudos que caracterizam alguns comportamentos dos leitores digitais e classificam seus perfis. Santaella (2004) apresenta um estudo que resulta na definição de três tipos de leitores com modelos cognitivos que lhes são próprios. O primeiro é o leitor contemplativo/meditativo, leitor do livro impresso e da imagem fixa expositiva da era pré-industrial. Esse tipo de leitor surge no Renascimento e perdura até meados do século XIX. O segundo é o leitor movente/fragmentado, filho da Revolução Industrial e do aparecimento dos grandes centros urbanos. Esse leitor nasce com a explosão do jornal e com o universo reprodutivo da fotografia e do cinema. O terceiro tipo é o leitor imersivo/virtual, que tem diante de si a tela sobre a qual o texto eletrônico é lido. É um leitor que está sempre em estado de prontidão para exercer a leitura, seguindo um roteiro multilinear que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentos, músicas e vídeos. Embora haja uma sequencialidade histórica, a autora afirma que o aparecimento de um tipo de leitor não leva, necessariamente, ao desaparecimento de outro tipo, podendo existir uma convivência e uma reciprocidade entre os três tipos de leitores.

O que importa a esta dissertação é a compreensão do leitor imersivo/virtual, pontuado pela autora acima citada. Mineiro, Bemfica e Cardoso (2012) também apresentam uma tipologia própria desse tipo de leitor, nomeado por eles apenas como leitor virtual. Os autores afirmam que esse leitor não se impregna de apenas um texto, como um leitor intensivo, tampouco dispõe de tempo para uma leitura extensiva. Sua leitura é feita nos intervalos entre uma atividade com a qual está envolvido e outra para a qual é atraído. Os dispositivos móveis são, para os leitores virtuais, instrumento de trabalho, meio de comunicação e recurso de informação.

Outras características dos leitores contemporâneos são apontadas isoladamente por alguns autores. Segundo Lévy (2003), o leitor em tela é mais ativo que o leitor em papel porque ler em tela é, antes mesmo de interpretar, enviar um comando a um dispositivo eletrônico para que projete esta ou aquela realização parcial do texto sobre uma pequena superfície luminosa. Farbiarz, A. (2008) pontua a ação dos leitores que iniciam sua leitura pelas páginas finais ou avançam aos saltos por entre a trama de um livro digital, retornando quando necessário para resgatar algum elo perdido. Já Lupton (2006) considera ser uma questão cultural o fato de esse leitor não ser contemplativo, mas sim inquieto, distraído, em busca de diferentes caminhos que podem desviá-lo de uma leitura linear.

De acordo com essas considerações, compreende-se, nesta dissertação, o perfil de leitor contemporâneo que utiliza os dispositivos eletrônicos como suportes de leitura, nomeado como leitor digital, mantendo a relação com os termos livro digital e leitura digital, já adotados no decorrer deste trabalho. Considera-se que esse leitor digital é nervoso e saltitante quanto às demandas e atividades da vida cotidiana contemporânea. Imagina-se que o leitor digital está sempre de prontidão, lê entre uma atividade e outra, é ativo, distraído e consome muitos textos. Em síntese, apresenta o somatório das definições de leitores dos autores referidos.

#### 2.4 LIVROS DIGITAIS: NÚMEROS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

A visualização das características do mercado de livros digitais dá-se através da apresentação de alguns números de pesquisa. Em 2012, o Instituto Pró-Livro lançou a terceira edição da pesquisa *Retratos da leitura no Brasil* (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2012), que entrevistou 5012 pessoas entre 11 de junho e 3 de julho de 2011, cujos resultados mais significativos indicam que: proporcionalmente, 82% da população brasileira nunca leu um livro digital e 45% nem ao menos ouviu falar a respeito; entretanto, dos 18% que já tiveram

contato com os livros digitais, sendo 17% que leram no computador e 1% no celular, 54% disseram ter gostado muito da experiência e 40% gostaram um pouco; o número de usuários de livros digitais no Brasil, ou seja, pessoas que já leram pelo menos um e-book, equivale a 9,5 milhões de pessoas, ou 5% da população total do país; quanto ao perfil do leitor digital, 51% dos leitores têm entre 5 e 24 anos, 53% pertencem à classe A/B e 43% cursaram ensino superior. Percebe-se, em um primeiro momento, que os números apresentados parecem pouco favoráveis ao mercado de livros digitais no Brasil, mas é preciso pontuar a grande população brasileira e a desigualdade social que dificultam o acesso a produtos eletrônicos. No entanto, considerando as mudanças sociais em curso e a ascensão das classes mais baixas, é bastante provável que esses números mudem rapidamente, devido ao maior acesso da população à Internet e aos dispositivos eletrônicos móveis. A presença de novos canais de vendas de livros digitais no Brasil, que vêm aumentando a cada ano, também pode mudar esse quadro.

Em relação aos suportes eletrônicos de leitura, pode-se dizer que o Kindle foi responsável por colocar efetivamente o livro dentro da revolução da informação. De acordo com dados da agência Bowker, empresa americana especializada em dados bibliográficos, Melo e Tavares (2013) afirmam que o aparelho agradou tanto ao público, que, no final do primeiro semestre de 2012, 55% dos compradores de e-books nos Estados Unidos fizeram suas leituras em um aparelho Kindle. Outros aparelhos também tiveram seu destaque, como o tablet iPad, da Apple, que teve uma participação de 15% na preferência para leitura, e o Nook, da Barnes & Noble, com 14% de preferência. O uso de computadores para a leitura caiu, passando de 10% dos leitores em junho de 2011 para 6% em junho de 2012.

Os números do mercado dão indicativos de que o futuro dos livros digitais está nos dispositivos móveis. Stevens (2013) traz ainda outro estudo que aponta um crescimento de 69,8% nas vendas globais de tablets até o final de 2013, algo em torno de 197 milhões de unidades comercializadas, superando os aparelhos de leitura dedicada como o Kindle. As vendas de celulares, em geral, também crescem, atingindo o montante de 1,87 bilhão de aparelhos em 2013, um aumento de 7,4% em relação a 2012. A venda de tablets e smartphones também cresce no Brasil. Segundo Wischenbart (2013), a venda de tablets cresceu 400% no primeiro semestre de 2013 em comparação com o mesmo período em 2012. Também em 2012, o Brasil tinha 70 milhões de smartphones, tornando-se o quarto país do mundo em número de tais dispositivos. Atualmente, só duas grandes redes vendem e-readers dedicados no Brasil, segundo Caldas (2014): a Cultura oferece três modelos do Kobo e a Amazon, principal concorrente, três versões do Kindle.

Em relação à quantidade de oferta de e-books no Brasil, a editora Simplíssimo realizou um estudo no qual foram pesquisados todos os e-books publicamente oferecidos nos sites da Amazon, Gato Sabido e Saraiva, no mês de fevereiro de 2012 e, posteriormente, em agosto do mesmo ano. Foi verificada uma aceleração consistente da oferta de livros digitais: em seis meses, o catálogo de e-books em português saltou de 11 para 16 mil títulos (MELO; TAVARES, 2013). Segundo Wischenbart (2013), o catálogo de livros digitais brasileiro continua crescendo: em maio de 2013 já havia 25 mil títulos disponíveis em português. Considerando outros canais, a Apple Store também apresentou o maior catálogo com 18 mil e-books. Melo e Tavares (2013) apontam que esse aumento na oferta deu início a um ciclo virtuoso para o formato digital. Os autores citam ainda a fala do presidente da livraria Saraiva, Marcílio Pousada, que informou que 30% das vendas on-line de *50 Tons de Cinza* – best-seller que já vendeu mais de 583 mil cópias no Brasil – foram da versão digital do livro. A editora responsável pelo best-seller, a Intrínseca, chegou ao final de 2012 com a comercialização de 75 mil e-books vendidos, entre todos os títulos digitalizados que possui. Outro exemplo que demonstra o potencial de aceitação e venda dos livros digitais no Brasil é o sucesso de Bel Pesce, uma jovem autora estreante que registrou mais de 350 mil downloads de seu e-book sobre empreendedorismo em apenas 20 dias.

Quanto à força dos canais de vendas de livros digitais, Wischenbart (2013) pontua que, em março de 2012, 28,5% de todas as unidades de e-books brasileiros foram vendidas pela Apple, a Amazon seguiu com 22%, o Google Play ficou em terceiro lugar com 17,5%, a Saraiva, em quarto, com 15%, seguida pela Kobo, que representou 11,8% das vendas. No total, em dezembro de 2012, as vendas haviam crescido dez vezes no ano, totalizando cerca de 110 mil unidades de livros digitais vendidos no Brasil.

Com os números apresentados, considera-se que o mercado de livros digitais mostra-se incipiente, mas promissor. Grande parte dos resultados positivos alcançados deve-se à movimentação do mercado editorial para criar a Distribuidora de Livros Digitais (DLD), formada por seis das maiores editoras brasileiras – Objetiva, Record, Sextante, Intrínseca, Rocco e Planeta – e pela Livraria Cultura, responsável pela venda dos e-books lançados pelo grupo. De acordo com a notícia publicada no Jornal do Comércio (PAÍS..., 2010), um dos objetivos da criação da DLD foi evitar o erro cometido pela indústria fonográfica, que demorou a ocupar seu espaço na Internet. César Gonzálves de Kehri, diretor-geral da editora Planeta, afirma que o grupo decidiu agir com rapidez e oferecer o conteúdo de forma legal na rede, adotando o formato ePub, programa que permite a leitura em diferentes plataformas. Ainda assim, Marcos Pereira, editor e sócio da Sextante, diz que é preciso um árduo estudo



para que as editoras aprendam a fazer livros digitais de modo tão eficiente quanto fazem os livros impressos. Sonia Machado Jardim, vice-presidente de operações da editora Record, afirma que o grupo está dando um passo rumo ao futuro, transformando livros digitais em uma nova possibilidade de negócio.

Com o objetivo de fomentar ainda mais o mercado de livros digitais, a Câmara Brasileira do Livro (CBL), em parceria com a Frankfurter Buchmesse, empresa organizadora da maior feira editorial do mundo, promovida em Frankfurt, realizou, em 2010, o primeiro Congresso Internacional do Livro Digital durante o 36º Encontro de Editores e Livreiros. Em 2013, a CBL já realizou a quarta edição do congresso, considerando que esse é o momento de debater sobre os desafios e oportunidades que o futuro reserva ao setor de livros no país e também de encontrar e promover mecanismos que tornem o livro digital uma importante oportunidade de novos negócios, extraindo o melhor das novas tecnologias.

Ainda durante a quarta edição do congresso, em julho de 2013, a CBL realizou a 1ª Pesquisa sobre o Mercado do Livro Digital no Brasil (CBL, 2013), com a participação total de 126 entrevistados. O levantamento mostrou a adesão das pequenas editoras aos e-books. Diante da questão 'A sua editora já comercializa livros em formato digital?', 86 pessoas, ou 68% dos entrevistados, responderam que sim. Para os 32% restantes, algumas dificuldades ainda impedem a entrada da editora no mercado digital, principalmente a dúvida sobre qual formato de e-book utilizar e a falta de conhecimento técnico. Outros 54 entrevistados responderam à pergunta 'Sua editora tem uma equipe dedicada aos livros digitais?', e 70% deles afirmaram que sim, dos quais quase a metade tem equipes pequenas, de uma a cinco pessoas. Embora a participação de conteúdo digital no faturamento das editoras seja pequena, cerca de 1% para 54% dos 57 entrevistados, os outros indicativos da pesquisa são positivos.

Além dos números apresentados, a presença do livro digital tem potencializado outras duas tendências no mercado editorial: a autopublicação e a leitura social. A primeira tendência valoriza os autores independentes, enquanto a segunda refere-se a um movimento de participação mais ativa dos leitores.

A autopublicação é a situação na qual o autor publica por conta própria, sem passar por nenhuma editora. Esse não é um comportamento recente, nem exclusivo do livro digital. Segundo Melo e Tavares (2013), autores como Marcel Proust, Martin Luther King, Emily Dickinson, Jane Austen e Virginia Woolf precisaram pagar sozinhos todos os custos exigidos para que pudessem publicar suas obras. Entretanto, com os livros digitais os custos diminuem consideravelmente, e o próprio autor pode formatar o seu livro em softwares de editoração gratuitos. Em 2011, a produção de e-books autopublicados nos Estados Unidos foi de 87 mil



títulos, um aumento de 129% em relação a 2006, contra 33% de crescimento na autopublicação impressa (MELO; TAVARES, 2013). Um ponto a ser levado em consideração é que os números contabilizados correspondem apenas às publicações com ISBN, o que não inclui a maioria dos e-books autopublicados na Amazon, que não fornece ISBN aos autores que utilizam o programa Kindle Direct Publishing (KDP). Isso significa que o crescimento da autopublicação é maior do que os números indicam. A Amazon e a Apple têm se esforçado para fazer os autores irem diretamente a elas, cortando os intermediários e, assim, os preços. Conforme Mito (2013), outra conquista recente da autopublicação é a divulgação: jornais como *The New York Times*, que tradicionalmente não resenhavam livros independentes, mudaram a sua política, passando a dar espaço para os livros autopublicados.

Verificou-se que a autopublicação cria acaloradas discussões entre os profissionais do mercado editorial: há quem diga que os autores autopublicados em e-book desvalorizam financeiramente a produção editorial como um todo, já que vendem seus livros digitais a preços muito baixos, colocando o mercado em risco e ainda desqualificando o trabalho de edição. Outros profissionais acreditam que a autopublicação não tem o poder de arruinar com a indústria editorial, mas sim de mudá-la. Considera-se que a publicação independente é positiva na medida em que acaba com a ideia de que os livros precisam ser caros.

Além da autopublicação, a leitura social é a segunda tendência que tem começado a ganhar força nas discussões sobre o livro digital. Trata-se de uma iniciativa que promete algum tipo de interação dos leitores com os autores e editores do livro ou com os demais leitores do mesmo título. A manifestação mais comum da leitura social é a interação dos livros digitais com as redes sociais, como Facebook ou Twitter, nas quais o leitor pode compartilhar trechos dos livros ou iniciar debates sobre os conteúdos. A leitura, que nos últimos séculos foi mais solitária, passa a ser mais social através de atividades comunitárias eletronicamente conectadas. Petry (2012) destaca que o próprio Kindle possui uma função que exibe os trechos do livro sublinhados por outros leitores, informando até quantos já fizeram as mesmas marcações. Também é possível identificar os leitores e visualizar suas anotações públicas, além de postar perguntas a partir do e-reader ou do site da Amazon.

Todavia, a leitura social pode ir além das interações com o texto já formatado pelos editores. Nos livros digitais da editora americana Coliloquy, os leitores sugerem personagens e tramas aos autores, que adaptam o texto ao gosto da maioria: os leitores palpitam até sobre a aparência dos personagens. Sarti (2012) apresenta outra tecnologia, o software WeJIT, um sistema que permite a interação dos leitores entre si e com o autor do livro em tempo real e sem sair da plataforma de leitura. O primeiro livro a fazer uso desse sistema é *11 Days in*

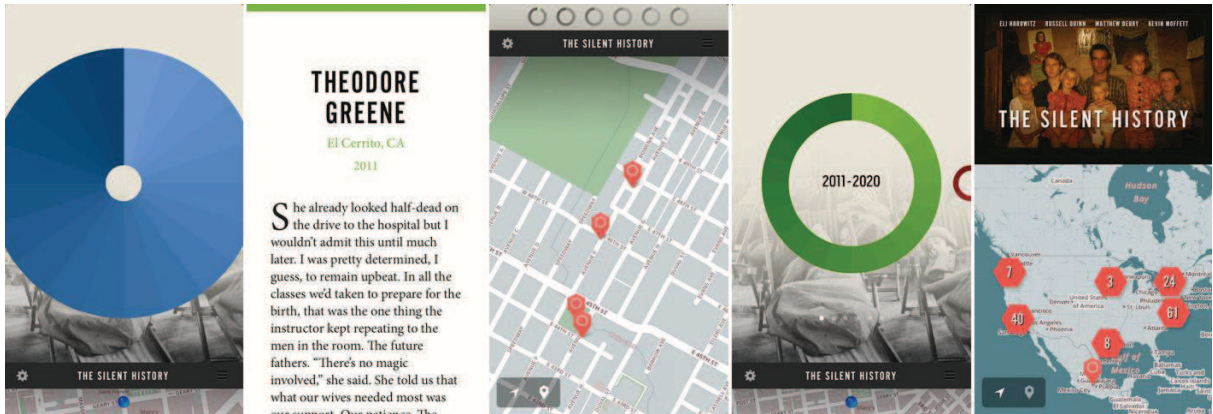
*May*, cujo autor, JD Messinger, criou, inicialmente, 32 pontos de discussão sobre tópicos específicos do conteúdo dentro do e-book. De certa forma, a ferramenta cria um clube de leitura instantâneo sobre qualquer assunto de que os leitores queiram participar e no qual queiram envolver outras pessoas.

Verificou-se que alguns aplicativos para tablets e smartphones também promovem a leitura social. O e-book *The Silent History* (Figuras 1 e 2), desenvolvido pela editora Byliner, mescla conteúdos de várias fontes, como textos produzidos por outros leitores, para construir a narrativa. Para acessar os conteúdos do livro digital, o GPS do dispositivo eletrônico precisa estar ligado, sendo possível, inclusive, de acordo com determinadas coordenadas geográficas em que o leitor encontra-se, acessar somente os capítulos das histórias que se passam naquela mesma região. Desse modo, através da verdadeira movimentação geográfica do leitor, é possível coletar textos construídos coletivamente por diversos autores e leitores, e ainda ordenar as histórias de modo único, compondo narrativas específicas e exclusivas e criando uma experiência de leitura singular.

Figura 1 - Versões do e-book *The Silent History* para iPad e iPhone



Fonte: Horowitz e Quinn (2012).

Figura 2 - Telas do e-book *The Silent History*

Fonte: Horowitz e Quinn (2013).

É possível afirmar que nas duas perspectivas, da autopublicação e da leitura social, as figuras do editor e do autor são questionadas. Enquanto a autopublicação dá plena autonomia à escrita e distribuição, mas ainda constitui um produto autoral, a leitura social desconstrói todas as relações de poder entre os produtores do livro. A interferência dos leitores pode proporcionar mudanças nos sentidos dos textos, que já não serão somente o que um autor determinou ou o que outro leitor considerou, mas sim um conjunto de ideias compartilhadas e discutidas. Acredita-se que a perspectiva da leitura social representa a possibilidade de mudança mais profunda das práticas de leitura.

Além das duas tendências de mercado já pontuadas, outra característica dos livros digitais merece atenção: a tendência contemporânea da hipertextualização dos documentos, que, segundo Lévy (1999), pode ser definida como uma tendência à indeterminação e à mistura das funções de leitura e de escrita. O hipertexto é um texto na tela de um dispositivo eletrônico que contém indicadores para outros textos, os hiperlinks (MEGGS, 2009), enquanto a mídia interativa, ou hipermídia, estende o conceito de hipertexto para uma combinação de comunicação auditiva e visual. Ao se clicar em um hiperlink, o conteúdo acessado é resgatado de um banco de dados: a estrutura de organização das informações nos dispositivos eletrônicos computadorizados e na Internet. Conforme Bellei (2002), um leitor de banco de dados tende a ser um organizador de informações dispersas em termos de certo padrão estrutural e em um espaço geométrico, ou seja, um leitor/construtor de topografias, mais do que de narrativas. Trata-se de um leitor que, diante de uma página na tela, pode lê-la como qualquer página impressa, ou como uma página em que cada palavra ofereça a possibilidade de conexão externa. Manovich (2001), ao tratar disso, diferencia a narrativa, construída por uma sucessão de causas e conseqüências encadeadas, do banco de dados, no

qual os elementos não são ordenados, podendo ser vistos de modo independente. O e-book *The Silent History*, anteriormente contextualizado, é um exemplo da estrutura do banco de dados evidenciada.

Vê-se que as tecnologias digitais possibilitam a transformação de leitores em autores, ou pelo menos minimizam a distinção entre ambos, já que o leitor pode criar sua própria versão da história ao interagir com o dispositivo. No entanto, Furtado (2002) alerta para o fato de que, talvez, com a euforia pelas novas tecnologias, possa-se pensar em um poder e liberdade, do leitor, maiores do que realmente são. Já contextualizada quando se pontuou o conceito de *habitus*, a tendência de mimetização, oposta às tendências de hipertextualização e leitura social, apresenta a aparência e estrutura de muitos livros digitais semelhantes aos livros impressos, incluindo os textos diagramados praticamente da mesma forma e, até mesmo, a simulação da virada de páginas.

Esse recurso de semelhança com a tecnologia anterior, geralmente temporário, facilita a assimilação do sistema pelo usuário, ou seja, essa mimetização é, portanto, uma analogia gráfica aos livros de papel. Nesse contexto, Domingos e Hohfeldt (2013) afirmam que, se os novos leitores voltarem seus olhos para os e-books deixando de lado seus comportamentos em rede, a prática de leitura linear continuará sendo predominante no mercado editorial digital e a analogia da mimetização com os impressos não será apenas temporária, mas permanente. Os escritores vão continuar a contar suas histórias do mesmo jeito, e os dedos que folheavam o livro de papel vão continuar a praticar o mesmo movimento, mas sobre as telas. Por outro lado, os referidos autores também levantam a possibilidade de o modelo de livro digital do futuro vir da inspiração das redes sociais e não das empresas que estão digitalizando e-books, já que os usuários da Internet acostumaram-se a compartilhar informações e produzir seus próprios conteúdos.

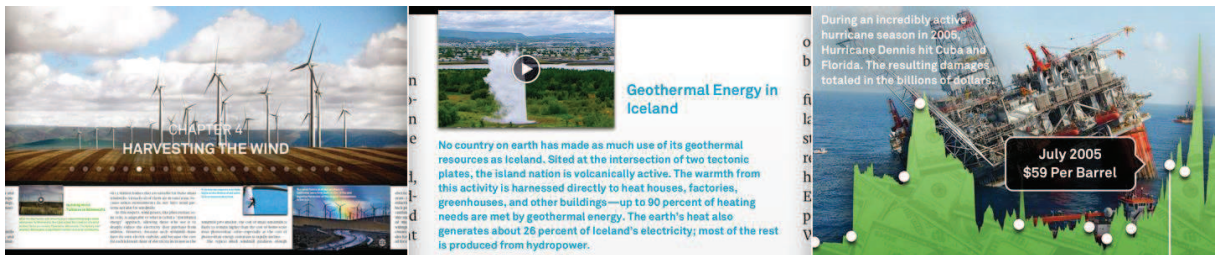
Observou-se, também, que há livros digitais que têm experimentado novas relações de interação com os leitores ao fazerem uso de recursos multimídia. O e-book *Our Choice* (Figuras 3 e 4), de autoria de Al Gore, permite que as fotos sejam ampliadas de modo a ocupar toda a tela, que os gráficos sejam decupados em pedaços menores, que as animações sejam iniciadas com o toque dos dedos ou com a emissão de um ruído, como um sopro ou o bater de palmas, além de conter narrações em áudio e vídeo. No entanto, também é possível ignorar todos esses recursos e seguir uma leitura linear.

Figura 3 - Versões do e-book *Our Choice* para iPad e iPhone



Fonte: Gore (2011).

Figura 4 - Telas do e-book *Our Choice*

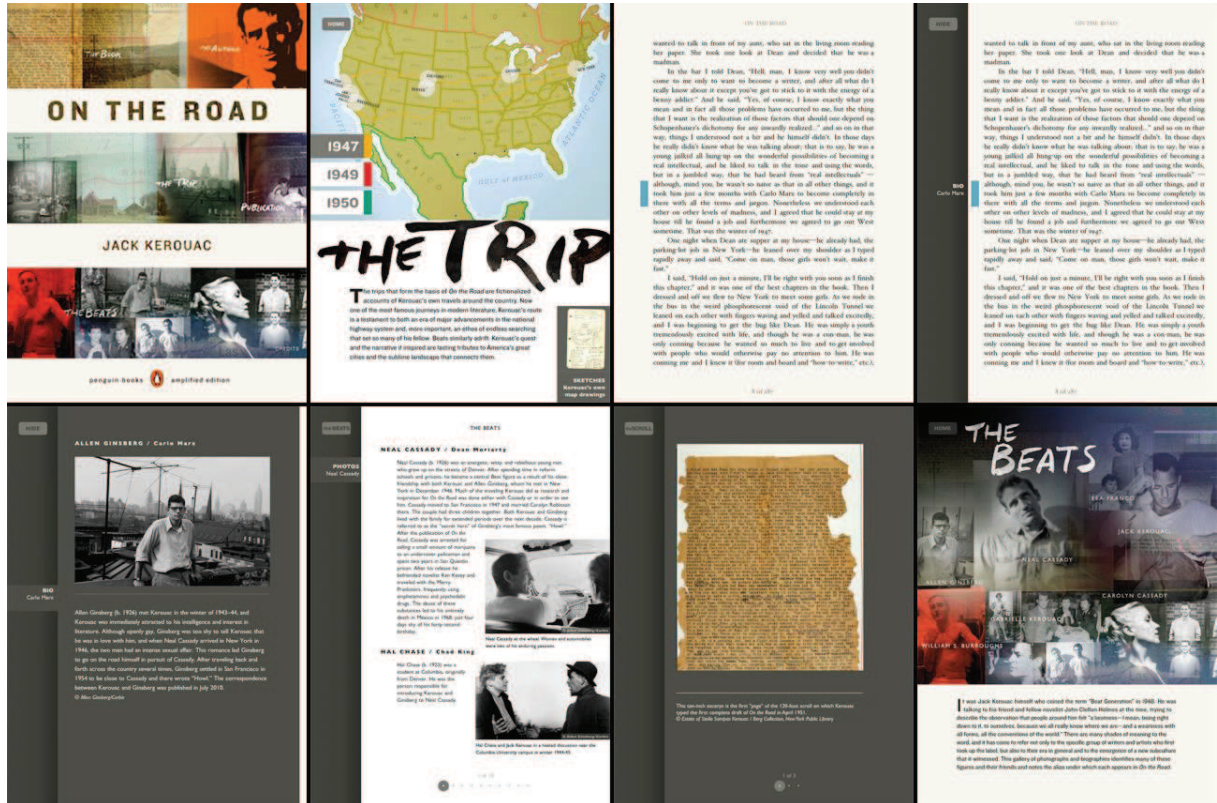


Fonte: Gore (2013).

Outros exemplos de interações multimídia podem ser encontrados no livro digital *On The Road* (Figura 5), de Jack Kerouac, que traz mapas, biografias, fotos e um áudio de quase dezessete minutos do autor lendo um trecho do livro. O e-book *Jacqueline Kennedy: Historic Conversations on Life with John F. Kennedy* traz a versão em áudio de todas as entrevistas transcritas em texto no livro. Já o livro digital *Listen to Bob Marley* contém uma coleção de textos de poemas e letras de canções do artista jamaicano, mais o áudio de suas músicas, diversas fotos e um vídeo da filha de Bob. O e-book também possibilita a compra das músicas e o compartilhamento de trechos dos textos nas redes sociais.



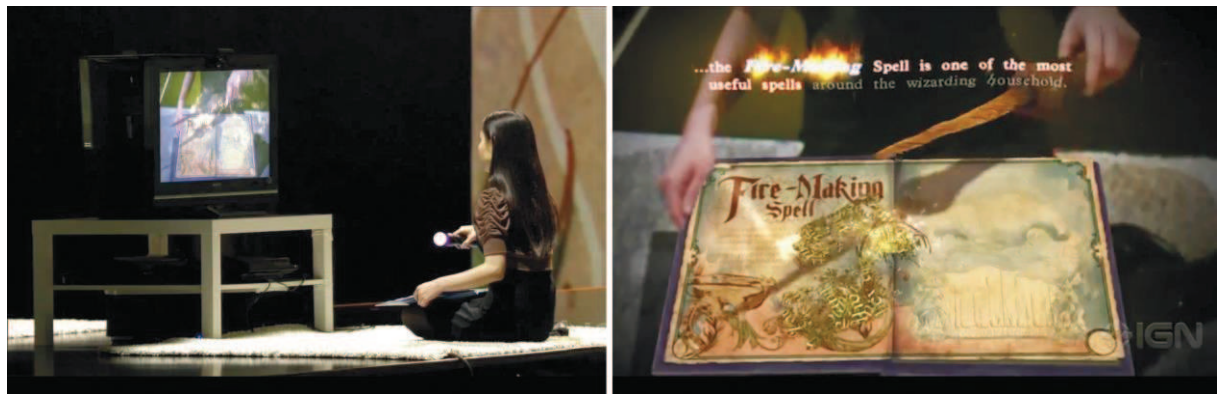
Figura 5 - Telas do e-book *On The Road*



Fonte: Kerouac (2013).

Um recurso ainda mais diferenciado é utilizado no livro digital *Book of Spells* (Figura 6), criado por J.K. Rowling e inspirado na saga *Harry Potter*. O livro apresenta uma estrutura semelhante a jogos de videogame, fazendo uso da tecnologia de realidade aumentada. Quando o leitor interage com o e-book no aparelho de videogame, a ação de leitura é reproduzida na tela com o acréscimo da linguagem visual de fantasia dos filmes *Harry Potter*.

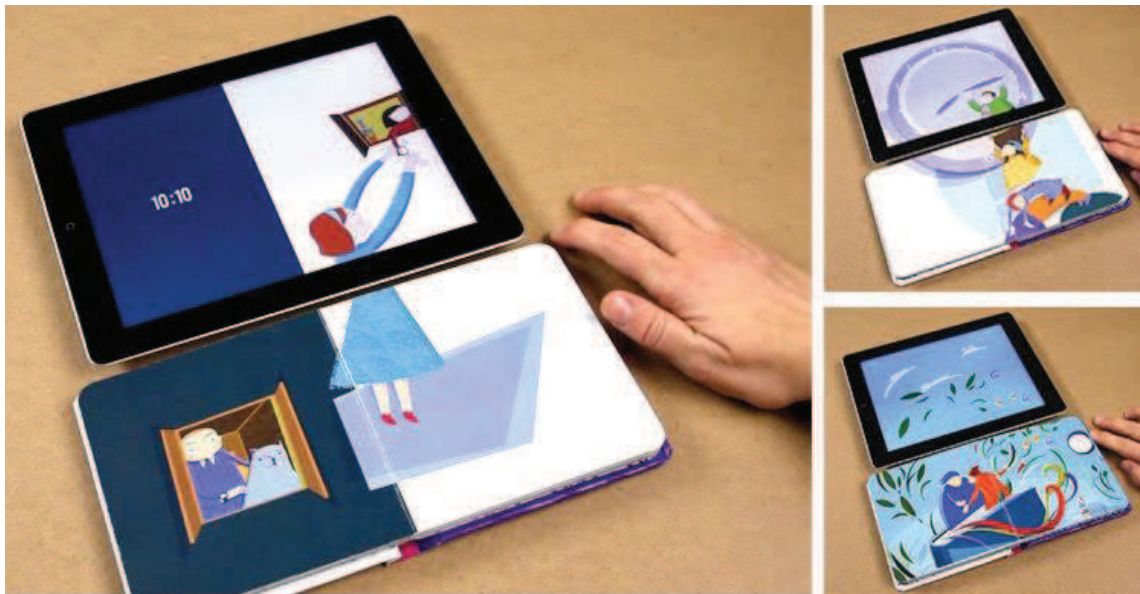
Figura 6 - Realidade aumentada no livro/videogame *Book of Spells*



Fonte: Rowling (2012).

Como último exemplo, destaca-se o sistema *Bridging Book* (Figura 7), um livro infantil que combina produtos impressos e digitais desenvolvido pela empresa portuguesa Engage Lab. Para ler, a versão impressa deve ser colocada ao lado de um tablet, e na medida em que as páginas do livro impresso forem folheadas, a versão digital exibe o conteúdo complementar e a extensão das ilustrações impressas do livro físico. Essa interação só é possível porque foram incorporados, no livro impresso, ímãs que acionam uma bússola eletrônica presente nos tablets e manipulam o sensor de compasso digital a cada folheada.

Figura 7 - *Bridging Book*, uma combinação de impresso com digital



Fonte: Branco, Zagalo e Coutinho (2013).

Percebe-se, portanto, que o momento presente do mercado editorial, no que diz respeito ao livro digital, é um momento de incerteza quanto ao futuro. Por outro lado, a incipiência da mídia e as expectativas promissoras viabilizam as experimentações. Enquanto algumas editoras preferem investir em recursos multimídia e em publicações exclusivamente digitais, outras editoras buscam uma aproximação entre as versões digital e impressa dos livros, objetivando maior unidade visual e praticidade na execução.

## 2.5 LIVROS IMPRESSOS: CONSIDERAÇÕES SOBRE O FUTURO

Juntamente com o livro digital, também surgiram, entre os profissionais e pesquisadores do livro, dúvidas a respeito do futuro das publicações impressas. Sabe-se que as evoluções tecnológicas não promoveram somente a criação de dispositivos eletrônicos de leitura, mas também a qualificação dos processos de impressão. É possível afirmar que nunca

se imprimiu tão rapidamente e em tão grande quantidade quanto hoje. Tecnologias de impressão sob demanda também diminuíram custos e evitaram desperdícios de matéria-prima. Ainda assim, não se pode negar a perda de espaço que os veículos de notícias, como os jornais e revistas impressos, vêm sofrendo, substituídos pelo acesso a sites de informação na Internet. O livro, por conter informações atemporais, na maioria das vezes, sente o impacto das mudanças tecnológicas de modo diferente. Por isso, há no mercado uma negação da ideia de que os impressos podem acabar, pois para as editoras, os livros físicos instigam nos leitores uma relação emocional de afeto.

Pesquisadores como Samara (2011) declaram que é difícil imaginar a vida diária sem materiais de leitura impressos. Para esse autor, os meios digitais não são um registro confiável das informações, pois bastaria uma grande falha de sistema para que a imensidão de conhecimento contido na rede fosse perdida. No entanto, Domingos e Hohfeldt (2013) salientam que o livro manuscrito e impresso também foi temido, proibido e queimado em fogueiras ao longo da história. Os autores citados relacionam o incômodo causado pelos dispositivos eletrônicos de leitura à cultura do livro de papel com a mudança da leitura oral para a silenciosa, que passou a permitir a interpretação particular dos textos, o que era ameaçador aos que intencionavam controlar as ideias.

Considera-se que o debate sobre o fim do livro impresso é um falso problema que impede o avanço em direção à inovação do mercado editorial. A intermediação entre as culturas do impresso com o digital deveria ser observada com afinco, de modo que as transformações nas experiências de leitura sejam compreendidas. Porém, não se descarta a necessidade de planejamento e preparação das organizações envolvidas com o livro impresso, na perspectiva de diferentes cenários futuros.

Nesse contexto, de acordo com Staley (2012), foi produzido um estudo que aponta a definição de quatro cenários distintos para o futuro do livro impresso em 2020, objetivando auxiliar os bibliotecários na realização do planejamento estratégico de suas organizações. Os resultados da pesquisa também são relevantes ao contexto do livro digital, pois é justamente a presença das duas mídias no mercado que causa incerteza quanto ao futuro. De acordo com o autor, no primeiro cenário projetado, o futuro pertence aos e-books e os livros impressos tornam-se obsoletos. Os jovens leitores deixam os impressos na medida em que se aproximam das novas tecnologias, e os dispositivos eletrônicos tornam-se mais acessíveis e com ainda mais funções, permitindo maiores manipulações dos leitores nos textos. No segundo cenário projetado, o autor pontua que os livros impressos ressurgem como predominantes sobre os e-books, pois são considerados objetos familiares, emocionalmente satisfatórios e mais confortáveis para leitura do



que os livros digitais. Já no terceiro cenário proposto, as bibliotecas pessoais são como adegas de vinhos raros ou coleções de arte, ou seja, os livros impressos são itens de luxo, marcadores de status social, enquanto que a maioria dos autores populares escreve pensando diretamente nas mídias digitais. Por fim, o autor apresenta o quarto e último cenário, com a predominância dos livros digitais, mas com a prosperidade dos livros impressos sob o contexto da impressão sob demanda.

Verifica-se que os cenários determinados pela pesquisa de Staley (2012) pontuam as principais dúvidas do mercado editorial. Ainda é cedo para afirmar qual dos cenários prevalecerá, por isso, as organizações precisam estar preparadas para todas as possibilidades. Na perspectiva de um período de certa convivência entre as mídias, referida em praticamente todos os cenários, um caminho claro para as editoras é conceber projetos que abranjam a multiplicidade de formatos, ou seja, sistemas de livros com peças digitais e impressas.

Para além do conflito entre mídias impressas e digitais, uma nova ponta das pesquisas sobre o comportamento dos indivíduos tem se apresentado. Há pesquisadores que afirmam, devido ao comportamento frenético da sociedade, que em pouco tempo a grande maioria das pessoas não lerá, independentemente da mídia prevalente. Segundo Corliss (1998), no futuro ninguém lerá, pois apenas os filmes e seus descendentes tecnológicos serão literatura, e os romances vão se restringir a notas de pé de página nas filmografias. Para Silva (2012), a escrita cumpre seu tempo e o homem passa a pensar por imagens, cada vez mais difusas, como em um jogo de luzes do cinema. O autor argumenta que os comportamentos da sociedade pós-moderna, com os jovens plenamente envolvidos com as tecnologias, eliminará a necessidade de ler e escrever, e a mente dos jovens funcionará por saltos, descontinuidades, espasmos e sínteses. Para o autor, primeiro desaparecerão as distribuidoras, depois as livrarias, as editoras, o livro impresso, as bibliotecas pessoais em papel, os escritores e também os e-books. Por fim, desaparecerá a escrita e a leitura.

Talvez esse futuro sem leitura aconteça, mas é provável que demore muito tempo, já que o mercado editorial tem se apresentado mais resistente do que se imaginava. As gerações atuais também continuam mantendo o hábito da leitura, especialmente os jovens que exercem a escrita no meio digital via blogs e redes sociais. O anúncio do fim de absolutamente toda a leitura de textos surge no mesmo momento em que as editoras têm feito um esforço extra para se adaptar às novas tecnologias e à digitalidade. Acredita-se que, na medida em que as editoras buscarem uma aproximação aos leitores digitais, conhecendo suas novas práticas e suas expectativas, possuirão mais subsídios para determinar suas novas estratégias no mercado digital.

### 3 A METODOLOGIA DO DESIGN ESTRATÉGICO

A produção de livros é um processo coletivo que implicou, ao longo da história, a presença de técnicas e intervenções como as dos copistas, dos livreiros, dos editores, dos mestres impressores, dos compositores, dos revisores e dos designers do impresso e do digital (GRUSZYNSKI et al., 2013). Sempre acompanhando as transformações do livro, as manifestações do design são encontradas desde antes da invenção da imprensa. De acordo com Fawcett-Tang (2007), os monges copistas do século IX podem ser considerados como os primeiros designers de livros, já que se preocupavam com as dimensões das páginas, com o acabamento do livro, com as ilustrações e com uma cuidadosa caligrafia.

Assim como a ação dos copistas era muito importante para a produção dos manuscritos, o design destaca-se no contexto da cadeia produtiva do livro ao dar forma ao conteúdo produzido pelos autores e editores. Porém, essa visão da atividade de design inserida no processo editorial do livro ainda é restrita se forem consideradas as potencialidades estratégicas do design e as transformações sociais e tecnológicas contemporâneas, que promovem comportamentos e experiências de leitura plurais.

#### 3.1 DA PERSPECTIVA DE DESIGN

Historicamente, o design, enquanto prática, geralmente possuía um vínculo com a produção industrial, tendo o objetivo principal de projetar a forma dos artefatos da melhor maneira possível, evitando erros e maiores custos de produção. Segundo Buchanan (2001), o design surgiu de uma preocupação com as coisas tangíveis, com os artefatos materiais. Em paralelo, o design gráfico surgiu de uma preocupação com os símbolos visuais, com a comunicação de informações em palavras e imagens. Já em outra perspectiva, o design contemporâneo compreende os produtos no contexto das experiências dos indivíduos, ampliando a concepção dos artefatos para um sistema mais abrangente. Para De Moraes (2010), o sentido do design vai além do âmbito material do produto, abrangendo as consequências que ele deixa nos indivíduos.

De modo algum se deseja minimizar a importância dos estudos das formas, das funções dos produtos, dos materiais utilizados e dos processos de produção; criar símbolos visuais para a comunicação e projetar produtos físicos continua sendo importante e necessário. Mas, conforme argumenta Buchanan (2001), esses resultados de projeto precisam se tornar parte das experiências de vida dos indivíduos, com valor e significado para os

consumidores. A concepção de um sistema mais abrangente contextualiza uma abordagem estratégica do design, da qual as empresas podem se beneficiar amplamente. Para Celaschi e Deserti (2007), o design pode se tornar cultura de projeto e não apenas articulador de ações para obter a solução técnica de um problema produtivo.

De acordo com os apontamentos dos autores, compreende-se que a cultura de projeto é um processo estratégico orientado para um contexto mercadológico, um sistema de conhecimentos destinado à criação de mercadorias. O design torna-se cultura de projeto quando passa a considerar a relação entre a demanda e a oferta de bens e não apenas a operatividade do desenvolvimento de produtos ou serviços. A comunidade científica italiana, por exemplo, considera a disciplina projetual do design como a própria cultura de projeto: “[...] o conjunto articulado dos conhecimentos, das competências e dos estatutos que constituem a ação do projetista e a ativação do intenso processo de crítica e reflexão científica do qual ele precisa para se renovar e competir.” (CELASCHI, 2004, p. 22, tradução nossa).

Nessa perspectiva, vê-se que não só de uma concepção industrial formal constituiu-se o design. De acordo com Franzato (2010), a cultura de empresa, resguardada pela administração, solicita à cultura de projeto um design mais participativo e decisivo na determinação das estratégias empresariais. O autor exemplifica que, em 1907, Peter Behrens atuou como consultor artístico na empresa alemã de luminárias e produtos eletrônicos Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft (AEG): o profissional projetou o novo logotipo da empresa, fez projetos gráficos para publicidade, ilustrações, manuais, produtos industriais, estandes de feiras, residências para operários e até mesmo fábricas, além de aconselhar a empresa, exercendo uma atuação além de projetual, extremamente administrativa. Admite-se que a determinação da cultura de projeto não se dá apenas pelo ato de projetar, mas pelas mudanças que promove na cultura da empresa, considerando, portanto, que essa atuação coloca a cultura da organização no design.

Confrontar-se com o design não é um problema do escritório técnico da empresa, não é um problema da produção, não é um problema da direção comercial: é o problema do empreendedor ou do gerente que representa o máximo nível acionário. Inovar por meio do design é um problema estratégico que terminará por envolver cada segmento da empresa. (CELASCHI; DESERTI, 2007, p. 46, tradução nossa).

Para Celaschi e Deserti (2007), a perspectiva de contratação de um profissional de design externo à organização não apresenta resultados eficientes caso a empresa não esteja pronta para interiorizar e desenvolver os processos de inovação. Acredita-se que se a

organização não absorver a cultura de projeto de modo contínuo, de nada adiantam as interferências do design.

Sendo a atividade frequentemente associada apenas à produção técnica, a face estratégica do design foi ignorada por muito tempo, mas não foi completamente esquecida. Flusser (2007) pontua que, como verbo em inglês – to design –, significa simular, projetar, esquematizar, configurar, proceder de modo estratégico. Percebe-se que, em sua própria definição, o design atua com a estratégia, que, por sua vez, é objeto do agir estratégico, tema de estudo no âmbito militar, político, econômico e social, parte de um processo coletivo e interativo para modificar a realidade. Para Zurlo (2010), a modificação da realidade é ação concreta, é aquilo que se faz e não o que se diz: vencer uma batalha, impor uma marca no mercado, atingir um objetivo profissional ou construir harmonia dentro de uma família é agir de modo estratégico.

Essa concepção tornou-se um dos pilares do sistema de design italiano, ganhando afirmação no panorama internacional. Segundo Franzato (2010), a comunidade científica italiana começou, a partir dos anos 1990, a analisar o design nacional e a estruturar um pensamento que vê o design como um dos principais atores no desenvolvimento das estratégias empresariais, principalmente no cenário atual de extrema competição. O autor afirma que esse pensamento considera a relação entre design e administração empresarial determinante para o surgimento do que se denomina como design estratégico, uma abordagem de projeto transversal às especializações como design de produtos, design gráfico ou design de serviços, o que leva o design aos níveis estratégicos de atuação das empresas. Zurlo (2010) ainda caracteriza o design estratégico como um sistema complexo e aberto, que inclui diversos pontos de vista, modelos interpretativos articulados e várias perspectivas disciplinares.

Por meio dessa abordagem, entende-se que, além de projetar uma interface do livro digital agradável à leitura, o design pode se manifestar nos níveis estratégicos das organizações, instigando nas editoras o desenvolvimento de sistemas de livros digitais mais inovadores. Além disso, se o âmbito no qual o design estratégico opera é uma estrutura organizada, como uma empresa, um dos primeiros âmbitos práticos do design estratégico, de acordo com Zurlo (2010), é explicitar o modelo empresarial e ajudar a definir a identidade da organização. Segundo o autor, esse modelo é um conjunto de valores, conhecimentos e modalidades operativas que constituem a filosofia da organização, refletindo em parte a sua identidade. Assim, considera-se que o conceito que evidencia o design como estratégico torna-o mediador não somente entre o livro e o leitor, mas entre a identidade da editora e o

seu público. Entende-se, também, que o design estratégico define a direção e o roteiro dos projetos. Desse modo, o design não será manifestado apenas na organização do conteúdo dos livros, mas no estabelecimento de orientações para que a editora saiba como dar forma aos materiais que publicar, aos serviços relacionados aos livros e à comunicação acerca das publicações, conquistando ou reafirmando seu posicionamento de mercado e ainda estabelecendo o sentido de sua missão no que se refere às contribuições para o futuro da leitura digital.

Para conceber tais resultados alinhados com uma abordagem estratégica, as especializações do design precisam estar integradas, salientando-se que o design estratégico manifesta-se de modo transversal a elas. De acordo com Lockwood (2010), sem integração entre as especializações, o design manifesta-se apenas de modo operacional. “O design possui um grande conhecimento, mas que é fragmentado em tão grande variedade de especializações, que é difícil encontrar conexões e integrações que sirvam aos seres humanos.” (BUCHANAN, 2001, p. 6, tradução nossa). Acredita-se que a estratégia evidencia-se quando as diferentes especializações unem-se e produzem um sistema de produtos e serviços alinhados conceitualmente e pensados em conjunto desde o início da concepção do projeto.

Esse sistema produto-serviço é considerado por Zurlo (2010) como a concretização do design estratégico, a representação visível da estratégia. Meroni (2008a) ainda argumenta que essa gama integrada de produtos, serviços, comunicação e pessoas não possui uma ligação efêmera e casual, entregue à mercê das iniciativas dos consumidores. Para a autora, a concepção estratégica do sistema produto-serviço muda o foco da inovação e fornece às empresas uma clara identidade, diferenciando-se de seus competidores.

Mesmo que o modelo de design tradicional proporcione resultados inovadores de projetos, Verganti (2006) afirma que o modelo de inovação orientado pelo design estratégico propõe um avanço objetivando a geração de novos significados que só podem ser produzidos na dimensão sistêmica da oferta. Para o autor, essa é a solução que gera o efeito de sentido (a dimensão de valor) mais eficaz. Acredita-se, também, que o conjunto de produtos e serviços só é concretizado de modo inovador quando a cultura de projeto intrínseca à organização estabelece resultados sistêmicos integrados, ou seja, pontua-se que um simples conjunto de produtos e serviços gerados separadamente não é fruto do design estratégico.

De acordo com Morelli (2002), as características do sistema produto-serviço são determinadas pelos aspectos culturais, sociais, econômicos e tecnológicos dos contextos e dos atores envolvidos na sua construção. Verifica-se que o sistema produto-serviço é concebido

de acordo com características de serviços, geralmente construídos em conjunto com seus utilizadores. No entanto, o autor referido afirma que, apesar de um serviço só passar a existir durante a fase de sua utilização, os vários eventos promovidos por ele devem ser planejados com antecedência. Desse mesmo modo, o fluxo de eventos de um sistema produto-serviço também precisa ser organizado por meio de uma abordagem que prevê a cooperação de várias disciplinas para sua configuração, tais como marketing, comunicação, atendimento, tecnologia, entre outras, vistas como necessárias para o projeto em questão.

Compreende-se que esse sistema abrangente responde a uma demanda por novas soluções de projeto, possibilitando a agregação de valor e a promoção de inovação nas editoras. Propor novos desenhos para as carenagens dos dispositivos eletrônicos, melhorar a usabilidade dos softwares de leitura digital, saber qual tipografia utilizar ou qual formato de arquivo é mais apropriado para que o e-book funcione corretamente, tanto no tablet quanto no computador, tudo são questões importantes que necessitam estar na pauta do design. Entretanto, o design estratégico com a perspectiva do sistema produto-serviço possibilita a criação de produtos e serviços editoriais integrados, muito mais inovadores e diferenciados, colocando o livro digital em uma posição inédita, mais criativa e arrojada. Inserido no contexto administrativo, o design estratégico visa o posicionamento da editora e dos autores no mercado da digitalidade.

Considera-se que o livro digital possui uma predisposição em atuar além de um dado produto, assim como a disponibilização dos conteúdos literários nas plataformas digitais pode ser considerada muito mais como uma concepção de serviço do que de produto. Quanto aos suportes de leitura, sejam os dispositivos eletrônicos, sejam os livros impressos, entende-se que é possível estabelecer uma convivência harmônica dentro do contexto de um sistema, sem hierarquizações, onde cada uma das concepções, como pontua Farbiarz, J. (2008), cumpre um determinado papel de mediação com os leitores plurais. Compreende-se que, em um sistema assim concebido, o conteúdo deve ser preparado pensando-se em diversos tipos de mídias.

Maldonado (1987) já havia argumentado que é possível sair das gaiolas mentais que apontam uma só tipologia de resposta a uma necessidade específica. Vê-se, nesse contexto, que outros materiais contemporâneos também se inserem na perspectiva de um sistema produto-serviço. Novaes (2008) refere-se aos filmes da trilogia *The Matrix* como um exemplo dessa afirmação. De acordo com a autora, a história dos filmes é composta por uma série em quadrinhos lançada na Internet e na mídia impressa, vários desenhos animados e um jogo de videogame, que, juntos, aprofundam a experiência do expectador/leitor/jogador ao contarem, cada uma dessas mídias, uma parte diferente da história, estruturando uma compreensão

adicional do enredo principal narrado nos três principais longas metragens. Com tal estratégia, o público pôde realizar conexões personalizadas entre os múltiplos conteúdos, manifestando diversos efeitos de sentido.

Conclui-se com a reafirmação de que o design estratégico constitui-se como uma perspectiva particular de projeto. É por essa abordagem que se visualiza o problema através de uma visão estratégica administrativa, obtendo uma solução sistêmica de produtos e serviços. Além disso, a metodologia para obter tais resultados também aponta para processualidades distintas.

### 3.2 DA PROCESSUALIDADE METODOLÓGICA

Por definição, Celaschi e Deserti (2007) compreendem o projeto como um modo pelo qual se organizam os fatores que concorrem para obter determinado resultado, pré-configurando o processo e simulando os efeitos que podem ser produzidos. Compreende-se, entretanto, que essa determinação prévia dos fatores engessa o processo. De acordo com De Moraes (2010), esse formato objetivo e linear de metodologia projetual prevaleceu durante muito tempo no desenvolvimento de produtos no contexto do modelo industrial ocidental. Sabe-se que essa abordagem atendeu, até então, as necessidades dos consumidores e ia ao encontro das limitações produtivas. No entanto, o contexto contemporâneo apresenta uma complexidade latente que exige outras formas de atuação do design.

A abordagem do design estratégico compreende particularidades acerca da atuação metodológica do processo de projeto, que, embora se manifeste na concepção de sistemas produto-serviço, se distancia do design tradicional ao reduzir a centralidade do resultado de projeto, deslocando o valor para o andamento do processo. Segundo De Moraes (2010), ao invés de atuar de modo pontual na resolução do problema em cada fase linear do processo projetual, o design estratégico compreende a possibilidade de concepção de cenários distintos. Portanto, ao contrário de seguir um funil em direção a um único resultado, ampliam-se as possibilidades de discussão do problema de projeto. Essa abordagem metodológica constitui o que se denomina como metaprojeto.

De acordo com o autor acima referido, o debate sobre o fenômeno "meta", relacionado ao design, se inicia ainda mesmo na década de 1960. De acordo com a corrente italiana, é o "projeto do projeto" ou "design do design". Quer dizer que vai além, que transcende o projeto. Assim, a concepção de metaprojeto seguida nesta dissertação não o considera apenas como uma fase anterior ao projeto, o que geraria semelhança com os estudos preliminares do design



tradicional, mas imprime duas visões ao conceito: trata-se de uma plataforma de conhecimentos (DE MORAES, 2010) e também de um processo de reflexão contínua sobre o projeto (FRANZATO; CELASCHI, 2012). Acredita-se que as duas visões não se contradizem, mas complementam-se, na medida em que se considera o processo de metaprojeto como integrante do processo de projeto, os dois fazendo parte de um mesmo processo que reflete criticamente as escolhas projetuais.

Enquanto plataforma de conhecimentos, o metaprojeto sustenta e orienta a atividade em um cenário fluido e mutante. Forma, segundo De Moraes (2010), um complexo e articulado sistema de conhecimentos, incluindo pesquisas contextuais e não contextuais ao problema de projeto. O autor esclarece que essa plataforma de conhecimentos é formada por informações sobre os fatores produtivos, tecnológicos, mercadológicos, materiais, ambientais, socioculturais e estético-formais. Considera as necessidades básicas e objetivas do produto ou serviço e ainda as necessidades secundárias e subjetivas, que dizem respeito à emoção, ao desejo e ao prazer. Também auxilia no âmbito dos conteúdos imateriais por considerar a comunicabilidade, a interface e a cognição. Coloca-se, ainda, como mediador na definição do conceito e do valor de produtos e serviços.

Enquanto processo de reflexão, trata-se de uma ação contínua que pode ocorrer durante todo o processo de projeto. Franzato (2011) considera que o metaprojeto é delineado como uma atividade transdisciplinar embasada na pesquisa e tensionada para dentro do projeto, e que perpassa as diversas fases do processo. Reyes (2012) também considera que o metaprojeto é um processo que reflete sobre o projeto o tempo todo e de modo permanente.

Nesse contexto, para Celaschi e Deserti (2007), o metaprojeto permite fazer perceber a complexidade do processo de inovação, o que leva a envolver toda a empresa em cada componente estratégico. Os autores argumentam que o metaprojeto, como conhecimento de processo e como riqueza de informação, qualifica o processo de inovação de modo perceptível, formatando um resultado que não se resolve na ordem do trabalho do projetista, mas na organização do horizonte que a empresa será levada a atravessar nos próximos anos de trabalho e de adequação à mudança. Considera-se que a perspectiva do metaprojeto enfatiza o estudo das estratégias elaboradas pelo design e a ação organizacional em direção à inovação.

Com a intenção de não restringir o metaprojeto à determinação de etapas, já que comporta a evolução de uma reflexão paralela e além do projeto sobre todo o processo, considera-se apropriado não subdividir o metaprojeto em fases determinadas. Pontua-se somente a pertinência em compreender que é nele que são confrontadas as visões divergentes de um mesmo problema de projeto. Do esquema sistêmico elaborado por Celaschi e Deserti



(2007), faz-se referência somente a dois conjuntos de ações de pesquisa que estruturam a plataforma de conhecimentos. Um deles é relativo aos vínculos preexistentes ao problema: trata-se da *Pesquisa Contextual*, que coleta informações sobre a realidade da empresa e do mercado, tais como recursos disponíveis, empresas de referência, tipologia de produto, oportunidades de mercado, comportamento da concorrência, estrutura de distribuição e modelo da cadeia de valor. O outro conjunto é composto pela *Pesquisa blue sky*, um tipo de pesquisa não contextual que busca estímulos em outros espaços que não estão ligados diretamente ao problema, mas que inspiram direcionamentos no processo criativo. Comporta a *Pesquisa de Estímulos* através de imagens e outras referências, a *Análise de Tendências* e a *Construção de cenários e visões de futuro*.

De um lado imagina-se um conjunto de ações e pesquisas visando compreender o contexto interno e externo do problema. De outro lado, encontramos nesse modelo, um conjunto de instrumentos visando configurar tendências de projeto aplicáveis para o problema que está sendo abordado. Esse olhar não busca materializar soluções ao problema. Esse olhar busca a construção de caminhos para alcançar tais soluções. (SCALETSKY; PARODE, 2008, p. 2).

Essa construção de caminhos refere-se à construção de cenários, o êxito do processo de inovação orientado pela estratégia, considerada sua determinação até mais importante do que os resultados projetuais definitivos. Os cenários são as trajetórias de inovação que guiam a ação do design.

Referente ao metaprojeto, pontua-se, por fim, as capacidades do design estratégico evidenciadas por Zurlo (2010): capacidade de *ver*, capacidade de *prever* e capacidade de *fazer ver*. A capacidade de *ver*, segundo o autor, é entendida como a capacidade de leitura dos contextos e dos sistemas. O design vê devido às próprias experiências, selecionando o que vê e orientando a visão em função dos objetivos que possui. Saber ver permite individualizar as experiências tácitas e não expressas das pessoas que, muitas vezes, são transmutáveis em oportunidades para inovação. Quanto à capacidade de *prever*, o autor a entende como a capacidade de antecipação crítica do futuro. É atitude e sensibilidade para perceber pequenos sinais de mudança nos gostos, nos comportamentos, na orientação estética, entre outros, e projetá-los em cenários concretos. Está estreitamente correlacionada à dimensão criativa e à sua relação na organização. Por fim, a capacidade de *fazer ver* é entendida como a capacidade de visualizar cenários futuros. Mais do que as outras capacidades, é o fazer ver que suporta o agir estratégico, pois torna visível o campo do impossível e é um potente instrumento para a aceleração do processo de tomada de decisão. Aqui, são utilizadas diversas ferramentas que explicitam o projeto.

Fazendo uso das considerações de Zurlo (2010), constrói-se uma analogia com esta dissertação: espera-se *ver* na compreensão dos leitores e de suas práticas de leitura; espera-se *prever* na construção dos cenários e nas análises das pesquisas; e, por fim, espera-se *fazer ver* na estruturação das diretrizes de projeto para sistemas produto-serviço do livro digital.

### 3.3 DA VISÃO DE FUTURO

Enquanto o design tradicional foca o processo de pesquisa na busca de apenas uma solução projetual, Meroni (2008b) argumenta que o design estratégico abre o processo para a construção de diversas hipóteses de projeto, construindo múltiplos cenários de inovação. Compreende-se que cenários podem ser entendidos como visões que traduzem informação e intuição em conhecimento perceptível, através da apresentação de histórias que contextualizam o cenário criado e auxiliam na determinação da direção do projeto. Entretanto, projetar por cenários não é uma atividade particular do design, sendo utilizada principalmente na teoria da administração e no planejamento estratégico das organizações. Por esse motivo, a construção de cenários é definida em diferentes abordagens.

Considerando cenários orientados pelo planejamento, para Van Der Heijden (2009), a gestão estratégica tem a ver com a exploração de oportunidades dentro de um contexto de incerteza em relação ao futuro. Sendo assim, os cenários podem ajudar no enfrentamento das incertezas estruturais, fazendo com que as empresas compreendam melhor o ambiente, ajudando os gestores a assumir riscos calculados e a evitar o conservadorismo. Além disso, esse tipo de planejamento mostra à organização os tipos de problemas que podem ocorrer caso determinado cenário venha a se concretizar. Mas, principalmente, os cenários ajudam a organização a se tornar mais forte e flexível, pois expande os modelos mentais de seus colaboradores.

Schwartz (1996) também acredita que a construção de cenários está fortemente ligada ao conceito de identidade do negócio e à conversação estratégica, permitindo que os líderes das corporações questionem e alterem seus antigos modelos mentais. Pela simulação de cenários, o autor acredita que é possível experimentar novas soluções para um futuro não familiar às empresas, alinhando o planejamento e a tomada de decisões para a estruturação do mapeamento estratégico. Ensaaiar o futuro permite que as empresas tornem-se mais fortes e mais flexíveis, como afirmado por Van Der Heijden (2009), justamente porque foram capazes de considerar alternativas.

Também para Moutinho (2006), o futuro é inerentemente incerto e desconhecido, mas não completamente desconhecido. Com base no conhecimento que se tem da realidade e em algumas tendências, consideram-se certos futuros improváveis e outros plausíveis e, de posse disso, tomam-se decisões e programam-se ações. O autor considera que a finalidade da construção de cenários é a possibilidade de definir estratégias robustas do presente, ou seja, aquelas estratégias que se sustentam em um maior número de cenários. Mas, além disso, para o autor, o futuro que emergirá incluirá características de cada um dos cenários visualizados.

Considera-se que Van Der Heijden (2009), Schwartz (1996) e Moutinho (2006) são bastante práticos em suas abordagens, além de indicarem métodos semelhantes para a construção de cenários: os autores estabelecem um cruzamento de incertezas críticas em dois níveis opostos a cada eixo, além da definição rigorosa dos fatores mediante problemas muito bem definidos. Compreende-se, no entanto, que há uma linearidade na proposta que não conversa com a complexidade dos problemas contemporâneos. Com as profundas alterações na sociedade, na economia e na política, percebe-se que os problemas nem sempre são claramente delimitados e o futuro é bem mais difícil de ser previsto.

Além da construção de cenários orientados pelo planejamento, há autores que abordam a construção de cenários orientados pelo design. Com essa abordagem, Celaschi e Deserti (2007) estabelecem um processo de construção de cenários que passa por três fases principais: a primeira delas consiste na análise da capacidade tecnológica e produtiva da empresa e do mercado, com o objetivo de compreender o que já foi feito em termos de produtos e serviços; a segunda fase consiste em conhecer os elementos variáveis que tensionam a sociedade contemporânea, as *macrotendências*; e, por fim, a terceira fase consiste em aprofundar o entendimento dos elementos fixos que condicionam os comportamentos relacionados à temática de discussão do projeto, as *superconstantes*. Após o entendimento dos temas que constituem as três fases, cruzam-se as tendências contemporâneas com as constantes do comportamento humano, resultando nos cenários de projeto. Os referidos autores ainda esclarecem que as *superconstantes* são as necessidades primárias do homem – como a liberdade, por exemplo –, que apesar de serem fixas, assumem diversas formas e significados de acordo com as revoluções culturais.

Sabe-se que na perspectiva da construção de cenários orientada pelo design, os designers devem ser os responsáveis pela materialidade dos conceitos tratados. Com isso, essa abordagem afasta-se das práticas objetivas do planejamento estratégico, sendo pautada pela cultura e pela sensibilidade criativa dos profissionais.

Ainda outra construção de cenários orientada pelo design pode ser considerada. Para Manzini e Jégou (2004), essa construção requer um momento de representação visual do cenário, de modo que estimule a discussão e a avaliação. O método proposto pelos autores é diferenciado: parte-se da construção de uma visão hipotética capaz de descrever a cena compreensivelmente, de modo que ela possa afetar e influenciar as decisões estratégicas, e em vez de chegar a diferentes e múltiplos cenários, elabora-se apenas um, dedicando os maiores esforços na representação da cena ideal através de desenhos, fotografias e montagens, objetivando uma imagem final realística. É possível elaborar mais de uma cena nessa perspectiva, desde que sejam elaboradas mais de uma visão. A variedade de visões e propostas que podem ser feitas é dada pela amplitude do campo de possibilidades, e a forma em que os cenários são apresentados é o resultado do processo de concepção que elabora e articula visualmente as propostas. Isto significa que o desenvolvimento dos cenários orientados pelo design é, para todos os efeitos, uma atividade de design.

Mesmo com esse posicionamento voltado ao design, a escolha de Manzini e Jégou (2004) pela determinação de apenas um cenário é questionável. Para Meroni (2008b), projetar por cenários significa muito mais saber como chegar aos resultados do que apenas obtê-los. Retomando a dificuldade em prever o futuro, seu papel é abrir novos questionamentos, antes de tentar resolver os problemas. Celaschi e Deserti (2007) também apontam que a construção de cenários nos processos que visam à inovação é mais importante do que a execução do projeto final, pois é a partir dessa visão que a organização poderá se desenvolver nos anos subsequentes.

Considerando as diversas abordagens existentes de construção de cenários, Reyes (2010) elaborou um método agregando diversas ferramentas multidisciplinares para a construção dos cenários, como brainstorming, matriz SWOT (avaliação de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), gráfico de polaridades, entre outras. Após a determinação dos eixos principais, eles são cruzados, estabelecendo no mínimo quatro cenários descritos e representados visualmente, de modo a obter uma melhor compreensão dos futuros previstos. Para Reyes (2011), operar com cenários é projetar futuros imaginários expressos através de histórias plausíveis nas quais se narram sequências futuras de ações e de suas consequências. Segundo o autor, os propósitos da utilização de cenários são os mais diversos, mas se aplicam, em geral, em situações de difícil previsão, pois aquilo que pode ser facilmente visualizado já encontrou sua solução.

Utilizar diferentes ferramentas não é o que torna a proposta do autor acima citado mais ousada do que as dos demais autores referenciados. A junção dessas perspectivas com o

enfoque na construção de cenários orientada pelo design de Manzini e Jégou (2004) – em relação à representação visual dos cenários – e Celaschi e Deserti (2007) – em relação à sensibilidade criativa dos designers – apresenta o primeiro destaque. Mas o avanço no método encontra-se no modelo aberto como um sistema, que está em constante aplicação e avaliação, sendo, portanto, passível de alterações e adaptações (REYES, 2010).

Percebe-se que as diferentes abordagens dos autores mostram que não há uma única regra a ser seguida para projetar cenários, o que dá liberdade ao projetista para testar diferentes ferramentas em seus processos. Além disso, o mais importante é perceber que operar por cenários amplifica a visão dos envolvidos no projeto, fazendo o problema ser mais bem compreendido e a solução mais facilmente encontrada. Buscar diversas soluções promove a ampliação da visão e a reflexão crítica na exploração criativa do problema de projeto, potencializando as soluções de sistemas produto-serviço. Considera-se, também, que projetar cenários não significa um exercício de futurologia, mas sim uma avaliação do passado e do presente, buscando realidades futuras para projetar: toma-se como base o mundo tal como ele existe no momento presente e imagina-se como ele ficaria se fosse possível avançar no tempo.

No contexto do livro digital, a construção de cenários mostra-se potencialmente relevante, pois o mercado editorial apresenta dúvidas quanto ao futuro das publicações. No entanto, mais importante do que saber qual plataforma de leitura prevalecerá – entre o livro impresso e o digital – é saber qual o futuro do leitor, expresso em seus hábitos e escolhas. De acordo com Corrêa (2011), a cada dia nascem novos leitores em potencial que crescem em contato direto com os dispositivos eletrônicos como tablets e smartphones, ao mesmo tempo em que morrem os leitores que passaram a vida lendo livros, jornais e revistas em papel. Acredita-se que daqui a alguns anos, os hábitos de leitura dos jovens serão diferentes das práticas dos leitores atuais. Porém, interessa saber hoje sobre as ações e expectativas do leitor das telas digitais, utilizando-se do conhecimento que se tem da realidade e das tendências presentes para considerar futuros plausíveis.

## 4 O DESDOBRAMENTO METODOLÓGICO

Neste capítulo, apresentam-se as investigações realizadas sobre as práticas de leitura digital e sobre as estratégias editoriais vigentes no mercado brasileiro. Na investigação das práticas, foi utilizada a técnica de diários de leitura, registrados por leitores previamente escolhidos; na investigação das estratégias editoriais, foram realizadas três entrevistas com colaboradores da editora Companhia das Letras. As informações foram discutidas com base na análise de discurso, caracterizada pela presença dos sujeitos nos relatos. Ainda neste mesmo capítulo, também se apresentam as proposições de cenários de inovação para o livro digital do futuro, estabelecidas em um workshop colaborativo, as quais foram registradas em vídeo e analisadas quanto a seus resultados e processos.

De acordo com Greimas (1966), por discurso humano entendem-se quaisquer práticas significantes, em quaisquer modos de manifestação: sonora, visual e somática. Ainda, no discurso, encontram-se relações semântico/lógicas, que podem ser descritas na forma de uma estrutura actancial (que considera os participantes ativos). Desse modo, a análise de discurso dá-se através de uma abordagem interpretativa, considerando os efeitos de sentido presentes nos relatos dos entrevistados e nas relações entre os indivíduos leitores e o livro digital, que resultam nas práticas de leitura contemporâneas. Segundo o autor acima referido (1970), o sentido não significa apenas o que as palavras querem dizer, ele é também uma direção, uma intencionalidade e uma finalidade, que podem ser percebidas por meio da interpretação.

No âmbito deste trabalho, entende-se a leitura como um sistema de significação. Assim, as interpretações de Morris (1994), que considera os signos, os objetos e os usuários, são importantes para compreensão das informações analisadas, pois é na pragmática que se encontram os modos como as pessoas usam os signos, ou seja, como se manifestam os leitores mediante o livro digital. A centralidade das questões de significação no design estratégico aparece em Zurlo (2010), para quem a chave do agir estratégico, na sua dimensão de criação de sentido, tem implicações notáveis para o design.

Antes de apresentar as análises das informações coletadas, pontuam-se algumas questões compreendidas por meio de pesquisas preliminares a esta dissertação. Foram realizados estudos-piloto, nos quais se estabeleceu uma primeira aproximação com os leitores. O primeiro piloto<sup>4</sup> compreendeu perguntas sobre a experiência com a leitura digital a leitores com perfis na rede social Facebook: espontaneamente, 15 leitores manifestaram-se. Entre as

---

<sup>4</sup> Ver Vol. 2 - ANEXO A – RELATOS ESPONTÂNEOS SOBRE A LEITURA DIGITAL

considerações mais relevantes, pontua-se que a preferência de alguns leitores pelos livros impressos ainda se dá por razões, como: forte relação com o *habitus*, as práticas e gostos já estabelecidos que mantêm consagrada a preferência pela textura e odor do papel, ou seja, as sensações que o objeto físico proporciona; significado de posse, considerando que o livro impresso é mais palpável e permite que o leitor o guarde na estante sem que seja supostamente perdido; desconhecimento dos dispositivos eletrônicos e ausência de experiência com a leitura de materiais digitais; incômodo com algumas características técnicas específicas dos dispositivos eletrônicos, como a curta duração da bateria e a emissão de luz das telas que, supostamente, gera um cansaço maior à visão.

Quanto às manifestações dos leitores com maior experiência com a leitura digital, pode-se perceber alguns comportamentos de leitura incitados pela digitalidade: tendência em ler diversos livros ao mesmo tempo, sem necessariamente finalizá-los, em paralelo com a leitura de outros materiais digitais; leitura não linear com intercalação de parágrafos; acesso a hipertextos e inúmeras páginas web abertas nos navegadores de Internet; distração com outros recursos possibilitados pelos dispositivos eletrônicos; apreço por poder selecionar e guardar determinados trechos e informações dos livros no próprio ambiente digital; possibilidade de alteração das configurações visuais dos livros digitais. Esses mesmos leitores consideraram a leitura digital vantajosa por eliminar o volume e o peso de livros físicos com muitas páginas, além de o dispositivo eletrônico poder armazenar uma grande quantidade de livros digitais. Também pontuaram a rapidez de acesso ao arquivo digital no momento da compra e os custos inferiores dos livros no formato digital em comparativo com os impressos.

Outra aproximação preliminar foi realizada por meio de um piloto de experiência de leitura controlada, com a participação de 11 leitores. Considera-se que esses participantes são, ainda, leitores convencionais de impressos, mas que possuem o interesse em se aproximar da leitura digital. As condições de leitura para essa experiência foram mantidas as mesmas para todos os participantes, de modo que não sofressem influências externas à leitura no dispositivo: uma sala iluminada artificialmente, dispoendo de uma mesa e de cadeiras estofadas com encosto; um tablet iPad, com o aplicativo de leitura iBooks e a versão digital em ePub do livro *O Código da Vinci*<sup>5</sup>, comercializado pela DLD e acessado pela pesquisadora.

Mediante roteiro<sup>6</sup> entregue a cada participante, deu-se liberdade aos leitores para que configurassem o livro digital da maneira que preferissem (tipo e tamanho da fonte, cores de fundo, luminosidade da tela e formatação do livro) e, na sequência, lessem o capítulo do

---

<sup>5</sup> Ver Vol. 2 - ANEXO B – *O CÓDIGO DA VINCI* EM DIFERENTES CONFIGURAÇÕES NO IBOOKS

<sup>6</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE A – ROTEIRO DE EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA



prólogo, que possui seis páginas na configuração padrão do aplicativo. Com as análises<sup>7</sup> das escolhas e considerações dos leitores, observou-se que cada leitor formatou a aparência do livro digital que considerava ideal, embora essa idealização tenha sido próxima do padrão visual já conhecido no impresso. A configuração padrão 'Livro' que simula a virada de páginas, por exemplo, foi escolhida pela maioria dos participantes, embora houvesse a disponibilidade da formatação em texto corrido no sentido vertical da tela. Ainda assim, é possível considerar que a personalização dos livros é uma das vantagens da digitalidade, que vai ao encontro do desejo de experiências exclusivas. Esse tipo de interferência não é possível com o livro impresso, cujo design visual já vem determinado em praticamente todas as publicações.

Com a análise dos resultados dos pilotos de pesquisa, foi possível perceber que a investigação das práticas de leitura seria mais promissora se fossem utilizadas técnicas que deixassem o leitor mais livre para expor suas considerações sobre a leitura digital, no contato direto e rotineiro com essa leitura. Assim, os diários de leitura e um perfil de leitor mais próximo dos meios digitais foram adotados para esta investigação.

#### 4.1 DIÁRIOS DE LEITURA: A ANÁLISE DAS PRÁTICAS

Os diários de leitura<sup>8</sup> consistem em relatos por escrito das atividades que envolvem a leitura, registrados individualmente por leitores previamente escolhidos, que possuem aproximação com os livros e a leitura digital. Esses participantes, que se situam na faixa etária entre 25 e 40 anos, são leitores assíduos, que praticavam a leitura, até então, no meio impresso. Ao se aproximarem da leitura digital, substituíram sua principal plataforma de leitura pelos dispositivos eletrônicos.

A caracterização desses leitores participantes será feita pelos critérios de gênero, profissão e idade. Estão assim caracterizados: Leitor 1 – mulher, profissional e estudante de administração, 30 anos; Leitor 2 – homem, profissional e estudante de design e tecnologia, 28 anos; Leitor 3 – mulher, estudante de comunicação, 25 anos; Leitor 4 – mulher, professora e pesquisadora, 35 anos; Leitor 5 – homem, profissional de jornalismo, 40 anos; Leitor 6 – mulher, professora de idiomas, 33 anos; Leitor 7 – homem, profissional de eletrônica, 40 anos. Conhecer esses perfis aproximou a pesquisa do contexto dos leitores.

---

<sup>7</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE B – COMPILAÇÃO DOS RESULTADOS DA EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA

<sup>8</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE C – ENUNCIADO DE ORIENTAÇÃO PARA OS DIÁRIOS DE LEITURA



Em caráter de aproximação ao instrumento, dois leitores registraram suas atividades de leitura durante o período de uma semana, de 16 a 22 de março de 2013 (Diários de leitura 1 e 2). Outros cinco leitores tiveram 25 dias para os registros, de 30 de julho a 23 de agosto de 2013 (Diários de leitura 3 a 7). Levando-se em conta a natureza qualitativa da pesquisa, o instrumento demonstrou grande flexibilidade de uso, o que fez com que ambos os períodos e quantidades de registros fossem considerados com igual e fundamental relevância para as análises das práticas. Sem identificar seus autores, os diários são instrumentos apropriados, pois permitem que o leitor exponha, com liberdade e privacidade, seus comportamentos e percepções particulares, seja discorrendo amplas reflexões em poucos registros, seja pulverizando suas considerações em diversos momentos do diário. As informações registradas nos diários de leitura<sup>9</sup> foram analisadas considerando a análise de discurso.

O método de organização das informações coletadas segue um critério de convergência entre os elementos teóricos abordados nesta dissertação e as temáticas do discurso, propostas no modelo de análise (Quadros 1 a 7). Ou seja, os itens definidos nos temas do discurso correspondem a elementos teóricos já contextualizados e discutidos nos dois primeiros capítulos deste trabalho. Cabe ressaltar que a *unidade* do discurso é o diário de leitura; o *sujeito* do discurso é o leitor participante; o *objeto* do discurso é a quantidade de entradas nos diários, medida em dias. Consideram-se ainda, como *actantes* do discurso, os leitores, os livros e os dispositivos eletrônicos, os dois últimos também compondo a *corporeidade* do discurso. Os trechos extraídos dos diários representam as relações que ligam os actantes e os temas dos discursos no tempo e no espaço narrativo.

---

<sup>9</sup> Ver Vol. 2 - ANEXO C – REGISTROS DOS DIÁRIOS DE LEITURA

**Diário de leitura 1** (Quadro 1): 3 entradas no diário; 2 livros impressos, 2 livros digitais, 2 dispositivos eletrônicos (iPad e iPhone), 2 softwares de leitura (iBooks e Saraiva).

Quadro 1 - Análise do diário de leitura 1

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 1
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...eu tenho iPad e iPhone e ainda ando com agenda de papel...”
Softwares de leitura	“...eu baixei dois aplicativos iBooks e da Saraiva...”
Processo de compra	“...tem vários livros grátis, baixei alguns que estão salvos no meu iPad. <i>O Lado Bom da Vida</i> eu paguei...”
Impresso/Digital	“...eu tenho iPad e iPhone... ainda leio livros de papel... pesquisei e baixei umas opções de aplicativos de produtividade e vou tentar começar a abandonar o papel e me organizar só no iPad...”
Tipos de leitura	“...gosto de ler livros de filme, ficção... gosto de ler o livro primeiro e depois ver o filme...”
Locais/horário de leitura	“...varia muito... em casa, à noite, geralmente deitada na cama...”
Ritmo de leitura	“...domingo passei o dia em função de acabar o livro <i>Fazendo Pose</i> que eu tava (sic) empacada na leitura... segunda e terça briguei comigo mesma e comecei um novo livro de papel, mas eu estava muito distraída com jogos no celular e redes sociais. Olhei dois vídeos de assuntos que interessam para o meu trabalho...”
Ações executadas durante a leitura	“...achei que ia contar história de uma mulher recém casada e a relação dela com a ioga. Mas focou muito mais na ioga, com grandes explicações sobre o assunto e achei chato. Comecei a ler do meio pra frente, pulei todas as partes que falavam da ioga e li as partes que falavam da vida da personagem...”
Percepções/Experiências	“...tenho uma neura de que eu tenho que ler os livros até o final, tem que ser muito ruim para eu abandonar, inclusive tenho uma lista de todos os livros que li nos últimos 10 anos. E tem uma regra, só vai para lista o que eu leio até o fim...”

Fonte: Elaborado pela autora.

**Diário de leitura 2** (Quadro 2): 4 entradas no diário; 2 livros digitais, 2 dispositivos eletrônicos (iPad e iPhone), 2 softwares de leitura (iBooks e Kindle).

Quadro 2 - Análise do diário de leitura 2

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 2
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...eu havia começado a leitura utilizando o aplicativo do Kindle no meu iPhone, no entanto hoje resolvi utilizar meu iPad... esperava encontrá-lo sincronizado com o iPhone, mas não foi o que aconteceu...”
Softwares de leitura	“...utilizo o próprio dicionário incluído no aplicativo Kindle (ou no iBooks) do iPad e iPhone...”
Processo de compra	“...logo quando comprei o iPad, há dois anos, baixei uma série de livros famosos da Internet, sem pagar... na época era difícil encontrar esses livros pra comprar em lojas brasileiras...” “...comprei esse livro na Amazon há algumas semanas, com um preço 30% menor do que a versão impressa, e pude baixá-lo instantaneamente...”
Impresso/Digital	“...incrível como muitas pessoas ainda não conhecem os benefícios que a leitura digital pode oferecer frente aos livros impressos. Muitos criticam, acham que é mais caro, que é cansativo para os olhos, mas nunca tiveram contato com um iPad, ou tampouco sabem o que é e-ink...”
Tipos de leitura	“...leituras de blogs que acompanho... leituras de estudo e trabalho... essa semana pude retornar ao livro <i>Mobile Usability</i> ... atualmente estou estudando inglês, então aproveito meus momentos de leitura para aperfeiçoar meu vocabulário...”
Locais/horário de leitura	“...como rotineiramente, fiz a leitura no meu quarto, à noite, deitado na cama e com a luz apagada... eu me sinto mais confortável manuseando o iPad do que um livro impresso... preciso de apenas uma mão para manuseá-lo e, por vezes, nenhuma... apoio ele utilizando a capinha e volto a tocá-lo apenas pra trocar de página ou fazer alguma marcação...”
Ritmo de leitura	“...depois de terminar o capítulo 2, decidi parar. Abri então o aplicativo Flipboard no iPhone para fazer uma varredura e ver se encontrava alguma informação de meu interesse. Faço isso pelo menos duas vezes por dia...” “...difícilmente começo um livro e o termino de forma linear. Normalmente leio trechos de um livro, trechos de outro e vou navegando entre eles. Muitas vezes fico indeciso sobre qual leitura fazer...”
Ações executadas durante a leitura	“...normalmente vou fazendo notas com a tradução das palavras que não conheço... durante a leitura eu também fiz algumas marcações de trechos que eu achei importantes... gosto particularmente de um recurso que mostra trechos que foram marcados por outros usuários...”
Percepções/Experiências	“...as marcações, são algo que gosto no iPad/iPhone... nunca fui capaz de fazer marcações nos meus livros impressos. Me assombra a ideia de saber que jamais poderei apagá-las depois, mesmo que isso não faça nenhum sentido. Gosto de mantê-los 'limpos' sem riscos, marcações, ou qualquer outra mudança...”

Fonte: Elaborado pela autora.

**Diário de leitura 3** (Quadro 3): 17 entradas no diário; 18 livros digitais, 2 dispositivos eletrônicos (Kindle e smartphone), 1 software de leitura (Kindle).

Quadro 3 - Análise do diário de leitura 3

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 3
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...na correria da viagem, eu acabei esquecendo o Kindle em casa e quase surtei. Se não fosse minha amiga me dizer que era um absurdo voltar pra casa no meio da chuva, que eu gastaria dinheiro e perderia o ônibus, eu teria tentado... Mas nada como a nuvem. Eu usei minha app do Kindle e li pelo meu celular...”
Softwares de leitura	“...o upgrade do Kindle Paperwhite também foi essencial pras (sic) minhas leituras. Mal usava meu Kindle antigo, preferia o iPad. Agora eu nem sei mais o que é iPad pra ler. Meu Kindle virou extensão do meu corpo...”
Processo de compra	“...até pouco tempo eu tinha uma política de não baixar livros... queria manter os livros numa espécie de pedestal, mas eu tava (sic) tão alucinada lendo, então comecei a baixar alguns livros... no Kindle, pra nós fãs de livros, com um toque tu compra (sic) o livro. E eu não tenho controle algum, então tô (sic) sempre comprando o tempo todo...”
Impresso/Digital	“...eu continuo comprando – apesar de muito pouco – livros físicos, mas esse ano tô (sic) lendo bastante no Kindle, bastante mesmo... eu não fico nem um dia sem ler...”
Tipos de leitura	“...basicamente tudo Young Adult novel, em inglês. A maioria é drama, alguns um mashup de soft porn e romance...”
Locais/horário de leitura	“...eu leio em qualquer lugar, mesmo, mas o lugar que mais leio (sic) é em casa, leio todos os dias e quando fico obcecada por um livro eu leio extremamente rápido... leio bastante na manicure, antes, durante e depois. E também no táxi, lotação, ônibus... leio das 8h-8h50 antes de ir pra academia, e depois pego lá pelas 19h e fico até 1h30-2h lendo... eu costumo ler deitada na maior parte do tempo, ou então sentada e mudo de posição trocentas (sic) vezes por motivos de dor nas costas. Toda manhã é uma aventura porque acho que vou derrubar café no Kindle...”
Ritmo de leitura	“...leio em média um livro por dia... eu realmente leio rápido... o número de páginas é irrelevante, eu leio em um dia um livro de 500 páginas e levo 2 pra um de 180, isso depende muito do que eu tenho pra fazer no dia...”
Ações executadas durante a leitura	“...ultimamente consegui adquirir o hábito de ler escutando música e venho fazendo isso com mais frequência. Além de relaxar, eu comecei a fazer playlists pros (sic) livros...”
Percepções/Experiências	“...costumo brincar que não tenho nenhum maior talento: não canto, não atuo, nunca fui boa em esportes, mas eu sei ler como ninguém...” “...resolvi criar uma lista de livros lidos em 2013...” “...se o livro me prende horrores, eu pego ele de tarde... e de noite, quando sei que vou sair, pego de tarde...” “...levo o Kindle comigo pra tudo, ele jamais sai da minha bolsa – mentira, esqueci ele pela primeira vez e tô (sic) até agora chateada...”

Fonte: Elaborado pela autora.

**Diário de leitura 4** (Quadro 4): 11 entradas no diário; 1 livro impresso, 3 livros digitais, 1 revista digital, 1 artigo digital, 1 dispositivo eletrônico (iPad), 3 softwares de leitura (Kindle, Kobo e Papers).

Quadro 4 - Análise do diário de leitura 4

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 4
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...tenho o hábito de ler no computador... mas a tela às vezes me incomoda, então, imprimo o que eu preciso em papel... o bom de ler no iPad é que não precisa deixar a luz do abajur acesa e atrapalhar a pessoa que está ao teu lado... sentada ao sol, o iPad não é muito adequado para isso, a tela faz reflexo...”
Softwares de leitura	“...o app Kobo é mais sensível ao toque para virar a página, então é irritante ter que encontrar a página que estava lendo a cada vez que sem querer se encosta na tela...” “...os apps trazem funcionalidades interessantes, como o uso de dicionários...” “...na aula de inglês com discussão do texto, como só eu tinha a cópia digital, ficamos perdidos para encontrar as partes que a professora queria discutir, só depois me dei por conta da função de procurar partes do livro...”
Processo de compra	“...compro livros no aplicativo do Kindle... amo essa loja pela praticidade de comprar e baixar o livro, acho que as minhas compras por impulso de livros aumentaram consideravelmente depois dos livros digitais...”
Impresso/Digital	“...a leitura digital tenta imitar a sensação do papel... os mesmos movimentos e tenta inserir as mesmas funções... não sinto a diferença na leitura. Aproveito igual...” “...no digital não posso emprestar para ninguém ou fazer cópias para os alunos. Os livros que sei que precisarei compartilhar, eu compro em papel...”
Tipos de leitura	“...romances... livro de contos... costumo ler revistas digitais também... hoje tive que ler um artigo, leitura de trabalho...”
Locais/horário de leitura	“...leio até ter sono, deitada na cama antes de dormir, o que não demora muito... começo pelas 23h até às 23:40...” “...fui viajar para São Paulo, aproveitei para levar o iPad... abri no avião antes das (sic) portas se fecharem, logo tive que desligar para o avião decolar. Fiquei com preguiça de ligar de novo... resolvi ler um livro em papel...” “...viajei de uma cidade a outra de ônibus... não li por muito tempo, fiquei enjoada e resolvi parar... fiquei com medo de ser assaltada...”
Ritmo de leitura	“...sou uma pessoa com uma vida bastante agitada e sem rotinas muito certas... mas leio diariamente... boa parte do meu trabalho envolve leituras... costumo ler revistas digitais também... às vezes com semanas de atraso...”
Ações executadas durante a leitura	“...no Kindle usei as funções de alterar a configuração da página... prefiro ler em sépia. Não mexi na fonte... ajustei o brilho da tela para não deixar o quarto muito claro... sublinhar partes do texto interessante, inserir comentários, procurar o significado da palavra no dicionário e as imagens no Google (é o máximo poder fazer isso)... queria copiar o nome e colar num bloco de notas, é uma função que me fez falta... usei o marcador para indicar a página que parei de ler...”
Percepções/Experiências	“...tudo mudou desde o momento que eu comprei meu primeiro iPad... a sensação de levar a biblioteca contigo sem pesar na mala é muito boa. Não precisa selecionar antes os livros que queremos ler...”

Fonte: Elaborado pela autora.

**Diário de leitura 5** (Quadro 5): 15 entradas no diário; 1 livro impresso, 1 livro digital, 2 dispositivos eletrônicos (computador pessoal e iPad), 2 softwares de leitura (Adobe Reader/PDF e Documents/PDF).

Quadro 5 - Análise do diário de leitura 5

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 5
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...começo com o iPad na vertical para ficar mais parecido com um livro... para facilitar o manuseio, acabo passando a posição para a horizontal... a luminosidade me incomoda um pouco, mas a história logo me absorve e sigo lendo...”
Softwares de leitura	“...baixei o aplicativo Documents e encaminhei via e-mail o arquivo, já que no iPad não dá para baixar certos arquivos com extensão PDF...”
Processo de compra	“...peguei emprestado de um amigo o livro físico...” “...já havia baixado no meu computador pessoal a versão em PDF do livro... encaminhei por e-mail para acessar no iPad...”
Impresso/Digital	“...a leitura em qualquer lugar e sem o peso do livro impresso tem suas vantagens... havia lido recentemente outra obra que tinha mais de 700 páginas... o peso e o tamanho eram muito desconfortáveis... já tenho mais livros na versão PDF para serem lidos no tablet... ao mesmo tempo, sigo lendo na versão tradicional... memória afetiva que eu tenho com as edições impressas... creio que uma coisa não exclui a outra...”
Tipos de leitura	“...biografias sobre bandas e músicos, ficção, terror... Stephen King é meu autor predileto...”
Locais/horário de leitura	“...leio no quarto, deitado na cama, antes de dormir... não preciso que a luz esteja acesa e nem de um abajur, como a luz vem do próprio tablet...” “...fui cortar o cabelo e, como sempre faço, levei algo para ler enquanto aguardava, no caso o tablet...” “...evito ler em locais mal iluminados, pois percebi que era isso que gerava desconforto...” “...no domingo, com mais tempo, li um número maior de páginas...”
Ritmo de leitura	“...muitos capítulos sendo consumidos rapidamente... mas interrompo a leitura para fazer outra atividade qualquer com mais frequência e por mais tempo...”
Ações executadas durante a leitura	“...além da leitura propriamente dita, comecei a usar o iPad para fazer pesquisas na Internet sobre temas que a obra tratava... efetuei várias buscas no Google enquanto lia...”
Percepções/Experiências	“...não saberia dizer se foi pela história envolvente e em ritmo alucinante, mas simplesmente esqueci que estava lendo um livro numa plataforma digital...” “...enquanto aguardava a minha vez, as páginas foram sendo devoradas...” “...não esqueço mais o carregador onde quer que eu vá...”

Fonte: Elaborado pela autora.

**Diário de leitura 6** (Quadro 6): 11 entradas no diário; 2 livros impressos, 4 livros digitais, 1 dispositivo eletrônico (Kindle), 1 software de leitura (Kindle).

Quadro 6 - Análise do diário de leitura 6

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 6
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...ganhei de presente um Kindle, o modelo mais básico, sem outras funções a não ser a leitura de arquivos de texto digitais. Já tenho meu telefone celular para consultar e-mail e redes sociais... não há a funcionalidade touchscreen... também não há luz na tela, deixando-o com aparência de papel...”
Softwares de leitura	“...o bom é que você pode selecionar palavras para checar significado; e o melhor: assim que você desliga o dispositivo, a página fica automaticamente marcada. ...” “...acredito que esse livro seja uma versão específica para o Kindle... a versão para o iPad é maravilhosa, com a voz do menino saltando das páginas...”
Processo de compra	“...digo com um pouco de vergonha que baixei o arquivo em PDF... mas o Kindle não lê PDF e a conversão para um arquivo de leitura é um mistério...” “...quando comprei no site da Amazon, o arquivo veio em um formato irreconhecível e pedia um certificado da Adobe. Demorei pra entender como baixar, abrir, converter...” “...achei caro demais para um e-book – \$14,90, quase dá pra comprar a versão impressa com capa dura, se bobear ainda autografado...”
Impresso/Digital	“...gosto muito do livro físico e do cheirinho dele, apesar de sempre me complicar um pouco com a marcação das páginas... sempre me perco na leitura...” “...ia reclamar que o Kindle não tem cheirinho de livro, mas no caso de <i>Haunted</i> , prefiro que continue inodoro...” “...descobri que meu Kindle amassou na bolsa formando uma manchinha de tinta bem no meio da página. Primeiro, achei interessante... depois começou a me incomodar...”
Tipos de leitura	“...obrigo-me a ler um pouquinho de coisas não acadêmicas todos os dias...”
Locais/horário de leitura	“...o Kindle está sempre na bolsa caso eu precise esperar em filas, viajar de trem ou ônibus ou ter que aturar uma reunião insuportável... leio todos os dias – principalmente antes de dormir...”
Ritmo de leitura	“...procuro outras leituras para intercalar com <i>Haunted</i> . Acho que vou comprar <i>The English Roses</i> , da Madonna, perfeito para balancear a leitura pesada...”
Ações executadas durante a leitura	“...queria um dispositivo que possibilitasse a experiência de leitura sem outras distrações...” “...com o hábito de simplesmente desligar o Kindle e confiar que a página fosse automaticamente marcada, esqueci, por três vezes, de dobrar a orelha na página recém lida antes de fechar o livro impresso...”
Percepções/Experiências	“...termina o livro numa tela branca... estou com sensação de vazio...” “...outra leitura terminada hoje, dessa vez sem sensação de vazio. Após a última página em branco, aparece uma pseudo-orelha falando de outras publicações e da autora...” “...o livro é famoso por ser chocante... percebi que o sacolejo do trem não combinou com a leitura, e nem foi culpa do dispositivo, pobrezinho... optei por ler <i>Haunted</i> no conforto do lar... descobri que o livro é tão indigesto quanto quando em movimento. Rendeu-me pesadelos terríveis...”

Fonte: Elaborado pela autora.



**Diário de leitura 7** (Quadro 7): 12 entradas no diário; 1 livro impresso, 1 livro digital, 2 dispositivos eletrônicos (computador pessoal e smartphone), 2 softwares de leitura (Adobe Reader/PDF e Quickoffice).

Quadro 7 - Análise do diário de leitura 7

Temas do discurso	DIÁRIO DE LEITURA 7
	Destaques nos registros
Dispositivos eletrônicos	“...no computador tem a facilidade de não forçar muito os olhos, pois posso aumentar o tamanho do texto...” “...com o anoitecer, passei a não conseguir mais ler o livro impresso no ônibus, então, peguei o smartphone para ler...”
Softwares de leitura	“...não necessito de marcador de página, sempre que abro o arquivo do livro no meu smartphone, já vem na página em que eu encerrei a leitura anterior... mas isso não ocorre quando eu abro o livro no computador...”
Processo de compra	“...o impresso pegamos da biblioteca da escola do meu filho... o livro eletrônico baixei da Internet...”
Impresso/Digital	“...onde não há a necessidade de se preocupar com números de páginas e tinta gasta na impressão, o livro digital poderia vir abarrotado de imagens e mapas... fico pensando o quão maravilhoso e empolgante pode se tornar a leitura digital no futuro... escritores, mesmo em mundos imaginários, poderiam criar maravilhas em 3D, postar em seu site e colocar links nas páginas dos livros digitais...”
Tipos de leitura	“...atualmente estou começando a ler dois livros simultaneamente... <i>Inferno</i> /Dan Brown, no computador e no smartphone; e o livro impresso <i>The 39 Clues</i> /Gordon Korman, conheci essa série, pois meu filho teve que fazer um trabalho na escola com o livro e para poder orientá-lo em algumas questões comecei a ler com ele...”
Locais/horário de leitura	“...minha leitura é no ônibus... no trajeto de casa para o serviço... a leitura dura aproximadamente 30 minutos...” “...em minha estação de trabalho... esta leitura é um pouco mais tranquila, sem ruídos ao redor e sem a necessidade de estar com um livro em minhas mãos, apenas controlando a leitura com o mouse...” “...ultimamente, quando tenho tempo, não importa onde eu esteja, abro o smartphone e lá estou eu lendo...”
Ritmo de leitura	“...estou demorando muito na leitura, pois a cada nova paisagem, cada nova pintura relatada no livro estou visitando o Google... mas não faz mal, temos que mergulhar na história, é fascinante...”
Ações executadas durante a leitura	“...mesmo o autor descrevendo uma obra de arte no livro, nada como acessar o Google e visualizar esta imagem para melhor compreensão...” “...tenho normalmente escutado no smartphone a rádio Liberdade, mas bem ao fundo, quase imperceptível ao meu sentido auditivo, pois a rádio soa como uma trilha sonora no tempo em que estou absorto na leitura...”
Percepções/Experiências	“...nunca tinha tido uma leitura digital tão emocionante quanto a esta, obrigado Google Street View... com esta facilidade podemos entrar profundamente na pele do personagem... é impressionante o quanto somos pequenos e quanta beleza temos para ver no velho mundo... estou até pensando em reler os outros livros do mesmo autor... estou fascinado com este modo de ler...”

Fonte: Elaborado pela autora.



Observando os registros dos diários organizados nos quadros de análise de discurso, percebe-se que as peculiaridades de leitura dos sujeitos são cada vez mais individuais. A categorização de comportamentos torna-se uma tarefa difícil, quando, no contexto contemporâneo, a individualização mostra-se uma premissa. É possível perceber que o sujeito lê quando quer, como quer e onde quer. Tem à sua disposição diversos dispositivos para recorrer a essa leitura, seja sentado à frente do computador em seu ambiente de trabalho, seja deitado na cama antes de dormir com o tablet apoiado sobre o corpo, seja no meio de transporte segurando um livro impresso, displicentemente jogado na bolsa após a leitura. Se um dos recursos está impossibilitado de ser usado, um smartphone sem bateria, por exemplo, recorre-se ao outro suporte, em uma espécie de dança da leitura e da avidez por consumir informações, sejam textos vinculados ao estudo ou lazer, sejam textos complexos ou resumos de notícias aleatórias. A quantidade de livros lidos também acentua ainda mais o processo de individualização. Há leitores que fazem dos livros uma extensão real do próprio corpo, pois leem a todo o momento, em todas as oportunidades, consumindo livros inteiros em curtos períodos de tempo. Outros, ainda dedicam à leitura períodos especiais de concentração e não a executam em qualquer lugar, lendo, assim, poucos livros, mas com o mesmo prazer e vontade em entrar nas histórias, de se sentir parte, talvez, da construção de universos pessoais paralelos. Embora se considere essas individualizações, algumas práticas, mesmo que se manifestem de modo particular, podem corresponder a um mesmo contexto comportamental, e, assim, ser encontrada em mais de um leitor. Desse modo, torna-se possível a categorização das práticas de leitura digital.

Em relação aos dispositivos eletrônicos utilizados, constatou-se que a maioria dos leitores pratica a leitura em mais de uma plataforma eletrônica, intercalando o uso e escolhendo um ou outro dispositivo de acordo com o momento e o local de leitura. Esses leitores que intercalam suas atividades de leitura entre tablets e smartphones, por exemplo, demonstram uma relação maior de proximidade com as tecnologias e as utilizam a seu favor. A leitura começada em um dispositivo pode ser passada para outro no mesmo dia, às vezes porque se deseja ter uma tela maior à disposição, ou porque se quer fazer anotações em aplicativos instalados em apenas um dos dispositivos. O smartphone é considerado mais prático, menor e mais leve e está sempre junto com o sujeito, pois é ao mesmo tempo um telefone celular. Já o tablet não faz ligações telefônicas, mas possui inúmeros outros recursos que facilitam a rotina de estudos ou trabalho, por exemplo. A preferência por aparelhos móveis manifesta-se crescente, enquanto que poucos leitores preferem o computador fixo em

estações de trabalho, já que os dispositivos móveis permitem a conexão constante com a leitura.

Enquanto alguns leitores demonstram uma maior relação com as tecnologias, outros reforçam, predominantemente, a relação com a leitura. A utilização de e-readers dedicados, como o Kindle, que não possuem acesso a e-mails, redes sociais e outros aplicativos, reforça essa afirmação. Além de o leitor ter trocado de plataforma, do impresso ao digital, preocupa-se em ter um dispositivo eletrônico específico para realizar tal função: os livros podem ser uma 'obsessão' e os dispositivos, uma 'extensão do corpo'.

Além da multiplicidade de plataformas eletrônicas sendo utilizadas, é ainda maior a disponibilidade de softwares de leitura digital. Com exceção de e-readers dedicados que já possuem software próprio para leitura, os demais dispositivos possibilitam a instalação de diversos aplicativos. E mesmo que o sujeito não possua um e-reader dedicado, ele ainda pode acessar o mesmo aplicativo para a instalação em tablets e smartphones. Percebe-se que a oferta de diferentes hardwares e softwares mantém-se ampla, pois o leitor interessa-se pela personalização dos produtos e serviços que acessa. Nesse sentido, as editoras precisam estar preparadas para fazer e-books compatíveis com todas essas tecnologias de hardware e software, de modo que um mesmo livro digital possa ser acessado na plataforma que o leitor escolher, sem que sofra problemas de compatibilidade ou formatação. Entretanto, os leitores ainda reclamam de outras inconformidades nos softwares, como a falta de sincronização entre as páginas quando um mesmo livro é aberto no iPad e no iPhone, por exemplo, ou alguns aplicativos que não são intuitivos quanto às suas funcionalidades. No hardware, o consumo rápido da bateria e as diferentes resoluções e definição das telas ainda incomodam alguns leitores. Considera-se que essas observações precisam ser acompanhadas pelas empresas de tecnologia, para que promovam as melhorias e evoluções necessárias e assim potencializem a leitura digital no meio editorial.

Quanto ao processo de compra dos livros digitais, todos os leitores da análise, em algum momento, disseram que já baixaram livros gratuitamente na Internet, seja de modo legal ou em versões piratas. Para os que compram efetivamente os livros digitais, o acesso é feito diretamente nos aplicativos de leitura, que, em sua maioria, disponibilizam o acesso às lojas virtuais. Enquanto alguns leitores ainda enfrentam dificuldades na compra, a maioria encontra facilidade no processo. Percebeu-se que esse imediatismo da compra dos e-books faz com que o consumo por impulso aumente consideravelmente.

Embora as versões digitais dos livros sejam mais baratas do que as versões impressas dos mesmos títulos, as editoras ainda sofrem críticas dos leitores, que esperam valores ainda

mais baixos, por considerarem que a exclusão do processo de impressão é o principal fator de despesa das editoras. No entanto, é preciso considerar os gastos com a criação do conteúdo e com todos os profissionais envolvidos nesse processo, que permanecem atuantes mesmo que o livro não seja impresso. Compreende-se que as editoras precisam ampliar a comunicação com os leitores/consumidores sobre as razões dos custos dos livros digitais e também sobre o processo de disponibilização dos arquivos, já que, de certo modo, o sistema de compra tem funcionado bem e dado retornos positivos às editoras, principalmente por instigar a compra por impulso.

Considerando a relação entre os meios impressos e digitais de leitura, a maioria dos leitores ainda mantém a leitura de livros impressos, principalmente porque o objeto livro sempre fez parte de suas vidas. Todavia, esse passa a ser um hábito cada vez menos frequente, pois a leitura na tela eletrônica satisfaz os interesses de estudo e lazer. Para quem deseja uma proximidade visual com os livros impressos, os e-readers dedicados satisfazem; para quem deseja estruturas interativas, os dispositivos mais avançados tecnologicamente são mais apropriados. Em ambos, os leitores encontram a facilidade de ter diversos livros ao mesmo tempo, com muitas páginas. Fica claro, portanto, que os comportamentos dos leitores estão mudando, pelo menos quanto à escolha do suporte. E se a leitura de impressos está associada aos significados de posse ou nostalgia, as tecnologias eletrônicas responsabilizam-se pelo incremento emocional das histórias no meio digital, ao possibilitar, por exemplo, que sejam acessadas imagens, vídeos ou músicas que integram a experiência de leitura.

A prática de escutar músicas enquanto leem os livros digitais, como se fossem trilhas sonoras no desenrolar da narrativa, foi manifestada por mais de um leitor. Até mesmo formatam listas de músicas específicas a serem ouvidas com determinados tipos de livros. Os dispositivos eletrônicos potencializam essa prática, pois computadores, tablets e smartphones também são players eletrônicos de músicas. Nesse contexto, as editoras precisam se ater ao fato de que a leitura é uma prática que por si só desloca o leitor do meio em que está para um ambiente imaginativo existente apenas em sua própria mente, através do estímulo a todos os sentidos físicos a que tem acesso, como a audição, por meio de sons que, se não estiverem dentro do próprio e-book, estarão dentro da mente do leitor que relacionará a história à melodia.

Os leitores desta análise leem livros, principalmente, de ficção e biografias, ou seja, leituras para lazer. As leituras para estudo também são frequentes e nelas há muita procura pelos significados das palavras, seja em português ou até mesmo em outros idiomas, estabelecendo o acesso a dicionários no próprio dispositivo eletrônico. Também são

constantes outros tipos de materiais, como a leitura de artigos, revistas digitais e resumos de blogs e sites. Com a constante referência dos leitores à força do conteúdo das histórias, responsáveis pela fixação e desejo de manter a leitura constante, percebe-se que a escolha pelo tipo de leitura não tem, necessariamente, relação com o meio digital e sim com as escolhas e gostos pessoais. Os mesmos tipos de livros, artigos ou revistas poderiam ser lidos no meio impresso. Assim, o importante a ser destacado é que a troca do suporte não proporcionou menor interesse na leitura ou menor apreço ao livro enquanto principal meio de difusão da cultura e transmissão de conhecimento, significados que já eram imputados ao livro impresso.

Outra característica concernente aos estudos das práticas de leitura relaciona-se ao lugar em que a leitura é exercida, momento no qual importa, entre outros fatores, a relação do corpo do leitor para com o livro e também o lugar onde se está. Verificou-se que a maioria dos leitores lê em casa, à noite, deitado na cama antes de dormir. Todos os leitores também leem nos trajetos para outros locais, em meios de transporte como ônibus, metrô e avião, ou em salas de espera. A leitura no ambiente de trabalho, nos intervalos das atividades profissionais, também é pontuada. Em suma, os leitores leem em qualquer lugar, sempre que há a necessidade de esperar algo, seja para chegar a algum lugar, seja para fazer o que se pretende. Assim, momentos de espera tornaram-se momentos de conexão digital.

Ler em qualquer lugar e em qualquer hora significa que não há um lugar sagrado para leitura, ao mesmo tempo em que mostra a grande influência e importância da atividade na rotina dos indivíduos. No caso de um leitor que leva seu livro digital para a cama, supostamente o lugar mais confortável do lar, utilizado para o descanso do corpo físico, vê-se uma relação íntima com a leitura, que é o último ato feito antes de se dormir. O dispositivo eletrônico é apoiado sobre o corpo do sujeito, como se fizesse parte dele, pois nem as mãos precisam segurá-lo todo o tempo.

Embora os leitores leiam com constância, não necessariamente leem rápido ou muitos volumes de texto. Há um componente do contexto da sociedade contemporânea, estimulado pelos dispositivos eletrônicos com múltiplas funções: a distração. Os leitores manifestaram interromper a leitura para jogar, para navegar nas redes sociais e checar os e-mails. Também a leitura é interrompida pela busca de imagens e de significados das palavras, bem como por momentos em que o leitor faz anotações e marcações, refletindo sobre as informações lidas. A leitura de um livro também é intercalada pela leitura de outro livro ou de outros textos. Os leitores leem mais de um livro digital ao mesmo tempo, alguns trechos de um ou de outro, ou ainda interrompem a leitura do livro para ler sites ou revistas.

Sabe-se que, com o livro impresso, os leitores poderiam ter o mesmo comportamento. Poderiam ler apenas trechos de livros impressos, ou mais de um livro impresso ao mesmo tempo, fazendo marcações e realizando investigações sobre os conteúdos, bem como poderiam se distrair com qualquer outra atividade que surgisse e parecesse mais atraente do que o livro. Entretanto, o meio eletrônico no contexto contemporâneo torna superlativas essas ações, pois oferece muito mais elementos de distração, e muito mais exemplares de livros para serem lidos, o que pode provocar uma ansiedade no indivíduo na medida em que o incita para que leia todos ao mesmo tempo ou para que faça várias coisas ao mesmo tempo.

Esse comportamento remete às definições de perfil do leitor digital. Portanto, tais características dos leitores devem ser consideradas pelas editoras, pois a produção de livros com histórias imensas pode não ter mais espaço em uma sociedade imediatista, com um leitor que quer o prazer da leitura, mas que possivelmente irá intercalar a leitura da história com inúmeras outras atividades, perdendo, assim, o interesse por narrativas demoradas e complexas. Também se entende que a busca pela visualização das imagens em sites de busca remete a um contexto de utilização de hiperlinks que poderiam estar nos textos. Esses hiperlinks, já previstos pelas editoras, facilitam a interação do leitor com o e-book.

Compreende-se que a digitalidade permite que os leitores usem os livros digitais como querem e os manipulem com mais vontade e menos culpa. O leitor 1, por exemplo, só coloca os seus livros lidos em uma lista pessoal que possui se o ler completamente, até o fim. No entanto, ignora os trechos que pula e considera o livro digital em questão totalmente lido, pois aquilo que era de seu interesse foi, efetivamente, lido. O leitor 2 também demonstra que o livro digital parece ser convidado à interferência ao afirmar que nunca foi capaz de fazer marcações nos livros impressos, pois lhe assombrava a ideia de saber que jamais poderia apagá-los. O significado que o livro impresso possui é o de um objeto perfeito em si mesmo e inalterável, perdendo seu valor se for riscado por uma caneta. No entanto, o livro digital não possui o mesmo significado de um objeto completo em si mesmo, mas se aproxima das mesmas características da Internet e das redes sociais, possuindo o significado de obra aberta, com seu conteúdo a ser formado pelas interferências dos leitores.

Considerando a pesquisa teórica realizada nesta dissertação, esperava-se encontrar, na análise das práticas digitais, mais ações que remetessem ao conceito de leitura social. Entretanto, descobriu-se que os leitores preservam a leitura individual e silenciosa, e também imersiva, impregnando-se de mais de um texto. A leitura social não é muito frequente no Brasil, pois as próprias editoras nacionais não incentivam a prática em suas publicações. Ainda assim, faz-se menção a uma declaração do leitor 2, que disse gostar particularmente de

um recurso que o aplicativo Kindle disponibiliza, que mostra os trechos dos textos marcados por outros leitores que leram o mesmo livro. Essa observação do leitor o faz, na maioria das vezes, marcar os mesmos trechos, o que remete a uma interpretação de apreço pela leitura colaborativa, com discussões construídas em conjunto. Essas construções definem-se como leitura social.

Também se compreende que os comportamentos promovidos pela leitura digital estabelecem influência nas próprias práticas de leitura convencional dos impressos. Ao desligar o dispositivo Kindle ou fechar o aplicativo, por exemplo, o trecho lido fica registrado, como se houvesse um marcador de páginas. Essa ação tornou-se tão habitual para o leitor 6, que, ao recorrer à leitura de livros impressos, ele se esquece de utilizar um marcador de papel físico e, simplesmente, se perde na leitura por várias vezes.

Por fim, no que se refere aos efeitos de sentido no livro digital, a temática das percepções e experiências ganha relevância nas particularidades de cada leitor. Algumas dessas percepções já foram pontuadas anteriormente, como a preocupação do leitor 1 em ler os livros até o fim, burlando sua própria regra ao pular trechos do texto, e a experiência do leitor 2 quanto às marcações nos livros impressos e digitais. O leitor 5 afirma simplesmente esquecer em qual dispositivo a leitura está sendo executada, porque o que possui relevância é o envolvimento das histórias. Pontua-se a satisfação do leitor 4 ao expressar que toda a sua rotina mudou com o acesso aos livros digitais, levando sua biblioteca digital completa por onde quer que vá. O leitor 7, mais empolgado com os recursos tecnológicos disponibilizados, manifesta-se fascinado com a possibilidade de pesquisar todas as imagens que o autor do livro cita. Para o leitor 3, a leitura é tão importante, que ele confessa sem titubear que o Kindle já faz parte de seu corpo e que seu maior talento é 'ler como ninguém'. Por fim, o leitor 6 é profundo em suas percepções e choca-se com o término de um livro digital em uma tela em branco. A sensação de vazio só é preenchida quando, após a última página digital, outras informações do autor, editora ou publicações são visualizadas. Para esse leitor, a experiência de leitura é tão profunda, que o conteúdo do livro combina ou não com o ambiente em que estiver e provoca reflexões significativas mesmo tempos depois do término da leitura.

Considerando as análises de conteúdo realizadas, foi possível identificar e nomear 10 práticas de leitura digital, e assim, estabelecer uma compilação desses resultados, apresentados no Quadro 8.

Quadro 8 - Práticas de leitura digital

<b>Práticas</b>	<b>Definição</b>	<b>Praticada pelos leitores</b>
<b>LEITURA MÚLTIPLA</b>	Refere-se à prática da leitura de vários livros, trechos e/ou outros textos ao mesmo tempo.	1, 2, 4, 6 e 7
<b>LEITURA CONSTANTE</b>	Refere-se à prática de leitura exercida a todo o momento possível, em qualquer lugar.	3, 6 e 7
<b>LEITURA MULTIMIDIÁTICA</b>	Refere-se à prática de leitura realizada em diversos suportes, sejam tablets, smartphones, computadores e até mesmo impressos.	1, 2, 3, 5 e 7
<b>LEITURA EXCLUSIVA</b>	Refere-se à prática de leitura concentrada em apenas um dispositivo eletrônico, sem acesso a redes sociais e e-mails.	6
<b>LEITURA SALTITANTE</b>	Refere-se à prática de pular os parágrafos de textos que não interessam ao leitor ou praticar a leitura em ordens diferentes.	1
<b>LEITURA DISTRAÍDA</b>	Refere-se à troca da leitura por outras atividades, como acesso às redes sociais, jogos e outras pesquisas.	1 e 5
<b>LEITURA INVESTIGATIVA</b>	Refere-se ao interesse pela descoberta dos significados das palavras e conceitos acessando dicionários e sites de busca.	2, 4 e 6
<b>LEITURA VISUAL</b>	Refere-se à prática de pesquisar imagens sobre assuntos abordados nos textos.	4, 5 e 7
<b>LEITURA SONORA</b>	Refere-se à ação de escutar músicas e outros sons diversos durante a leitura dos livros.	3 e 7
<b>LEITURA INTERATIVA</b>	Refere-se à prática de anotar, marcar e interagir com os recursos do texto digital.	2 e 4

Fonte: Elaborado pela autora.

Na sequência das investigações, faz-se uma aproximação ao contexto de uma editora brasileira que publica livros digitais, além de impressos: a Companhia das Letras.



#### 4.2 ENTREVISTAS: A ABORDAGEM DA EDITORA COMPANHIA DAS LETRAS

Além das análises das práticas de leitura, outro contexto da coleta de informações desta pesquisa diz respeito às estratégias vigentes do mercado editorial. A editora escolhida para realizar uma aproximação foi a Companhia das Letras, editora que estabelece um relacionamento estreito com seus leitores, aberta ao contato e ao diálogo com os consumidores. De acordo com Ferrari (2010), é uma das editoras brasileiras que mais se destacam culturalmente e é reconhecida pela sua capacidade em formar novos leitores.

A Companhia das Letras já foi considerada por professores de literatura como uma das melhores entre as editoras brasileiras de livros, sendo constantemente apontada pelos críticos como uma referência a ser seguida no mercado editorial. Segundo o referido autor, a editora sempre teve por premissa trabalhar bem cada obra publicada e não em estabelecer inúmeros best-sellers de títulos populares. No entanto, devido ao cuidado editorial e gráfico de cada publicação, a Companhia das Letras sempre possui títulos nas listas dos mais vendidos. Em relação ao design, a editora possui um cuidado apurado no tratamento gráfico/editorial do produto impresso, o que garante uma identidade reconhecível à primeira folheada.

Segundo informações do próprio site da editora, a Companhia das Letras foi fundada em 1986. Em quase 28 anos de atuação, já publicou mais de três mil títulos, de 1300 autores diferentes, incluindo os lançamentos dos outros selos da editora: Companhia das Letrinhas, dedicada ao público infantil; Cia. das Letras, voltada aos adolescentes; Companhia de Bolso, que relança grandes sucessos da literatura em edição econômica; Quadrinhos na Cia., dedicada ao gênero dos quadrinhos; Claro Enigma, que publica materiais paradidáticos voltados a professores e profissionais ligados à educação; e Penguin Companhia, que edita em português as obras do catálogo da Penguin Classics. O selo principal da Companhia das Letras dedica-se à publicação de literatura e ciências humanas. Quanto aos livros digitais, a editora tem trabalhado com a publicação de e-books desde março de 2010, na versão ePub, quando foram lançadas versões digitais de alguns livros impressos abrangendo exatamente o mesmo conteúdo. Recentemente, a editora tem testado outro formato através do novo selo Breve Companhia, que traz uma nova coleção de e-books com textos mais curtos (COMPANHIA DAS LETRAS, 2013).

Os livros da Breve Companhia possuem uma identidade gráfica específica nas capas e estão disponíveis apenas na versão digital (Figura 8). Pode-se observar que os elementos gráficos trabalhados nas capas buscam uma relação de significação com a exclusividade para

o meio digital, na medida em que reproduzem a unidade digital da imagem, os pixels, representados nos quadradinhos de cor ao fundo que destacam os títulos das publicações.

Figura 8 - Publicações do selo Breve Companhia



Fonte: Companhia das Letras (2013).

Quanto à estrutura organizacional da editora Companhia das Letras, os quadros fixos da empresa distribuem-se nos departamentos de edição, produção gráfica, divulgação, atendimento a professores, vendas e administração. Conta com um corpo de colaboradores nas áreas de tradução, preparação de texto, revisão, pesquisa iconográfica, ilustração e design gráfico. Considerando essa estrutura organizacional, estabeleceu-se contato<sup>10</sup> com a editora com o intuito de entrevistar alguns colaboradores relacionados às publicações digitais. Assim, foram feitas entrevistas<sup>11</sup> com três profissionais: a Assistente de Negócios Digitais, que atua com pesquisa e marketing, o Coordenador de Novos Negócios, que é designer e produtor gráfico, e o Publisher, responsável pela coordenação da equipe de editores e pela definição das publicações impressas e digitais. Os profissionais citados aceitaram participar das entrevistas mediante recebimento das perguntas e envio das respostas por e-mail. O Publisher, no entanto, mudou de alternativa e optou por responder às perguntas por telefone.

<sup>10</sup> Ver Vol. 2 - ANEXO D – AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS COM A COMPANHIA DAS LETRAS/E-MAILS

<sup>11</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE D – ENTREVISTAS APLICADAS À EDITORA COMPANHIA DAS LETRAS

As entrevistas foram analisadas considerando a análise de discurso, que, diferentemente das análises estabelecidas nos diários de leitura, apresenta compilação com diferentes temáticas, devido aos contextos abordados com cada entrevistado (Quadros 9 a 11). O método de organização das informações coletadas segue o mesmo critério dos diários de leitura, a convergência entre os elementos teóricos abordados nesta dissertação e as temáticas do discurso. A *unidade* do discurso é a entrevista; o *sujeito* do discurso é o entrevistado; o *objeto* do discurso é a constituição da entrevista, se realizada por e-mail ou por telefone. Considera-se ainda, como *actantes* do discurso, os entrevistados, a editora e os livros digitais e dispositivos eletrônicos citados pelos entrevistados. Os trechos extraídos das entrevistas representam as relações que ligam os actantes e os temas dos discursos no tempo e no espaço narrativo. A primeira entrevista (Quadro 9) contextualiza um discurso sobre o panorama geral de atuação da Companhia das Letras no mercado de livros digitais, sendo o sujeito desse discurso a Assistente de Negócios Digitais da editora.

Quadro 9 - Análise da entrevista 1/Assistente de Negócios Digitais

Temas do discurso	ENTREVISTA 1
	Destaques nas respostas
Inserção no mercado editorial digital	“...começamos a experimentar com os formatos, convertendo parte do catálogo impresso para o formato digital... hoje já temos um departamento que cuida especificamente dos e-books...”
Estratégias de publicação	“...converter nosso catálogo impresso para o formato digital... alguns livros são exclusivamente digitais... e o selo Breve Companhia... outra possibilidade é a de livros que têm materiais extras... com áudio e vídeos...”
Estratégias de comercialização	“...os preços das edições digitais são de 15% a 35% menores que os das impressas...”
Contribuição nas vendas	“...a porcentagem fica em torno de 2,5%... não somos uma empresa de tecnologia, não podemos lançar nosso próprio e-reader para estimular o mercado...”
Formatos e dispositivos	“...escolhemos o formato ePub porque é o padrão internacional... recomendamos o software de leitura Bluefire... desde o lançamento da loja brasileira da Amazon, já disponibilizamos todo o nosso catálogo digital para o Kindle...”
Preferências entre impresso e digital	“...existe o apego ao livro como objeto, mas percebo que isso vem mudando... as novas gerações têm papel importante, não só pela familiaridade com a tecnologia, mas também pela quantidade de leitores vorazes...”
Práticas de consumo dos leitores	“...os livros que vendem bem no formato impresso são os que mais vendem em e-book também... as reduções de preço têm tido grande sucesso... elas também tendem a puxar as vendas de outros livros do mesmo autor ou série...”
Futuro do livro digital	“...um livro didático certamente pode se beneficiar de gráficos interativos, vídeos explicativos e outros recursos multimídia, um livro clássico de ficção talvez não... não sabemos de que maneira essa geração cercada por computadores, smartphones e tablets vai ler no futuro...”

Fonte: Elaborado pela autora.

O discurso emitido pela entrevistada pareceu estar alinhado não só com os princípios organizacionais da editora, mas com seus próprios gostos e interesses pessoais. Compreendeu-se, com essa primeira entrevista, que a atuação da editora no mercado digital iniciou com a perspectiva de experimentação, enquanto o principal negócio da organização manteve-se com os livros impressos. Desde janeiro de 2012, no entanto, a Companhia das Letras formatou um departamento específico para atuar com e-books, que cuida do design dos livros digitais, das especificações técnicas de formatos e das negociações comerciais. Mesmo assim, vê-se que a estratégia principal da editora manteve-se com a conversão do catálogo impresso para o formato digital, com os exatos mesmos conteúdos. A produção de livros exclusivos para o meio digital só se dá em edições especiais e nas publicações da Breve Companhia, criada para publicar textos mais curtos e rápidos.

Também se verificou com a entrevista, que a contribuição dos livros digitais no faturamento da editora é muito pequena. Sabe-se que grande parte das editoras considera que o papel de movimentação do mercado de livros digitais pertence aos desenvolvedores dos dispositivos eletrônicos, permitindo-se inovar nas publicações apenas quando os meios possibilitam. Ao contrário dessa consideração, entende-se que as editoras poderiam inovar completamente nas formas narrativas com as possibilidades tecnológicas já existentes, e quem sabe, assim, aumentar os números de vendas.

Como estratégia, a Companhia das Letras definiu a publicação de livros digitais para múltiplas plataformas e ainda a manutenção do negócio fortemente estabelecido com os livros impressos, na perspectiva de uma convivência com os livros digitais. Isso se manifesta no fato de que os livros que vendem bem no formato impresso são os mesmos que vendem mais no formato digital. Essa constatação leva a crer que o que motiva a compra e a leitura não é necessariamente o papel, o cheiro da tinta ou o som de folhear as páginas, mas sim o conteúdo. Entende-se que seja lógico que essas características provoquem reações emocionais. Todavia, são os conteúdos, as histórias contadas nos livros, que fazem o indivíduo dedicar seu tempo à leitura e manter o desejo e o hábito de comprar novos livros. Os textos até podem ser mais curtos, as informações podem ser lançadas em pedaços, o leitor pode construir uma própria narrativa e talvez dedicar menos tempo à leitura devido ao seu ritmo frenético de vida, ou ainda o livro pode se adaptar a qualquer tecnologia vigente, mas é seu conteúdo que, de fato, exercerá poder de atração. Considera-se que os discos de vinil também são nostálgicos, mas escutar uma música dance em um player digital continua sendo agradável e motivador, pois se acredita que as pessoas gostam mais da música do que do tocador de áudio, assim como gostam mais dos textos do que dos suportes do livro.

Por fim, a entrevistada pontuou que o livro digital do futuro não será muito diferente do que se vê no presente: para ela, os livros didáticos poderão ter mais recursos interativos e livros de ficção devem manter a formatação linear do impresso.

A segunda entrevista realizada (Quadro 10) contextualiza uma abordagem relacionada ao design, seja na especificidade dos elementos gráficos dos e-books, seja na importância da atividade no contexto estratégico da editora. O sujeito do discurso é designer e produtor gráfico e ocupa, atualmente, a função de Coordenador de Novos Negócios, gerenciando a concepção e produção dos livros digitais, aplicativos e sites da editora Companhia das Letras. Foi possível perceber que a ênfase do discurso do segundo entrevistado foi direcionada à confirmação da premissa da editora em produzir publicações de qualidade.

Quadro 10 - Análise da entrevista 2/Coordenador de Novos Negócios

Temas do discurso	ENTREVISTA 2
	Destaques nas respostas
Evolução do design de livros	“...grande avanço em termos de técnica e design... diagramação, impressão, papel, acabamento...”
Padrões gráficos do livro digital	“...o formato do ePub atual tem uma série de limitações que impedem um layout mais elaborado...”
Utilização de hipertextos	“...utilizamos ainda de forma tímida, em alguns livros...”
Multiplicidade de formatos	“...o leitor pode escolher fontes, tamanho e cor de fundo... depende da plataforma... o layout varia muito, mesmo sem a intervenção do leitor...”
Pesquisas com leitores	“...tivemos diversos projetos, inúmeros estudos, grandes designers editoriais que sempre procuraram a melhor formatação para o livro...”
Processo de projeto	“...trabalhamos de uma forma interna... diversos protótipos... coleta de opiniões dos diversos departamentos, editorial, de produção e arte...”
e-books multimídia	“...fizemos alguns aplicativos... e edições especiais... apresenta material além do impresso (vídeos e áudio)...”
Importância do design na editora	“...o design na editora sempre apresentou uma atuação fundamental... inclusive desenvolvemos a fabricação de um papel off white no Brasil (o chamado pólen)... para a melhor leitura de texto corrido...”
Futuro do livro digital	“...em livros de ficção, como romances, acredito que no futuro, a leitura seja cada vez mais bem resolvida... telas ainda mais adequadas e design mais voltado para estes novos meios (fontes que funcionem melhor em e-ink ou tablets, e telas com resolução mais altas)... arquivos que permitam uma diagramação mais complexa... a interatividade pode apresentar um papel importante em livros de referência, didáticos e infantis...”

Fonte: Elaborado pela autora.

O entrevistado deposita nas limitações do formato ePub a impossibilidade de um layout mais elaborado. No entanto, pontua, por outro lado, que a utilização de hipertextos na concepção dos livros digitais ainda é muito tímida. Considera-se que a possibilidade de vincular um texto a outros textos externos ao conteúdo principal é um recurso simples, mas apropriado à inovação que se pretende nas narrativas, possibilitado pelo formato ePub. O design poderia se valer desse recurso, interferindo ainda mais na concepção dos padrões gráficos dos livros e minimizando a força das possíveis limitações de formatação. Também no contexto de limitação, a multiplicidade de formatos do livro digital é considerada pelo entrevistado como um dos grandes desafios no trabalho com a nova mídia. Para ele, mesmo que seja estabelecido um layout para o livro digital, o designer precisa ter a consciência de que o leitor poderá mudar o tipo de fonte, o tamanho das letras e a cor de fundo na maioria das plataformas de leitura. E mesmo que o leitor opte por não mudar a configuração estabelecida pela editora, em cada dispositivo eletrônico que acessar o e-book, ele vai se deparar com uma formatação diferente<sup>12</sup>.

No contexto de uma investigação que privilegia as práticas de leitura, perguntou-se ao entrevistado se a editora realizava pesquisas específicas com os leitores com o intuito de definir o padrão gráfico das publicações, impressas ou digitais, em conformidade com as necessidades e desejos dos leitores/consumidores. Expondo o processo de projeto exercido, o coordenador afirmou que os estudos e pesquisas realizados, a produção de protótipos e os questionamentos às equipes internas, bem como a atuação de grandes profissionais de design editorial que passaram pela organização foram suficientes para a produção de publicações de qualidade e em conformidade com os interesses do público-alvo. Quanto à perspectiva de publicações integradas a um sistema, incluindo serviços e produtos impressos e digitais na composição de uma única história, o coordenador apenas citou dois aplicativos desenvolvidos pela editora que apresentavam vídeos e áudios, sendo consideradas edições especiais daquelas já publicadas no meio impresso. Vê-se que as potencialidades de inovação são maiores do que as aproveitadas e o histórico de atuação da editora, que indica arrojo em seus projetos, é em parte suplantado pela insegurança do mercado editorial quanto ao futuro do livro ou pela segurança com as vendas dos impressos.

Na perspectiva da estratégia de design, o entrevistado posiciona a atividade como possuidora de um papel fundamental dentro da Companhia das Letras, não só na criação dos elementos gráficos e do estabelecimento de uma identidade visual, como na autonomia de

---

<sup>12</sup> Ver Vol. 2 - ANEXO E – APRESENTAÇÃO DO MESMO TEXTO EM DISPOSITIVOS E CONFIGURAÇÕES DIFERENTES



decisão que exerce. Como exemplo, o entrevistado cita a atuação do setor como responsável pelo incentivo à fabricação do papel pólen – um tipo amarelado inexistente no Brasil até determinado momento –, mais confortável para leitura. Nessa abordagem, vê-se que o design ensaia uma posição mais relevante na cadeia do livro, sem estar concentrada apenas no papel operacional. Porém, percebe-se que a atividade do design na editora não chega a exercer um papel conforme as características do design estratégico, pois mesmo que influencie importantes decisões, não faz parte de todas as tomadas de decisões estratégicas.

Por fim, o entrevistado conclui seu discurso sem arriscar uma previsão para o livro digital. Apenas pontua que acredita que a tecnologia de hardware das telas evoluirá e será mais agradável à leitura do que é atualmente, que os futuros softwares também permitirão diagramações mais complexas e que a interatividade será um caminho para alguns tipos de livros, como os didáticos e os infantis. Compreende-se que a visão do sujeito do discurso é a de que as narrativas dos livros de ficção permanecerão com a mesma estrutura que apresentam atualmente.

Após estabelecer uma visão geral das estratégias da editora e compreender de que modo o design atua na Companhia das Letras, a terceira e última entrevista a ser analisada apresenta um contexto de discurso relacionado às estratégias de edição de textos para os livros digitais da editora. Ou seja, visualiza-se o ponto de vista do Publisher, profissional que coordena a equipe de editores dentro da organização. Diferentemente das duas entrevistas anteriores, as respostas do Publisher não foram enviadas por e-mail, pois o profissional alegou se sentir mais à vontade em responder às perguntas por telefone. As questões foram feitas mediante roteiro preestabelecido e a ligação foi gravada. Posteriormente, as respostas foram transcritas e analisadas conforme as demais (Quadro 11). Assim, por meio das declarações do entrevistado, e também pelo seu tom de voz ao telefone, foi possível perceber firmeza nas respostas emitidas, sem titubeios a nenhuma pergunta. O discurso do Publisher inspirou convicção e potencial poder de influência.



Quadro 11 - Análise da entrevista 3/Publisher

Temas do discurso	ENTREVISTA 3
	Destaques nas respostas
Mercado do livro digital	“...no Brasil ainda estamos começando... nos EUA representa quase metade do mercado... na Europa o mercado caminha mais devagar... as pessoas vão se adaptar muito rapidamente...”
Equipe interna	“...existe um departamento específico para questões técnicas, inovações e negociações comerciais... não há uma distinção entre a equipe de editores que faz o livro impresso e os livros digitais...”
Produção dos textos	“...em princípio a editora lança o mesmo livro na versão eletrônica e impressa simultaneamente...”
Novo selo	“...recentemente foi criado um novo selo que se chama Breve Companhia, que se dedica à publicação de conteúdos digitais exclusivos... são livros, em geral, um pouco menores, reportagens curtas... coletâneas de contos... ensaios...”
Textos mais curtos	“...a gente percebeu que é uma saída para publicar textos mais curtos... num livro impresso isso em geral não é viável por causa dos custos... muitas vezes esses conteúdos também servem como aperitivos para o leitor...”
Utilização de hipertextos	“...essa parte dos hipertextos é direto com o departamento digital, que faz o design... entregamos os textos e o coordenador faz a interpretação do que considera interessante de colocar hipertexto...”
Leitura social	“...a editora é muito presente em mídias sociais, mas não diria que essa iniciativa é diferente para livros eletrônicos... a escrita colaborativa ou interferências mais fortes dos leitores não são trabalhadas na editora...”
Autopublicação	“...no exterior, os grandes cases de sucesso acabaram migrando para as editoras... não vejo ainda um autor de ficção de boa literatura se autopublicando sem o intermédio de uma editora...”
Dispositivos eletrônicos	“...aqui no Brasil as pessoas leem em tablets... que permitem a leitura como uma atividade a mais... no Kindle a experiência é melhor para ler... tem uma proximidade maior com o papel...”
Mudanças nas narrativas	“...é complicado afirmar que o dispositivo vai ter essa influencia tão grande, determinante, na forma do livro... é possível que tenha uma influencia, mas vai ser um fator entre outros na mudança das narrativas... acho que é mais voltado ao comportamento das pessoas, a uma vida frenética... o novo selo Breve Companhia está indo por aí...”
Convivência entre impresso e digital	“...as coisas ainda vão conviver por um período longuíssimo... mas a editora está preparada... para acompanhar o que anda acontecendo... o livro impresso e o livro digital como um mesmo produto, apenas em meios diferentes...”
Futuro do livro digital	“...é muito legal experimentar coisas novas, multimídia, conteúdos audiovisuais... mas isso no exterior não pegou, não vende... nós vamos testar algumas coisas... mas o que tem mais acontecido é justamente uma simplificação do produto e uma aproximação maior da experiência de ler um livro impresso...”

Fonte: Elaborado pela autora.

Na primeira temática abordada, o entrevistado pontua a situação de mercado do livro digital no Brasil e no mundo. Segundo o Publisher, o Brasil está apenas começando a atuar nesse segmento, enquanto que, nos EUA, os livros digitais já representam quase a metade do

mercado de consumo de livros. Na Europa, o mercado evolui mais devagar devido a fatores culturais e aspectos de tradição ligados ao livro impresso, mas ainda assim, para o entrevistado, é possível considerar que o livro digital já vem mudando a experiência e as práticas de leitura, apontando uma globalização do novo formato dentro em breve.

Com exceção da equipe exclusiva que cuida da formatação dos e-books, os demais profissionais, como a equipe de editores, são os mesmos, tanto para os livros impressos, quanto para os livros digitais, já que a editora realiza o lançamento das publicações de modo simultâneo no meio impresso e digital. O fato de a produção de conteúdo ser editada pela mesma equipe para ambos os formatos aponta duas possibilidades de interpretação. A primeira vincula-se à perspectiva de tornar os processos mais práticos e objetivos, ou seja, edita-se o texto apenas uma vez, independente do formato – o a ser publicado. No entanto, mesmo com essa evidente praticidade, a identificação de diferentes práticas de leitura pode requerer pensar em cada mídia isoladamente. Por outro lado, a produção integrada da edição aponta uma preocupação com a identidade da editora, que estabelece uma coerência de publicações em qualquer tipo de mídia. Tanto a segunda interpretação é lógica, que as equipes, integradas como são, identificaram a viabilidade de lançar um novo selo de publicações para comportar textos mais curtos – contos, poesias e artigos – produzidos pelos mesmos editores, mas inviáveis de serem comercializados em uma versão impressa devido aos custos de produção, ao mesmo tempo em que, no meio digital, comportam-se ou como aperitivos para outras publicações maiores, ou como o novo estilo de texto digital a se tornar padrão no futuro.

Por outro lado, percebe-se que o debruçar-se sobre a mídia digital especificamente também é ação realizada. Após os editores entregarem os textos para o departamento digital, segundo declaração do Publisher, são os profissionais de design que realizam a interpretação do que pode virar hipertexto, por exemplo. O designer determina os hiperlinks – mesmo que timidamente, como visto na entrevista anterior – tornando-se então, um coautor, na medida em que estabelece vínculos dentro dos textos que não foram determinados nem pelo autor, nem pelos editores. Além da coautoria, essa liberdade de ação pontua o design com relevância estratégica na organização.

No entanto, vê-se que a multiplicidade de autores para por aí. Segundo o entrevistado, não é trabalhada nenhuma iniciativa relacionada à leitura social nas publicações da Companhia das Letras. Sabe-se que a editora é muito presente no contato com os leitores e também nas mídias sociais como Facebook e Twitter, mas a escrita colaborativa ou interferências mais fortes dos leitores não são trabalhadas na editora. O Publisher afirmou que

não há uma rejeição a essa prática, que todo tipo de experimentação é válida, mas não demonstrou confiança e segurança com esse tipo de produção de textos. Nesse caso, a percepção obtida com a resposta do entrevistado foi a de desconforto em questionar a posição dos autores principais dos textos. É possível que a editora só venha a aderir a tal prática se a leitura social for amplamente difundida no exterior, pelo menos.

No mesmo tom, a temática da autopublicação é abordada. Para o entrevistado, a visão de um autor de ficção de boa literatura autopublicando-se não é rentável. Cita como exemplo os grandes cases autopublicados de sucesso no exterior, que acabaram migrando para as editoras depois de um tempo, não só pela expertise de edição de textos, mas pelo potencial de promoção e divulgação que as editoras exercem sobre os livros. Percebe-se que, mesmo que as novas tecnologias tenham potencializado a prática da autopublicação, ela não é inerente ao meio digital e, portanto, é possível que demore a ameaçar o mercado editorial tal como ele é hoje. Compreende-se que o poder simbólico que as editoras exercem é muito atrativo aos escritores. A chancela das editoras sobre os textos qualifica simbolicamente as publicações.

Mudando um pouco de temática, o Publisher apresenta suas considerações sobre os dispositivos eletrônicos de leitura. O entrevistado acha curioso que no Brasil as pessoas têm lido digitalmente com mais frequência em tablets, dispositivos que exercem outras funções que não apenas a leitura de livros. Considera que a falta de leitores contumazes no mercado é o que poderá determinar os tablets como dispositivos principais para a leitura de livros digitais, mesmo que essa seja apenas uma atividade a mais dentre as outras funções de entretenimento que esses suportes oferecem. Ainda assim, o entrevistado afirma sua preferência pessoal aos e-readers dedicados, como o Kindle, por terem uma proximidade maior com a experiência de leitura no papel. Por isso, o Publisher não concorda com as declarações do mercado de que o conteúdo vai se render à forma, ou seja, para ele, os textos não irão mudar por causa do meio em que se encontram. A declaração vai em direção oposta à dos pesquisadores da história do livro que consideram os meios como transformadores dos sentidos, das práticas e dos conteúdos. No entanto, o entrevistado justifica que o meio pode até ser um dos fatores-chave de transformação das narrativas, mas dentro de um amplo contexto de mudanças, principalmente as relacionadas com o comportamento cultural da sociedade e com a vida frenética dos indivíduos. Nessa perspectiva, entende-se que as publicações do selo Breve Companhia, por exemplo, são experimentações que podem apontar os melhores caminhos para o futuro da leitura digital na editora.

Assim, o Publisher declara que a editora está focada em manter por um longo tempo a convivência entre os livros impressos e digitais. Para o entrevistado, livros serão sempre

livros, independente do formato. A perspectiva do Publisher, ao considerar que o importante nesse contexto todo é o conteúdo, demonstra uma nova etapa do mercado editorial, que assume a multiplicidade de formatos ao invés de só debater a morte do livro impresso.

Por fim, o Publisher declara sua visão sobre o futuro do livro digital, negando, assim como os dois entrevistados anteriores, que as interações multimídia sejam o caminho. Para ele, a simplificação do livro digital é mais rentável para as editoras e mais atrativa para os leitores. Nesse ponto cabe reflexão: será que a mimetização do livro impresso, até então criticada por alguns pesquisadores, não seria o caminho mais adequado para a continuidade do livro digital?

Talvez o livro digital transforme-se aos poucos. Por muito tempo, os livros impressos com tipos móveis mantiveram os mesmos estilos de fontes, até que novas formas foram inventadas e os gostos dos indivíduos foram se transformando. A referência que se faz aqui quanto a essa mimetização é estética, mas, logicamente, estudos sobre características tipográficas mais adequadas às telas poderão transformar a aparência do livro digital. Quanto a uma mimetização formal das narrativas, essa sim se acredita que sofrerá maiores mudanças, ou pelo menos deveria, compondo estruturas em banco de dados e dando maior liberdade às interferências do leitor.

Após a aproximação à editora Companhia das letras, esta dissertação apresenta os resultados do processo de construção de cenários para o futuro do livro digital.

#### 4.3 WORKSHOP CENÁRIOS: AS VISÕES PARA O FUTURO DO LIVRO DIGITAL

Entende-se que workshops são instrumentos de projeto que, de modo geral, compreendem oficinas, laboratórios ou reuniões com o objetivo de aprendizagem mútua ou construção de resultados de projeto. São reuniões de trabalho nas quais profissionais discutem determinado assunto ou desenvolvem determinada técnica. Considera-se que o ambiente de workshop pode ser formado por qualquer pessoa que possua a qualificação desejada para solucionar os problemas que estão sendo abordados e trabalhar em equipe.

Particularmente no âmbito do design, workshops são muito utilizados para potencializar e explorar a criatividade dos envolvidos em determinado projeto. De acordo com Cautela (2007), o workshop de design pode aprofundar as possibilidades de exploração de uma tecnologia disponível, ampliar as oportunidades de uso e de mercado de soluções já existentes, gerar novas soluções de ofertas considerando mudanças no mercado, complementar o catálogo de ofertas de produtos e, entre outros resultados possíveis, enriquecer o conteúdo de um serviço ou de uma

experiência. O workshop de design é um momento de imersão criativa, de lançamento de ideias, que busca, através da utilização de ferramentas variadas, segundo Scaletsky (2008), conduzir a formulação de cenários de projeto, de criação de conceitos ou até mesmo de proposições de primeiras ideias materializadas que respondam ao briefing.

Há estudos que consideram o espaço do workshop como altamente inovador, desde que seja bem planejado. Stuber (2012) considera que a agenda do evento deve ser detalhadamente planejada, pois se trata de um contexto imprevisível. Para o autor, ao contrário de ser totalmente fluido e sem processo, o workshop deve ter um rigoroso cumprimento de agenda, pois os participantes desviam-se do trabalho colaborativo, defendendo seus pontos de vista individuais. Nesse sentido, o controle sobre o tempo também é essencial, pois quando este se perde, os participantes tendem a ter sua energia reduzida pelo fato de não estarem produzindo o esperado. Outro aspecto apontado pelo referido autor é que, em muitos momentos de brainstorming, nem sempre são geradas ideias, mas sim fragmentos de pensamentos, atributos e conceitos. Desse modo, as ideias efetivas de projeto devem resultar, posteriormente, da combinação dos conceitos.

A utilização do workshop nesta pesquisa deu-se com a intenção de abrir a proposição de cenários para grupos de indivíduos que pudessem contribuir com suas expertises profissionais e, assim, trazer diferentes perspectivas sobre o livro digital. O processo de workshop foi qualificado por meio dos participantes<sup>13</sup> previamente escolhidos, profissionais de diferentes áreas de atuação e com proximidade ao mercado editorial, e pela escolha de diferentes ferramentas que estruturaram as etapas de um novo processo<sup>14</sup> para a construção dos cenários. O workshop *Proposição de cenários para o livro digital* foi realizado no dia 14 de setembro de 2013, na Escola de Design Unisinos, em Porto Alegre, com a participação de 15 pessoas divididas em dois grupos. Teve duração de 4 horas, das 8h30 às 12h30. O briefing de trabalho consistia da seguinte pergunta: *Como será o livro digital, no contexto de uma editora, em uma perspectiva de futuro?* Após uma breve explanação<sup>15</sup> teórica por parte da pesquisadora, os participantes desenvolveram as tarefas propostas objetivando a construção de cenários.

#### **4.3.1 Etapas do Processo de Construção dos Cenários**

Com base, principalmente, no processo de construção de cenários de Reyes (2010, 2011, 2012), considerou-se a ausência de regras absolutas para a criação de cenários, somada ao

---

<sup>13</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE F – DEFINIÇÃO DOS PARTICIPANTES DO WORKSHOP

<sup>14</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE G – ANÁLISE SOBRE O PROCESSO DE PROJETO DO WORKSHOP

<sup>15</sup> Ver Vol. 2 - APÊNDICE E – TELAS DA APRESENTAÇÃO EXPLANADA NO WORKSHOP

interesse em testar ferramentas. Assim, considerando a determinação das etapas do processo e a utilização das ferramentas de projeto, foi estabelecido um processo novo e híbrido para a construção dos cenários no workshop. Segundo Cross (2000), a principal intenção de se trabalhar com a formalização das etapas de trabalho é trazer procedimentos racionais ao processo de design, sem que isso signifique um engessamento da atividade. De acordo com o autor, a utilização de ferramentas de projeto permite que o projetista pense além da primeira solução que vem em sua cabeça, além de auxiliar na externalização das ideias dos participantes de um projeto estabelecido em grupo, mantendo-os integrados ao processo. Considerando essas afirmações, o processo de construção dos cenários aplicado no workshop foi constituído por oito etapas.

1) Brainstorming de geração de ideias:

Para estimular o pensamento criativo, existem várias ferramentas que auxiliam o fluxo de ideias, removendo os blocos mentais que inibem a criatividade (CROSS, 2000). A ferramenta mais amplamente conhecida para tal estímulo é o brainstorming, utilizado quando se pretende gerar um grande número de ideias. De acordo com o autor acima citado, a maioria delas é descartada, mas algumas são identificadas como inovadoras em potencial.

2) Caixa morfológica:

A caixa morfológica (Figura 9) é também uma ferramenta criativa que auxilia na geração de ideias. Configura-se como uma tabela, na qual são realizados cruzamentos e combinações entre os elementos colocados em cada célula, gerando assim novos conceitos. Segundo Zingales (1978), esta ferramenta permite a geração de uma grande quantidade de conceitos quando são combinados, possibilitando maiores alternativas de escolhas ao projeto. O autor ainda afirma que a ferramenta foi desenvolvida com o intuito de criar tecnologias, princípios e processos inovadores. É possível adquirir uma visão estratégica do projeto na medida em que a lista de atributos é visualizada na ordenação dos parâmetros.

Figura 9 - Caixa morfológica

PARÂMETROS	ITENS/AGRUPAMENTOS									
x										
x										
x										
x										
x										
x										
x										
x										
x										
x										

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3) Organização dos conceitos/geração de conceitos-chave:

Na proposta de Reyes (2010, 2011, 2012), compreende-se uma fase chamada de 'campo semântico por similaridade', na qual os conceitos obtidos com o brainstorming são agrupados em conjuntos e a esses agrupamentos são definidos conceitos-chave. No entanto, entende-se que nem todos os conceitos precisam ser agrupados por semelhança ou oposição, mas por outras determinações de conjunto, como implicação, por exemplo. Assim, no workshop, os grupos foram orientados a determinar a própria forma de organização dos conceitos trabalhados no brainstorming e na caixa morfológica pela definição de conjuntos, categorias ou parâmetros, determinando, por fim, conceitos-chave para dar continuidade às etapas da atividade.

### 4) Semiograma – significação dos conceitos-chave:

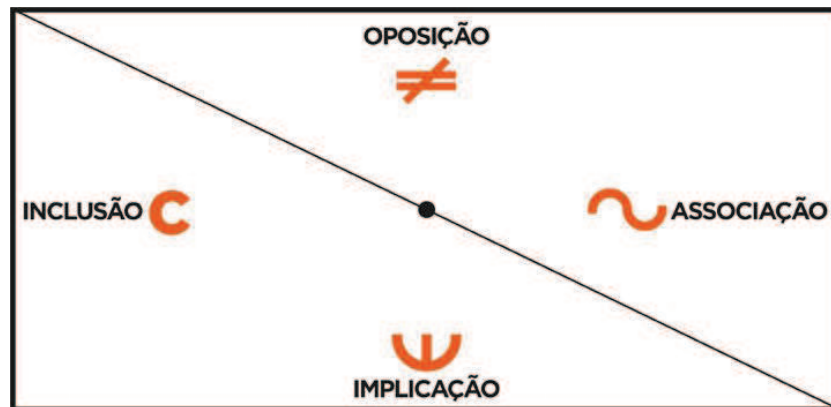
Em seus estudos sobre linguística e significação, Bentz (1980) aplica a utilização de um modelo chamado semiograma, que possibilita a organização de elementos, explicitando as relações de significação que os hierarquizam. Segundo a autora, modelos permitem a apreensão da realidade pelo pensamento na medida em que são instrumentos de ordenação. Por meio do semiograma (Figura 10), é possível, por exemplo, verificar as relações de associação, oposição, implicação e inclusão entre os conceitos.

Utilizando-se desse modelo na atividade do workshop, a etapa em questão possui a função de fazer os participantes refletirem sobre os conceitos-chave que foram definidos, aplicando-os no



semiograma e identificando suas relações. Refletir sobre os significados dos conceitos fornece aos participantes a compreensão de que não somente conceitos opostos podem ser relacionados para a construção de cenários, pois, na prática de mercado, situações semelhantes também podem gerar estratégias diferentes de negócios.

Figura 10 - Semiograma



Fonte: Elaborado pela autora.

##### 5) Valoração dos conceitos-chave:

Esta etapa do processo de construção dos cenários foi inspirada na matriz SWOT original, mas possui outra perspectiva. A matriz SWOT é uma ferramenta utilizada para avaliar a estrutura de empresas pela ótica da administração estratégica. Segundo Wright, Kroll e Parnell (2007), a avaliação de uma empresa envolve considerar seus pontos fortes (Strength) e fracos (Weakness), em termos de recursos em relação aos dos concorrentes, e as oportunidades (Opportunity) e ameaças (Threats), em relação ao ambiente externo à organização. De acordo com os autores, por meio dessa avaliação é possível compreender o *status* que a empresa apresenta e que tipos de estratégias devem ser adotadas para reverter situações de crise ou potencializar momentos de ascensão.

Tal como é constituída, a matriz SWOT também pode ser utilizada na avaliação de propostas de projetos ou até mesmo de cenários estruturados, de modo a reforçar a compreensão das visões de futuro e tomar decisões mais acertadas quanto aos produtos que serão desenvolvidos ou às estratégias que serão adotadas. No entanto, referindo-se à avaliação de conceitos, de ideias ainda não completamente formatadas, a ferramenta apresenta-se muito rígida, engessando a flexibilidade dos conceitos, que, potencializados de determinadas formas, podem vir a mudar seu valor de fraco para forte, por exemplo. Manteve-se, portanto, na ferramenta, as determinações de forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, sem a distinção de fatores internos e externos, mas mediante um quadro com escalas de valor (Figura 11). Com a visualização da valoração dos

conceitos-chave, os grupos têm autonomia para determinar quais deles são mais pertinentes a serem escolhidos para a construção dos cenários.

Figura 11 - Tabela de valoração dos conceitos-chave

FRAQUEZAS					FORÇAS				
01	02	03	04	05	05	04	03	02	01
01									01
02									02
03									03
04									04
05									05
05									05
04									04
03									03
02									02
01									01
AMEAÇAS					OPORTUNIDADES				
01	02	03	04	05	05	04	03	02	01

Fonte: Elaborado pela autora.

#### 6) Cruzamentos – Cenários:

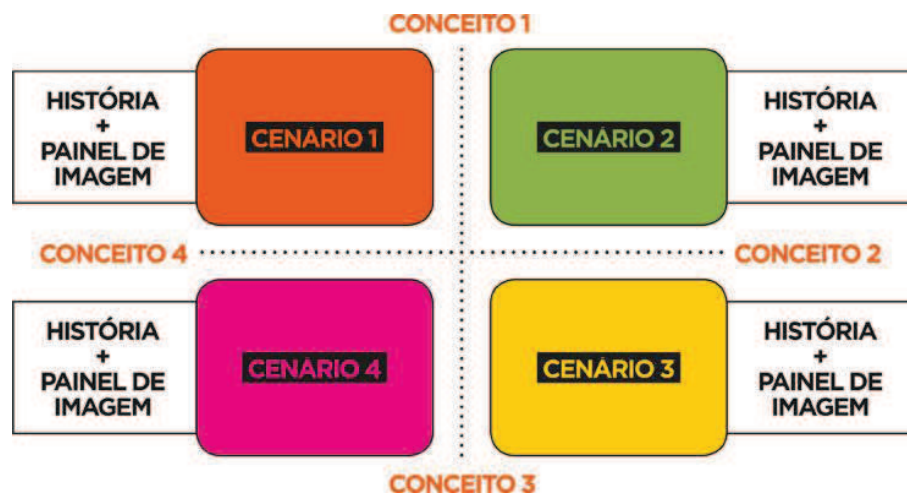
A concepção completa dessa ferramenta permite que cada um dos conceitos-chave seja cruzado com os outros três, gerando, assim, seis concepções de cenários (Figura 12). No entanto, prevendo o curto espaço de tempo em que seria desenvolvida a atividade de workshop, optou-se por manter a construção de pelo menos quatro cenários (Figura 13). Nessa etapa, portanto, cada grupo foi orientado a escolher quatro conceitos-chave mais relevantes após as fases de significação e valoração. Colocando um conceito-chave em cada uma das extremidades de uma cruz, a junção de cada par de conceitos-chave determina um cenário. Esse cruzamento não considera as extremidades como opostas, mas apropria-se da estrutura gráfica devido à facilidade de visualização da formação dos cenários através da junção dos dois conceitos próximos.

Figura 12 - Cruzamentos - seis concepções de cenários

	CONCEITO 1	CONCEITO 2	CONCEITO 3	CONCEITO 4
CONCEITO 1		CENÁRIO 1	CENÁRIO 2	CENÁRIO 3
CONCEITO 2	CENÁRIO 1		CENÁRIO 4	CENÁRIO 5
CONCEITO 3	CENÁRIO 2	CENÁRIO 4		CENÁRIO 6
CONCEITO 4	CENÁRIO 3	CENÁRIO 5	CENÁRIO 6	

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 13 - Cruzamentos - quatro concepções de cenários



Fonte: Elaborado pela autora.

#### 7) Construção das cenas:

Nessa etapa do processo, para cada um dos cenários determinados dá-se um nome e elabora-se um texto descritivo que explicita as características do cenário. Também são formatados os painéis de imagens que ilustram visualmente cada cenário. Essas duas elaborações tornam a visão criada mais palpável para a criação de projetos ou estratégias de gestão.

#### 8) Trocas entre os grupos:

Como última etapa do processo de construção de cenários, os grupos foram provocados a trocar seus gráficos de cruzamentos entre si, mas sem repassar os painéis de imagens e os textos narrativos. Com os cruzamentos trocados, cada grupo pôde esboçar de modo mais breve os cenários do outro grupo, por meio de tópicos e palavras. Essa ação tem o intuito de estabelecer reflexões sobre a interpretação que diferentes indivíduos podem exercer sobre os mesmos conceitos-chave, verificando a importância da construção dos significados através de todas as discussões estabelecidas nas fases anteriores do processo.

### **4.3.2 Resultados do workshop**

Foram analisados os resultados obtidos por cada um dos dois grupos com a utilização das ferramentas e na definição final dos cenários de inovação para o livro digital.

#### 4.3.2.1 Cenários Grupo 1

Na primeira etapa, durante o brainstorming de geração de ideias (Figura 14), dos assuntos discutidos pelos participantes do Grupo 1, ganha destaque a sociabilidade da leitura, com referência ao compartilhamento de conteúdos nas redes sociais e às trocas de comentários entre leitores sobre o que se está lendo. Também foi abordado o uso de recursos multimídia, com a integração de imagens, textos, vídeos e animações, no contexto da quebra de paradigma sobre o que é um livro digital: para o grupo, ambas as formatações (livro de texto linear mimetizado e livro interativo com diferentes narrativas) serão mantidas no futuro, concedendo ao livro digital o conceito de uma nova mídia com o papel de ressignificar a leitura e proporcionar experiências diferenciadas aos leitores.

Figura 14 - Brainstorming de geração de ideias do Grupo 1

MÓVEL	PROPRIEDADE INTELECTUAL	MERCADO
EXPERIÊNCIA	BOAS HISTÓRIAS	RESSIGNIFICAÇÃO DA LEITURA
FALTA DE FOCO	DINÂMICO	COMBINA IMAGEM E TEXTO
FINANCEIRO	MATERIALIDADE	VANTAGEM PARA QUEM ESCREVE
MULTILÍNGUAS	DISTRIBUIÇÃO	POSSIBILIDADES DE INTERAÇÃO
OBRA ABERTA	MUDANÇA DE PARADIGMA	FÁCIL ARMazenAR
OPINIÕES	QUANTIDADE	TELA DIFERENTE
INTERATIVO	SOCIAL	TEXTOS CURTOS
ARMazenAMENTO	COMPARTILHADO	MULTIMÍDIA (SOM/IMAGEM)
HISTÓRIAS VENDEM	DIREITOS	ARMazENA VÁRIOS LIVROS
MELHORAR A EXPERIÊNCIA	LIVRARIA	REDE SOCIAL POR ESTILOS DE LEITURA
LEITURA ORGÂNICA	INSTANTÂNEO	

Fonte: Elaborado pela autora.

Na aplicação da caixa morfológica (Figura 15), o grupo determinou os parâmetros resgatando os conceitos já abordados no brainstorming e ampliando as perspectivas sobre alguns dos tópicos abordados.

O parâmetro *Infraestrutura* foi determinado pelos participantes considerando a capacidade de armazenamento de arquivos dos dispositivos eletrônicos. A quantidade da oferta de livros digitais também é relevante nesse contexto, pois a diversidade atrai o leitor para a compra, segundo o grupo. Ao parâmetro *Design*, encarregou-se a responsabilidade de proporcionar experiências diferenciadas de leitura por meio da interação multimídia e colaborativa. O terceiro parâmetro foi definido como *Cultural*, ao qual foram agrupados os conceitos de sociabilidade e compartilhamento. Para os participantes, a utilização frequente das redes sociais e a vida pautada pela grande exposição na Internet determinaram características culturais nas novas gerações. Ao parâmetro *Experiência* foram imputadas as ações de como fazer o livro digital, como vendê-lo e como significá-lo. Para o grupo, a facilidade e a rapidez de acesso do leitor aos exemplares, imediatamente após terem sido lançados, ressignifica o livro, bem como a atuação das editoras, que podem corrigir os conteúdos a qualquer momento e solicitar que o leitor atualize seu exemplar, sem mantê-lo com a posse de algo incorreto. Relativo ao parâmetro *Comercial*, foi exposta a preocupação com a pirataria e a importância das editoras venderem seus livros digitais a custos acessíveis, o que evitaria o comércio ilegal. Para instigar os leitores a comprar, foi citada a possibilidade de disponibilização de trechos dos livros gratuitamente. Por fim, ao parâmetro *Autor*, foi atribuído o conceito de colaboratividade, que se manifesta na interferência dos leitores no desenvolvimento das histórias.

Figura 15 - Caixa morfológica do Grupo 1

PARÂMETROS	ITENS/AGRUPAMENTOS				
Infraestrutura	Armazenamento	Quantidade	Móvel/ mobilidade		
Design	Tridimensional	Multimidia	Dinâmico	Cocriação	Interativo
Cultural	Social	Compartilhado	Opiniões sobre	Descontinuidade	Obra aberta
Experiência	Multilínguas	Ponto de venda	Descontinuidade	Obra aberta	
Comercial	Publicidade própria	Segmentado	Mercado digital	Distribuição	
Autor	Obra aberta	Cocriação			

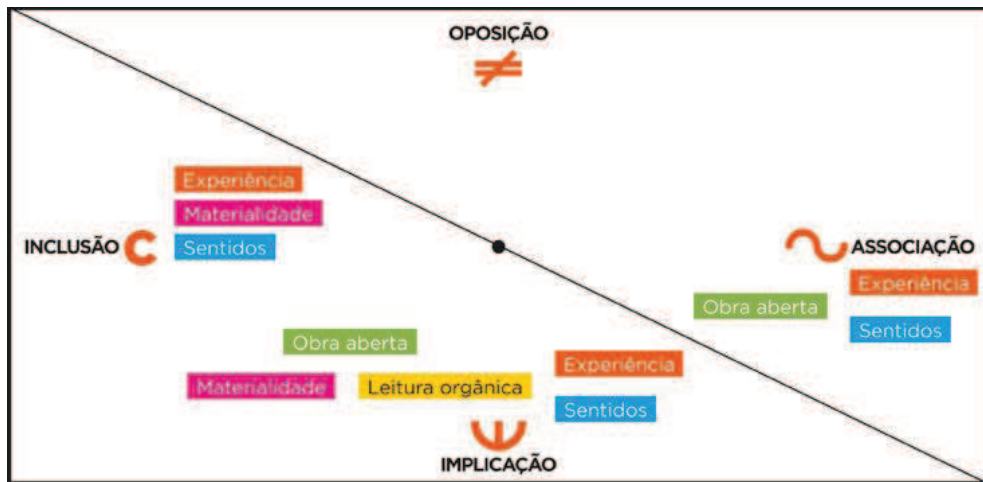
Fonte: Elaborado pela autora.

Os participantes estenderam o uso da caixa morfológica para determinar os conceitos-chave. A soma do parâmetro *Cultural* com os parâmetros *Experiência* e *Autor* determinou o conceito-chave *Obra aberta*. Para os participantes, a obra aberta é aquela que o autor constrói colaborativamente com os leitores através de interações nas redes sociais, o que proporciona diferentes experiências de leitura e dá liberdade ao leitor para mostrar publicamente, nas redes sociais, o que ele está fazendo e lendo. O parâmetro *Experiência*, somado aos aspectos de comercialização e design, foi determinado como conceito-chave por conduzir a centralidade das reflexões do grupo. Por esse mesmo motivo, *Experiência* inspirou a determinação de outros dois conceitos-chave: *Materialidade*, relativo aos dispositivos eletrônicos de leitura, e *Sentidos*, relacionado aos avanços tecnológicos que podem proporcionar o acesso aos cinco sentidos humanos. O grupo aposta que a tecnologia irá proporcionar, cada vez mais, conforto à visão, com a regulação da emissão de luz; estímulos à audição, através de músicas e textos narrados; controle do tato, com a sensibilidade das telas; e possíveis relações com o olfato e paladar através de estimulações neurais. Por fim, o grupo resgatou conceitos do brainstorming, determinando o conceito-chave *Leitura orgânica*, que aponta para dispositivos eletrônicos literalmente integrados com o formato dos corpos humanos, fazendo da leitura uma extensão dos indivíduos.

Com os conceitos-chave determinados, o grupo realizou as reflexões sobre as relações de significação e valoração. Relativo aos significados dos conceitos-chave (Figura 16), os participantes consideraram que nenhum era oposto ao outro, mas todos integrados em relações de associação, inclusão e implicação, o que pode estabelecer panoramas de cenários com características semelhantes.



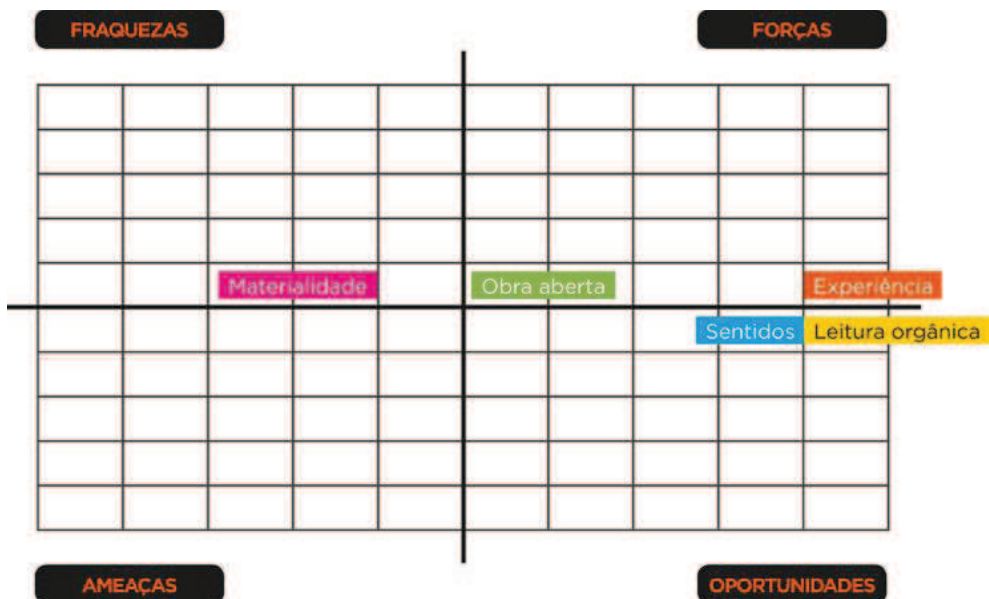
Figura 16 - Semiograma elaborado pelo Grupo 1



Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto às decisões de valoração (Figura 17) tomadas pelo grupo, o conceito-chave *Experiência* foi considerado bastante forte, uma oportunidade que o mercado não deveria desconsiderar. Já *Obra aberta*, embora tenha força, se não trabalhada com planejamento e controle, pode se tornar uma fraqueza para os autores e uma ameaça à identidade da editora ao permitir a publicação de textos com erros ortográficos e histórias inconsistentes. *Leitura orgânica* representa uma oportunidade a ser trabalhada no futuro, com potencial para resultar em projetos com grande força de vendas, assim como *Sentidos*. Por fim, ao conceito-chave *Materialidade*, pontuou-se a necessidade de diminuição dos custos dos dispositivos eletrônicos e, conseqüentemente, a ampliação do acesso dos leitores.

Figura 17 - Valoração dos conceitos-chave do Grupo 1

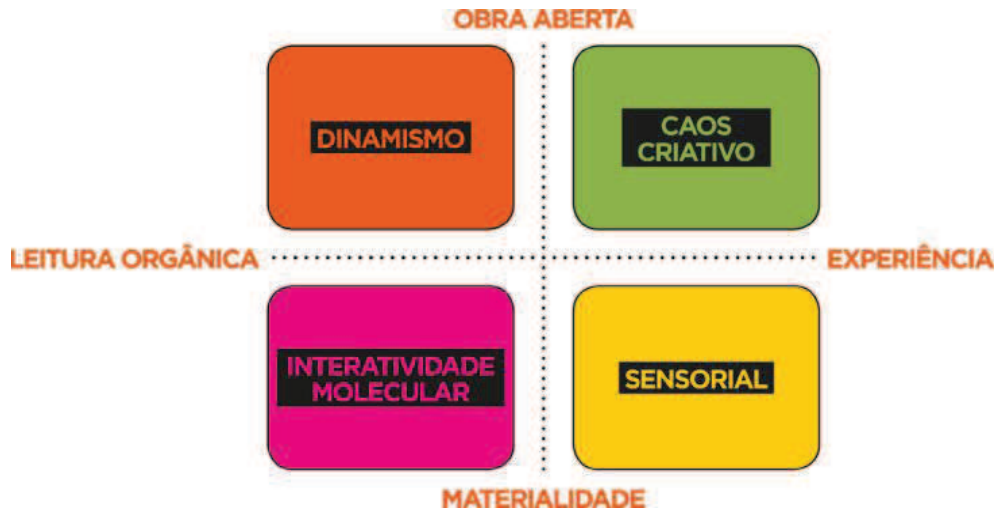


Fonte: Elaborado pela autora.



Após concluir as etapas preliminares, os participantes determinaram os cenários para o livro digital do futuro, realizando o cruzamento dos conceitos (Figura 18). O grupo descartou *Sentidos*, dos cinco conceitos-chave definidos, ao considerar que *Materialidade*, enquanto focada na tecnologia dos dispositivos eletrônicos, assimila o desenvolvimento de aparelhos que exploram os cinco sentidos humanos.

Figura 18 - Cruzamento e determinação dos cenários pelo Grupo 1



Fonte: Elaborado pela autora.

Do cruzamento de *Leitura orgânica* com *Obra aberta* foi definido o cenário DINAMISMO. Do cruzamento de *Obra aberta* com *Experiência*, determinou-se o cenário CAOS CRIATIVO. Do cruzamento de *Experiência* com *Materialidade*, o cenário SENSORIAL foi criado. Por fim, do cruzamento de *Materialidade* com *Leitura orgânica* foi definido o cenário INTERATIVIDADE MOLECULAR. Com os cenários definidos, o grupo elaborou os painéis de imagens (Figura 19) e os textos descritivos.

Figura 19 - Painéis de imagens dos cenários do Grupo 1



Fonte: Elaborado pela autora.

A descrição do cenário DINAMISMO compreende: *"Em um mundo digital onde o livro já é uma extensão da memória, um baú de conhecimento fora do corpo, já é possível realizar o compartilhamento de leituras e opiniões que surgem como uma contribuição já existente e como expressão dos seus gostos literários. Hoje, o livro digital é capaz de unir pessoas de qualquer parte do mundo que possuem afinidades pelo mesmo gênero literário."* O painel de imagens foi construído com figuras abstratas que enfatizam ícones de redes sociais e de programas multimídia misturados com fotos de perfil de diversos indivíduos.

Assim, o cenário DINAMISMO pode ser entendido como uma realidade futura em que o livro digital está presente no cotidiano de todos os leitores, que não constroem as narrativas, mas que podem compartilhar e discutir pontos da história com grupos de leitores interessados pelos mesmos livros. A integração em rede existe, mas a posição do autor e da editora não é questionada.

O cenário CAOS CRIATIVO, por sua vez, foi assim descrito: *"Conteúdos compartilhados, representando diferentes contextos, experiências e realidades, resultando em histórias que contemplam sentidos e símbolos individuais e coletivos."* A construção do painel de imagens mostra figuras abstratas, que remetem a conexões múltiplas em rede e à cocriação – a formatação de uma ideia feita por diversas pessoas.

CAOS CRIATIVO dá a entender um futuro em que a publicação dos livros digitais não será mais determinada por histórias particulares de autores e posicionamentos autoritários por parte das editoras. Nessa perspectiva, os livros são construídos coletivamente e compartilhados em rede. Essa definição não exclui a presença da editora, que fica responsável pelo fomento à construção das histórias e pela aprovação dos resultados construídos colaborativamente. O que entra em colapso é o conceito de autor único.

Para o cenário SENSORIAL, o texto construído descreve: *"O livro digital como elemento catalizador dos sentidos, integrando, pela leitura, tato, olfato, visão e audição, possibilitando uma experiência de características fisiológicas, psíquicas e afetivas."* As imagens escolhidas para o painel mostram as partes físicas do corpo humano responsáveis pelos cinco sentidos, além de figuras abstratas do cérebro.

SENSORIAL, enquanto cenário, projeta um mundo dominado por dispositivos eletrônicos de alta tecnologia, capazes de acessar os cinco sentidos dos indivíduos através de recursos interativos e multimidiáticos. Nesse contexto, as editoras têm o dever de qualificar os autores e editores para que saibam estruturar as histórias não somente com base nas narrativas, mas na proposição de experiências físicas que tornam cada leitura única.

Por fim, o cenário INTERATIVIDADE MOLECULAR é descrito: *"O livro digital já é a extensão do corpo, a leitura acontece tão naturalmente, em qualquer lugar, adequando-se às necessidades do corpo humano, que já não se consegue pensar em viver sem o livro digital. É uma tecnologia integrada ao cotidiano das pessoas."* O painel de imagens é o mais representativo dos quatro cenários, pois exemplifica as ideias com imagens de contextos reais, de telas tecnológicas em lugares inusitados do espaço urbano e dispositivos eletrônicos inovadores, como o *Google Glass*, um acessório em forma de óculos que possibilita a interação dos usuários com diversos conteúdos em realidade aumentada.

O cenário INTERATIVIDADE MOLECULAR apresenta um mundo futuro dominado por dispositivos eletrônicos e por telas que se espalham em todo espaço urbano. O diferencial é a proposta de um acoplamento desses dispositivos ao próprio corpo humano, como se fossem novos membros. Aqui, as editoras não precisam se preocupar com mudanças na forma da construção das narrativas, mas sim na produção de livros digitais que sejam compatíveis com as novas tecnologias.

De um modo geral, considera-se que as descrições textuais formatadas pelo grupo poderiam ter sido mais esclarecedoras. É possível compreender os elementos principais que o grupo desejou transmitir em cada cenário, mas um maior detalhamento poderia evitar interpretações equivocadas. Também as imagens escolhidas para a construção dos painéis foram

muito conceituais, enquanto poderiam ter sido mais representativas ao fazer ver o livro digital do futuro inserido nos determinados contextos.

#### 4.3.2.2 Cenários Grupo 2

Considera-se que o Grupo 2 construiu um brainstorming atípico devido ao fato de os participantes só terem exposto suas ideias ao utilizar a caixa morfológica, etapa na qual passaram a ler e debater os conceitos anotados individualmente (Figura 20). Dos assuntos discutidos, ganha destaque a formatação do livro digital como um sistema, um conjunto de produtos, tecnologias e serviços integrados, tornando-se o negócio principal das editoras. A sociabilidade da leitura também ganha relevância no contexto da escrita colaborativa, da qual as editoras podem se valer por meio de acompanhamento e revisão do conteúdo. O extremo da evolução tecnológica também foi destacado, no qual o próprio livro digital seria um sistema ultrapassado, na medida em que os indivíduos teriam chips eletrônicos na própria cabeça, eliminando a prática da leitura.

Figura 20 - Brainstorming de geração de ideias do Grupo 2

CONVIDATIVO	3D/6D	ACESSÍVEL
RUÍDO VISUAL	TEMAS MENOS ABRANGENTES	PUBLICIDADE VENDE
TEXTURIZADO	VERTENTES LITERÁRIAS	E-COMMERCE
SIMPLES	PESQUISA	NÃO-BAIXÁVEL
AGRADÁVEL DE LER	EDITORIAS CONCEITUADAS	PATROCINADO
ABERTO	A PONTA DO ICEBERG	VÁRIOS AUTORES - MESMA OBRA
COM LINGUAGEM MAIS COLOQUIAL	ESTILO LITERÁRIO X INTERATIVO	COM ESPAÇO PARA TROCAS
CONSTRUÍDO EM CONJUNTO	MENOR CUSTO	MONTAR BIBLIOTECA QUE POSSA SER COMPARTILHADA, TROCADA OU VENDIDA
CONECTADO	BARATO	ULTRAPASSADO
POSSÍVEL DE ACESSÁ-LO EM QUALQUER DISPOSITIVO	LEVE	RÁPIDO DE LER OU CONSUMIR
FREE	PAGO PARA DISCUTIR COM O ESCRITOR	PERMITE INTERAÇÃO FACILMENTE - MARCAÇÕES, OBSERVAÇÕES
NÃO-COISA	CERTIFICAR O CONHECIMENTO DO CHIP	SEM BIBLIOTECA DOMÉSTICA
SEM MUITO TEXTO	RENTÁVEL	PERSONALIZAÇÃO
CONCORRENTE DOS CHIPS	PODE SER DEVOLVIDO	FLEXÍVEL
OBRA ABERTA	SENSORIAL	INTERLIGADO
MULTI USO	EMPRESTÁVEL	ECOLOGIA
INTERATIVO	CARRO CHEFE	MULTIMÍDIA
ANOTÁVEL	CONTEÚDOS DE GOSTO DUVIDOSO	CONECTÍVEL COM OUTRAS MÍDIAS
COMPARTILHADO	COM FORMATO IMPRESSO PARA COMPRAR	MULTIPLATAFORMA
COLABORATIVO	OPCIONAL	ERROS
RAMIFICADO	BÁSICO	AMBIENTAÇÃO
MAIS EXPERIÊNCIAS SENSORIAIS	COMERCIALIZAÇÃO?	COM HOLOGRAMAS
HÍBRIDO		CARO

Fonte: Elaborado pela autora.



Na aplicação da caixa morfológica (Figura 21), o primeiro parâmetro definido foi *Forma de consumir*, que diz respeito ao modo como os livros digitais serão construídos e lidos: foram feitas referências à escrita colaborativa, ao compartilhamento de conteúdo, à linguagem coloquial, a textos mais curtos e leituras mais rápidas e a conteúdos mais visuais e interativos. O segundo parâmetro, *Relevância no negócio da editora*, pontuou a possibilidade do livro digital ser o carro-chefe do mercado editorial, ou ainda permanecer apenas como uma alternativa ao livro impresso. Quanto ao parâmetro *Acesso*, foi considerado o custo dos livros digitais e a aproximação dos leitores aos autores. Também foi definido o parâmetro *Plataforma*, ao qual foi estabelecida a perspectiva da utilização de chips, certificando o conteúdo, e de dispositivos eletrônicos propícios a múltiplas formas de interação. O parâmetro *Funções* corresponde a possíveis formatações do livro digital: um sistema híbrido, composto por diversos produtos e serviços; uma obra aberta, que permite a escrita colaborativa e a discussão com os autores; uma plataforma avançada, que proporciona experiências sensoriais. No último parâmetro, definido como *Comercialização*, foram considerados os conceitos de *e-commerce*, compartilhamento como processo de venda, conteúdos patrocinados e certificação dos livros digitais como diferencial de mercado.

Figura 21 - Caixa morfológica do Grupo 2

PARÂMETROS	ITENS/AGRUPAMENTOS								
Forma de consumir	3D	6D	Empres-tável	Evolúvel	Formato impres-so/opcio-nal	Básico	Leve	Abran-gente	Pesquisa
	Híbrido	Interativo	Colabo-rativo	Sem muito texto	Posso anotar	Texturi-zado	Ecologia	Em bi-blioteca doméstica	Rápido de ler
	Com holograma		Flexível	Coloquial	Ambientações		Erros com mais de um autor		Comparti-lhar
Relevância no negócio da editora	Carro chefe		Rentável	Menor custo		Ponta do iceberg		Baixa rentabilidade	
Acesso	Baixo custo	Barato	Obra aberta	Discus-são com autor	Multiuso	Vertentes literárias	Interativo	Free	Convidati-vo
Plataforma	Chip	Multipla-taforma	Multiuso	3D	Interativo	Híbrido	Conecta-do	Comparti-lhar	Personali-zação
Funções	Discus-são com autor	Ramifica-do	Sedutor	Construção colaborativa		Leve	Anotável	Contra-ponto	Ultrapassa-do
	Coloquial	Híbrido	Simples	Com espaço para trocas		Conecta-vel	Interliga-do	Experiên-cias sensoriais	Multimídia
	Multiuso	Interativo		Obra aberta		Pesquisa	Não coisa	Personalização	
Comercializa-ção	E-com-merce	Downlo-ad	Baixo custo	Acessível	Chip	Rentável	Free	Certifica-do	Visual
	Editoras conceitu-adas	Chip como concorrente		Convida-tivo	Comparti-lhável	Vendável	Patroci-nado	Caro	Conteúdos Duvidosos

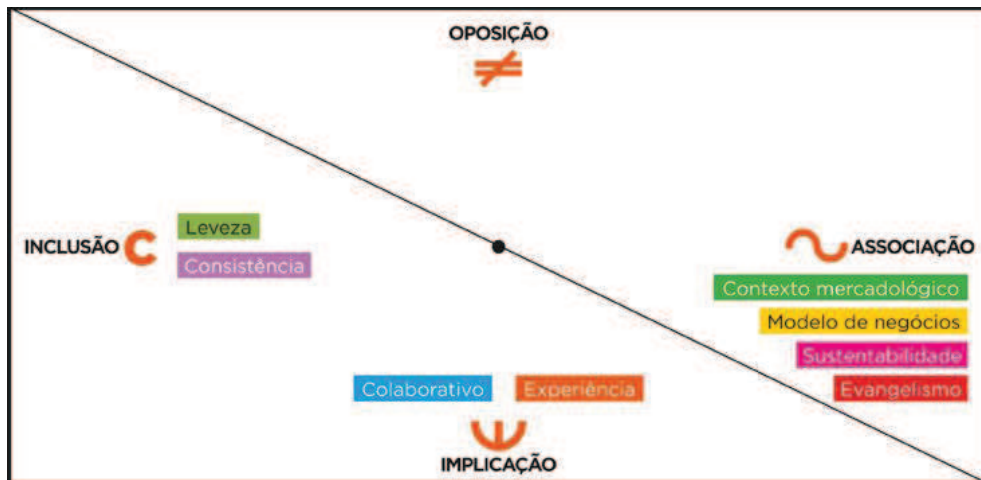
Fonte: Elaborado pela autora.

Os participantes do Grupo 2 também estenderam o uso da caixa morfológica para a determinação dos conceitos-chave. Relativo à interação e colaboração na leitura (conceitos sinalizados em roxo na Figura 21), foi determinado o conceito-chave *Colaborativo*. O segundo conjunto de conceitos (sinalizados em rosa claro) diz respeito a tecnologias de realidade aumentada e manifestações sensoriais, definindo o conceito-chave *Experiência*. Às formas de comercialização e distribuição do livro foi determinado o conceito-chave *Modelo de negócios* (conceitos sinalizados em amarelo). Por fim, relativo aos aspectos de concorrência e produção de conteúdos no mercado editorial (conceitos sinalizados em verde), foi determinado o conceito-chave *Contexto mercadológico*.

Entretanto, após a determinação dos quatro conceitos-chave provenientes da caixa morfológica, o grupo optou por trazer novos temas para discussão. Primeiramente, foi definido um novo conceito-chave, *Sustentabilidade*, considerando-se a economia dos recursos naturais ao eliminar os processos de impressão. Na sequência, uma das participantes abordou as considerações de Calvino (1990) sobre a literatura, determinando os conceitos-chave *Consistência*, que diz respeito à estrutura coesiva que articula os elementos da obra literária, e *Leveza*, relacionado a um despojamento da linguagem. Ainda outro participante trouxe uma nova temática para discussão, a evolução dos conceitos de marketing, os quais, segundo Fetherstonhaugh (2009), incluem a visão do cliente e a importância da construção das marcas. Determinou-se, portanto, o último conceito-chave, *Evangelismo*, que diz respeito à fidelização das marcas, objetivando um compromisso dos leitores com a editora.

Com os conceitos-chave determinados, o grupo realizou as reflexões sobre as relações de significação e a valoração dos conceitos-chave. Quanto à significação, o grupo estabeleceu conjuntos de relações no semiograma (Figura 22): “os conceitos *Leveza* e *Consistência* estão inclusos na implicação que existe entre o *Colaborativo* que requer *Experiência* e na associação do livro enquanto *Contexto mercadológico* e enquanto *Modelo de negócios*, que *evangeliza* e que é *sustentável*.” Os participantes não consideraram nenhum dos conceitos como opostos e também deram indicativos de proximidade entre os futuros cenários.

Figura 22 - Semiograma elaborado pelo Grupo 2

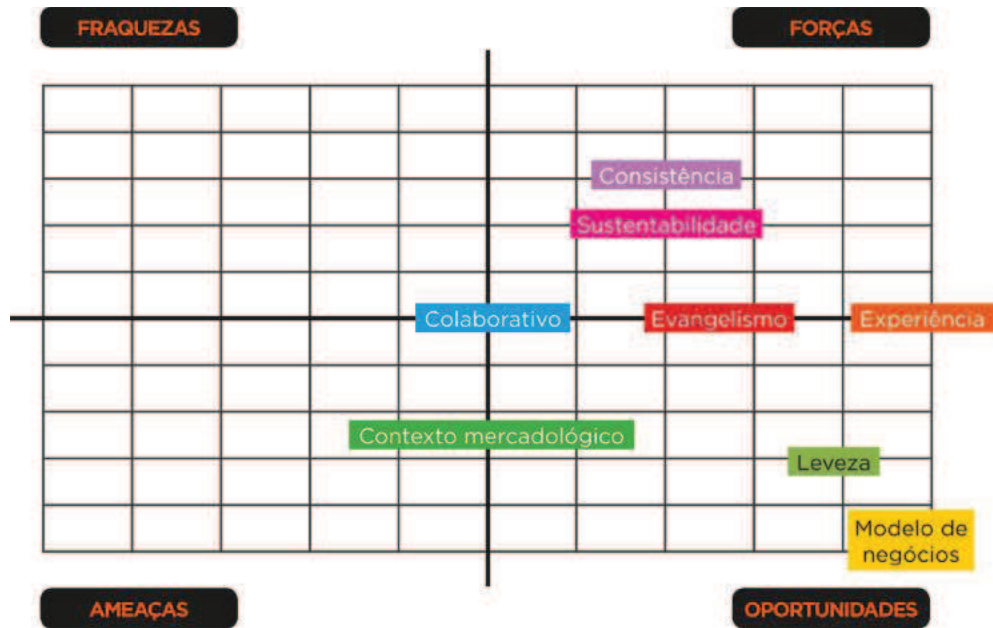


Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto à valoração (Figura 23), os conceitos-chave *Consistência* e *Sustentabilidade* foram considerados conceitos fortes, que, se bem trabalhados pelas editoras, podem se tornar argumentos de vendas. *Experiência* foi considerado o conceito-chave de maior valor, capaz de proporcionar uma leitura singular aos leitores. O conceito-chave *Colaborativo* foi colocado exatamente no meio dos quadrantes de valoração, o que indica que, dependendo da forma como forem desenvolvidas as relações colaborativas, o livro digital pode se tornar um excelente negócio para as editoras, como também pode ser uma fraqueza na medida em que apresentar textos com problemas de escrita. Referente ao conceito-chave *Evangelismo*, os participantes consideraram que nem todas as marcas conseguem engajar os clientes, por isso a relação com os leitores deve ser cada vez mais estreitada pelas editoras. *Leveza* e *Modelo de negócios* foram compreendidos como conceitos-chave plenos de oportunidades, considerando a linguagem despojada da Internet e as possibilidades de comercialização virtual existentes. Ao *Contexto mercadológico* restam dúvidas quanto à relevância dos produtos concorrentes, como o livro impresso, e as influências que podem exercer sobre o fomento do mercado ao livro digital.



Figura 23 - Valoração dos conceitos-chave do Grupo 2



Fonte: Elaborado pela autora.

Dos oito conceitos-chave trabalhados pelo grupo, quatro foram escolhidos para realizar os cruzamentos (Figura 24) e definir os cenários para o futuro do livro digital: *Experiência*, por ser o conceito com maior valor de força e oportunidade; *Contexto mercadológico*, por considerar concorrentes, tecnologias e produção dos conteúdos; *Colaborativo*, por ter características que podem gerar diferentes posicionamentos para o livro digital e para as editoras; e *Consistência*, relativo à importância da articulação entre os diferentes sistemas de livros digitais estabelecidos na editora. Os participantes consideraram que as características dos outros quatro conceitos-chave podem ser assimiladas pelos conceitos escolhidos.

Figura 24 - Cruzamento e determinação dos cenários pelo Grupo 2



Fonte: Elaborado pela autora.

Do cruzamento de *Experiência* com *Contexto mercadológico* foi definido o cenário HIPER-SINGULAR. Do cruzamento de *Contexto mercadológico* com *Colaborativo*, determinou-se o cenário NOVA ERA. Do cruzamento de *Colaborativo* com *Consistência*, o cenário CAOS CRIATIVO foi criado. Por fim, do cruzamento de *Consistência* com *Experiência* foi definido o cenário RELEVÂNCIA. Com os cenários definidos, o grupo elaborou os painéis de imagens (Figura 25) e os textos descritivos.

Figura 25 - Painéis de imagens dos cenários do Grupo 2



Fonte: Elaborado pela autora.

A descrição do cenário HIPER-SINGULAR apresenta-se da seguinte forma: *"O contexto mercadológico da literatura tornou-se digital. Bibliotecas físicas, sejam públicas ou privadas, tornaram-se como os antigos clássicos em preto e branco. Mas a experiência singular da leitura foi potencializada pelos dispositivos tecnológicos que impulsionaram as modalidades humanas sensoriais. Consumir uma obra não se restringe a ler e aprender, mas sim a explorar sentidos que antes ficavam somente na imaginação."* O painel de imagens construído contou com um conjunto de fotos de partes do corpo humano representando os cinco sentidos e outras três imagens que representam aparelhos tecnológicos integrados ao corpo humano.

Entende-se que, no cenário futuro HIPER-SINGULAR, o livro digital supera o livro impresso e os avanços tecnológicos produzem dispositivos que acessam todos os sentidos

humanos e proporcionam experiências de leitura únicas. Nesse contexto, as editoras precisam desenvolver não só os conteúdos desses livros, mas planejar uma integração entre o conteúdo e o meio tecnológico para acessar os sentidos humanos.

O cenário NOVA ERA foi assim definido textualmente: *"Estamos numa nova era da geração de conhecimento. A construção colaborativa de textos incita a criatividade, gerando novas oportunidades de negócios para as editoras. O livro deixou de ser um objeto e passou a ser uma solução que se desdobra em diferentes ferramentas digitais."* No painel de imagens, há uma figura abstrata de vários bonequinhos em círculo, representando o coletivo integrado. Outra imagem tem a montagem gráfica da foto de um bebê com inúmeros logotipos de produtos e empresas, como se fossem tatuagens, representando os aspectos de patrocínio na comercialização dos livros digitais e do conceito de evangelismo para trazer força à marca da editora. Por fim, um teclado de computador com o desenho de um carrinho de compras em uma das teclas representa as compras *on-line*.

NOVA ERA pode ser entendido, portanto, como um momento em que as editoras assumem a construção colaborativa dos textos sem a presença de um autor único e, ainda, desmembram seus livros em uma série de produtos digitais integrados, como um sistema.

O terceiro cenário formatado foi CAOS CRIATIVO, assim descrito: *"Num processo de construção totalmente livre, conta-se com a participação de autores e leitores que se misturam nesse cenário. A obra tornou-se orgânica e continuada como um ecossistema que se renova, estando em constante mutação. O mercado está repleto de entusiastas, e cabe ao consumidor final o seu endosso. O papel das editoras é agora o de disponibilizar o ambiente necessário para que esse cenário floresça."* O painel de imagens traz a figura de um canivete repleto de ferramentas, o que se acredita representar os vários usos e vertentes literárias desse livro escrito colaborativamente. Traz também quatro mãos escrevendo sobre uma mesma plataforma, representando a colaboratividade da produção literária. Por fim, a figura de uma árvore formada pela geografia do planeta Terra e pelas veias humanas, formando um rosto, provoca a primeira impressão de que se trata do conceito de sustentabilidade. No entanto, o grupo não trouxe essa questão para o cenário e sim o conceito de livro orgânico, vivo, que se transforma como a natureza.

Entende-se que, no cenário CAOS CRIATIVO, os papéis atuais dos autores e das editoras são mais fortemente questionados, e a estas últimas é dada a tarefa de construir uma obra aberta, escrita por diversas pessoas e em constante alteração por parte dos leitores, um produto viável comercialmente.

Por fim, o último cenário, RELEVÂNCIA, foi assim descrito: *"Neste futuro, é relevante que a experiência seja verdadeira. Num mundo repleto de informações de todos os tipos, busca-se consistência. O resultado da experiência deve ser amplo o bastante para tocar as singularidades dos leitores. Neste cenário, as editoras fazem a chancela tanto dos conteúdos quanto dos autores."* No conjunto de imagens aparecem morangos e um símbolo de reciclagem, o que, nesse caso, possivelmente representa o aspecto de sustentabilidade, já que as editoras colocariam o livro digital à frente e diminuiriam os gastos de recursos naturais com os processos de impressão. Outra imagem com dólares saindo de um computador pode representar a rentabilidade dos livros digitais para as editoras. E, por fim, uma imagem futurista de uma pessoa comandando uma série de telas digitais indica a chancela da editora sobre o conteúdo.

No cenário RELEVÂNCIA é possível compreender que a editora permanece com o controle pleno do mercado, mas posiciona o livro digital como seu carro-chefe e o aprimora nos âmbitos de interação e multiplataforma, de modo a proporcionar não só experiências diferenciadas, mas também duradouras para os leitores.

Assim como foi pontuado na análise dos cenários do Grupo 1, também se considera que as descrições do Grupo 2 poderiam ter sido mais detalhadas. Os painéis de imagens também apresentaram imagens conceituais que, por vezes, não transmitiam nenhuma relação com livros ou tecnologia.

Em suma, os apontamentos para o livro digital do futuro, de ambos os grupos, são contextualizados através dos seguintes temas: tecnologias avançadas e sensoriais, escrita colaborativa e experiências de leitura diferenciadas. A força da editora no contexto do livro digital varia dependendo de cada cenário: por vezes é mais forte e atuante, determinando o conteúdo; por outras, apenas organiza e certifica o conteúdo construído colaborativamente.

### **4.3.3 Trocas entre os Grupos**

A última etapa do workshop exigia a proposição de um novo olhar dos participantes sobre o mesmo tema, mas em outro cruzamento de cenários, o do grupo concorrente. O cruzamento de cenários do Grupo 2 foi disponibilizado ao Grupo 1 e vice-versa, sem conter os textos descritivos nem as imagens, apenas com os conceitos-chave dos vértices e com os nomes de cada cenário. Com isso, foi solicitado que os participantes reproduzissem com palavras-chave o que cada um dos cenários do outro grupo representaria.

#### 4.3.3.1 Definições do Grupo 1 aos cenários do Grupo 2

Para o cenário HIPER-SINGULAR, o Grupo 1 determinou as palavras-chave *individualidade, contextual, customização e personalizado*. Remetem a um livro digital que é personalizado para cada leitor, seja em sua apresentação visual, seja em seu conteúdo. No entanto, na comparação com o cenário construído pelo Grupo 2, as palavras-chave listadas não representam o mesmo conceito. Originalmente, o cenário HIPER-SINGULAR carrega a ideia de um futuro em que os dispositivos tecnológicos acessam os sentidos humanos, proporcionando, assim, a leitura singular.

Já para o cenário NOVA ERA, o Grupo 1 listou conceitos semelhantes à concepção original, na qual os livros digitais desdobram-se em uma série de produtos e ferramentas digitais: *inovação, diversidade, multifunção e produtos diferenciados*.

Para o cenário CAOS CRIATIVO, as palavras-chave determinadas pelo Grupo 1 foram: *confiança, coautoria, qualidade, interatividade e abrangência*. Influenciados pela própria definição de um de seus cenários com o mesmo nome, apontaram para um contexto no qual os textos são escritos por mais de um autor, justamente o que o Grupo 2 também tentou transmitir com seu cenário.

Por fim, as palavras-chave determinadas para o cenário RELEVÂNCIA foram: *conteúdo, autoria, conhecimento, aprendizado e experiência para o leitor*. O Grupo 1 também conseguiu compreender as características embutidas na definição desse cenário, relativo ao domínio das editoras sobre a autoria do conteúdo dos livros digitais.

#### 4.3.3.2 Definições do Grupo 2 aos cenários do Grupo 1

O Grupo 2 determinou para o cenário DINAMISMO as seguintes palavras-chave: *volúvel, coautores, rapidez, fluxo criativo, evolução rápida, relação autor-leitor/autor-autor/leitor-leitor, processo continuado, autor modifica sua própria obra, infinito*. Com uma grande quantidade de palavras-chave, o posicionamento proposto a esse cenário é passível de mais de uma interpretação. Mas no comparativo com a concepção do Grupo 1, percebe-se que a maioria das palavras-chave citadas não foram muito condizentes com a definição original do cenário. DINAMISMO, originalmente, está mais relacionado ao processo de compartilhamento de conteúdo do que com a geração de coautoria dos textos.

Já para o cenário CAOS CRIATIVO, foram determinadas as palavras-chave: *confusão, muitos textos, riqueza de estilos, problema x solução, muitas mídias, troca,*



*multiplicidade, perigo quanto à continuidade/qualidade*. Com um cenário de mesmo nome, os integrantes do Grupo 2 apontaram conceitos relacionados com a definição original do Grupo 1, relativa à escrita colaborativa e compartilhada.

As palavras-chave determinadas para o cenário SENSORIAL foram: *livro impresso, sensibilidade, sentidos, realidade tangível, conteúdo consistente, endosso, multidimensões, realidade construída e desejo de naturalidade na relação com a tecnologia*. Ao pensar em sensorial, o Grupo 2 caracterizou o cenário do Grupo 1 de modo oposto, considerando as sensações táteis do livro impresso. Entretanto, também trouxeram a perspectiva de naturalização da tecnologia, o que representa o cenário originalmente criado, relativo ao contexto de dispositivos tecnológicos que acessam os cinco sentidos.

Por fim, na determinação das palavras-chave para o cenário INTERATIVIDADE MOLECULAR – *infinitas possibilidades, utopia, processo continuado, cruzamentos, ápice tecnológico, futuro matrix e orgânico* –, o Grupo 2 conseguiu representar a definição que o Grupo 1 propôs originalmente ao cenário: a de um futuro com alto desenvolvimento tecnológico e dispositivos inovadores.

Quanto aos nomes escolhidos para os cenários do Grupo 1, considerava-se que SENSORIAL e INTERATIVIDADE MOLECULAR eram claros quanto ao que queriam representar. Já o nome DINAMISMO não era visto como bem representativo, pois a palavra pode significar uma série de conceitos que não estejam exatamente relacionados com compartilhamento. Quanto aos nomes dos cenários do Grupo 2, considerava-se que o nome determinado para o cenário RELEVÂNCIA poderia apresentar inúmeros outros conceitos que não os relacionados com o livro digital. NOVA ERA era visto como indutor de contextos filosófico-religiosos. E o nome HIPER-SINGULAR como o único mais expressivo com o que desejava representar. Por fim, ao nome CAOS CRIATIVO, presente como cenário nos dois grupos, relacionava-se uma dupla manifestação que minimizava o conceito de colaboratividade ao associá-lo com desorganização.

O resultado das trocas entre os grupos manifestou algumas surpresas para a pesquisadora. Os participantes do Grupo 1 compreenderam as concepções dos cenários RELEVÂNCIA, NOVA ERA e CAOS CRIATIVO, mas não compreenderam o posicionamento de HIPER-SINGULAR, justamente o contrário do que se esperava. Talvez a imersão no contexto criativo do workshop impediu a visualização das relações dos termos com outros assuntos externos ao livro digital. Já os participantes do Grupo 2 apontaram tantas palavras-chave de diversos sentidos, que uma ou outra seria passível de correlação com os cenários originais, o que não é uma abordagem objetiva de conceituação.

Percebeu-se, com esse exercício, que os significados que se deseja transmitir com determinadas nomenclaturas nem sempre são compreendidos da mesma forma por outros indivíduos. Por isso, reforça-se que o processo de construção dos cenários e dos significados desses cenários deve ser exercido com o máximo de clareza e coerência, evitando interpretações equivocadas ou falta de objetividade na elaboração dos conceitos.

À contextualização dos cenários de ambos os grupos dentro das mesmas temáticas e à concepção de um cenário com o mesmo nome e as mesmas características principais, presente também nos dois grupos, compreendeu-se a confirmação da homogeneidade na composição dos grupos concorrentes e o alinhamento das expectativas dos profissionais da cadeia do livro quanto ao futuro.



## 5 A PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES DE PROJETO

No contexto de todas as informações discutidas, tanto nas considerações teóricas, quanto no desdobramento da pesquisa, as reflexões estabelecidas nesta dissertação culminam na formulação de diretrizes, definidas como parâmetros ou indicadores para o desenvolvimento de projetos para os livros digitais. Servindo como orientações estratégicas para as editoras, essas diretrizes são apresentadas neste capítulo na forma de descrições textuais. Assim, considera-se que, mesmo com a potencialização da prática de autopublicação pelas novas tecnologias, a força das editoras, seja quanto à prática de mercado, seja quanto à representação simbólica de um selo de qualidade, manterá a importância da chancela dessas organizações sobre os conteúdos publicados, mesmo no meio digital. Pontua-se, também, que se acredita que o modelo de livro impresso vai se manter por um tempo considerável, o que determina um cenário com os dois negócios em paralelo – impresso e digital. No entanto, o foco específico das diretrizes será destinado aos livros lidos nos suportes eletrônicos de leitura.

Em uma visão mais ampla, pontua-se que as editoras precisam estabelecer não só uma gestão de inovação para o livro digital, mas também uma gestão de experimentação. O design estratégico, por meio de equipes multidisciplinares, pode convocar as editoras a essa experimentação. Isso significa dizer que, embora os exemplos de e-books apresentados no subcapítulo das tendências do mercado de livros digitais não tenham emplacado comercialmente, ou por serem caros, ou porque os leitores esperam apresentações visuais um pouco mais simples, as editoras precisam prestar atenção a esses exemplos exóticos, pois eles são mais visionários e potencializadores da inovação. São exemplos únicos, que podem ganhar força na diretriz da experimentação, resultando em projetos que sejam, além de mais viáveis comercialmente, mais inovadores.

### 5.1 O SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO DO LIVRO DIGITAL

Por meio do design estratégico, é possível repensar a formulação de projetos de livros digitais mais inovadores, considerando uma estruturação de projeto ampla, que abranja as concepções do produto, do serviço e da comunicação dos livros digitais, integrados à identidade conceitual e estratégica da editora. Isso significa pensar o livro digital como um sistema, conforme pontua Morelli (2002), criando um conjunto integrado de elementos, conectados e concebidos em conjunto desde o início do projeto, como sugere Meroni (2008a).

Assim, o sistema produto-serviço do livro digital do futuro deve ser um conjunto de peças em diferentes mídias que dará a conhecer a obra, onde o livro só existe porque existem todos os diversos produtos e serviços, estimulando diferentes sentidos dos leitores. Essas peças devem existir de modo individual e coletivo, construindo novas narrativas de acordo com a combinação e ordenação de mídias que o leitor desejar realizar. Surge, assim, a obra única, personalizada e promotora de experiências de leitura exclusivas, como um banco de dados, ao qual o leitor acessa e estrutura como considerar apropriado. Promove-se, dessa forma, a ampliação da prática de LEITURA CONSTANTE a todas as peças integrantes do sistema produto-serviço.

Esse sistema exige, por parte da editora, a produção integrada dos conteúdos que serão direcionados ao conjunto de peças do sistema produto-serviço, estabelecendo coerência nas publicações. Fica como exemplo a atuação dos editores da Companhia das Letras, que desenvolvem os conteúdos dos livros impressos e digitais com a mesma equipe. No caso do sistema produto-serviço, essa atuação deve ser potencializada e claramente conduzida na perspectiva de produzir conteúdos específicos para cada mídia. Além disso, é indispensável que o profissional de design, o designer estratégico, pertença à equipe de produção de conteúdo e atue integralmente na concepção das estratégias, verificando e assegurando todas as variáveis do sistema. Isso significa pensar em uma história, por exemplo, que possua uma série de produtos digitais integrados, que tenha partes de sua narrativa dispostas em textos mais curtos para serem lidas no dispositivo eletrônico, outras partes para serem vistas e ouvidas na representação de uma animação, vídeo ou música, outras partes contidas em jogos eletrônicos para serem descobertas através da interação dos leitores e, por fim, ainda outras partes representadas em ilustrações de quadrinhos impressos: diferentes mídias estabelecidas enquanto complementares da história central. O exemplo é uma alusão à história dos filmes *The Matrix*, citada por Novaes (2008), no entanto, inúmeras outras combinações de produtos e serviços podem ser concebidas no sistema do livro digital.

Essa estrutura sustenta-se no contexto de um leitor contemporâneo que possui pouco tempo para o lazer e pratica a leitura digital intercalada com inúmeras outras atividades instigadas pelas múltiplas funções de seus dispositivos tecnológicos e pelas distrações de sua rotina de vida turbulenta. Se o leitor digital continuará desviando seu foco de atenção da leitura do livro, que se desvie para as outras mídias que integram a mesma história. Assim, a formatação de histórias mais curtas, a exemplo do selo Breve Companhia, deve ser continuada e estimulada, sem que sejam menos interessantes e satisfatórias à necessidade de lazer ou estudo. Esse é um caminho para quem gosta de ler muito, mas não tem tempo para longos

textos que fazem o leitor perder o interesse e, assim, destinar sua atenção a outro texto ou outra atividade. Os textos mais curtos também podem compor uma série de diferentes produtos dentro do sistema produto-serviço do livro digital. Nesses contextos, as práticas de leitura MÚLTIPLA, MULTIMIDIÁTICA, SALTITANTE e DISTRAÍDA ganham força.

Para manter a estruturação do sistema sempre alinhado aos desejos dos consumidores, a editora também deve promover constantes pesquisas com leitores de todas as gerações, pois tudo muda muito rápido na sociedade contemporânea. Além disso, devem ser considerados os aspectos de comercialização e divulgação dos e-books dentro da perspectiva de sistema. As diretrizes de comercialização podem ter como premissa a disponibilização de partes do conteúdo gratuitamente, como amostras do sistema produto-serviço. No processo de aquisição do livro, também pode ser solicitado um compartilhamento nas redes sociais da informação do ato de compra pelo leitor, promovendo, assim, a divulgação do sistema produto-serviço do livro digital.

Ainda, no contexto do livro digital do futuro, há especificidades que necessitam ser individualizadas na explanação das cinco diretrizes. Destaca-se que essas orientações determinadas não necessitam ser apreendidas pelas editoras de modo integral em todos os projetos do livro digital. Um livro predominantemente social, por exemplo, não precisa acessar os cinco sentidos humanos, seja por meio de recursos tecnológicos extremos, seja por multimídias. Mas obviamente que também podem ser pensadas soluções casadas para isso, como por exemplo, a possibilidade de os leitores enviarem aromas uns aos outros, ao conversarem sobre o livro lido, dentre outras possibilidades de cruzamentos entre as diretrizes.

### **5.1.1 Simplificação Visual, Estudos Tipográficos e Navegação na Web**

A necessidade de inovar, muitas vezes impede as organizações de enxergarem o desejo dos consumidores. Nas diversas pesquisas realizadas foram coletadas inúmeras declarações de leitores que afirmam apreciar a proximidade dos livros digitais com a formatação dos livros impressos. É certo que há, nessas declarações, uma relação com o *habitus* da leitura tradicional dos impressos, mas também é possível que a insistência em negar que esse seja um bom caminho esteja motivada pelo entusiasmo com as novas tecnologias. Mesmo as mídias digitais já estabelecidas, como a Internet, têm se encaminhado para apresentações mais minimalistas, como, por exemplo, há alguns anos, sites com músicas

ao fundo e animações piscantes no cursor do mouse eram comuns. Atualmente, quanto menos elementos existirem nas páginas web, melhor a informação é transmitida ao usuário.

Assim, constatou-se, que a mimetização do livro impresso no livro digital não foi, necessariamente, um fator prejudicial ao crescimento do mercado de e-books. O período de quase completa mimetização foi muito importante para a aproximação e fidelização dos leitores tradicionais à nova mídia. Entretanto, entende-se que, aos poucos, a apresentação do livro digital precisa mudar, pois efeitos como o barulho da página sendo virada, já incomodam alguns leitores familiarizados com sites, blogs e aplicativos digitais. Além disso, trata-se de uma função dispensável para a experiência de leitura, que passa a ser cada vez mais conectada aos conteúdos pelas características próprias desse meio ou sistema.

O design estratégico pensa o livro digital na concepção de sistema produto-serviço e na formação da identidade da editora, com o objetivo de posicioná-la como uma referência em livros digitais. Mas o design, enquanto foco na especialidade gráfica deve preocupar-se, principalmente, com os elementos tipográficos do livro, tais como estilo de fonte, alinhamentos, espaçamentos e margens na apresentação digital. O design gráfico deve, portanto, não se deter apenas no preenchimento da tela com imagens animadas já que os principais estudos do design do livro impresso concentram-se predominantemente no contexto minucioso do design tipográfico, indicando que assim também deve ser para o livro digital. Novas tipografias que proporcionem maior conforto na leitura em tela devem ser estudadas e propostas. Também se considera que os estudos já realizados para a construção do design de sites devem ser referência. A verticalização das páginas de Internet pode ser tomada como uma das bases, bem como os estudos sobre como os usuários navegam na web.

### **5.1.2 Múltiplas Plataformas e Flexibilidade de Configurações**

Embora alguns leitores prefiram utilizar apenas um e-reader dedicado para a leitura, exercendo a prática da LEITURA EXCLUSIVA, considera-se que a predominância será da multiplicidade de plataformas, da LEITURA MULTIMIDIÁTICA, uma característica que deve se manter no futuro da leitura digital. Assim como já ocorre atualmente, os leitores acessarão os mesmos livros no smartphone, no tablet ou no computador. Ou ainda podem vir a acessar mais frequentemente na televisão, nos videogames, na geladeira tecnológica do futuro ou em algum dispositivo eletrônico ainda não inventado. Assim, cada versão dos e-books pode ser considerada pelas editoras como uma das peças digitais dentro do grande sistema do livro, sem permitir que a situação de um cenário nostálgico ocorra, no qual as

mudanças tecnológicas tornem as versões dos e-books incompatíveis com os dispositivos tecnológicos mais avançados. As versões de e-books já compradas pelos leitores devem ser atualizadas pelas editoras, tornando o livro digital também um 'objeto' de posse, mas no contexto de mutabilidade e de transformação.

Presume-se que as múltiplas plataformas continuarão dando aos leitores o desejo de flexibilidade de configuração das interfaces. No entanto, alguns e-books referenciados como exemplos de novas relações com os leitores não permitem o acesso às mudanças de configurações, embora sejam bastante interativos, servindo de estímulo para inovação no contexto de acesso aos cinco sentidos. Já foram, inclusive, até estabelecidos alguns debates no 4º Congresso do Livro Digital, promovido pela CBL em 2013, que consideraram que, talvez, o leitor não deveria ter tanta liberdade assim. Por outro lado, nas pesquisas preliminares e nas análises dos diários de leitura, pôde ser constatado o apreço dos leitores pela personalização do livro, seja daqueles que costumam ler digitalmente com muita frequência, seja daqueles leitores esporádicos. É como se a interface do e-book fosse o próprio computador pessoal do indivíduo, que ordena seus ícones da área de trabalho, ou na mesma relação em que organiza o próprio quarto. Assim, as editoras precisarão se adaptar a essa demanda que dá liberdade ao leitor. Além disso, as possibilidades de personalização que já existem hoje, como ajustes de luminosidade e cores de fundo, devem ser mantidas.

O design gráfico dos novos livros digitais precisa ser mais adaptável do que é hoje, mesmo considerando a importância dos estudos tipográficos pontuados na diretriz anterior. Assim, mesmo que os leitores tenham total liberdade na mudança das configurações, e que os próprios hardwares e softwares modifiquem as apresentações visuais dos livros, o designer precisa prever essas possíveis intervenções e testar, através da utilização de grids adaptativos, o máximo de possibilidades de formatações previamente à publicação do livro digital. Assim, a prática da LEITURA MULTIMIDIÁTICA deve ser suportada. Pensando na integração das diferentes peças do sistema produto-serviço, os layouts desenvolvidos devem ser integrados. Ao se considerar uma mídia impressa e outra digital, a identidade gráfica entre as duas deve existir desde que obedeça aos requisitos estruturais necessários a ambas.

### **5.1.3 Adequação dos Hipertextos e das Hiper mídias**

É possível afirmar que, em um futuro predominantemente digital, é certo que a relação dos leitores com a tecnologia deve se manter, independentemente de as formas narrativas mudarem ou não. Domingos e Hohfeldt (2013) já haviam pontuado que, se os leitores digitais

tornarem-se lineares, deixando as relações em rede de lado, os dedos que folheavam o livro de papel vão continuar fazendo o mesmo movimento, mas sobre as telas. Entretanto, acredita-se que esse não é o caso, pois o hipertexto já está muito fortalecido no acesso à web e a própria leitura de impressos não pode ser considerada como completamente linear.

Ainda, conforme pontuado pelo Publisher da Companhia das Letras, os livros digitais com inúmeros recursos multimídia, que modificam as formas narrativas, não estão vendendo tão bem no exterior, o que pode indicar sua não evolução em um contexto futuro. Por outro lado, como já apontado, considera-se que os exemplos de livros digitais no subcapítulo referente aos números e tendências de mercado não podem ser ignorados pelas editoras, pois são potentes indicadores de inovação. Desse modo, entende-se que os recursos multimídia devem ser utilizados, mas com parcimônia, quando sua função for realmente prática, como no acesso aos cinco sentidos humanos – a ser visto na próxima diretriz – ou quando inseridos em livros destinados a públicos específicos, compondo e-books didáticos ou infantis.

Os hipertextos e as hipermídias são recursos a serem utilizados mediante uma configuração mais cuidadosa. O que se considera é que o futuro da leitura digital não é preencher o e-book com vídeos e animações que expliquem as coisas por conta própria. Multimídias são interessantes na medida em que provocam o leitor a experimentar coisas diferentes, que o instiguem a descobrir. Por isso, acredita-se que a mudança das narrativas terá foco principalmente no aprofundamento dos conteúdos por meio dos hiperlinks, que levarão o leitor ao acesso de imagens e textos complementares, os quais poderão explicar o conteúdo principal, ou ampliá-lo, constituindo mais de um caminho para a mesma história.

As práticas de LEITURA INVESTIGATIVA e LEITURA VISUAL serão potencializadas nos hiperlinks. Dessa forma, amplia-se o conteúdo, pois os autores não terão interesse em explicar cada micro conceito ou palavra citados na história, nem desejarão mostrar imagens de todas as obras de arte quando um personagem da ficção visitar um museu. Não é necessário concentrar todos esses conteúdos acessados dentro do software do livro digital, mas precisa haver uma total integração com a rede, possibilitando saídas externas ao conteúdo do livro e, depois, o seu consequente retorno. Deverá ser permitido que o leitor escolha, caso queira, saber mais sobre determinado assunto ou visualizar as imagens, ou se não deseja acessar os hiperlinks, seja por simples desinteresse, seja por conhecimento já adquirido.

### 5.1.4 Tecnologias de Hardware: Cinco Sentidos da Experiência

Apesar do avanço das tecnologias não ser responsabilidade das editoras, os recursos de hardware dos dispositivos eletrônicos são tema frequente nas discussões sobre a leitura digital. Além disso, os cenários construídos na técnica de workshop contextualizam um futuro em que os dispositivos tecnológicos serão muito superiores aos existentes. Assim, as editoras precisam ficar atentas ao desenvolvimento das novas tecnologias, sem ceticismo quanto a novos recursos disponibilizados, permitindo-se testar e experimentar.

Na época da coleta das informações desta dissertação, muitos dos recursos hoje existentes nos dispositivos e softwares ainda não eram difundidos. Atualmente, as empresas de tecnologia fazem propaganda dos e-readers e tablets destacando as melhorias em características que eram justamente apontadas como falhas pelos leitores. Como exemplo, é referenciada uma melhor duração das baterias, menor peso dos dispositivos, maior organização dos livros nas bibliotecas digitais, ferramentas de busca mais intuitivas e inteligentes, sincronização de conteúdo em diversas mídias e maiores possibilidades de compartilhamento nas redes sociais. Isso indica que há uma forte preocupação nas empresas de tecnologia em satisfazer aos leitores e aumentar o alcance da leitura digital no Brasil e no mundo.

No entanto, essa preocupação deveria estar primeiramente nas editoras, o que não ocorre, mantendo-as sempre atrás na inovação, no comparativo com corporações como a Amazon, cujo negócio não se restringe somente aos livros. Assim, surge a seguinte pergunta: se a editora Companhia das Letras teve força para exercer influência na indústria e produzir um novo tipo de papel para melhoria dos livros impressos, não poderia ter a mesma força em influenciar a indústria eletrônica no desenvolvimento de determinadas funções que identificar necessárias nos dispositivos mobile para leitura digital? Nesse contexto, além de continuamente testar os novos recursos na produção dos e-books, as equipes internas das editoras precisam estar constantemente pesquisando possibilidades e questionando os leitores, identificando, assim, oportunidades para inovação e para incentivo da indústria eletrônica.

Com um maior acesso aos cinco sentidos humanos pelos dispositivos tecnológicos, ganha relevância as práticas de leitura INVESTIGATIVA, INTERATIVA, VISUAL e SONORA. Nessa perspectiva do acesso aos cinco sentidos, o uso de muitos recursos multimídia tem justificativa na medida em que as imagens, os vídeos, as animações, as músicas e os textos narrados estimulam a visão e a audição, e as telas touchscreen proporcionam cada vez mais integração com o tato, não só na ponta dos dedos. Os sentidos do



olfato e do paladar permanecem sem estímulos específicos na leitura digital atualmente, embora surjam, a todo o momento, novos protótipos que testam cheiros e gostos gerados por dispositivos ou por estímulos neurais. No entanto, já é possível ser criativo ao instigar os leitores a degustar determinado alimento no momento da leitura e assim criar, no leitor, uma memória afetiva com o livro e o alimento, ou então com o livro e determinado cheiro, da mesma forma como os próprios leitores dos diários analisados criaram listas de músicas relacionadas com os livros lidos. Desse modo, dá-se orientação para que as editoras estejam atentas às tecnologias sensíveis do futuro.

### **5.1.5 Obra Aberta: A Sociabilidade da Leitura**

Domingos e Hohfeldt (2013) já haviam pontuado a possibilidade do modelo do livro do futuro vir da inspiração das redes sociais e não das empresas que estão digitalizando e-books. No entanto, a abordagem desta dissertação não desconsidera as estratégias já realizadas pelas editoras. Ainda assim, é preciso reconhecer que até mesmo os dispositivos de leitura mais simples, como a primeira versão do e-reader dedicado Kindle, já possuíam alguns recursos que estimulam a leitura social, como a visualização das marcações realizadas por outros leitores que tenham lido a mesma publicação. Porém, esses recursos são ignorados pelos produtores dos livros digitais na maioria das vezes, principalmente no Brasil. Tanto que, manifestações relacionadas à leitura social praticamente não apareceram nas análises dos diários de leitura e também foram negadas pela editora Companhia das Letras nas entrevistas concedidas. No entanto, nas pesquisas documentais, foram encontradas muitas manifestações sobre iniciativas com o objetivo de tornar a leitura digital cada vez mais social. Em outros países, essas iniciativas já começaram há mais tempo e têm ganhado aceitação e muitos adeptos.

Nos cenários estruturados no workshop, também ganhou destaque a leitura social relativa ao compartilhamento de conteúdos nas redes sociais e às trocas de comentários entre leitores sobre o que ambos estão lendo. Nas discussões promovidas, a leitura social ganhou o caráter de obra aberta, pois a atuação dos leitores é tão frequente, que os textos são construídos colaborativamente, proporcionando não só diferentes experiências de leitura, mas também experiências de coautoria.

Atualmente, o exercício da leitura social pode ser iniciado pelas editoras de modo mais singelo, caso a perspectiva da falta de controle seja muito ameaçadora. As iniciativas podem estabelecer somente a interação mínima dos leitores através do estímulo ao compartilhamento

de trechos dos livros nas redes sociais, ou, ainda, a construção de enquetes em alguma das peças integrantes do sistema produto-serviço, com mínimos questionamentos para que os leitores exponham, diretamente para as editoras, suas opiniões sobre o livro.

O avanço da promoção da leitura social, no entanto, se dará com a construção coletiva das histórias, permitindo que os leitores interfiram não somente nos textos, mas na produção de vídeos e imagens que venham a integrar a narrativa. Aqui, os autores principais ou editores devem ser instruídos pelas editoras para que estejam treinados e aptos a conduzir uma escrita colaborativa na Internet ou dentro dos próprios aplicativos de leitura. É possível, também, que seja publicada uma primeira versão do livro, produzida plenamente pela editora, e, depois, sequências de versões construídas pelos leitores. As múltiplas ramificações da história também podem tomar parte no sistema integrado de produtos e serviços do livro digital. Nesse contexto, pontua-se que a leitura social também pode promover o sistema produto-serviço, a saber: após o lançamento da primeira versão do e-book, constroem-se diversas possibilidades de texto através da interação com os leitores, lançando, ao final das interações, uma versão do livro no formato impresso, com o resultado das discussões feitas nas plataformas da versão digital. Em paralelo a isso, poderia haver uma versão para celular, em pequenas notas passíveis de comentários. Também a publicação de um vídeo, de um jogo, ou de animações entre uma história e outra.

Logicamente que o desafio de tornar uma obra aberta – escrita por diversas pessoas e em constante alteração – em um produto viável comercialmente é muito grande, considerando todos os aspectos já citados nas discussões do workshop sobre possíveis falhas, seja na continuidade das narrativas, seja na ocorrência de erros ortográficos ou de formatação mais graves. Todavia, acredita-se que as editoras brasileiras devem arriscar, já que os exemplos internacionais são estimuladores.

No site *The Institute for the Future of the Book* (2013), um portal de informações que contém resultados de pesquisas e projetos relativos ao livro digital, agrupando manifestações dos principais estudiosos contemporâneos da Inglaterra e dos Estados Unidos sobre o futuro da escrita e da leitura, encontram-se inúmeras referências à leitura social. Para os autores do site, a partir do momento em que os leitores tornam-se engajados em uma experiência de leitura social, os resultados em termos de sentidos são muito valorosos, pois os problemas contemporâneos mostram-se muito complexos para serem interpretados e resolvidos sozinhos. Mas com a presença de mais pessoas colaborando na difícil tarefa de compreensão de textos, as respostas obtidas são melhores e mais abrangentes. No site, é possível encontrar uma declaração que expõe uma clara certeza desses estudiosos quanto ao futuro do livro: para eles,

a geração dos netos, além de se surpreender com as práticas atuais de leitura individual, assumirá plenamente a leitura social como um caminho natural.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluir esta pesquisa não é chegar ao fim dos estudos sobre as práticas de leitura digital. Enquanto o livro se manter em plena transformação de suportes e de formas de apresentação, serão necessários estudos que acompanhem essa evolução. Ainda porque, por mais que se visualizem cenários de inovação, o futuro pode surpreender a todos. A perspectiva de uma sociedade que talvez não pratique fortemente a leitura e que esteja saturada das tecnologias poderia indicar um futuro pós-digital no qual o livro não tenha a força de mercado imaginada. No entanto, não é o que se acredita nesse momento em que os indivíduos apresentam cada vez mais comportamentos exclusivos, na direção oposta de uma massificação das escolhas e das práticas. Acredita-se que, se for certo que o livro impresso irá acabar, não o será para todos os leitores e, se houver um regresso aos dispositivos analógicos, isso também não será para todos os usuários das tecnologias eletrônicas.

Para manter as estratégias das editoras preparadas para todo e qualquer futuro, os próximos estudos sobre a temática precisam considerar os sujeitos que ainda nem são leitores. Aqueles que hoje são crianças, bebês de colo, que irão crescer acompanhando as evoluções tecnológicas como nenhum outro indivíduo anterior a eles assim o fez. Para essas pessoas, poderá não haver nenhuma memória afetiva com os materiais impressos, enquanto que os materiais tecnológicos vão se tornar mais familiares. No momento, houve uma limitação em acessar tais indivíduos com expressivas práticas digitais para que fossem os sujeitos deste estudo, mas ainda assim, o perfil dos participantes proporcionou descobertas inesperadas.

Inicialmente, supunha-se que não seriam encontradas práticas de leitura digital já tão estruturadas nesses leitores, passíveis, inclusive, de classificação. Encontrar leitores que antes exerciam uma leitura convencional, agora tão libertos das práticas com os materiais impressos, manipulando os textos digitais com propriedade, foi uma surpresa e um alerta de que as transformações em direção a um futuro amplamente tecnológico podem ocorrer ainda mais rapidamente. Por outro lado, a rejeição inicial a uma apresentação mimetizada dos livros digitais foi suplantada. Acredita-se que vídeos, sons, animações e recursos gráficos interativos disponíveis nos e-books proporcionam experiências de leitura diferenciadas e acessam outros sentidos humanos, mas acredita-se que a apresentação gráfica do livro pode ser bastante simples, mas que, ainda assim, implicará diferentes práticas de leitura, pois o próprio suporte tecnológico e os recursos interativos disponíveis influenciam determinados comportamentos e proporcionam a percepção de diferentes significados à leitura.

Este estudo também proporcionou uma aproximação com o design, na perspectiva da estratégia, favorecendo a percepção do design como atividade não meramente operacional. Ficou claro que o design estratégico poderá auxiliar as editoras no caminho de transformação dos livros digitais e impressos, na medida em que se colocar ao lado dos principais gestores do mercado editorial e eletrônico e pensar o livro de uma forma mais ampla, não apenas no que se refere à diagramação das páginas. Pensar nas estratégias empresariais era algo que, até então, o design pouco fazia. Ao profissional criativo, geralmente é destinado o papel de desenvolver um produto, sem nem sequer contatar o cliente, já que essa ação é intermediada pelos profissionais comerciais e de atendimento. A capacidade que o design tem de reposicionar as empresas no mercado deve ser informação continuamente promovida. Por outro lado, desconhece-se, na prática, um processo de design que seja linear. A criação é inerentemente passível de influências externas e já assim o era mesmo no processo mais rigoroso de concepção de um produto industrial. Nesse sentido, destaca-se, também, a visão de metaprojeto como inovadora para o ato projetual e compatível com as características processuais e complexas da ciência contemporânea.

Nesta dissertação, questionou-se o problema o tempo todo e bebeu-se de diversas fontes de pesquisa. Todavia, quando as editoras forem definir suas escolhas, novas informações poderão ser acrescentadas. E compreende-se que, no momento em que os profissionais sentarem-se à frente de suas estações de trabalho, finalizando o projeto do sistema produto-serviço para o livro digital, nem mesmo nesse momento ocorrerá uma transformação nas concepções que torne o processo de projeto linear. Tudo o que foi absorvido nas pesquisas será refletido; serão idas e vindas para rever os cenários ou redefinir alguma escolha quando se perceberem equívocos ou ausências que prejudiquem a qualidade do trabalho.

Há ainda, outro foco de estudos futuros que deve ser considerado: a virtualização das mídias que atinge os próprios dispositivos e elimina a necessidade de suportes no formato de telas para a leitura. Nesse contexto, não é somente o livro impresso que morre, mas o próprio livro digital, não em uma morte que represente o fim da leitura, como pregado por Silva (2012), mas a mais profunda transformação no que significa a leitura. As proposições de cenários do workshop apresentaram alguns insights sobre esse contexto, considerando a perspectiva de dispositivos que comunicariam as informações diretamente para os cérebros dos leitores. É lógico que essa evolução depende amplamente das pesquisas de novas tecnologias eletrônicas e também de um maior conhecimento da fisiologia e cognição humanas, mas o que é mais relevante a ser observado, na análise dos comportamentos

peçoais, é como essa nova ‘leitura’ poderá ser considerada, pois é certo que o somatório dos termos ‘digital’ e ‘leitura’ em um contexto sem suporte, imputará um sentido diferente e desconhecido ao que hoje se considera como prática de leitura.

No entanto, por hora, conclui-se este estudo sobre as práticas de leitura ainda com indicações do que significa ler no livro digital. Quando o livro impresso é aberto, ele se abre como texto para o leitor, e flui na mente do sujeito que se integra às histórias como universos paralelos de seu próprio mundo. O conteúdo conduz, predominantemente, mas no livro impresso, a contracapa fecha-se sobre o texto e sinaliza que o tempo daquele universo paralelo findou. O leitor tenta estendê-lo em sua mente ao reproduzir as sensações absorvidas com a leitura em um momento de riso gratuito ou em um denso pesadelo. No livro digital, o leitor transcende seu próprio mundo da mesma forma, mas se rende ainda mais ao conteúdo, pois precisa admitir que o texto é livre e o livro não mais lhe pertence, não é um objeto de sua coleção a ser disposto na estante. Desligar um tablet não é, de modo algum, ação equivalente a fechar a capa de um livro impresso. Ao desligar um dispositivo eletrônico, não há a certeza de que o conteúdo vai se manter o mesmo. O texto, que antes parecia contido entre as capas e a lombada, mantém-se aberto, suspenso, manifestando-se em outros dispositivos, acrescido em seu corpo pelos comentários e marcações de outros leitores ou, até mesmo, modificado por completo pela editora que atualiza o conteúdo e manipula o arquivo digital.

Ler em uma tela eletrônica significa romper o *habitus*, libertar-se do texto que adquire vida própria, mesmo materialmente. É se sentir um leitor inacabado, incompleto e necessitado de mais textos. É se sentir arrojado, integrado às tecnologias, mas que se rende ao conteúdo ainda mais do que se rendia ao impresso. Quando o leitor digital subverte a ordem linear do texto eletrônico, o faz porque o próprio texto lhe pede, indicando ao leitor a necessidade de visualizar uma imagem descrita, ou de saber mais sobre determinado ponto, ou ainda de compreender o significado de uma palavra. O leitor digital rende-se ao texto ao aceitar que ele pode se modificar sem sua própria autorização. E mesmo quando o próprio leitor o modifica, o dessacraliza, mas também a ele se rende, pois se autoimputa a necessidade de modificá-lo, de integrá-lo a outros conteúdos, de discuti-lo com outros leitores.

Ler digitalmente pode significar exercer uma leitura tão linear quanto a leitura de um livro impresso, tão íntima quanto individualista. Ou pode significar uma total quebra com a individualidade e intimidade, expondo-se à leitura social. Portanto, mais do que tudo, ler um livro digital significa vivenciar uma leitura nunca antes tão múltipla.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- ANTROPOULOS, Alejandro. Notas sobre a cultura juvenil móvel na América Latina. In: BEIGUELMAN, Gisele; LA FERLA, Jorge. (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Senac, 2011. p. 35-53.
- ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios da técnica de editoração. 2. ed. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital; São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**: ensaios sobre fenômenos extremos. São Paulo: Papyrus, 1990.
- BEIGUELMAN, Gisele. **O livro depois do livro**. São Paulo: Peirópolis, 2003.
- BEIGUELMAN, Gisele. Territorialização e agenciamento nas redes: em busca da Ana Karenina da era da mobilidade. In: BEIGUELMAN, Gisele; LA FERLA, Jorge. (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Senac, 2011. p. 247-270.
- BEIGUELMAN, Gisele; LA FERLA, Jorge. Introdução: por uma crítica das artes tecnológicas móveis. In: BEIGUELMAN, Gisele; LA FERLA, Jorge. (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Senac, 2011. p. 9-14.
- BELLEI, Sérgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. São Paulo: EDUC; Florianópolis, SC: UFSC, 2002.
- BENTZ, Ione Maria Ghislene. **Linguagem**: a ilusão do referencial. Proposta de análise do discurso. 1980. 294 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- BRANCO, Pedro; ZAGALO, Nelson; COUTINHO, Clara. **Bridging Book**. Guimarães, PT, 27 mai. 2013. Disponível em: <<https://sites.google.com/a/engagelab.org/www/projects/bridgingbook>>. Acesso em: 22 dez. 2013.
- BRASIL. **Lei nº 10.753, de 30 de outubro de 2003**. Institui a Política Nacional do Livro. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/110.753.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.753.htm)>. Acesso em: 23 mar. 2010.
- BRESSON, François. A leitura e suas dificuldades. In: CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 25-34.
- BUCHANAN, Richard. Design research and the new learning. **Design Issues**, Cambridge, MA, v. 17, n. 4, May 04, p. 3-23, 2001.
- CALDAS, Cadu. Tablet tira espaço do e-reader. **Zero Hora**, Porto Alegre, ano 50, n. 17701, p. 18, 11 fev. 2014.



CALVINO, Italo. **Seis propostas para o próximo milênio**: lições americanas. Trad.: Ivo Cardoso. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1.

CAUTELA, Cabirio. **Strumenti di design management**. Milão: Franco Angeline, 2007.

CBL. **1ª Pesquisa CBL**: mercado do livro digital no Brasil. In: CBL, 2013. Disponível em: <[http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/imgs/arquivos/resultado\\_cbl\\_4\\_congresso.pdf](http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/imgs/arquivos/resultado_cbl_4_congresso.pdf)>. Publicado em: 19 jul. 2013. Acesso em: 21 jul. 2013.

CELASCHI, F. 2004. La cultura del progetto per il sistema dei beni culturali. In: F. CELASCHI; R. TROCCHIANESI (Org.). **Design & Beni culturali**. Milano, Edizioni POLI. design, p. 19-31. (tradução nossa)

CELASCHI, Flaviano. DESERTI, Alessandro. **Design e innovazione**: Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007. (tradução nossa)

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo, SP: Fundação Editora da UNESP, 1998.

CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros**: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. Brasília: Universidade de Brasília, 1994.

COMPANHIA DAS LETRAS. **Institucional**. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.companhiadasletras.com.br/>>. Acesso em: 7 jul. 2013.

CORLISS, Richard. **Lolita**. Trad. José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro, Rocco, 1998.

CORRÊA, Thomaz Souto. O futuro não existe. In: ANER. (Org.). **História revista**: Associação nacional de editores de revistas 25 anos (1986-2011). São Paulo: A Associação, 2011. p. 149-151.

CROSS, Nigel. **Engineering design methods strategies for product design**. West Sussex: John Wiley & Sons, 2000.

DARTON, Robert. **A questão dos livros**: passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

DOMINGOS, Ana Cláudia Munari; HOHFELDT, Antonio. Hiperlivro: o suporte para a hiperliteratura. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DO LIVRO DIGITAL, 2013, São Paulo. 15p. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/trabalhos-cientificos/LD01-aprofissionalizacao.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2013.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

FARBIARZ, Alexandre. Entre o linear e o não-linear do texto eletrônico. In: FARBIARZ, Jackeline Lima; FARBIARZ, Alexandre; COELHO, Luiz Antônio Luzio. (Org.). **Os lugares do design na leitura**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008. p. 103-110.

FARBIARZ, Alexandre. FARBIARZ, Jackeline Lima. Do codex ao e-book: o texto e o suporte. In: COELHO, Luiz Antônio Luzio; FARBIARZ, Alexandre. (Org.). **Design olhares sobre o livro**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2010a. p. 113-138.

FARBIARZ, Alexandre. FARBIARZ, Jackeline Lima. O entrelugar do design na interação entre o livro e o leitor. In: COELHO, Luiz Antônio Luzio; FARBIARZ, Alexandre. (Org.). **Design olhares sobre o livro**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2010b. p. 139-156.

FARBIARZ, Jackeline Lima. Apresentação: ler o mundo. In: FARBIARZ, Jackeline Lima; FARBIARZ, Alexandre; COELHO, Luiz Antônio Luzio. (Org.). **Os lugares do design na leitura**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008. p. 9-15.

FAWCETT-TANG, Roger. **O livro e o designer I: embalagem, navegação, estrutura e especificação**. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

FERRARI, Marcelo. Letras Maiúsculas. **Valor Econômico**, São Paulo, ano 11, n. 509, p. 4-8, 23 jul. 2010.

FETHERSTONHAUGH, Brian. **The 4Ps are out, the 4Es are in**. Disponível em: <[http://www.ogilvy.com/On-Our-Minds/Articles/the\\_4E\\_-are\\_in.aspx](http://www.ogilvy.com/On-Our-Minds/Articles/the_4E_-are_in.aspx)>. Publicado em: 19 abr. 2009. Acesso em: 14 out. 2013.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANZATO, Carlo. CELASCHI, Flaviano. **Processo de metaprojeto para o desenvolvimento estratégico e a inovação das organizações**. In: Anais do 10º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Luís: EDUFMA, 2012. v. 01.

FRANZATO, Carlo. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa**. Strategic Design Research Journal, Porto Alegre, v. 3, n. 3, Dec 31, p. 89-96. 2010.

FRANZATO, Carlo. **O processo de inovação dirigida pelo design: um modelo teórico**. In: Revista de Design, inovação e gestão estratégica: REDIGE/SENAI/CETIQT. - Vol. 2, n. 1 - Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2011. p. 01-13.

FURTADO, José Afonso. **Livro e leitura no novo ambiente digital**. In: Instituto de Educação Universidade de Lisboa, 2002. Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/hyper/resources/afurtado/index.htm>>. Publicado em: 15 nov. 2002. Acesso em: 02 out. 2011.

FURTADO, José Afonso. O papel e o pixel. In: **Do impresso ao digital: continuidades e transformações**. Florianópolis: Escritório do livro, 2006.

GORE, Al. **Our Choice: A Plan to Solve the Climate Crisis**. Emmaus, PA, 28 abr. 2011. Disponível em: <<http://ourchoicethe-book.com/>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

GORE, Al. **Our Choice: A Plan to Solve the Climate Crisis**. Emmaus, PA. 18 set. 2013. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/app/al-gore-our-choice-plan-to/id432753658?mt=8>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

GOULEMOT, Jean Marie. Da leitura como produção de sentidos. In: CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 107-116.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sémantique structurale**. Paris: Seuil, 1966.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido**. Ensaios semióticos. Rio de Janeiro: Vozes, 1970.

GRUSZYNSKI, Ana. et al. Livro digital: objeto de estudo de múltiplos olhares. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DO LIVRO DIGITAL, 2013, São Paulo. 15p. **Anais eletrônicos**... Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/trabalhos-cientificos/LD01-aprofissionalizacao.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2013.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II**: Como criar e produzir livros. São Paulo, SP: Rosari, 2007.

HÉRBRARD, Jean. O autodidatismo exemplar: como Jamerey-Duval aprendeu a ler. In: CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 35-74.

HORIE, Ricardo Minoru. **Coleção e-books**: arte-finalização e conversão para livros eletrônicos nos formatos ePub, Mobi e PDF. São Paulo: Bytes & Types, 2009. v. 1.

HOROWITZ, De Ying; QUINN, LLC. **The Silent History**. Cupertino, CA, 01 out. 2012. Disponível em: <<http://www.thesilenthistory.com/>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

HOROWITZ, De Ying; QUINN, LLC. **The Silent History**. Cupertino, CA, 04 abr. 2013. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/app/the-silent-history/id527403914?mt=8>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 3ª edição. Brasília, 2012. Disponível em: <[http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834\\_10.pdf](http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834_10.pdf)>. Acesso em: 04 fev. 2013.

KEROUAC, Jack. **On the Road**. New York, NY, 04 abr. 2013. Disponível em: <[http://www.us.penguin.com/static/pages/features/amplified\\_editions/on\\_the\\_road.html](http://www.us.penguin.com/static/pages/features/amplified_editions/on_the_road.html)>. Acesso em: 22 dez. 2013.

LABARRE, Albert. **História do livro**. São Paulo, SP: Cultrix, 1981.

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

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LOCKWOOD, Thomas. **Design Thinking**: Integrating Innovation, Customer Experience and Brand Value. New York: Allworth Press, 2010.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MALDONADO, Tomás. **Il futuro della modernità**. Milano, 1987.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. São Paulo: Cia das Letras, 1997.

- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Massachusetts: The MIT Press, 2001. Disponível em: <<http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2013.
- MANZINI, Ezio; JÉGOU, Françoise. Design degli scenari. In: MANZINI, Ezio; BERTOLA, Paola. **Design Multiverso**. Milano: Edizioni POLI.design, 2004.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.
- MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MELO, Eduardo; TAVARES, José Fernando (Org.). **O mercado de e-books no Brasil: coletânea sobre mercado, produção e marketing**. Porto Alegre: Simplíssimo Livros, 2013. e-book versão 2.0.
- MERONI, Anna. **Strategic design to take care of the territory**. Networking Creative Communities to link people and places in scenario of sustainable development. In: Anais do 8º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Paulo: Centro Universitário SENAC, 2008b. p. 31-38.
- MERONI, Anna. **Strategic design: where are we now?** Reflection around the foundations of a recent discipline. Strategic Design Research Journal, Porto Alegre, v. 1, n.1, Dec 1, p.31-38. 2008a.
- MINEIRO, Imara Bemfica. BEMFICA, Juliana do Couto. CARDOSO, Ana Maria Pereira. **Da invenção do alfabeto à Internet: elementos para uma reflexão sobre as práticas de escrita e leitura ao longo dos tempos**. Estudos sobre las culturas contemporaneas, 2012. Época II. Vol. XVIII. Núm. 35, Colima, verano 2012, p. 95-115. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31623308005>>. Acesso em: 14 mar. 2013.
- MIOTO, Ricardo. **Livro virtual fortalece pequenas editoras**. Folha de São Paulo, São Paulo, p. 03, 21 abr. 2013.
- MORELLI, Nicola. **Designing product/service systems: a methodological exploration**. Design Issues, Cambridge, MA, v. 18, n.3, Jul 01, p. 3-17. 2002.
- MORRIS, Charles. **Fundamentos de la teoria de los signos**. 2. ed. Barcelona: Paidós, 1994.
- MOUTINHO, Marcelo. Cenários e visão de Futuro. In: ANDRADE, Aurélio. **Pensamento sistêmico: caderno de campo**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- NOVAES, Luiza. Transmídia: o impacto nas produções audiovisuais. In: FARBIARZ, Jackeline Lima; FARBIARZ, Alexandre; COELHO, Luiz Antônio Luzio. (Org.). **Os lugares do design na leitura**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008. p. 369-381.
- PAÍS tem a primeira distribuidora de e-books. **Jornal do Comércio**, Porto Alegre, ano 78, n.15, 15 jun. 2010. Brasil, p. 01 segundo caderno.
- PETRUCCI, Armando. Ler por ler: um futuro para a leitura. In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. (Org.) **História da Leitura no mundo ocidental: parte 2**. São Paulo: Ática, 1999.

PETRY, André. **A revolução do pós-papel**. Revista Veja, São Paulo, ed. 2300, n. 51, p. 150-164, 2012.

PROJETO GUTENBERG, 2013. Website. Disponível em:  
<[http://www.gutenberg.org/wiki/Michael\\_S.\\_Hart](http://www.gutenberg.org/wiki/Michael_S._Hart)>. Acesso em: 05 fev. 2013.

REYES, Paulo. **Construção de cenários no design**: o papel da imagem e do tempo. In: Anais do 9º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Paulo: PPG em Design Anhembi Morumbi, 2010. v. 01.

REYES, Paulo. Processo de projeto em design: uma proposição crítica. In: **Metodologias em design**: Interseções. Bauru: UNESP, 2011.

REYES, Paulo. **Projetando pela exterioridade do projeto**. In: Anais do 10º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Luís: EDUFMA, 2012. v. 01.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A experiência, modernidade e campo dos media**. 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/Rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2012.

ROWLING, J. K. **Book of Spells**. [S.l.] 05 jun. 2012. Disponível em:  
<<http://e3expo.com.br/preview-book-of-spells-parceria-j-k-rowling/>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

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

SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Ler o mundo**. Tudo é texto. Não é só quem lê um livro que lê. In: O Globo, 8 nov. 1999.

SARTI, Nina. **Nova tecnologia permite interação entre autor e leitor dentro do e-book**. In: Revolução e-book, 2012. Disponível em: <<http://revolucao-e-book.com.br/nova-tecnologia-permite-interacao-entre-autor-leitor-dentro-e-book/>>. Publicado em: 29 ago. 2012. Acesso em: 14 set. 2012.

SCALETISKY, Celso C. **Pesquisa aplicada/pesquisa acadêmica**: o caso Sander. In: Anais do 8º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Paulo: Centro Universitário SENAC, 2008, p. 1132-1145.

SCALETISKY, Celso C; PARODE, Fábio. **Imagem e pesquisa blue sky no design**. In: Anais do XII Congresso SIGraDi 2008, Havana: CUJAE, 2008.

SCHERDIEN, Ingrid. **Design de Livros**: Análise e Construção de Projeto Gráfico/Editorial. 2010. 206 f. Monografia (Bacharelado em Design) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2010.

SCHWARTZ, Peter. **The art of the long view**. New York: Doubleday, 1996.

SILVA, Juremir Machado da. **A sociedade midíocre**. Passagem ao Hiperespetacular: o fim do direito autoral, do livro e da escrita. Porto Alegre: Sulina, 2012.

STALEY, David J. **Futures Thinking for Academic Librarians**: Scenarios for the Future of the Book. Association of College & Research Libraries - A Division of the American Library Association, Chicago: EUA, 2012. Disponível em: <<http://www.ala.org/acrl/files/issues/value/scenarios2012.pdf>>. Publicado em: mai. 2012. Acesso em: 23 set. 2012.

STEVENS, Iona Teixeira. **A vez dos tablets**. In: Publishnews, 2013. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=72739>>. Publicado em: 10 abr. 2013. Acesso em: 18 jun. 2013.

STUBER, Edgar Charles. **Inovação pelo design**: uma proposta para o processo de inovação através de workshops utilizando o design thinking e o design estratégico. 2012. 203 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

THE INSTITUTE FOR THE FUTURE OF THE BOOK, 2013. Website. Disponível em: <<http://www.futureofthe-book.org/>>. Acesso em: 03 out. 2013.

TOURAINÉ, Alain. **Após a crise**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

TSCHICHOLD, Jan. **A forma do livro**: ensaios sobre tipografia e estética do livro. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

VAN DER HEIJDEN, Kees. **Planejamento por cenários**: a arte da conversação estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VERGANTI, Roberto. **Innovating through design**. Boston, MA: Harvard Business Review, 2006.

WISCHENBART, Rüdiger. **Global e-book**: current conditions & future projections: a report on market trends and developments. Updat fall 2013. Disponível em: <<http://www.global-e-book.com/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J; PARNELL, John. **Administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 2007.

ZINGALES, Mario. **A Organização da criatividade**. São Paulo: EPU, 1978.

ZURLO, Francesco. **Design strategico**. In: AA. VV., Gli spazi e le arti, Volume IV, Opera XXI Secolo, editore Enciclopedia Treccani, Roma, 2010.

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN  
NÍVEL MESTRADO**

**INGRID SCHERDIEN**

**O LIVRO DIGITAL E AS NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA:  
Proposição de Diretrizes Projetuais sob a Perspectiva do Design Estratégico**

**VOLUME 2**

**PORTO ALEGRE**

**2014**



INGRID SCHERDIEN

O LIVRO DIGITAL E AS NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA:  
Proposição de Diretrizes Projetuais sob a Perspectiva do Design Estratégico

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para a obtenção do título de Mestre, pelo  
Programa de Pós-Graduação em Design da  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –  
UNISINOS

Área de concentração: Design Estratégico

Orientador: Dra. Ione Maria Ghislene Bentz

PORTO ALEGRE

2014

S326l Scherdien, Ingrid.

O livro digital e as novas práticas de leitura : proposição de diretrizes projetuais sob a perspectiva do design estratégico / Ingrid Scherdien. – 2014.

2 v. (167 f.) : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, 2014.

"Orientador: Dra. Ione Maria Ghislene Bentz".

1. Livros eletrônicos. 2. Leitura. 3. Inovações tecnológicas. 4. Desenho (Projetos). I. Título.

CDU 7.05

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Bibliotecário: Flávio Nunes – CRB 10/1298)

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA

Você tem em suas mãos um tablet iPad com o aplicativo iBooks, no qual há disponível a versão digital em ePub do livro *O Código da Vinci*. Você tem a liberdade de mexer nas configurações que o aplicativo permite, como tipo e tamanho de fonte, cores de fundo, luminosidade da tela e formato do livro. Peço que você faça a leitura completa do capítulo do Prólogo (em torno de seis páginas) e após a leitura responda aos questionamentos abaixo.

### a) Dados gerais:

1. Idade: \_\_\_\_\_
2. Sexo: ( ) feminino ( ) masculino
3. Costuma ler com frequência? ( ) sim ( ) não
4. Já leu livros digitais? ( ) sim ( ) não
5. Em que dispositivo você leu esses livros digitais?  
( ) no computador ( ) no tablet ( ) no celular

### b) Em relação às configurações que o aplicativo permite:

1. Qual o tipo de fonte disponível você escolheu?  
( ) Athelas ( ) Charter ( ) Georgia ( ) Iowan ( ) Palatino ( ) Seravek  
( ) Times New Roman
2. Qual a cor de fundo disponível você escolheu?  
( ) Branco ( ) Sépia ( ) Noturno
3. Qual formatação do livro digital você escolheu?  
( ) Livro ( ) Tela Cheia ( ) Rolar
4. Em relação ao brilho da tela, você regulou um nível de luminosidade? Por quê?
5. Em relação ao corpo de texto, você diminuiu ou aumentou o tamanho da fonte? Por quê?

**c) Quanto ao dispositivo eletrônico, o iPad:**

1. Você já tinha familiaridade com o dispositivo? Para que você já o utilizou?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. O que achou do tamanho da tela? Por quê?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. O que achou do peso do dispositivo? Foi agradável de segurá-lo ou preferiu deixá-lo sobre a mesa? Por quê?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
4. Utilizou o dispositivo na posição vertical ou horizontal? Por quê?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
5. Você teve dificuldades para acessar o aplicativo e o livro digital indicado? Descreva suas ações.

**d) Quanto à experiência de leitura realizada:**

1. Quais foram os aspectos positivos dessa experiência com o livro digital que você gostaria de pontuar? Justifique sua resposta.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. Quais foram os aspectos negativos dessa experiência com o livro digital que você gostaria de pontuar? Justifique sua resposta.

## APÊNDICE B – COMPILAÇÃO DOS RESULTADOS DA EXPERIÊNCIA DE LEITURA CONTROLADA

Costuma ler com frequência?	Já leu livros digitais?	Em qual dispositivo?
Sim (11) Não (0)	Sim (7) Não (4)	Computador (6) Tablet (2) Celular (1)
Tipografia escolhida		
Athelas (0)	Charter (1)	Georgia (2)
Iowan (2)	Palatino (0)	Seravek (2)
Times New Roman (4)		
Cor de fundo escolhida	Formatação do livro escolhida	
Branco (8) Sépia (2) Noturno (2)	Livro (8) Tela Cheia (1) Rolar (2)	
Regulou o brilho da tela?	Mudou o tamanho da fonte?	Já tinha familiaridade com o iPad?
Sim (10) Não (1)	Sim (4) Não (7)	Sim (4) Não (7)
Tamanho da tela é adequado?	Considerou o dispositivo pesado?	Posição do dispositivo eletrônico
Sim (11) Não (0)	Sim (8) Não (3)	Horizontal (1) Vertical (10)
Teve dificuldades para acessar o iBooks?		
Sim (2) Não (9)		
Aspectos positivos da experiência de leitura digital		
Similaridade com os livros impressos.		
Possibilidade de configurar o layout.		
Indicações de quantas páginas e capítulos faltam.		
Mobilidade da leitura.		
Promoção da sustentabilidade: preservação do papel.		
Aspectos negativos da experiência de leitura digital		
Dispositivo muito pesado.		
Vontade de acessar outros aplicativos disponíveis no tablet.		
Impossibilidade de colecionar os livros físicos em uma estante.		
Ausência da textura e odor do papel do livro impresso.		

Fonte: Elaborado pela autora.

## **APÊNDICE C – ENUNCIADO DE ORIENTAÇÃO PARA OS DIÁRIOS DE LEITURA**

Prezado participante,

Obrigada por se dispor a realizar a atividade dos diários de leitura, referente à minha pesquisa de mestrado sobre design e leitura digital. Meu interesse de pesquisa refere-se às práticas e experiências de leitura.

É importante que você, leitor, relate através de diários de leitura (nesse mesmo arquivo disponibilizado), todas as informações que considerar pertinentes relacionadas à sua atividade de ler. Informe, por exemplo, qual/quais livro(s) está lendo, em que dia, horário e local, por quanto tempo realizou a leitura e em qual dispositivo eletrônico (computador, tablet, smartphone ou outro). Principalmente, informe as ações e atividades que exerceu durante o período de leitura e quais as sensações experimentadas nesses momentos, seja por influência do dispositivo, do software, do livro especificamente ou de qualquer outro fator.

Você pode escrever um texto corrido, com suas próprias palavras, trazendo, inclusive, opiniões e sugestões sobre a leitura digital, se assim desejar. Essencialmente, o texto deve transmitir as informações mais relevantes sobre suas ações e experiências.

Se possível, inclua, pelo menos, 15 registros de leitura.

**Obrigada e boa leitura!**

## APÊNDICE D – ENTREVISTAS APLICADAS À EDITORA COMPANHIA DAS LETRAS

### Perguntas submetidas à assistente de Negócios Digitais

1. Consolidada no mercado de livros impressos, desde março de 2010 a Companhia das Letras também vem trabalhando com e-books. A estratégia de inserção no mercado editorial digital é secundária, como apoio aos produtos impressos principais, ou trata-se de um novo braço de negócios a ser potencializado com a mesma força dos demais produtos convencionais? Explane sobre essa questão.

*No começo, como o mercado de livros digitais era praticamente inexistente no Brasil, começamos a experimentar com os formatos, convertendo parte do catálogo impresso para o formato digital, investindo em aplicativos e acompanhando a evolução do mercado. Hoje, como já temos um público maior e mesmo as livrarias estão investindo mais neste segmento, já temos um departamento que cuida especificamente dos e-books (criado em janeiro de 2012), e os demais setores da editora – em especial os departamentos editorial e de divulgação – já pensam também no digital durante o projeto do livro.*

2. Os títulos digitais da Companhia das Letras são os mesmos das versões impressas ou há um trabalho diferenciado para as publicações digitais?

*Trabalhamos em ambas as frentes. Parte do nosso trabalho consiste em converter nosso catálogo impresso para o formato digital, em geral mantendo o mesmo conteúdo. Também temos alguns livros que são exclusivamente digitais, como a série *Porque você é minha*, de Beth Kery (que, depois do sucesso dos e-books, ganhou também uma edição impressa) e o selo *Breve Companhia*, que criamos especialmente para atender à demanda por publicações mais curtas e rápidas. Atualmente ele conta com dois títulos: *Choque de democracia*, de Marcos Nobre, e *#VemPraRua*, de Piero Locatelli, ambos sobre as manifestações de junho. Outra possibilidade é a de livros que têm materiais extras impossíveis de incluir na edição impressa, mas que podemos disponibilizar na versão digital. É o caso do segundo volume da trilogia *Getúlio*, de Lira Neto. Para este livro lançamos dois e-books: um contém o mesmo conteúdo da versão impressa, e o outro é uma edição especial com áudio e vídeos da época.*

3. Quais são as estratégias de comercialização dos e-books da Companhia das Letras e por que foram adotadas?

*A parte principal da nossa estratégia consiste em disponibilizar o maior número de livros possível no formato digital; acreditamos que o leitor deva ter a possibilidade de escolher o formato que prefere. Por isso trabalhamos para converter para ePub tanto os nossos livros de catálogo quanto os lançamentos, que em geral são publicados simultaneamente em papel e em e-book. Em relação aos preços, geralmente os das edições digitais são de 15% a 35% menores que o das impressas, dependendo do título, desconto que reflete o menor custo de produção dos e-books.*



4. Qual a contribuição das vendas dos livros digitais nos resultados financeiros da editora?

*Atualmente, a porcentagem fica em torno de 2.5%. Não somos uma empresa de tecnologia, não podemos lançar nosso próprio e-reader para estimular o mercado.*

5. Por que a escolha do formato ePub e do leitor Bluefire Reader para os livros digitais da Companhia das Letras?

*Escolhemos o formato ePub porque é o padrão internacional usado para livros digitais. Costumamos recomendar o Bluefire porque é um aplicativo disponível em diversas plataformas, compatível com o formato ePub e com o DRM da Adobe, e não associado a nenhuma livraria.*

6. Por que a Companhia das Letras optou por não disponibilizar seus livros no Kindle?

*No começo, não disponibilizávamos nossos livros para o Kindle porque a Amazon ainda não tinha uma loja no Brasil, e, como ela usa um formato diferente e um DRM próprio, era impossível ler livros comprados em outras livrarias no Kindle. Porém, desde o lançamento da loja brasileira da Amazon, no final do ano passado, já disponibilizamos todo o nosso catálogo digital para o Kindle.*

7. Você acha que ainda existe uma resistência por parte das pessoas e até mesmo das editoras quanto ao livro digital? Seria um apego muito grande ao livro impresso?

*Sim, existe o apego ao livro como objeto, mas percebo que isso vem mudando. As pessoas estão percebendo que os dois formatos têm vantagens e desvantagens, e que podem escolher o mais apropriado para cada situação. Por exemplo, se vou comprar um livro de um autor de que gosto e que quero ter na estante, ou uma obra muito complexa que quero folhear e encher de anotações, vou preferir o impresso. Se quero comprar o livro e recebê-lo na hora, ou se quero levá-lo para vários lugares sem carregar peso, ou se simplesmente quero pagar menos, vou preferir o e-book. Já recebi até uma mensagem de uma professora universitária que disse que comprava os dois formatos - o impresso para pesquisa e anotações, e a versão digital para levar às aulas e grupos de estudo. E sim, as novas gerações também têm papel importante nisso, não só pela familiaridade com a tecnologia mas também pela quantidade de leitores vorazes que querem seus livros rapidamente (como mostram as vendas de séries como Harry Potter e Jogos Vorazes em e-book lá fora).*

8. A editora já percebeu alguma mudança quanto às práticas de leitura dos leitores de livros digitais?

*Sim. Em geral, notamos que os livros que vendem bem no formato impresso são os que mais vendem em e-book também. Por outro lado, percebemos que o preço é um fator importantíssimo na venda do livro digital, até porque as livrarias tendem a dar mais destaque para livros em promoção (e sabemos que o espaço de "vitrine" de uma livraria virtual é muito mais limitado do que o de uma livraria física). As reduções de preço têm tido grande sucesso não apenas na venda do título em promoção: percebemos que elas também tendem a "puxar" as vendas de outros livros do mesmo autor ou série. Além disso, com o*

*lançamento de Discursos de Lincoln, que custa R\$1.99, percebemos que realmente existe uma demanda por livros mais curtos e mais baratos. Por fim, também estamos começando a entender o perfil do cliente de cada uma das livrarias: algumas vendem principalmente lançamentos, outras vendem muitos títulos de catálogo, e tudo isso nos ajuda a direcionar nossos esforços de marketing com um foco mais apurado.*

9. Em sua opinião, qual o caminho para o futuro do livro digital? Adaptar-se às novas tecnologias, transformando-se em peças multimídia, interativas, ou manter-se próximo da formatação tradicional do *codex* – livro impresso?

*Pessoalmente, por enquanto, acredito que haja espaço para ambas as abordagens. Existem leitores que querem se concentrar num texto sem distrações, em geral preferindo o e-reader ao tablet; para estes, a vantagem do digital é a praticidade, e não necessariamente os recursos multimídia. Por outro lado, também existem leitores que querem expandir a experiência de leitura, com ferramentas sociais, recursos interativos, enfim. Também existem livros adequados para cada formato: um livro didático certamente pode se beneficiar de gráficos interativos, vídeos explicativos e outros recursos multimídia; um livro clássico de ficção talvez não. Se um dos formatos vai prevalecer, ainda acho cedo para prever. Não sabemos de que maneira essa geração que está se alfabetizando agora, já cercada por computadores, smartphones e tablets, vai ler no futuro.*

### **Perguntas submetidas ao coordenador de Novos Negócios**

1. O interior dos livros impressos tem mantido essencialmente o mesmo formato desde que os primeiros *codex* foram criados pelos romanos, embora algumas editoras, assim como a Companhia das Letras, busquem diferenciar muitas de suas produções gráficas. Os livros para o meio digital, desenvolvidos pela Companhia das Letras, continuarão a seguir esses padrões gráficos ou já há estudos em andamento para propor novas formatações para os livros digitais? No que consistem esses estudos?

*Não creio que o livro impresso tenha mantido seu formato. Houve um grande avanço em termos de técnica e design nos últimos tempos; em termos de diagramação, impressão, papel, acabamento, etc. De qualquer forma, a Companhia das Letras fez várias adequações para a conversão para o formato digital. Mas o formato do epub atual tem uma série de limitações que impedem um layout mais elaborado.*

2. De que modo os hipertextos – indicadores para outros textos externos ao conteúdo principal – estão sendo trabalhados no design das publicações digitais da Companhia das Letras?

*Utilizamos ainda de forma tímida, em alguns livros.*

3. Qual o nível de liberdade que é permitido aos leitores na configuração dos *templates* dos livros digitais da Companhia das Letras? A editora restringe algumas opções para manter o *layout* planejado

como padrão ou disponibiliza tudo o que os dispositivos de leitura permitem configurar, como fontes, tamanhos e cores?

*Isto depende na verdade mais dos aparelhos/aplicativos que o leitor usa. Usamos o nosso layout e o leitor pode escolher fontes, tamanho, e cor de fundo na maioria das plataformas. E esse é um dos grandes desafios do digital é a multiplicidade de formato. Depende da plataforma que vc utiliza, como Amazon ou Apple ou Kobo ou Saraiva o layout varia muito, mesmo sem a intervenção do leitor. No final deste word anexei um exemplo de um mesmo e-book em diversas lojas.*

4. A Companhia das Letras realiza pesquisas com os leitores para analisar qual a formatação mais adequada para os livros, tanto impressos, quanto digitais?

*Trabalhamos de uma forma interna. Através de diversos projetos, produção de diversos protótipos. Com coleta de opinião dos diversos departamentos editorial, de produção e arte, enquanto clareza de leitura, adequação do projeto ao público-alvo. Isto tanto quanto digital e impresso. Durante estes quase 27 anos tivemos diversos projetos, inúmeros estudos, grandes designers editoriais que sempre procuraram a melhor formatação para o livro. E procuramos da mesma forma trabalhar da melhor forma com o digital.*

5. Há algumas publicações de livros digitais que são integrados com livros impressos e até mesmo com outras peças gráficas, cada uma delas com partes da história, diversas mídias em função de um mesmo contexto. A Companhia das Letras já pensou em propor projetos com essa abordagem?

*Fizemos alguns aplicativos como Quem soltou o pum? que apresentava uma complementariedade, ou como o Getúlio – Edição Especial que apresenta material além do impresso (vídeos e áudio).*

6. Na Companhia das Letras, o design exerce uma função apenas operacional na criação dos layouts dos livros impressos e digitais ou possui uma posição mais elevada, responsável, talvez, pelas estratégias da editora, auxiliando nas tomadas de decisão quanto ao futuro dos produtos a serem desenvolvidos, principalmente os digitais?

*O design na editora sempre apresentou um papel fundamental. Como exemplo, desenvolvemos a fabricação de um papel off-white no Brasil (o chamado pólen), para a melhor leitura de texto corrido, que antes não existia por aqui. Acreditamos que o design editorial busca a leitura mais clara, com hierarquia muito bem definida. A busca de qualidade no produto final sempre é a preocupação final, e que haja equilíbrio na relação forma e conteúdo.*

7. Em sua opinião, qual o caminho para o futuro do livro digital? Adaptar-se às novas tecnologias, transformando-se em peças multimídia, interativas, ou manter-se próximo da formatação tradicional do codex – livro impresso?

*Dependendo do leitor que está buscando. Em livros de ficção, como romances, acredito que no futuro a leitura seja cada vez mais bem resolvida tanto quanto em telas ainda mais adequadas quanto para*

*o design mais voltada para estes novos meios (fontes que funcionem ainda melhor em e-ink ou tablets, e telas com resolução mais altas). E os arquivos permitem uma diagramação mais complexa, que hoje não permite. A interatividade pode apresentar um papel importante em livros de referência, didáticos e infantis e alguns de não-ficção pode.*

---

### **Perguntas submetidas ao Publisher**

1. Há uma equipe exclusiva para o trabalho com livros digitais dentro da editora? Quais profissionais fazem parte desta equipe, quais atividades exercem e de que modo atuam?

*Há uma equipe exclusiva. Eles cuidam, sobretudo, da parte técnica e comercial. Os responsáveis pelos conteúdos são os editores, os mesmos, como de um livro impresso. Nesse sentido não há uma distinção entre a equipe de editores que faz o livro impresso e os livros digitais. Existe um departamento específico para questões técnicas, inovações e negociações comerciais.*

2. Os autores das publicações se organizam para criar para o meio digital, especificamente, ou seus textos só são adaptados do impresso para versões digitais? De que modo ocorre esse processo de produção dos textos?

*Hoje a Companhia das Letras faz todos os lançamentos simultâneos, a não ser quando há algum problema contratual, mas em princípio a editora lança o mesmo livro na versão eletrônica e impressa simultaneamente. Recentemente foi criado um novo selo que se chama Breve Companhia que se dedica a publicação de conteúdos digitais exclusivos, ou seja, livros que em princípio não existirão na forma impressa, e são livros, em geral, um pouco menores, ou reportagens curtas, pouco maiores do que caberiam em uma revista, ou coletâneas de contos e aí a gente aproveita o catálogo da editora, ou ensaios um pouco mais curtos.*

Porque essa opção por textos mais curtos?

*Não é necessariamente uma opção por textos mais curtos, na verdade a gente percebeu que é uma saída para publicar textos mais curtos. Porque num livro impresso isso em geral não é viável por causa dos custos, comercialmente. Mas para livros eletrônicos é uma saída. Muitas vezes esses conteúdos também servem como aperitivos, para o leitor se interessar depois pelo livro completo ou por outra obra maior do mesmo autor.*

3. No contexto de publicações específicas para o meio digital, de que modo os hipertextos – indicadores para outros textos externos ao conteúdo principal – estão sendo trabalhados nas publicações digitais da Companhia das Letras, seja pelos autores ou editores?

*Essa parte dos hipertextos é direto com o departamento digital, que faz o design. Entregamos os textos e o coordenador faz a interpretação do que considera interessante de colocar hipertexto.*

4. Há algumas iniciativas que prometem um tipo de interação dos leitores com os livros e autores na forma de redes sociais, sites e plataformas de leitura, nas quais os leitores podem compartilhar trechos dos livros, iniciar uma discussão com outros leitores e até mesmo com o autor ou editora, dando opiniões e propondo mudanças e ideias que podem ser aceitas pelos autores. Há iniciativas, por parte da Companhia das Letras, em tornar os livros eletrônicos mais próximos dessa leitura social?

*A editora é muito presente em mídias sociais, mas não diria que essa iniciativa é diferente para livros eletrônicos. Trabalhamos com a aproximação do leitor via mídias sociais em geral. Mas a escrita colaborativa ou interferências mais fortes dos leitores não são trabalhadas na editora. Não rejeitamos nada, consideramos que esse tipo de experimentação é válida, mas por hora ainda muito verde, embora já aconteça, então não fazemos isso fortemente.*

5. Na perspectiva da leitura social, o papel dos autores e até mesmo dos editores é questionado? Como a Companhia das Letras se posiciona frente a essa questão?

*Na Companhia das Letras ainda trabalhamos com a perspectiva do autor e editores da mesma forma que para o livro impresso. Como comentei na questão anterior, por hora não fazemos.*

6. Um dos comportamentos que o livro digital tem potencializado é refere-se à autopublicação, situação na qual um autor independente publica por conta própria, sem passar por nenhuma editora. De acordo com essa situação, como é possível manter saudáveis e competitivos os negócios da editora Companhia das Letras?

*No exterior, por exemplo, os grandes cases de sucesso acabaram depois de um tempo migrando para as editoras e aí receberam propostas comerciais muito vantajosas e aí sim estouraram pra valer. Isso de uma forma revela que as editoras possuem know-how não só para trabalhar com textos, mas de promoção de livros ainda, mesmo nesse mundo digital. Pode ser que isso mude, mas hoje é fato que 90% dos grandes sucessos autopublicados acabam migrando para as editoras quando acontecem. Aqui no Brasil isso ainda é uma coisa muito incipiente, não se tem muitos casos de sucesso estrondosos de vendas. Mas claro que é papel da editora acompanhar isso de perto para justamente trazer esses autores para o catálogo, não dá para dormir no ponto. Isso são coisas que em um médio e longo prazo vão conviver. E não vejo ainda um autor de ficção de boa literatura se autopublicando sem o intermédio de uma editora. Acredito que o modelo atual ainda deve permanecer por um bom tempo. Não vejo isso ainda como uma ameaça ao mercado editorial como ele é hoje.*

7. O que o meio eletrônico e a tecnologia têm estimulado nos processos de inovação dos livros digitais da editora? Há características dos dispositivos tecnológicos que a editora considera responsáveis por mudanças nas práticas de leitura dos sujeitos?

*No Brasil ainda estamos começando, mas sem dúvida nenhuma que o advento do livro digital mudou os hábitos de leitura. Isso nos EUA representa quase metade do mercado, as pessoas se adaptaram*

*a um novo formato, que é muito mais prático a uma série de ocasiões. E se havia uma certa resistência, ela foi quebrada. Já na Europa o mercado caminha mais devagar, é um pouco cultural, mas acredito que muito em breve o livro eletrônico vai mudar a experiência de leitura e as pessoas vão se adaptar muito rapidamente. Quem tem alguma resistência aos poucos vai ceder, pois o livros digital é muito cômodo, conveniente, quando precisa levar uma série de livros para outro lugar.*

8. Qual o impacto das práticas de leitura já consagradas nos processos de leitura dos impressos para a aceitação do livro digital? Em relação aos livros digitais, já foi identificado algum comportamento diferenciado nos leitores?

*Por enquanto vale lembrar que o mercado digital é muito pequeno. Na editora, por exemplo, não chega a 3% do faturamento, então ainda não há um impacto significativo nos hábitos de leitura ou mesmo nos padrões de exigência em relação aos padrões dos impressos. Mas aqui no Brasil, sobretudo é engraçado porque as pessoas leem em tablets, que não são específicos para a leitura, e há quem diga que esse será o modelo perseverante no futuro. Mas para leitura exclusiva de livros, ainda considero a experiência melhor do que ler num iPad. No entanto, como nosso mercado não é de leitores contumazes, pode ser que o que pegue os leitores por aqui sejam mesmo os tablets, que permitem a leitura como uma atividade a mais. No Kindle a experiência é melhor para ler porque é opaco, não cansa a vista, tem uma proximidade maior com o papel.*

9. Há alguns pesquisadores que afirmam que, aparentemente, a leitura digital incita a pular parágrafos, impedindo uma leitura profunda. Isso representa indícios de que os livros digitais devem conter histórias mais curtas, objetivas?

*Já li dados sobre isso, acho que sim, porque ler na tela cansa, mas em uma tela de kindle, com tinta eletrônica, cansa menos, a experiência não é significativamente diferente do ler no papel. Mas agora dizer se as histórias devem ser mais curtas, não sei. Isso se o formato que se consagrar for mesmo o do tablet, talvez. Mas nos leitores opacos a experiência é quase igual. Mas é complicado afirmar que o dispositivo vai ter essa influencia tão grande, determinante, na forma do livro. É possível que tenha uma influencia, mas vai ser um fator entre outros na mudança das narrativas. Não acho que é um fator-chave, isso seria render o conteúdo à forma. Mas acho que é mais voltado ao comportamento das pessoas, a uma vida frenética, ai sim, talvez contribua. Mas não o suporte ser o único responsável pela mudança do conteúdo.*

10. Também há outros pesquisadores que afirmam que é na forma explícita da leitura não linear, apoiada em um leitor digital dinâmico, que devem ser considerados os parâmetros para a construção de novos livros digitais. A Companhia das Letras acredita nessa consideração?

*O novo selo, Breve Companhia está indo por ai, é uma técnica que nos permite essas mudanças nas narrativas. É uma coisa muito nova, mas estamos fazendo essas histórias mais curtas, em trechos...*

11. Qual a perspectiva da editora quanto ao futuro do livro impresso e digital? A editora trabalha com a perspectiva de algum cenário futuro em evidência?

*Eu acho que as coisas ainda vão conviver por um período longuíssimo. Ainda está muito longe o fim do livro impresso, se ele acabar. Tanto que o mercado de livros digitais ainda é incipiente, mas a editora está preparada pra isso, tanto que já estamos com um departamento exclusivo pra isso, pra acompanhar as coisas que andam acontecendo e só tende a crescer. A entrada da Amazon no Brasil indica que ano que vem terá uma maior relevância no Brasil, a Apple Store já contribui bastante. Então, cedo ou tarde vai acontecer e quem dormir no ponto vai sofrer. Hoje estamos fazendo um esforço extra para termos quase todo nosso catálogo de livros convertidos para o meio digital. Mas isso não significa a morte do livro impresso a médio prazo e por isso mesmo temos que fazer um esforço para compreender o livro impresso e o livro digital como um mesmo produto, apenas em meios diferentes. Livro é livro, não importa o formato. O livro digital é uma nova mídia, mas não uma outra coisa. Esses seriam os aspectos mais relevantes na estratégia da editora Companhia das Letras referentes ao mercado do livro digital.*

12. Em sua opinião, qual o caminho para o futuro do livro digital? Adaptar-se às novas tecnologias, transformando-se em peças multimídia, interativas, ou manter-se próximo da formatação tradicional do codex – livro impresso?

*Essa é a pergunta que não quer calar. É muito legal ter esse formato e experimentar coisas novas, multimídia, conteúdos audiovisuais, etc. Mas é curioso que isso lá fora, no exterior, não pegou, não vende. Há livros lindos, de poesias, com filmes, desenhos, mapas, coisas interativas. Mas não pegaram. Primeiro porque são caríssimos de produzir então a margem é muito estreita, mas ainda assim as vendas foram muito baixas. No começo as editoras estavam indo para esse caminho, fazendo coisas hiper caprichadas, mas agora estão deixando de lado. É curioso. Nós aqui vamos testar algumas coisas, mas não é um mercado muito ascendente. Talvez para públicos muito específicos, como professores, livros didáticos, mas o que tem acontecido mais é justamente uma simplificação do produto e uma aproximação maior da experiência de ler um livro impresso.*



## APÊNDICE E – TELAS DA APRESENTAÇÃO EXPLANADA NO WORKSHOP

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN  
NÍVEL MESTRADO

# WORKSHOP

## PROPOSIÇÃO DE CENÁRIOS PARA O LIVRO DIGITAL

INGRID SCHERDIEN  
Coordenadora de Pós-Graduação em Design

### ETAPAS

- 1 - BRAINSTORMING DE GERAÇÃO DE IDEIAS
- 2 - CAIXA MORFOLÓGICA
- 3 - ORGANIZAÇÃO DOS CONCEITOS
- 4 - SEMIOGRAMA - ORGANIZAÇÃO DOS CONCEITOS-CHAVE
- 5 - VALORAÇÃO DOS CONCEITOS-CHAVE
- 6 - CRUZAMENTOS - CENÁRIOS
- 7 - CONSTRUÇÃO DAS CENAS
  - TEXTO NARRATIVO
  - IMAGENS SÍNTESE
- 8 - TROCAS ENTRE OS GRUPOS
  - ESBOÇO/DESENHO DE CENÁRIOS

Ritmo acelerado da atual sociedade - hiper consumo - hiper comportamentos - falta de tempo - modificam as formas de cultura.

Proximidade cada vez maior com dispositivos midiáticos - as tecnologias móveis ascentuam-se cada vez mais.

Historicamente o livro passou por muitas transformações técnicas, morfológicas e simbólicas. O olhar dos leitores sobre os diferentes suportes de leitura também se diferenciam.

Os livros e as formas de leitura também se modificam - os suportes tecnológicos passam a mediar a leitura - o livro digital pode ser lido em inúmeras plataformas (computadores, tablets, smartphones, videogames etc).

Além dos dispositivos específicos para leitura, os e-readers, os tablets representam uma mudança profunda, pois assume a execução de diversas ações, como tocador de música ou leitor de livros.

O perfil e o comportamento dos leitores mudam - a cada dia as novas gerações já crescem cada vez mais próximas das novas tecnologias - suas práticas de leitura podem mudar, ou seja leem de um jeito diferente, em outros momentos, com outra profundidade.

Não se discute mais o fim do livro impresso - há quase um consenso de que por um bom tempo as mídias permanecerão em convivência - o livro digital pode ser considerado uma nova mídia.

Tendências: hipertextualidade, autopublicação, leitura social, mimetização do livro impresso.

Vendas: aumentam a cada ano, apesar de ainda terem pequenas participações de lucro nas editoras.

Editoras: cada vez mais passam a ter mais títulos na versão digital, inicialmente convertendo seu próprio catálogo impresso. Surgem novas editoras especializadas no digital.

### PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA NO PROCESSO DE PROJETO

Ao invés de focar todo o processo de pesquisa na busca de apenas uma solução projetual específica, o processo abre para diversas situações possíveis, construindo múltiplos cenários para projeção.

A gestão estratégica tem a ver com a exploração de oportunidades dentro de um contexto de incerteza em relação ao futuro. Sendo assim, os cenários podem ajudar no enfrentamento das incertezas estruturais, fazendo com que as empresas compreendam melhor o ambiente, ajudando os gestores a assumir riscos calculados e a evitar o conservadorismo.  
**(Van Der Heijden, 2009)**

Fonte: Elaborado pela autora.

A construção de cenários está fortemente ligada ao conceito de identidade do negócio e à conversação estratégica, permitindo que os líderes das corporações questionem e alterem seus antigos modelos mentais. Pela simulação de cenários, é possível experimentar novas soluções para um futuro não familiar às empresas, alinhando o planejamento e a tomada de decisões para a estruturação do mapeamento estratégico. **(Schwartz, 1996)**

A construção de cenários requer um momento de representação visual do cenário, de modo que estimule a discussão e a avaliação.

**(Manzini e Jégou, 2004)**

Realizar o planejamento por cenários trata-se muito mais de saber como chegar aos resultados e não apenas de obtê-los. Retomando a dificuldade em prever o futuro, seu papel é abrir novos questionamentos, antes de tentar resolver os problemas. **(Meroni, 2008)**

Operar com cenários é projetar futuros imaginários expressos através de histórias plausíveis nas quais se narram sequências futuras de ações e de suas consequências. Os propósitos da utilização de cenários são os mais diversos, mas aplicam-se em geral, em situações de difícil previsão, pois aquilo que pode ser facilmente visualizado já encontrou sua solução. **(Reyes, 2011)**

#### BRIEFING

Como será o **livro digital**, no contexto de uma editora, em uma **perspectiva de futuro?**

#### 1 - BRAINSTORMING DE GERAÇÃO DE IDEIAS

##### • CONCEITOS LIVRES



#### 2 - CAIXA MORFOLÓGICA

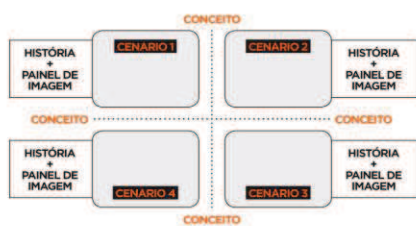
##### • COMBINAÇÃO DOS CONCEITOS JÁ EXPLORADOS NO BRAINSTORMING

##### • CRIAÇÃO DE NOVOS CONCEITOS

A caixa morfológica permite exercitar o pensamento combinatório. Quando se cria uma lista de atributos para um determinado objeto, ganha-se uma visão estratégica do objeto. O formato da caixa morfológica permite que o utilizador crie associações facilmente, visto que as possibilidades se encontram discriminadas na matriz.



## 7 - CONSTRUÇÃO DAS CENAS



## TEXTO NARRATIVO

O texto narrativo é construído como se fosse uma notícia, dando características de cada cenário criado. Não deve ultrapassar 10 linhas.

## IMAGENS SÍNTESE

As imagens, no mínimo 5, podem ser selecionadas na internet, no google, ou em bancos de imagens. Devem formar um moodboard e representar a realidade do cenário criado.

## 8 - TROCAS ENTRE OS GRUPOS

Os grupos devem trocar seu gráfico de cruzamentos um com o outro, mas sem repassar as imagens e a narrativa. Assim, cada grupo deverá desenhar ou esboçar os cenários do outro grupo, ao invés de escolher imagens, e ainda descrever o cenário de modo mais breve, em tópicos ou palavras-chave.



## APÊNDICE F – DEFINIÇÃO DOS PARTICIPANTES DO WORKSHOP

De modo a qualificar o processo de workshop, a escolha dos participantes se deu com o objetivo de formar dois grupos multidisciplinares homogêneos. Para cada grupo, foram definidos os seguintes perfis de integrantes:

- 1 profissional do meio editorial de livros, seja atuante do mercado ou pesquisador, com o intuito de dividir com os demais participantes as especificidades do mercado de livros;

- 1 profissional com atuação em administração de empresas e gestão de negócios, contribuindo com o conhecimento de mercado de modo a considerar a viabilidade comercial das ideias discutidas;

- 1 profissional de programação e desenvolvimento web, com conhecimento das tecnologias disponíveis e de linguagem de software, com o intuito de avaliar a viabilidade técnica das ideias discutidas sobre o livro digital;

- 1 profissional de publicidade, com conhecimento de ações de divulgação e promoção de produtos e serviços, de modo a pensar nas ideias propostas em sua relevância de atração aos leitores/consumidores;

- 3 designers profissionais ou de formação, contribuindo com suas expertises de desenvolvimento de projetos. Além desses designers, pelo menos outros três participantes, dentre o total, com proximidade aos conceitos do design estratégico, para auxiliar, caso necessário, os demais integrantes do grupo no entendimento da construção de cenários;

- 1 leitor frequente, escolhido não somente por suas habilidades profissionais, mas por sua proximidade com a leitura, de modo a manifestar suas inquietações e satisfações quanto à leitura digital especificamente. A característica referente ao gosto pela atividade frequente de leitura também foi considerada em todos os demais participantes.

Embora todos os 16 convidados, oito por grupo, tenham confirmado presença no dia da realização da atividade, um deles, profissional de design a ser integrante do Grupo 2, não se fez presente. Devido à falta de aviso de sua ausência, não foi possível substituí-lo por outro profissional e o grupo realizou a atividade com um integrante a menos que o Grupo 1.

## APÊNDICE G – ANÁLISE SOBRE O PROCESSO DE PROJETO DO WORKSHOP

A atividade de workshop realizada pode ser analisada pelo viés do processo de projeto, ao serem estabelecidas reflexões críticas sobre as etapas de trabalho e as ferramentas utilizadas; sobre a estruturação e atuação dos grupos de trabalho e sobre os resultados obtidos com o processo, contribuindo, desse modo, para o avanço da disciplina do design.

Em relação à execução da primeira etapa da atividade, o brainstorming, os participantes do Grupo 1, orientados pelo briefing, focaram-se na troca de informações sobre o livro digital e, enquanto discutiam, anotavam as ideias debatidas. Já os participantes do Grupo 2 optaram por anotar individualmente as ideias, sem elaborar um debate. A tática adotada pelo grupo fez gerar uma quantidade bem maior de palavras listadas, em comparativo com o primeiro grupo. No entanto, a falta de discussão descaracterizou o processo de integração e de geração de ideias coletivas. A falta de discussão fez com que, em tarefas posteriores, como na definição dos conceitos-chave, o debate sobre novos temas fosse retomado, mas, ainda assim, mantendo alguns integrantes desconectados das ideias dos demais participantes. Considera-se que é necessário atentar-se à sequência do trabalho e ao espírito colaborativo, mesmo o processo de projeto sendo aberto e passível de influências a todo o momento (novas proposições, momentos de insights e rememoração de informações).

Quanto à utilização da ferramenta caixa morfológica, a ação de cruzar e combinar os conceitos colocados nas células da tabela, com o objetivo de gerar outros conceitos híbridos, não foi completamente executada pelo Grupo 1. Houve uma tentativa em selecionar os conceitos e parâmetros que os participantes consideraram estar relacionados, mas isto já os remeteu a definir os conceitos-chave que melhor representassem os subtemas debatidos. Ainda assim, a proposta da ferramenta foi válida, pois o registro da lista de atributos conceituais, através da definição de parâmetros, pautou os tópicos a serem discutidos e tornou o grupo mais organizado, instigando, ainda, uma participação mais ativa de cada integrante. Houve, portanto, uma ampliação do brainstorming, pois cada integrante resgatou de sua bagagem intelectual outros exemplos e ideias a serem expostos para o grupo. Já os integrantes do Grupo 2 não discutiram nenhum novo assunto além do que já haviam pontuado nas palavras listadas no brainstorming e utilizaram o tempo efetivamente para organização e cruzamento dos conceitos na caixa morfológica. O Grupo 2 avançou mais nos cruzamentos no comparativo com o Grupo 1. No entanto, as ligações estabelecidas entre os conceitos também os remeteu para a definição dos conceitos-chave. De certa forma, a caixa morfológica funcionou, para os grupos, como um agrupamento de conjuntos de conceitos que mostrou ser desnecessário fazer novas combinações. Ao mesmo tempo, a

liberdade concedida aos grupos para a determinação dos conceitos-chave evitou a organização repetitiva de uma série de palavras que já estavam contempladas como conceito na definição dos parâmetros.

Com os conceitos-chave definidos, ambos os grupos tiveram dificuldades na utilização do semiograma. Os participantes demoraram a entender como os conceitos poderiam se relacionar e ficaram com dúvidas quanto às decisões que acabaram tomando. Houve um pouco de dispersão e falta de interesse na realização da tarefa, mas é provável que o desinteresse tenha se manifestado justamente devido à dificuldade em entender as relações de significação. Com poucos insumos manifestados pelos grupos nessa etapa, também as análises ficam superficiais. Supõe-se que, em momentos de construção criativa coletiva, ferramentas de difícil compreensão ou que exijam reflexões muito profundas talvez não sejam apropriadas.

Na sequência, a proposição da matriz para a valoração dos conceitos-chave foi levada para os grupos com a sinalização de números gradativos nos eixos horizontal e vertical. Imaginou-se, inicialmente, que seriam necessários valores numéricos para determinar a relevância dos conceitos-chave. No entanto, se em um dos sentidos a gradação era adequada, no outro se apresentava contraditória, o que confundiu os participantes dos dois grupos. Assim, foi identificada a falha de concepção e sugerido aos participantes que ignorassem os números e considerassem apenas as grades e a proximidade com os eixos. Por exemplo, quanto mais longe do eixo das ameaças, menos ou nada ameaçador seria aquele conceito-chave no contexto do mercado. Também houve uma resistência inicial por parte de alguns participantes que utilizavam profissionalmente a ferramenta SWOT em sua forma original, rígidos quanto à possibilidade de compreender os conceitos como flexíveis e passíveis de potencialização e mudança de valor.

Na construção dos cenários, para descrever cada um deles e construir os painéis de imagens, os participantes de ambos os grupos se dividiram internamente em dois subgrupos. Em cada grande grupo, um dos subgrupos preocupou-se em descrever as histórias, enquanto o outro subgrupo procurava as imagens utilizando computadores e tablets com acesso à Internet. Embora divididos em dois subgrupos, os participantes não deixaram de se questionar mutuamente quanto ao modo como a tarefa estava sendo realizada e, por vezes, alguns integrantes transitaram entre um subgrupo e outro. Acredita-se que essas decisões foram tomadas com o objetivo de terminar mais rapidamente as tarefas, pois o tempo disponibilizado para o workshop foi curto, constituindo uma das limitações do estudo. Ainda assim, pela observação das ações dos participantes, que por vezes se dispersavam, acredita-se que teria sido possível desenvolver todos os resultados nos grandes grupos, proporcionando painéis de imagens e textos descritivos mais esclarecedores e representativos dos cenários.



Também se percebeu, no contexto do cruzamento dos cenários, que teria sido mais apropriado ao uso da ferramenta a elaboração de seis cenários ao se cruzarem todos os conceitos-chave entre si, evitando a interpretação de conceitos opostos devido aos eixos cruzados do gráfico. No entanto, considerando as dificuldades manifestadas na criação dos quatro cenários, acrescentar mais dois à atividade poderia resultar na não conclusão dos trabalhos.

Em síntese, por meio da perspectiva potencializadora de criação e inovação dos workshops, é de se esperar que, mediante estímulos metodológicos e trocas de experiências entre pessoas com diferentes habilidades, surjam novas e ousadas propostas de projeto. Justamente por isso, workshops são utilizados com a intenção de fazer surgir ideias não exploradas pelos profissionais em suas atividades rotineiras. Entretanto, se forem considerados os aspectos relativos ao tempo de duração dos workshops e a excitação dos participantes que podem desejar contribuir a todo modo, mesmo que seja com proposições rasas e de senso comum, a profundidade e relevância das ideias geradas pode ser questionada. Ainda assim, enquanto geração de conceitos e insights mostra-se como um importante instrumento aliado do design estratégico, pois possibilita a troca de experiências entre profissionais com papéis de mercado bem distintos, além de fomentar a criação colaborativa.

Quanto aos resultados dos cenários para o futuro do livro digital, considera-se que é possível o senso comum ter influenciado algumas proposições dos grupos. A ideia de tecnologias extremamente avançadas no futuro faz parte do imaginário coletivo. Por outro lado, observando as gravações em vídeo, ficam evidentes as expertises profissionais de cada participante por meio de suas contribuições. Relevando a possibilidade do senso comum, acredita-se que as ideias propostas pelos grupos alinham-se às informações de contexto desta dissertação, tendo sido estimuladoras da determinação de diretrizes de projeto para o livro digital.

**APÊNDICE H – BIBLIOGRAFIA PESQUISADA, PORÉM NÃO CITADA**

ADG – Associação Dos Designers Gráficos Do Brasil. **O Valor do Design**: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. 4. ed. São Paulo: SENAC, 2008.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1993.

BBC BRASIL. **Empresa cria dispositivo para 'transmitir' cheiros pelo celular**. In: Globo.com, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/empresa-cria-dispositivo-para-transmitir-cheiros-pelo-celular.html>>. Publicado em: 19 out. 2013. Acesso em: 20 out. 2013.

BONSIEPE, Gui. **A crise, a partir da periferia e do projeto**. IN: AGITPROP - Revista Brasileira de Design. Ano: IV Número: 41 ISSN: 1983-005X, 2011. Disponível em: <[http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio\\_det&id=74&titulo=repertorio](http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=74&titulo=repertorio)>. Acesso em: 26 set. 2012.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2005.

CARVALHO, Ricardo Artur Pereira de. O designer entre a produção e a recepção. In: FARBIARZ, Jackeline Lima; FARBIARZ, Alexandre; COELHO, Luiz Antônio Luzio. (Org.). **Os lugares do design na leitura**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008. p. 89-100.

CHINA perdeu metade das livrarias privadas em 10 anos. **Portal Exame.com**. Editora Abril, 08 set. 2010. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/china-perdeu-metade-livrarias-privadas-10-anos-594525>>. Acesso em: 14 set. 2012.

DAUER, Stella. **Austrália e Índia Entram Nos Grupo de Grandes Consumidores de e-book**. IN: Revolução e-book. Disponível em: <<http://revolucao-e-book.com.br/australia-india-entram-nos-grupo-grandes-consumidores-e-book/>>. Publicado em: 29 mar. 2012. Acesso em: 05 fev. 2013.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Aula Inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 1999.

FREITAS, Eber. **Empresa de selfpublishing egípcia quer animar o mercado de e-books no Oriente Médio**. IN: Revolução e-book, 2012. Disponível em: <<http://revolucao-e-book.com.br/empresa-selfpublishing-egipcia-quer-animar-mercado-e-books-oriente-medio/>>. Publicado em: 31 ago. 2012. Acesso em: 09 nov. 2012.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. Cotia: Ateliê Editorial, 2006.

JENSEN, Klaus Bruhn. **La Semiótica social de la comunicación de masas**. Barcelona: Bosch, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEMOS, André. Cultura da mobilidade, p.15-34. In: BEIGUELMAN, Gisele; LA FERLA, Jorge. (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Senac, 2011. p. 15-34.

MALDONADO, Tomás. **Design Industrial**. Lisboa: Edições 70, 1999.

MANZINI, Ezio; JÉGOU, Françoise. **Scenarios for sustainable household**. Milão: CIR.IS, 1998.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **Product-Service Systems and Sustainability**. Paris, UNEP, 2002. Disponível em: <<http://www.unep.fr/scp/design/pss.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2012.

MELO, Eduardo. **Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil traz números conflitantes sobre e-books**. IN: Revolução e-book, 2012. Disponível em: <<http://revolucao-e-book.com.br/ibopecalculamilhoesnumeroleitores-e-books-brasil/>>. Publicado em: 21 jun. 2012. Acesso em: 04 fev. 2013.

MORIN, Edgar. **O método 4 – as ideias**. Porto Alegre: Sulinas, 2001.

OLIVEIRA, Danusa de. **A profissionalização de designers de e-books no Brasil: um olhar sobre iniciativas nacionais**. In: 2º Congresso Internacional do Livro Digital. São Paulo, 2011. 13 p. Disponível em <<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/trabalhos-cientificos/LD01-aprofissionalizacao.pdf>> Acesso em: 02 de outubro de 2011.

PIRES, Julie de Araujo. Leitura e virtualidade: tecendo entre as linhas da narrativa. In: COELHO, Luiz Antônio Luzio; FARBIARZ, Alexandre. (Org.). **Design olhares sobre o livro**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2010a. p. 101-112.

PIRES, Adriana. **Nova editora digital publicará e-books em inglês traduzidos de obras francesas**. IN: Revolução e-book, 2012. Disponível em: <<http://revolucao-e-book.com.br/nova-editora-digital-publicara-e-books-ingles-traduzidos-obras-francesas/>>. Publicado em: 29 ago. 2012. Acesso em: 31 ago. 2012.

RODRIGUES, Stella Maris Dauer. **Novos aspectos da navegação e construção do livro eletrônico**. In: 2º Congresso Internacional CBL do livro digital, 2011. Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/congressos-anteriores>>. Acesso em: 02 out. 2011.

SANTAELLA, Lucia. **A Leitura fora do livro**, 2009. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/pos/cos/epe/mostra/santaell.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

SHATZKIN, Mike. **Qual é o caminho para o mercado de livros ilustrados?** In: Publishnews, 2012. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id=69949>>. Publicado em: 24 ago. 2012. Acesso em: 26 ago. 2012.

STEIN, Bob. **Bob Stein vem ao Brasil para congresso em que analisa uma mudança nas narrativas a partir da revolução digital**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2011/07/24/bob-stein-vem-ao-brasil-para-congresso-em-que-analisa-uma-mudanca-nas-narrativas-partir-da-revolucao-digital-924968824.asp>>. Publicado em: 25 jul. 2011. Acesso em: 02 out. 2011.

THE TELEGRAPH. CES 2013: **Samsung unveils smart phone that can bend**. In: The Telegraph, 2013. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/samsung/9794055/CES-2013-Samsung-unveils-smart-phone-that-can-bend.html>>. Publicado em: 10 jan. 2013. Acesso em: 05 fev. 2013.

ZAREVA, Teodora. **This innovative solution takes printed media into the future**. In: Big Think, 2013. Disponível em: <<http://bigthink.com/design-for-good/this-innovative-solution-wants-to-take-printed-media-into-the-future>>. Publicado em: 19 ago. 2013. Acesso em: 17 set. 2013.

ZILBERMAN, Regina. **Fim do livro, fim dos leitores?** São Paulo, SP: Editora SENAC, 2001.

## ANEXO A – RELATOS ESPONTÂNEOS SOBRE A LEITURA DIGITAL

### **Leitor 1**

“Meu contato com esse tipo de leitura acontece no escritório, somente fora de hora, como por ex. agora meio dia, ou no final do dia qdo tenho tempo. Não uso equipamentos eletrônicos fora do escritório, do trabalho (ex. note, tablet), procuro me desligar um pouco, até pq o telefone já me deixa bastante ligado com as infos instantaneas desse mundo corrido, e esporadicamente leio noticia por ali, pelo cel. No máximo respondo mensagens e faço algum contato. Tenho por objetivo e meta sair do trabalho e me desligar desse meio, pq acho viciante e pq prefiro fazer a leitura através dos meios tradicionais, prefiro me abastecer assim. Gosto da textura dos livros, das revistas e dos jornais, acho bonito (apesar que o jornal o cara se suja todo...rsrs). Sem contar que no meio tradicional, numa revista impressa por exemplo, não canso tanto as vistas, os olhos, pelo menos tenho essa sensação. Gosto de ter os livros na prateleira tbm, até pq as infos ficam ali do lado, guardadas, organizadas e sei q não vou perder o arquivo. Não é aquela coisa descartável.”

### **Leitor 2**

“Prefiro ler no papel mesmo, por questões particulares que envolvem a sensibilidade no momento da leitura. Mas nada me impede de fazer a leitura digital. Por conta da faculdade acabo por fazer muito uso dela e acho correta, pois é ecologicamente de acordo. Um ponto forte acho que é o uso dos kindles, que são mais semelhantes a um livro, foram feitos apenas para isso, e mais práticos. No computador, propriamente dito, não acho que a leitura seja muito agradável, principalmente se for muito longa.”

### **Leitor 3**

“Eu não tenho tablet. Li algumas vezes revistas nos tablets de amigos meus e achei interessante. No computador normal mesmo, eu até leio, mas só acho interessante quando é no mesmo modelo do documento físico, tipo o site da Veja, que disponibiliza as revistas como elas são mesmo, no arquivo digital. Quando é livro, eu acho mais chato de ler. Prefiro o tradicional. Acho que as pessoas tendem, cada vez mais, a aderir esse tipo de leitura, mas não acredito na história de que, por conta disso, o livro normal irá acabar, porque é muito boa a sensação de ter o exemplar pra guardar. Creio que, embora haja a facilidade do digital, há aspectos que não podem ser substituídos.”

### **Leitor 4**

“Eu coloquei uns livros no ipad, mas nunca consigo ler porque me distraio com outras coisas.”

### **Leitor 5**

“Comprei um e-book, mas acho difícil de mexer. Nunca consigo fazer os livros ficarem ali, sempre dá problema na compra, eu acho, e ele sempre expira quando chega na ultima página (o que eu achei péssimo).”

### **Leitor 6**

“O brilho de uma tela como a do ipad é horrível para ler por muito tempo. Até 20 minutos dá para aguentar, o tempo ideal para se ler uma matéria de revista, jornal ou artigo de site. Esses leitores monocromáticos com e-ink são bem legais para livros. É mais prático e já é (um pouco) mais barato do que livro impresso.”

### **Leitor 7**

“Eu comprei livros didáticos para Kindle além de ler diversos artigos científicos de revistas e jornais científicos pelo tablet. Eu gostei muito do uso e facilidade por diversos motivos 1) hipertexto, que facilita muito a leitura e compreensão mais profunda de conceitos 2) design facilitado, permitindo zoom, ampliação, redução do texto 3) facilidade no transporte, podendo ter os livros e materiais de referência em todo lugar que eu vou carregando somente um aparelho de 400g. O ponto fraco principal da leitura digital é a superficialidade com que a leitura muitas vezes é feita por algum motivo a internet, e-books, artigos em pdf são mais fáceis de se ler rapidamente sem profundidade, ou de pular parágrafos para chegar no ponto que queremos com rapidez. Essa facilidade e rapidez acabam tirando um pouco da profundidade da leitura e até mexe com a concentração com que lemos. Nos EUA existe um comércio muito grande de livros impressos e digitais, atualmente a maioria das pessoas tem ou um kindle ou tablet e leem diversos artigos digitalmente acredito que em pouco tempo pelo menos uns 30% ou mais dos livros comercializados nos EUA serão digitais e com o tempo essa porcentagem vai aumentar e estabilizar em uns 70% 75%. não é questão de se desapegar do livro impresso, o acesso a essa tecnologia é mais fácil aqui no Brasil a maioria dos e-books não podem ser vendidos por causa de copyright que só são disponíveis para moradores dos EUA com IPs americanos eu acredito que a partir do momento que os problemas de copyright forem resolvidos e lojas como a Amazon possam fazer negócios com clientes brasileiros, a venda de livros digitais vai aumentar com o ritmo americano claro, levando em consideração a diferença na clientela dos dois países (existem mais habitantes nos EUA e mais desses habitantes leem livros).”

**Leitor 8**

*“Minha experiência com a leitura digital não é tão ampla quanto poderia ser (e eu gostaria que fosse). Leio regularmente artigos de revistas científicas, dissertações e teses no computador que têm a extensão .pdf, através do programa Adobe Reader. O problema é que eu não consigo ler no computador tanto (e tão bem) quanto eu leio no papel pois a leitura em telas de LCD não é muito confortável (devido à iluminação e ao contraste). Por isso, quando o texto é muito importante eu geralmente imprimo e leio no papel – assim eu “rendo mais”. Eu tenho certeza de que teria mais experiência com a leitura digital se eu comprasse um leitor digital (e-reader) com tela de e-ink. Essas telas, como são feitas especificamente para a leitura pois “imitam” o contraste do papel normal, facilitam e melhoram a qualidade da leitura. Eu penso muito em comprar um e-reader porque, como leio muito, esse aparelho tornaria mais prática a minha experiência com a leitura – considerando que eu poderia carregar uma quantidade muito maior de livros digitais dentro dele do que eu jamais poderia carregar de livros físicos – e diminuiriam meus gastos com impressão. O que me impede de comprar tal aparelho é seu preço elevado e o fato de os e-readers comercializados no Brasil (por exemplo, o Positivo Alpha) não terem uma qualidade tão boa quanto alguns comercializados no exterior (como o Kindle) e custarem, às vezes, até mais caro do que os estrangeiros. Pontos fortes: A praticidade do armazenamento – no caso dos e-readers – e o custo mais baixo em relação aos custos dos livros físicos. Pontos fracos: A dificuldade de leitura em telas de LCD e o preço elevados dos e-readers. Opiniões: Acredito que a leitura digital seja uma ótima forma de universalizar mais o conhecimento, uma vez que os e-books são mais baratos do que os livros normais e que há diversos títulos em domínio público que podem ser baixados para computadores sem custo nenhum. Como a inclusão digital está em franca expansão no Brasil, creio que a leitura digital possa ser uma ferramenta de inclusão cultural facilitada pelo maior acesso a computadores e internet. Sugestões para o futuro: Deveria haver um maior investimento, por parte das indústrias brasileiras, na fabricação de bons e-readers com e-ink, que tenham preços compatíveis com o mercado internacional. Outra sugestão é que as editoras brasileiras ampliem bastante o catálogo de livros disponíveis para compra na forma de e-book e que este catálogo possa ser mais facilmente adquirido em livrarias (físicas e virtuais).”*

**Leitor 9**

*“Minha experiência com leitura digital foi um caminho sem volta, pois desde que li meu primeiro livro no iPad acabei viciando. É muito mais prático e ótimo pra ler, principalmente, em lugares escuros. Eu, por exemplo, comecei com a biografia do Steve Jobs que é um livro de 500 páginas e levar esse livro pra lá e pra cá é uma mão! No iPad, não importa a quantidade de páginas, o peso é o mesmo! Esse é um dos pontos positivos, além de poder ler sem qualquer luz ambiente, pois a própria tela se encarrega disto! Eu recomendo a experiência!”*

**Leitor 10**

*“Minha experiência é ótima! Comecei a ler no formato digital através de um mp4 e viquei. Entrei no mundo dos smartphones apenas pq a tela é maior. Nunca comprei um livro de um serviço pago, mas o principal problema ao ler com android através de leitores genéricos, é que o texto fica todo sem formatação. A principal vantagem, para mim, é ter uma pequena biblioteca sempre comigo. Com títulos caros, ou difíceis de encontrar. Leio no bus/trem/filas em qualquer lugar. Outra coisa que gosto, é de poder utilizar a busca e encontrar frases ou trechos para relembra. Sugestões para o futuro: Fontes específicas para conforto de leitura em telas de smartphones. Esquecer aqueles efeitos de folha de papel que alguns programas insistem em utilizar.”*

**Leitor 11**

*“Minha experiência com os e-books é quase que completamente no computador, mas o desejo de comprar um kindle sempre bate (meu irmão tem um, acho fantástico). Acho que o epaper fez um link muito importante para a leitura de e-books, não consigo ler em outras telas por muito tempo (uso e-books só para consultas em trabalhos, etc). Conheço gente que lê em celular, iPad, mas acho que é muito mais uma leitura 'tampa furo' (ou uma consulta rápida mesmo) do que aquela coisa pesada que é pegar um livro, sentar num canto e passar a tarde lendo (quase um AngryBirds de gente culta). Ai que tá o bom do e-book, ele é multi plataforma. Com tanto gadget, tu tá sempre com tua biblioteca. Se tu precisar ler mesmo, tu vai carregar teu leitor de e-book. Se precisar consultar, tirar uma dúvida, ler na fila do consultório, só puxar no celular. Livro acaba se confundindo com próprios programas de computador, sites de notícias, etc. Tudo parece que caminha junto. Ainda tem aquela mesma discussão de CDs, Vinil, etc. O meio está mudando, e nenhum deles tá totalmente morto. Cada um tem sua vantagem, e cada um já pode escolher qual meio adotar. Comprar o livro físico, pra exner um armário, ou ir transferindo tudo para o meio digital já? Eu mesmo tenho minhas dúvidas. Gosto do livro impresso, das cores (que o epaper ainda não reproduz, mas logo vai) de folhear, mas sei que tudo é quase uma tradição, e os problemas de interface que encontramos hoje logo vão ser pontos fortes de e-books. Os poucos gramas de um leitor de e-books também são muito atraentes quando se precisa levar uma pilha de livros para a faculdade. Mas coisas simples, que sempre fazemos ao trabalhar se tornam mais complicadas, como colocar livros lado a lado, empilhar páginas importantes de diferentes autores, fazer 'recortes'.”*

**Leitor 12**

*“Hoje, cerca de 90% de tudo que leio é utilizando algum dispositivo digital, seja ele meu tablet (iPad), computador, ou celular. Fiz meu TCC sem retirar um livro sequer na faculdade. Utilizei apenas os que já tinha em casa e aqueles que comprei/baixei no iPad. Há um bom tempo que acompanho feeds sobre tecnologia e design. Isso acabou moldando um pouco a forma como eu obtenho a informação. Eu não consigo por exemplo, pegar um livro e ler ele de*



*forma linear, sem interrupções. Estou sempre lendo vários livros ao mesmo tempo. Leio trechos de um, trechos de outro e dificilmente finalizo 100% algum deles. É justamente aí que o iPad se encaixou no meu hábito de leitura. Sou um comprador compulsivo de livros, especialmente de design. Tenho vários deles na minha estante, mas dificilmente saem de lá. Com o iPad tenho eles sempre à mão, seja numa viagem, indo pra aula, ou descansando no final de semana. Essa é ao meu ver a principal vantagem: a portabilidade. Gosto também do iPad pela facilidade de encontrar o significado daquelas palavras que não conheço. Basta segurar o dedo pressionado sobre ela. Na Amazon é possível encontrar preços bem abaixo das edições impressas, o que é sempre bom. Os feeds seguem sempre presentes na minha rotina, e normalmente utilizo o Flipboard para iPad para ler eles. O maior problema ainda é a legibilidade da tipografia, e a leitura em ambientes muito iluminados. Ainda não tive a oportunidade de testar o novo iPad Retina Display ou então um leitor com tecnologia e-ink (como o Kindle).”*

#### **Leitor 13**

*“Como não possuo nenhum leitor digital, minha experiência neste assunto é pequena. Nas poucas vezes em que utilizei tablets para leitura (mais especificamente o iPad e o Kindle), achei bom. No iPad, cansei um pouco com a luminosidade após determinado tempo e achei a bateria fraca, principalmente quando comparado ao Kindle. O iPad se destaca pela tela colorida, o acesso a internet e o movimento de “virar a página” que se assemelha muito ao livro. Já o Kindle me pareceu mais adequado para leitura, já que sua tela funciona como uma página mesmo (sem iluminação). Gostei muito da durabilidade da bateria e da leveza do produto. A única questão que me atrapalhou foi o fato de não possuir touchscreen (era o modelo mais simples) e as propagandas que aparecem seguidamente. Para mim a leitura digital é algo excelente, principalmente pela leveza e praticidade dos tablets que permite levar diversos livros em qualquer lugar. Isso é algo importante já que hoje todos aproveitamos o tempo da melhor forma possível, seja lá onde for.”*

#### **Leitor 14**

*“Como sou Analista de Sistemas, trabalho praticamente sempre em frente ao computador. Leio muito material digital, como sites, fórum, artigos técnicos e pesquisas sobre tendências de mercado e novas tecnologias, porém quando o assunto é leitura de e-books, revistas ou algum material mais técnico e extenso, a leitura torna-se cansativa e consequentemente desmotivante a longo prazo. Isso porque as telas de computadores, tablets, note-books possuem reflexos e brilho excessivo para a leitura. Já experimentei a leitura através do Kindle da Amazon e achei simplesmente perfeito. Muito semelhante à sensação de ler um livro impresso. Como pontos fortes estão o custo de aquisição dos materiais em formato digital, a ausência de frete (tempo de recebimento do material quando impresso) e armazenamento. Como pontos fracos podemos citar a necessidade de um equipamento como o Kindle, tablet ou computador para o acesso à informação digital, que apesar dos preços estarem reduzindo, grande parte da população não têm como adquiri-los. Outro ponto fraco são os vários formatos dos conteúdos digitais, ou seja, doc, pdf, ePub, etc ... que muitas vezes precisam de sistemas operacionais, softwares ou equipamentos específicos para podermos visualizar. Como essa é uma preocupação global, já estão sendo produzidos materiais com padrões abertos, gratuitos e que poderão ser consumidos de qualquer equipamento. Espero que possamos ainda ver um tablet com configuração de tela (brilho e opacidade) para as mais variadas formas de consumo de conteúdo. Mas ainda não vi nada relacionado mas sou bastante otimista pelo fato da tecnologia estar avançando a passos largos.”*

#### **Leitor 15**

*“Minha experiência com a leitura digital se restringe a ler no iPhone e no computador, porque não tenho iPad. Meu hábito diário é ler meus feeds no Google Reader, acho que fico ao menos uma hora por dia fazendo isso, em casa ou no trabalho. O iPhone eu uso no ônibus e as vezes leio notícias no aplicativo O Globo, que tem mais notícias da cidade que eu moro. Tenho até vontade de ter um iPad para assinar revistas como a Wired, que tem uma edição digital impecável. Não costumo ler livros na tela, somente artigos e trechos de livros, no Google Books, que eu esteja pesquisando. Gosto muito de ler no computador porque tenho costume de salvar e catalogar aquilo que acho interessante ou que possa me ser útil no futuro. Salvo meus links no Del.icio.us, desde 2006, então tenho uma boa base de informações ali. Não gosto de acessar muita coisa pelo celular porque tenho hábito de abrir muitas abas, para ler depois e no celular não rola isso muito bem.”*



## ANEXO B – O CÓDIGO DA VINCI EM DIFERENTES CONFIGURAÇÕES NO IBOOKS



Fonte: Elaborado pela autora.

## ANEXO C – REGISTROS DOS DIÁRIOS DE LEITURA

### LEITOR 1

#### **Sábado, 16 de março**

*Há alguns dias li no iPad o livro "O Lado Bom da Vida". Gosto de ler livros de filme como é o caso desse. Gosto de ler o livro primeiro e depois ver o filme. Eu baixei dois aplicativos iBooks e da Saraiva, tem vários livros grátis, baixei alguns que estão salvos no meu iPad. O Lado Bom da Vida eu paguei. Depois disso tentei ler um impresso que era a biografia da Oprah – livro físico de papel –, muito chato, não consegui ler até o fim. Então hoje comecei a ler Fazendo Pose mas estava devagar, também não fluiu. Minha rotina de leitura varia muito, em casa, à noite, geralmente deitada na cama.*

#### **Domingo, 17 de março**

*Domingo passei o dia em função de acabar o livro Fazendo Pose que eu tava "empacada" na leitura. Eu achei que ele era uma coisa e era outra. Achei que ia contar história de uma mulher recém casada e a relação dela com a ioga. Mas focou muito mais na ioga, com grandes explicações sobre o assunto e achei chato. Comecei a ler do meio pra frente, pulei todas as partes que falavam da ioga e li as partes que falavam da vida da personagem. Finalmente acabei, tenho uma neura de que eu tenho que ler os livros até o final, tem que ser muito ruim para eu abandonar, inclusive tenho uma lista de todos os livros que li nos últimos 10 anos. E tem uma regra, só vai para lista o que eu leio até o fim. Achei o final sem graça desse livro da ioga.*

#### **Segunda, 18 a sábado, 22 de março**

*Segunda e Terça briguei comigo mesma e comecei um novo livro de papel, mas eu estava muito distraída com jogos no celular e redes sociais. Olhei dois vídeos de assuntos que interessam para o meu trabalho. O livro que comecei foi Querido John uma literatura popular, um romance que já começou dramático. Pelo jeito a mocinha e o mocinho no momento estão separados e sofrendo. Eu tenho ipad e iPhone e ainda leio livros de papel então ontem pesquisei e baixei umas opções de aplicativos de produtividade e vou tentar começar a abandonar o papel e me organizar só no ipad.*

### LEITOR 2

#### **Segunda-feira - dia 18 de março**

*Nos últimos dias não tenho tido muito tempo pra leitura. Minhas leituras têm se restringido praticamente às leituras de blogs que acompanho. Felizmente essa semana pude retornar ao livro Mobile Usability de Jakob Nielsen e Raluca Budiu. Comprei esse livro na Amazon há algumas semanas, com um preço 30% menor do que a versão impressa, e pude baixá-lo instantaneamente. Na única ocasião que comprei livros impressos na Amazon, tive que esperar 45 dias para estar com eles em mãos, uma eternidade.*

*Eu havia começado a leitura utilizando o aplicativo do Kindle no meu iPhone, no entanto hoje resolvi utilizar meu iPad (1ª geração). Ao carregar o livro, esperava encontrá-lo sincronizado com o iPhone, mas não foi o que aconteceu. Ele estava numa página diferente, então tive que utilizar a barra de rolagem no rodapé pra procurar o trecho onde havia parado. Depois de resolvido, voltei à leitura que, diga-se de passagem, é uma ótima referência pra quem trabalha com desenvolvimento para dispositivos móveis.*

*Como rotineiramente, fiz a leitura no meu quarto, à noite, deitado na cama e com a luz apagada. Pra mim essa é uma das vantagens dos dispositivos digitais, eu me sinto mais confortável manuseando o iPad do que um livro impresso. Preciso de apenas uma mão para manuseá-lo e, por vezes, nenhuma. Simplesmente apoio ele utilizando a capinha e volto a tocá-lo apenas pra trocar de página ou fazer alguma marcação.*

*Faço leituras de estudo e trabalho. Atualmente estou estudando inglês, então aproveito meus momentos de leitura para aperfeiçoar meu vocabulário. Cerca de 95% dos livros que leio estão em inglês. Normalmente vou fazendo notas com a tradução das palavras que não conheço. Fiz várias durante a leitura. Utilizo o próprio dicionário incluído no aplicativo Kindle (ou no iBooks) do iPad e iPhone e acho ele extremamente valioso. Seria inviável fazer isso, tendo que ficar procurando em um dicionário convencional, ou mesmo, tendo que parar para pesquisar no Google. O dicionário está em inglês, então algumas vezes não consigo identificar o significado de uma palavra, nesse caso eu simplesmente sigo em frente. Essa noite eu criei notas em praticamente todas as páginas. Em algumas noites eu chego a fazer duas ou três notas em cada página.*

*Durante a leitura eu também fiz algumas marcações de trechos que eu achei importantes. Eu gosto particularmente de um recurso que mostra trechos que foram marcados por outros usuários. Normalmente presto mais atenção nesses trechos e acabo marcando também. As marcações, são algo que gosto no iPad/iPhone. Eu nunca fui capaz de fazer marcações nos meus livros impressos. Me assombra a ideia de saber que jamais poderei apagá-las depois, mesmo que isso não faça nenhum sentido. Gosto de mantê-los "limpos" sem riscos, marcações, ou qualquer outra mudança.*

*Uma coisa particularmente me causou um certo descontentamento, a densidade dos pixels na tela. Utilizei o iPad durante muito tempo como principal fonte de leitura digital, e o tamanho dos pixels nunca foi um problema. Mas depois de adquirir meu iPhone e ter o primeiro contato com uma tela retina display, essa percepção mudou. Parece que a experiência de leitura no iPad perdeu um pouco o sabor, ela ainda cumpre o papel em algumas ocasiões, mas o hoje o iPhone é o "main device" para as minhas leituras. Eu já pensei inclusive em comprar um iPad Mini, mas fiquei um pouco cético ao saber que a tela dele não é retina, mesmo tendo uma densidade de pixels maior que meu iPad.*

*Depois de terminar o capítulo 2, decidi parar. Abri então o aplicativo Flipboard no iPhone para fazer uma varredura e ver se encontrava alguma informação de meu interesse. Faço isso pelo menos duas vezes por dia. Blogs de tecnologia/design se tornaram parte importante da minha rotina. Eu percebo claramente uma mudança nos meus hábitos de leitura. Dificilmente começo um livro e o termino de forma linear. Normalmente leio trechos de um livro, trechos de outro e vou navegando entre eles. Muitas vezes fico indeciso sobre qual leitura fazer. Depois de ficar cerca de 1h zarpando pelos artigos, resolvi ir dormir, já passava da 1h.*

### **Terça-feira - dia 19 de março**

*Comecei o dia com uma notícia que me deixou tentado: a Amazon começara a vender o Kindle Paperwhite no Brasil. Há tempos tenho vontade de comprar um modelo que utilize e-ink. O Paperwhite parece o "fit" ideal para as minhas necessidades. Tem uma densidade de pixels alta, uma iluminação auxiliar que permite ler no escuro, é leve e não tão caro. Estou bastante tentado a adquirir um. O único porém é que estou poupando dinheiro para a minha viagem em julho, e também sei que na Austrália irei consegui-lo com um preço mais acessível do que no Brasil, então talvez acabe esperando um pouco mais. Terça é dia de futebol, então nada de leituras. :)*

### **Quarta-feira - dia 20 de março**

*Durante a manhã eu comecei uma classe de inglês com uma nova professora. Ela traçou um perfil pra identificar meu nível, o que eu gostava e o que não gostava. Acabei introduzindo o assunto sobre minhas leituras no iPad/iPhone, como utilizava ela pra aumentar meu vocabulário. Incrível como muitas pessoas ainda não conhecem os benefícios que a leitura digital pode oferecer frente aos livros impressos. Muitos criticam, acham que é mais caro, que é cansativo para os olhos, mas nunca tiveram contato com um iPad, ou tampouco sabem o que é e-ink. Enfim, acho que os livros digitais oferecem muitas vantagens, inclusive pra natureza. Minha professora, por exemplo, ficou bastante impressionada com o que viu.*

*À noite comecei a ler um novo livro, incentivado pela minha própria professora: Robson Crusoe, um clássico da literatura mundial. Fiquei lendo durante cerca de 1h, deitado em minha cama, utilizando o iPhone. O problema é que o vocabulário é muito complicado pra mim, acabo parando muito pra procurar o significado de novas palavras e a leitura não flui.*

*Logo quando comprei o iPad, há dois anos, baixei uma série de livros famosos da internet, sem pagar. Não é algo do qual me orgulhe, mas na época era difícil encontrar esses livros pra comprar em lojas brasileiras, ePub não era um formato que chamava a edição das editoras. Além disso, era comum encontrar títulos ePub com preços iguais ou até maiores do que as respectivas obras impressas, o que é um*



abuso. Não tenho ideia de quanto os custos de impressão e distribuição representam numa obra impressa, mas acredito que esse valor seja de cerca de 20%, valor que deveria ser descontado no preço das obras digitais, mas não é o que acontece. Muitas vezes pela ganância das editoras, ou pelas taxas abusivas cobradas pela Apple pra vender as obras na sua loja virtual, os altos preços acabam freando a disseminação das obras digitais. A Amazon parece uma exceção nesse contexto, brigando com as editoras por preços mais baixos.

### **Quinta-feira, 21 e Sexta-feira, 22 de março**

Tive um dos meus projetos antecipados pra sexta, então a correria foi grande. Não consegui nem tocar em qualquer um dos meus livros. A única coisa que consegui foi dar uma passada rápida pelos meus feeds. Essa semana foi uma semana triste nesse sentido, com o anúncio de que o Google Reader vai ser descontinuado.

## **LEITOR 3**

*Livros lidos:*

- 31/07 Me before You - Jojo Moyes 385 p.*
- 01/08 - 02/08 Hopeless - Colleen Hoover 488 p.*
- 03/08 On Dublin Street - Samantha Young 415 p.*
- 05/08 Pushing the Limits - Katie McGarry 406 p.*
- 06/08 Tangled - Emma Chase 254 p.*
- 07/08 The Edge of Never - J.A Redmerski 485 p.*
- 08/08 Will & Will - John Green & David Levithan 338 p.*
- 09/08 - 10/08 O oceano no fim do caminho - Neil Gaiman\* 180 p.*
- 11/08 Playing for Keeps - R.L Mathewson 225 p.*
- 12/08 - 13/08 Slammed - Colleen Hoover 352 p.*
- 14/08 - 15/08 Point of Retreat (Livro 2 de Slammed) - Colleen Hoover 320 p.*
- 16/08 This Girl (Livro 3 de Slammed) - Colleen Hoover 305 p.*
- 17/08 - 18/08 Divergente - Veronica Roth\* 365 p*
- 19/08 - 20/08 Insurgent - Veronica Roth 544 p.*
- 21/08 Into the deep - Samantha Young 315 p.*
- 22/08 The Mortal Instruments - City of Bones - Cassandra Clare 485 p.*
- 23/08 (lendo ainda) The girl you left behind - Jojo Moyes e to lendo paralelamente Motorcycle Man da Kristen Ashley 548 p. / 412 p.*

*\*livros que li em português nesse período*

*Eu separei por datas para facilitar a tua vida haha e na verdade, como ja falei, resolvi criar uma lista de livros lidos em 2013 e a tua pesquisa só colaborou para isso. Nesse período eu continuei com o ritmo anterior, lendo em média um livro por dia. E não, eu não passo O DIA lendo - muitas pessoas perguntam, mas a verdade é que eu leio das 8h-8h50 antes de ir pra academia, e depois pego lá pelas 19h e fico até 1h30-2h lendo. Se o livro me prende HORRORES, eu pego ele de tarde, mas geralmente faço outras coisas. E de noite, quando sei que vou sair, pego de tarde. Não tenho muito horário específico, tirando a manhã, nesse período do café que eu religiosamente leio durante uns 40-50 minutos pré academia/pilates. Eu realmente leio rápido. Costumo brincar que não tenho nenhum major talento: não canto, não atuo, nunca fui boa em esportes mas eu sei ler como ninguém haha. Desde que eu comecei a ler com 3 anos eu não parei mais. Meus pais, avós e dindos sempre foram grandes incentivadores. Minha mãe me contou que ela listou meus livros com 3 anos e eu tinha 350 haha, dá pra ter uma ideia do quão "literária" é minha família. E como dá pra ver - coloquei paginação mais por curiosidade - o número de páginas é irrelevante. Eu leio em um dia um livro de 500 páginas e levo 2 pra um de 180, isso depende muito do que eu tenho pra fazer no dia.*

*Todos os livros foram lidos no Kindle, mas preciso dizer que ontem (23), na correria da viagem, eu acabei esquecendo o Kindle em casa e quase surtei. Se não fosse minha amiga me dizer que era um absurdo voltar pra casa no meio da chuva, que eu gastaria dinheiro e perderia o ônibus, eu teria tentado haha. Mas nada como a nuvem. Eu usei minha app do Kindle e li pelo meu celular. O tamanho não é muito diferente, tenho um galaxy Note 2 haha - então tudo oka. Só odeio que gasta MUITA bateria e não entendo exatamente o porquê. Enfim, em todas as outras ocasiões eu li pelo Kindle mesmo. Levo ele comigo pra tudo, ele jamais sai da minha bolsa - mentira, esqueci ele pela primeira vez agora e to até agora chateada. Meus pais também tem kindle, igual ao meu, e queriam me emprestar mas fiquei com medo de perder os dados deles e continuo lendo meus 2 livros no celular.*

*Leio bastante na manicure, antes, durante e depois. E também no taxi/lotação. Lia bastante quando pegava bus pra ir pra Uni. Quando ia de carona com amigos minhas leituras sofreram um pouco, mas de bus eu sempre dava uma lida. Infelizmente eu não lia com a mesma frequência pq tinha que ler artigos, trocentos livros acadêmicos, escrever a dissertação, então essa minha lista atual não é muito comum pra mim. Esse ano, definitivamente é o ano em que mais li. Essa média é a mais alta nos meus 23 anos, mesmo tendo lido bastante a vida toda. Não estar trabalhando nem estudando - to esperando resultado de doutorado, numa fase meio limbo - com certeza ajudou no crescimento das minhas leituras for fun. E como te falei antes, o upgrade do Kindle Paperwhite também foi essencial pras minhas leituras. Tanto o touchscreen como a luz própria melhoraram muito o gadget. Era terrível ficar digitando naquele teclado péssimo. E a luz própria é uma mão na roda. Mal usava meu kindle antigo, preferia o ipad. Agora eu nem sei mais o que é ipad pra ler. Meu Kindle virou extensão do meu corpo.*

*Quanto aos livros que to lendo, podes ver que é basicamente tudo Young Adult novel, em inglês. A maioria é drama, alguns um mashup de soft porn - bem melhores que 50 tons de lixo - e romance. E dystopian adventures que adoro, numa linha Hunger Games. Eu não costumo reler livros. Só fiz isso com Harry Potter, mas eu adoro TANTO Mortal Instruments que reli City of Bones por causa do filme que estreou essa semana.*

*Eu costumo ler deitada na maior parte do tempo. Ou então sentada e mudo de posição trocentas vezes por motivos de dor nas costas. Toda manhã é uma aventura pq acho que vou derrubar café no kindle mas até hoje deu tudo certo. Não gosto de misturar comida e gadget mas ler durante o café virou hábito e não consigo modificar. Ultimamente consegui adquirir o hábito de ler escutando música e venho fazendo isso com mais frequência. Além de relaxar, eu comecei a fazer playlists pros livros haha o que ter tempo não faz com as pessoas né?!*

*Eu continuo comprando - apesar de muito pouco - livros físicos mas esse ano to lendo bastante no Kindle, bastante mesmo. Eu ja lia pelo kindle em 2011 qd comprei a primeira versão, mas não gostava muito porque além de não ser touchscreen, não tinha luz própria. Em 2011-2012 eu lia bem mais no ipad, na app do kindle, e também livros físicos e até mesmo na app do iphone/android (mudei de telefone e como o note 2 tem a tela BEM maior que a do iphone, curti mais ler nele qd esquecia o kindle). Já esse ano, desde que comprei o Kindle paperwhite eu não fico nem um dia sem ler. Levo ele sempre na bolsa comigo e leio em praticamente todos os lugares que vou e preciso esperar: manicure, médico, café, viagem, etc. Desde que acabei o mestrado tava tão aliviada em parar de ler artigos/livros acadêmicos que tinha uma lista interminável de YA novels pra ler, e li/to lendo muita coisa que adoro, sagas, romances, dramas, thriller, poesia; sou fã de basicamente todos os estilos literários existentes.*

*Sem sombra de dúvidas a grande mudança na minha vida de leitora foi ter um kindle com luz própria haha. Ele é logicamente muito mais leve e mais adaptado que o ipad, cansa menos, pesa menos, não tem cor; além disso a bateria dura consideravelmente, apesar de não durar 1 mês nunca, na verdade nem uma semana dura na minha mão pq leio constantemente e to sempre usando a luz dele. Até pouco tempo eu tinha uma política - bem discutível diga-se de passagem - de não baixar livros. Eu já baixo horrores de séries e filmes e queria manter os livros numa espécie de pedestal, mas eu tava tão alucinada lendo - eu leio bem rápido, sempre li, tenho costume desde criança - e não queria empobrecer, então comecei a baixar alguns livros, especialmente os mais bobos: romances e dramas pop porém mal escritos haha. Ah, acho válido lembrar também que eu leio em inglês. Até tento ler em português - Divergente foi um que li - mas as traduções me incomodam horrores então eu prefiro ler tudo em inglês mesmo, além de ser mais barato, é "original" sem traduções bizarras de termos e até mesmo nomes de personagens.*

*Eu leio em qualquer lugar, mesmo, mas o lugar que mais leio é em casa. Leio todos os dias, e quando fico obcecada por um livro eu leio extremamente rápido. Como to num momento "entremeio", limbo da vida, sem emprego, esperando resposta de doutorado, eu tenho tempo e leio um livro por dia praticamente. Li as saga The Mortal Instruments e The Infernal Devices em 12 dias, e são 8 livros haha*

*Uma das coisas que me chama atenção com o kindle é que pra nós fãs de livros, a vida é facilitada terrivelmente pq com um toque tu compra o livro. E eu não tenho controle algum, então to sempre comprando o tempo todo. Outro aspecto importante é que a qualidade de leitura pode facilmente cair bruscamente pq nos livros indicados pelo site, sempre aparecem as histórias (fanfics travestidas de livros) mais baratas. Então nós leitores, facilmente nos deixamos levar pelo preço maravilhoso - 0.99 dolares, 1.99 - e acabamos lendo muita porcaria. Eu não costumo deixar livro pela metade, se comecei acabo, mas as vezes é puxadíssimo tamanha porcaria.*

#### LEITOR 4

*Querido diário de leitura para a Ingrid*

**31/07** - Vou me apresentar para você, querido diário. Não sabes, mas sou uma pessoa com uma vida bastante agitada e sem rotinas muito certas. Fui convidada a participar de uma pesquisa sobre leitura digital e tenho que ter pelo menos 15 entradas. Fiquei preocupada se conseguiria ter tanto assunto assim. Vou fazer o que posso. Sabe que boa parte do meu trabalho envolve leituras. Tenho o hábito de ler no computador trabalhos de alunos e alguns artigos. Quando preciso ler artigos em pdf, gosto de sublinhar as partes que me interessam. Baixei um programa para fazer isso, mas não acho muito fácil fazer isso no computador. Ele duplica o arquivo e depois fica difícil organizar a vida. A tela do computador às vezes me incomoda, então, imprimo o que eu preciso em papel. Mas, tudo mudou desde o momento que eu comprei meu primeiro ipad. Passei a usá-lo para ler pdf e comprar livros no kindle (meu primeiro app digital). Recentemente, baixei o kobo, então posso comparar minhas práticas de leituras nos dois. Caso lhe interesse, também costumo ler revistas digitais também. Assino a carta capital e leio quando consigo, às vezes com semanas de atraso :S

**01/08** - Bed time! Resolvi ler até ter sono, o que não deve demorar muito para chegar. Comecei a ler um livro no app kobo as 23:15 e parei as 23:40. Livro de contos. O bom de ler no ipad é que não precisa deixar a luz do abajur acesa e atrapalhar a pessoa que está ao teu lado. Não costumo ler muito nesse aplicativo. Comprei um livro em português pela livraria cultura e resolvi experimentar a leitura no app. Meu ponto de comparação é o kindle, que eu uso mais. O kobo é mais sensível ao toque para virar a página, então é irritante ter que encontrar a página que estava lendo a cada vez que sem querer se encosta na tela. Pela primeira vez na minha experiência de leitura, o aplicativo travou, tive que fechá-lo e entra novamente. Parece que ele sabe que eu estou fazendo parte de uma pesquisa :) Isso só serviu para aumentar minha raiva. Quase parei de ler, mas resolvi seguir em frente só porque podia escrever mais no diário. Os apps para leitura digital trazem funcionalidades interessantes, como o uso de dicionários. Até agora, meu kobo só fala inglês e eu não sei por que. Acho que essa função facilita o aprendizado e é muito importante para ser usada em escolas. Já procurei na internet como resolver esse problema, mas não achei nenhuma resposta. Já pensei em ir até a loja para tentar arrumar isso ou até mesmo ligar para o suporte. Sempre que acontece isso é num horário que está tudo fechado. Depois, acabo esquecendo. Li algumas páginas do livro. Já tinha ajustado as configurações da página. Prefiro ler com a pagina em sépia. Não mexi na fonte, porque a publisher default me agradou. Ajustei o brilho da tela para não deixar o quarto muito claro. Usei o marcador para indicar a página que parei de ler, que na verdade não pode ser chamada de página porque não tem um número claro. se mudar o tamanho da fonte, muda o dimensionamento e o número da página. Quando fui parar de ler, saltou um badge "night rider". fez um barulho escandaloso que chegou a me assustar. Fui descobrir onde desligava o som do negócio. não foi fácil de achar.

**08/08** - Bed time! Resolvi ler um livro para aprofundar meu vocabulário na lingua inglesa de pavavras e assessorios ligados a alimentação Li das 23:00 as 23:30 um livro comprado na kindle store. Amo essa loja pela praticidade de compra e baixar o livro. Vi a referencia em um blog, entrei no site, vi o preço e comprei. Acho que as minhas compras por impulso de livros aumentaram consideravelmente depois dos livros digitais. No kinde usei basicamente as funções de alterar a confugiração da página, sublinhar partes do texto interessante, procurar o significado da palavra no dicionário e a imagem no google (é o máximo poder fazer isso). Estava aprendendo sobre utensilios domésticos necessários para o bom funcionamento

de um cozinha. Quis fazer uma lista das coisas que eu não tinha em casa. Queria copiar o nome e colar num bloco de notas. É uma função que me fez falta.

**10/08** - neste dia só li revista digital. Não sei se interessa, mas como tenho que ter 15 entradas, resolvi escrever. A carta capital usa vários recursos nas páginas, possibilidades de deslizamento, ícones que se movem e até vídeos. Fico me perguntando se pode ser chamado de revista. nesse formato de leitura não posso sublinhar coisas ou compartilhar partes de texto, nem por email, nem nas redes sociais. Fico me perguntando por que. Se fosse uma questão de direitos autorais, os livros não teriam essa opção. Uma coisa que percebo é que a leitura digital de revista não nos dá a noção de quanto falta para acabar. e também não tem como passar rápido por seções que não interessam. tem que virar página por página.

**11/08** - Neste dia fui viajar para São Paulo. Aproveitei para levar o ipad. A sensação de levar a biblioteca contigo sem pesar na mala é muito boa. Não precisa selecionar antes os livros que queremos ler. Abri o ipad no avião antes das portas se fecharem. Li uma página do livro no kindle e logo tive que desligar o ipad para o avião decolar. Fiquei com preguiça de ligar o ipad de novo e ter que desligar para o avião pousar. Resolvi ler um livro em papel.

**12/08** - intervalo do almoço no congresso. fiquei no campus da universidade, sentada ao sol. resolvi ler a carta capital que estava atrasada. o ipad não é muito adequado para isso. a tela faz reflexo. mexi nos ajustes de brilho e deu para o gasto. dizem que os e-readers são mais adequados para o sol, mas acho que perde a graça ler revista em p&b. A noite, antes de dormir, li mais um pouco. Estava dividindo quarto com uma colega. Então o fato o ipad ter luz própria realmente ajuda para não atrapalhar o outro.

**14/08** - Viajei de uma cidade a outra de ônibus. Foram quatro horas de viagem. Resolvi ler um pouco. escolhi uma revista. O bom da leitura digital no onibus é que o dispositivo tem luz própria que facilita a leitura. Não li por muito tempo. Fiquei enjoada e resolvi parar. Além disso era um ônibus com pessoas estranhas, que parava em tudo quanto era rodoviária. fiquei com medo de ser assaltada.

**16/08** - Hoje tive que ler um artigo. Leitura de trabalho. Usei aplicativo papers. Fiquei umas duas horas lendo numa postura um tanto torta. No dia seguinte, dores nas costas. Aproveitei para ler ao ar livre com o ipad. Li e sublinhei o artigo. É prático pois é possível carregar vários documentos facilmente.

**21/08** - Fiquei dias sem ler e pensei: tenho que escrever no meu diário!!!! Tinha que ler um texto para discutir com a professora de ingles. Eu li a versão do kindle e ela num xerox do livro em papel. enquanto aguardava meu carro ser lavado, sentei num café do posto, antes da minha aula na unisinos. resolvi pegar a br mais cedo causa do transito e aproveitar o tempo livre para estudar. Usei recursos do dicionário e sublinhei termos que queria perguntar para a professora porque eram usados daquela forma. Inseri comentários no texto. A noite tinha que terminar de ler o capítulo do livro. Li das 23:30 às 00:10. Fui lendo para terminar a tarefa. Senti falta de saber quanto falta pra terminar capítulo. A barra de seção do kindle não ajuda muito. Fala em % de leitura e localização da página.

**22/08** - aula de inglês com discussão do texto. Um parentesis, eu indico os textos que tenho que ler, assim, me forço a estudar. Pela primeira vez testamos a leitura de um livro digital. Como só eu tinha a cópia digital, ficamos perdidos para encontrar as partes que a professora queria discutir. No inicio ela dizia na pagina tal...mas não tinha como achar. Partimos para a procura pelos subtítulos e a cata dos paragrafos. Só depois da aula é que eu me dei por conta que tem a função de procurar partes do livro. É possível digitar uma frase que ele localiza a seção em que se encontra. Me dei por conta que nunca li manual de como usar o kindle. foi tudo muito intuitivo. apertando os botões e descobrindo como se faz. deve ter funções que eu desconheço. mas não tenho curiosidade o suficiente para procurar saber.

**23/08** - fiquei frustrada por não ter o mínimo de 15 entradas. Não Li mais coisas. Vou tentar ler agora uma revista, mas não vai dar tempo de escrever a respeito. A leitura digital tenta imitar a sensação do papel. os mesmos movimentos e tenta interir as mesmas funções que o livro em papel. Não sinto a diferença na leitura. aproveitimento igual. comecei a comprar livros digitais porque não tenho mais espaço em casa. E a rápida disponibilização no dispositivo de leitura é uma vantagem. A desvantagem é que não



*posso emprestar para ninguém ou fazer cópias para os alunos. Os livros que sei que precisarei compartilhar, eu compro em papel. THE END*

---

## LEITOR 5

**03/08** - Já havia baixado no meu computador pessoal a versão em PDF do livro em questão há - com certeza - mais de um ano, porém não me animei a ler no PC. Neste 3 de agosto, sábado, baixei o aplicativo Documents e encaminhei via e-mail o arquivo, já que no iPad não dá para baixar certos arquivos com extensão pdf. A leitura começou de modo estranho mesmo. Comecei com o tablet na vertical para ficar mais parecido com um livro. A luminosidade incomodou um pouco. Mas a história, do meu autor de terror predileto, logo me absorveu e segui o processo.

**04/08** - No domingo, com mais tempo disponível, li um número maior de páginas. Para facilitar o manuseio, passei a posição para o horizontal, na medida em que na vertical tinha que mudar de página toda hora já que ampliei o tamanho da fonte para facilitar a leitura. Ou seja, só tinha que baixar a barra de rolagem sem precisar “virar” a página. Incrível como um ato tão simples como o de tocar na tela para mudar a página passa a ser incômodo quando repetido seguidamente.

**06/08** - Nas segundas costumo ter uma espécie de descanso do final de semana, por isso retomei a leitura na terça-feira. A leitura em qualquer lugar e sem o peso do livro tem suas vantagens. Havia lido recentemente outra obra de Stephen King, o livro “Sob a Redoma”, que tinha mais de 700 páginas. O peso e o tamanho da obra eram muito desconfortáveis. O tablet leva vantagem neste aspecto.

**07/08** - Nesta quarta-feira constatei outro diferencial da leitura no iPad. Para ler no quarto, deitado na cama, não preciso que a luz esteja acesa e nem de um abajur (que sempre atrapalha o sono da minha esposa). Como a luz vem do próprio tablet ficou fácil ler na cama.

**09/08** - Não saberia dizer se foi pela história, envolvente e em ritmo alucinante, mas o fato é que hoje simplesmente esqueci que estava lendo um livro numa plataforma digital. Muitos capítulos sendo consumidos rapidamente.

**10/08** - No sábado, uma nova experiência. Fui cortar o cabelo e, como sempre faço, levei algo para ler enquanto aguardava para ser atendido, no caso o tablet. Enquanto aguardava a minha vez, as páginas foram sendo devoradas. Mas eis que fiquei sem bateria - sim, eu tive os avisos, mas estava sem o carregador -, e não tive como prosseguir.. Com um livro impresso, isso não aconteceria.

**11/08** - Com mais tempo, no domingo, além da leitura propriamente dita comecei a usar o iPad para fazer pesquisas na internet sobre temas que a obra tratava (uma cidade citada, um relógio referido etc). Efetuei várias buscas no Google enquanto lia.

**12/08** - Mesmo sendo uma segunda-feira, abri uma exceção e li. Mas não muito. Parece que a luminosidade já começa a cansar, e olha que o livro só melhora. Não fiz pesquisas no Google. No inverno gaúcho, muito frio, o toque na tela gelada não é muito inspirador. Não chega a ser um grande problema, mas não é aconchegante como o papel.

**13/08** - outra nova possibilidade que o tablet me proporcionou. Sempre quando vou, de carro, buscar minha esposa na estação de trem costumo levar um livro. Mas ficar com a luz interna do carro ligada é um chamariz para assaltantes. Já com o tablet isso não acontece pois ele gera a luz necessária para a leitura.

**14/08** - Mesmo o livro entrando na fase final, tenho diminuído o número de páginas lidas por dia e por turno de leitura. Interrompo a leitura para fazer outra atividade qualquer com mais frequência e por mais tempo.

*16/08 - Não pesquisei mais nada no Google e parece que estou me “acostumando” em definitivo com a leitura numa plataforma digital. Evito ler em locais mal iluminados, pois percebi que era isso que gerava desconforto. Mesmo o tablet gerando a luz necessária para a leitura, o ambiente iluminado de um modo geral favorece.*

*18/08 - Capítulos decisivos fazem eu esquecer que estou lendo no iPad. E não esqueço mais o carregador onde quer que eu vá.*

*20/08 - Leitura normal de várias páginas, sempre ambientes apropriados, ou seja, com luz acesa.*

*21/08 - Talvez por ter lido mais que o usual nos demais dias, fique com os olhos doendo. E a cabeça um pouco também.*

*22/08 - Fim do livro e da experiência com a leitura no iPad.*

*Considerações finais:*

*Durante o período, continuei exercendo minhas atividades normais. Trabalho de segunda à sexta-feira, das 08h às 18h, com intervalo das 11h30min às 13h. Sai para jantar, comemorei o meu aniversário e o da minha esposa, nos dias 19 e 6, respectivamente, joguei futebol nas quintas e assisti teve - em especial documentários e futebol, numa proporção muito semelhante à usual. Neste espaço de tempo, peguei emprestado de um amigo o livro físico “A Ira de Nasi”, do jornalista Mauro Betting, que narra a trajetória do vocalista da banda de rock Ira. Já tenho mais livros na versão pdf para serem lidos no tablet, entre eles a segunda parte de “A Coisa”, com mais de 470 páginas. Ao mesmo tempo, sigo lendo na versão tradicional. Creio que um coisa não exclui a outra. Vantagens do tablet: facilidade de locomoção, possibilidade de pesquisas paralelas, maior armazenamento de conteúdo, menor ocorrência de incomodação para quem está com você. Desvantagens: não tem cheiro de livro, não tem textura de livro. Não tenho memória afetiva que eu tenho com as edições impressas.*

## LEITOR 6

**01/08/13**

*Livro lido: Haunted, do Chuck Palahniuk*

*Gosto muito do livro físico e do cheirinho dele, apesar de sempre me complicar um pouco com a marcação das páginas. Marcadores escorregam na minha bolsa, que virou um cemitério deles, amassadinhos, com mancha de caneta, etc. Sempre me perco na leitura. Ganhei de presente um Kindle, o modelo mais básico, sem outras funções a não ser a leitura de arquivos de texto digitais. Escolhi ele exatamente por isso: já tenho meu telefone celular para consultar e-mail e redes sociais, queria um dispositivo que possibilitasse a experiência de leitura sem outras distrações. Não há a funcionalidade “touchscreen”, ou seja, você precisa apertar em botõezinhos laterais muito bem localizados para avançar ou retornar as páginas. Também não há “backlight” na tela, deixando-o com aparência de papel – se você quer ler no escuro, precisa de uma lanterninha de leitura presa ao aparelho.*

*O texto fica bem igual ao impresso, com as manchas de tinta e os borrões das letras. O bom é que você pode controlar o tamanho da letra, o brilho, o contraste, pode selecionar palavras para checar significado; e o melhor: assim que você desliga o dispositivo, a página fica automaticamente marcada.*

*Ele está sempre na bolsa caso eu precise esperar em filas, viajar de trem ou ônibus ou ter que aturar uma reunião insuportável. Hoje, por exemplo, precisei vir de Novo Hamburgo para Porto Alegre de trem. Decidi continuar a leitura de Haunted na jornada e não foi uma ideia muito brilhante. O livro é famoso por ser chocante – dizem que na leitura de um dos contos pelo próprio autor, as pessoas passavam mal e deixavam o recinto. Bem, percebi que o sacolejo do trem não combinou com a leitura – e nem foi culpa do dispositivo, pobrezinho.*

*No momento, estou no Amazon outras leituras para intercalar com Haunted. Acho que vou comprar The English Roses, da Madonna: leve, infantil, bobo, cheio de florzinhas, perfeito para balancear a leitura*

pesada. Pena que o leitor digital não lê bem imagens e a tela é monocromática. Vai tirar um pouco da magia. Ia reclamar que o Kindle não tem cheirinho de livro, mas no caso de *Haunted*, prefiro que continue inodoro.

**02/08/13**

Livro lido: *Haunted*, de Chuck Palahniuk

Sempre lembro de uma professora da graduação que repetia, insistentemente: “sou doutoranda e, apesar de ter um milhão de artigos pra ler e escrever, ainda dou tempo para meus romances por quinze minutos antes de dormir”. Pois bem, obrigo-me, também, a ler um pouquinho de coisas não acadêmicas todos os dias – principalmente antes de dormir. Hoje, portanto, optei por ler *Haunted* no conforto do lar, ainda pelo Kindle. A má notícia é que o único tempo livre do dia foi à noite e descobri que o livro é tão indigesto neste período do dia quanto quando em movimento. Rendeu-me pesadelos terríveis, principalmente a belíssima carta do Chef Assassin ao fabricante de facas. Considero a carta o melhor capítulo do livro, tão bem escrito que, bem, o resultado foi uma noite mal dormida. Adormeci no meio da leitura. Notícia boa: o Kindle entrou em stand-by e não ficou ligado.

**04/08/13**

Livro lido: *Haunted*, de Chuck Palahniuk

A mentira da vez é afirmar que eu reservo tempo para ler todos os dias: não li ontem. Decidi terminar o livro hoje, finalmente. Agora, à luz do dia, sem lanterninha. Descobri que meu Kindle pelado (ainda não encontrei capinha protetora para vender no Brasil) amassou na bolsa em meio aos meus cacarecos, formando uma manchinha de tinta bem no meio da página. Primeiro, achei interessante, pois realmente parece que vazou um tantinho de tinta da impressão dum livro off-line. Depois o negócio começou a me incomodar, pois meus olhos voltam o tempo todo à manchinha – tipo quando tu estás conversando com alguém com uma espinha gigante no nariz. Vou pesquisar pra ver se tem cura.

**05/08/13**

Livro lido: *Haunted*, de Chuck Palahniuk

Terminei o livro, com manchinha e tudo! O livro é tão impactante, tão cinematograficamente escrito – com descrição de ângulo de câmera, cor, e etc - que dá pra ver a coisa virando filme. E parece que vai virar, de verdade.

Desejando sorte aos desavisados que vão ao cinema achando que vão assistir a algo a la Clube da luta, termino o livro uma tela em branco. É isso, acabou. Finais de leitura no Kindle são muito menos dramáticos do que em livros impressos, em que tu tens uma sensação real de conclusão. Tu lês a última página, passas pra página em branco, vês o logotipo da editora, enxerga a orelhinha e fecha. Acabou. No Kindle não: há somente a página em branco. Por que não inventam uma tela final de congratulação? Do tipo “Parabéns, caro leitor, uhu! Leste mais 267 páginas! Foram 1480 páginas até agora! PARABÉNS, sério mesmo, de verdade!”, né? Estou com sensação de vazio.

**08/08/13**

Livro lido: *Nomes-do-pai*, Jacques Lacan

Estava me achando esperta e queria ler o famigerado Lacan, então comprei o livrinho impresso de *Nomes-do-pai*. Descobri que não sou esperta, nem pra entender Lacan, nem pra marcar página. Com o hábito de simplesmente desligar o Kindle e confiar que a página fosse automaticamente marcada, esqueci, por três vezes, de dobrar a orelha na página recém lida antes de fechar o livro. A falta de esperteza se estendeu tanto que recomecei o livro três vezes sem lembrar onde tinha parado e, assim, dando-me conta que não, não entendi coisa alguma. Acho que vou voltar aos textos literários porque a academia não me pertence mais. Santa ignorância.

**09/08/13**

Livro lido: *Harry Potter and the prisoner of Azkaban*

Com minha volta triunfal às aulas de Inglês para crianças (esqueci de comparecer à primeira aula), decidi continuar minha leitura de *Harry Potter*. O primeiro li em papel, os seguintes comprei em formato

digital pelo Amazon. Faltava o *Prisoner of Azkaban*, que achei caro demais para um e-book (\$14,90, quase dá pra comprar a versão impressa com capa dura, se bobear ainda autografado pela J. K. Rowling). Digo com um pouco de vergonha que baixei o arquivo em PDF em um site de torrent. Aprendi duas coisas: o Kindle não lê PDF e a conversão para um arquivo de leitura é um mistério. Descobri um programinha chamado Calibre que, além de organizar tua coleção textinhos digitais, ainda converte para os formatos apropriados para o Kindle. Resultado da noite: li nada, fiquei organizando toda a biblioteca, convertendo PDFs para texto (OCR) e depois para Mobi.

**11/08/13**

Livro lido: *Harry Potter and the prisoner of Azkaban*

Hoje, sim, comecei a leitura. A manchinha sumiu! Até fui procurá-la no *Haunted*, não está mais lá. Meu Kindle tem poderes de regeneração. Enfim, algo deu errado na conversão. Era um PDF bem certinho, em formato de texto (não escaneado, em imagem) e no Kindle o espaçamento ficou medonho. Ficou bem difícil ler com certa fluência, pois precisei ficar procurando as continuações. Isso me irrita bastante, tipo ter que ler texto em Comic Sans. Além disso, é desrespeitoso com a própria autora, afinal, ela pensou na disposição e apresentação do texto. Decidi encomendar o livro impresso pela livraria Cultura.

**12/08/13**

Livro lido: *Room*, de Emma Donoghue

Li uma resenha deste livro e decidi comprar uma cópia digital, que estava com preço mais adequado. A história é baseada no pavoroso caso Fritzl, em que pai mantém a filha e os netos-filhos reféns em um porão por 24 anos. Achei interessante por a história ser contada pelo ponto de vista de uma das crianças, no livro identificado como Jack. Nele, o menino vê o quarto (no caso, o porão, aí o nome do livro) como o mundo real comandado por um senhor que os fornece comida pela porta (a entrada do mundo), enquanto o que ele vê na TV é completamente fictício. O arquivo veio em um formato irreconhecível e pedia um certificado da Adobe. Demorei pra entender como baixar, como abrir, como converter... A falta de esperteza continua. Por que não mandam o arquivo por email, ou te mandam um link para download?

**13/08/13**

Livro lido: *Room*, de Emma Donoghue

Agora sim, um livro bom para ler. Como não foi convertido (aparentemente), os espaçamentos são adequados e os tamanhos das letras são modificáveis. Desta vez, foi possível até mexer no contraste. Creio que tenha sido uma obra cuidadosamente preparada para dois lançamentos diferentes: um impresso e outro preparado especialmente para a versão online. Antes do download, o Amazon chegou a perguntar qual seria o dispositivo de minha preferência, então também acredito que seja uma versão específica para o Kindle. Alguém chegou a me falar que a versão específica para o iPad é maravilhosa, com a voz do menino saltando das páginas, assim, oralmente. Apesar de definitivamente não ser um livro infantil (por ser bastante violento), ele preza por fornecer a visão de um menino e, na versão com mais opções como a do iPad, deve ser interessante ouvi-lo ao passo que lemos os versos.

**17/08/13**

Livro lido: *Room*, de Emma Donoghue

Leitura terminada hoje, dessa vez sem sensação de vazio. Após a última página em branco, aparece uma pseudo-orelha falando de outras publicações e da autora. Isso me deixou com uma sensação de completude, de conclusão. Agora, vamos a algo mais leve.

**20/08/13**

Livro lido: *Sense and sensibility*, de Jane Austen

Presente de aniversário antecipado, que já li milhões de vezes, mas Jane Austen sempre tem um lugar no meu coração e várias edições e capas na livraria. Ganhei aquele da capinha de tecido, com uma estampa linda. Os materiais em Inglês que li da Jane Austen eram da versão mais barata, em paperback e papel quase igual jornal, a tinta até saía nos dedos. Acho que, exatamente por isso, foi fácil de ler: a capa mole deixava o livro mais leve, e o fato de ser bem baratinho me deixava enfiar de qualquer jeito na bolsa

*e transportar sem muito drama. Este da capa de tecido, apesar da bela qualidade de impressão, é pesadíssimo e me deixa morta de medo de estragar ou sujar o acabamento. É o anti-livro. Acho que livro tem que sofrer, ganhar orelha, marcação, risco, ser esquecido, dobrado, levado, ter história além da história.*

---

## LEITOR 7

**05/06/2013**

*Atualmente estou começando a ler dois livros simultaneamente que são:*

*Inferno – Dan Brown - leitura que será realizada totalmente em forma eletrônica em meu computador e no smartfone;*

*The 39 Clues – Livro 8 – o Código do Imperador – Gordon Korman. Livro impresso.*

*07:30h - Estou retornando de férias do trabalho e minha leitura é no ônibus, estou começando a ler The 39 Clues – Livro 8, o enredo é bom, mas como em todo o começo de livro, onde não entramos na trama ainda, tornou a leitura um pouco cansativo e me deu sono, li por aproximadamente vinte minutos e dormi no restante do percurso.*

*17:40h – Comecei a ler novamente The 39 Clues no trajeto do trabalho para casa, desta vez a história começou a ficar mais interessante e envolvente, e me senti circulando junto com os personagens dentro da cidade proibida em Pequim. A leitura durou aproximadamente 50 minutos.*

**06/08/2013**

*07:30h – Continuo lendo The 39 Clues, no trajeto de casa para o serviço, leio normalmente escutando no smartfone a rádio liberdade, mas bem ao fundo, quase imperceptível aos meu sentido auditivo, pois a rádio soa como uma trilha sonora no tempo em que estou absorto na leitura. A leitura durou aproximadamente 30 minutos.*

*12:20h – Estou em minha estação de trabalho (desktop) e começo a ler Inferno – Dan Brown, esta leitura é um pouco mais tranquila, sem ruídos ao redor e sem a necessidade de estar com um livro em minhas mãos, apenas controlando a leitura com o mouse. No computador tem a facilidade de durante a leitura não forçar muito os olhos, pois posso aumentar o tamanho do texto. A leitura durou aproximadamente 15 minutos.*

**07/08/2013**

*18:00h – Conheci a série The 39 Clues, pois meu filho teve que fazer um trabalho na escola com o livro (01) um e para poder orienta-lo em algumas questões comecei a ler com ele. A história se desenrola ao longo de 10 livros, então tentando também incentivar o meu filho na leitura, continuei lendo a coleção. São livros para jovem com texto simples e em média 250 páginas, por isso, já estou me encaminhando para o final do livro 8 e como em todo livro, o final começa a ficar interessante, mas não consegui ler por muito tempo pois a iluminação do ônibus era fraca e com o anoitecer, passei a não conseguir mais ler o livro e então, peguei o smartfone para ler Inferno de Dan Brown. Esta é uma das principais vantagens da leitura digital, iluminação própria. A leitura durou aproximadamente 15 minutos com The 39 Clues e 45min com Inferno de Dan Brown.*

**08/08/2013**

*13:15h – Não é para rir, mas para relatar uma outra praticidade do livro digital foi o que ocorreu hoje, fui ao banheiro fazer a higiene bucal pós almoço e senti um pouco de cólicas, me dirigi a “casinha” e o que fazer neste momento ocioso? Ora bolas estou com meu smartfone no bolso, peguei e comecei a ler Inferno de Dan Brown... Unir o útil ao agradável... Uma boa leitura... A leitura durou aproximadamente 15 minutos com Inferno de Dan Brown.*



**12/08/2013**

17:30h – Acabei de ler *The 39 Clues* – Livro 8, minha leitura no momento ficará apenas com o livro do Dan Brown, já que este vai levar bem mais tempo para leitura uma vez que leio apenas no trajeto de casa para p serviço e algumas vezes no horário do meio dia, mas como este escritor tem o dom de puxar o leitor para dentro da trama, não sei se me mantereí apenas nestes horários.

**13/08/2013**

13:00h – Hoje estou indo um pouco mais tarde para o serviço, mas me deparei com um inconveniente na leitura digital. Normalmente não acontece, mas hoje me sentei no acento da janela e fui esmigalhado pela pessoa que senta ao meu lado e devido a claridade da rua, gerou um reflexo indesejável no meu smartfone, dificultando a leitura e na posição em que eu conseguia ler sem reflexo, era incômoda para o meu corpo me gerando dor nas costas e no braço. Acabei parando de ler. A leitura durou aproximadamente 25 minutos com *Inferno de Dan Brown*.

**14/08/2013**

10:15h – Hoje mais uma vez me deparei com uma situação que até então não havia percebido, o reflexo no visor do smartfone, mas como estava fazendo esta leitura aproveitando o tempo ocioso enquanto fico sentado no banheiro, foi fácil desviar do reflexo e mergulhar na leitura. A leitura durou aproximadamente 15 minutos com *Inferno de Dan Brown*.

**15/08/2013**

12:20h – Tranquilo, com a sala vazia e com letras enormes, dei continuidade a leitura do livro *Inferno de Dan Brown*. Ler no desktop em um monitor LCD de 17” é muito bom... além de não precisar estar segurando o dispositivo próximo dos olhos e o zoom ajustado para 133%, a leitura fica dinâmica e nada cansativa, principalmente estando sentado confortavelmente e com os braços livres apoiados sobre a mesa. Me espraiei no tempo e a leitura durou aproximadamente 1,15h.

**15/08/2013**

07:40h – Hoje lembrei de relatar um ponto a favor do dispositivo móvel, não necessito de marcador de página, sempre que abro o arquivo do livro no meu smartfone, já vem na página em que eu encerrei a leitura anterior. Mas esta é uma facilidade que não sei se todos os dispositivos móveis possuem, uma vez que isso não ocorre quando eu abro o livro eletrônico no meu desktop. A leitura durou aproximadamente 40 minutos com *Inferno de Dan Brown*.

12:10h – ter um dispositivo eletrônico com acesso a internet ao ler um livro, “não tem preço”... tudo em um único dispositivo então, melhor ainda... Mesmo o autor descrevendo uma obra de arte no livro, nada como acessar o google e visualizar esta imagem para melhor compreensão... E isso tudo principalmente se estiver lendo um livro de Dan Brown... Pela emoção do momento e o mergulho na leitura e navegação pela internet a leitura durou aproximadamente 1:40h com *Inferno de Dan Brown*.

**19.08/2013**

07:40h – Nunca tinha tido uma leitura digital tão emocionante quanto a esta, obrigado google street view. Com esta facilidade podemos entrar profundamente na pele do personagem, viajar e saber se realmente o autor está retratando com realismo os locais mencionados no livro. A leitura durou aproximadamente 40 minutos com *Inferno de Dan Brown*.

12:20h – Estou me deparando também com um problema... estou me demorando muito na leitura, pois a cada nova paisagem, cada nova pintura relatada no livro estou visitando o google... mas não faz mal, em um livro de Dan Brown, temos que mergulhar na história, pelo menos eu acho isso... os livros deste autor são muito bons, estou até pensando em reler *O Símbolo Perdido* deste mesmo autor tendo o google ao meu lado... kkk... é fascinante... A leitura durou aproximadamente 1:00h com *Inferno de Dan Brown*, mas rendeu apenas três capítulos.

**20/08/2013**

10:00h – É impressionante o quanto Dan Brown consegue fazer com que fiquemos presos a leitura de seus livros... ultimamente, quando tenho tempo, não importa onde eu esteja, nem o tempo que a leitura vai



*durar, dando para ler uma página já é um progresso, abro o smartfone e lá estou eu lendo... Obviamente neste livro em especial estou preferindo ler no desktop pois a internet é mais rápida e a tela maior. Estou acompanhando o livro e visitando os locais no google street view, é impressionante... com certeza Dan Brown esteve nestes locais ao escrever o livro... está sendo impossível determinar o tempo de leitura atualmente pois tenho deixado o arquivo do livro e o google permanentemente abertos durante o horário em que estou no desktop.*

*12:00h – É impressionante o quanto somos pequenos e quanta beleza temos para ver no velho mundo... Depois dizem que dinheiro não trás felicidade... Pode não trazer felicidade, mas com certeza pode proporcionar muita felicidade... Como gostaria de conhecer Florença... Tai uma coisa que poderia ter agora com o advento dos livros digitais... Onde não há a necessidade de se preocupar com números de páginas e tinta gasta na impressão... O livro poderia vir abarrotado de imagens e mapas... Certamente este livro de Dan Brown ultrapassaria as 1000 páginas... Além de ser enriquecido com o conhecimento da história e da arte... e o leitor não precisaria estar navegando no google em paralelo... É impossível escrever o que Dan Brown escreve sem ter estado nos locais onde a história se acontece...*

**23/08/2013**

*12:h – O Estilo de escrever de Down Brown, em que descreve locais reais, nos leva além de uma viagem ao mundo do personagem, nos leva junto a uma viagem pelo mundo, estou fascinado com este modo de ler... pena por um detalhe... a internet móvel no Brasil ainda não é de primeiro mundo, além de cara... Fico pensando o quão maravilhoso e empolgante pose se tornar a leitura digital no futuro... que escritores, mesmo em mundos imaginários, poderiam criar maravilhas em 3D, postar em seu site e colocar links nas páginas dos livros digitais... não sei se isso já existe, mas seria maravilhoso...*

## ANEXO D – AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS COM A COMPANHIA DAS LETRAS/E-MAILS

**Ingrid Scherdien**

**28 de maio** | para Marina Pastore

*Olá Marina,*

*Boa noite!*

*Trocamos alguns e-mails recentemente sobre a temática da minha dissertação de mestrado, o livro digital. Gentilmente respondestes as minhas perguntas iniciais, o que agradeço imensamente. Pois fico feliz em te comunicar que a primeira etapa do meu trabalho - o texto de qualificação - foi aprovado. No entanto, agora é o momento de aprofundar ainda mais os estudos. Há a possibilidade de eu necessitar de uma editora que trabalhe com livros digitais como um dos meus objetos de estudo. Assim, te questiono se a Companhia das Letras não poderia ser esse personagem e se haveria a possibilidade de eu estreitar as nossas conversas de modo mais frequente.*

*Fico aguardando o teu retorno.*

*Atenciosamente,*

--

Ingrid Scherdien

**Marina Pastore**

**29 de maio** | para Ingrid Scherdien

*Bom dia, Ingrid!*

*Que bom saber, parabéns pelo trabalho! E é claro, pode contar conosco na próxima etapa! Não sei exatamente de que tipo de dados você vai precisar, mas já adianto que existem algumas informações que não vou poder te passar (números de venda, participação de cada livraria, esse tipo de coisa). De resto, estou à disposição.*

*Atenciosamente,*

--

Marina Pastore

Departamento Digital | Companhia das Letras

**Ingrid Scherdien**

**7 de julho** | para Marina Pastore

*Olá Marina,*

*Como continuação de nossa conversa, o ideal para minha pesquisa é poder realizar uma entrevista contigo e com mais umas duas pessoas da Companhia das Letras. Pensei no Fabio Uehara, que é o coordenador de mídias digitais de vocês, que poderia falar especificamente sobre design. E também gostaria de saber se há alguém da direção da Companhia que poderia responder a algumas perguntas. As perguntas podem ser respondidas por e-mail, mas caso não seja possível, por questão de tempo, poderia ser também por telefone. Só precisaríamos agendar um momento.*

*Fico no teu aguardo.*

*Atenciosamente,*

--

Ingrid Scherdien

**Marina Pastore**

**8 de julho** | para Ingrid Scherdien

*Olá, Ingrid!*

*Claro, sem problemas! Pode me mandar as perguntas e eu mesma encaminho para o Fabio. Da direção, acho que quem mais pode te ajudar é o Otávio Costa, que é nosso publisher e tem participado bastante dos projetos digitais. Que tal? Acho que ele pode te informar melhor sobre as questões estratégicas também.*

*Atenciosamente,*

--

Marina Pastore

Departamento Digital | Companhia das Letras

# ANEXO E – APRESENTAÇÃO DO MESMO TEXTO EM DISPOSITIVOS E CONFIGURAÇÕES DIFERENTES



Fonte: imagens enviadas pela Companhia das Letras, montagem da autora.