

A AÇÃO DO LEITOR SOBRE O DESIGN DO LIVRO DIGITAL

Thaís Cristina Martino Sehn¹, Dennis Messa da Silva² e Suely Fragoso³

crisehn@hotmail.com [1], dennismessa@gmail.com [2], suelyfragoso@ufrgs.br [3]

RESUMO

Este artigo trata das possibilidades de personalização características das tecnologias digitais, que se estendem aos livros, cujo projeto gráfico pode, muitas vezes, ser alterado pelos usuários. As questões que encaminham o texto dizem respeito à relação dos leitores com os livros digitais, com ênfase no uso, das possibilidades de customização dos livros digitais. Para abordar o tema, partimos de uma revisão bibliográfica sobre o design editorial, após a qual apresentamos os resultados de uma pesquisa junto a leitores, realizada através de questionários online. O texto termina com uma reflexão sobre o papel do designer frente às possibilidades de customização do livro digital.

Palavras-chave: “design editorial”, “*e-book*” e “*tablets*”.

INTRODUÇÃO

Ao longo dos séculos que compõem a história do livro, diversos padrões de composição legitimaram-se e passaram a ser considerados sinônimos de conforto e eficácia de leitura ao usuário – bem como da capacidade técnica dos profissionais do design editorial. Autores como Bringham (2005), Gruszynsky (2006), Hendel (2006) e Tschichold (2007a, 2007b) evidenciam a importância do projeto gráfico, observando que este prepara o leitor para a experiência de leitura que o aguarda. No entanto, com os livros digitais, abre-se a possibilidade de o usuário – dentro das opções oferecidas pelo software – configurar a aparência do seu livro, alterando assim, a forma como este é visualizado na tela. Essa possibilidade coloca um novo desafio para os designers, até então acostumados a definir os parâmetros de seus projetos em termos de um suporte fixo, o papel.

¹ Mestranda em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM - UFRGS).

² Mestrando em Design e Tecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDesign - UFRGS).

³ Ph.D. em Comunicação, Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PPGDesign - UFRGS).

Quando projeta para o meio impresso, o designer idealiza um artefato físico que pretende ser universal, pois projeta algo com a intenção de atender às necessidades ergonômicas da maior parte – ou totalidade – dos usuários. Já no segundo, abre-se a possibilidade de o leitor modificar o estilo de texto, cores, tamanho e disposição de elementos na tela, sob o arbítrio de suas preferências individuais. Como designers, sabemos que essa é uma transição difícil para os profissionais responsáveis pelo projeto editorial. Questionamos, então, como o leitor percebe essas potencialidades do meio digital e se realmente faz uso da customização que lhe foi permitida pela mudança de suporte.

Este artigo está organizado em três seções: a primeira corresponde a uma breve revisão bibliográfica sobre o design de livros impressos e sobre as possibilidades oferecidas pelos recursos digitais. Em um segundo momento, apresenta os resultados de uma pesquisa quantitativa, realizada através de questionários on-line, que procurou identificar e entender as relações dos leitores com os livros digitais. Por fim, executou-se um cruzamento do referencial teórico com o resultado da pesquisa, tecendo-se uma reflexão sobre a real utilização dos recursos de customização do livro digital e sobre o reposicionamento do designer diante desse novo meio.

AS CARACTERÍSTICAS DO LIVRO E SEU PROJETO GRÁFICO

O projeto gráfico do livro tem, entre suas funções, apresentar uma ambientação de leitura para o usuário, pois constrói uma mediação "subjéctiva, inconsciente, ou seja, imagética" (FLUSSER, 2007, p. 115). Ao exercer controle sobre os aspectos visuais do livro, o projeto gráfico visa construir um sentido, direcionando o leitor para um conjunto de expectativas, que poderão ser confirmadas ou reformuladas ao longo da leitura (GRUSZYNSKY, 2007). Em muitos casos, entretanto, o melhor design editorial é justamente aquele cuja influência o leitor não percebe de maneira consciente. Um projeto visual adequado permite que o usuário seja absorvido pelo conteúdo, facilitando esse processo, ao invés de se interpor a ele, não é irrelevante, ou fácil de fazer – ele é transparente. Pode-se traçar uma analogia com a tipografia, instrumento base para a construção da leitura:

[...] a tipografia precisa frequentemente chamar a atenção para si própria antes de ser lida. Para que ela seja lida, precisa, contudo abdicar da mesma atenção que despertou. A tipografia que tem algo a dizer aspira, portanto, a ser uma espécie de estátua transparente (BRINGHURST, 2005, p. 23).

Este fenômeno é tratado por Bolter e Grusin (2000) como o desejo de transparência, onde: "o usuário não deve notar a interface" (BOLTER e GROMALA, 2003, p. 37). Também se observa "que as sensações provocadas pelo livro como objeto, quando conscientemente percebidas, antecedem a leitura, não coincidem com essa" (DADICO, 2001, p. 61), sendo mais evidentes no momento da escolha, aquisição ou conservação da obra. Apesar de ser uma arte invisível para a maioria dos consumidores, que não percebem as minúcias do design editorial, existe uma tradição de estudos por trás de cada projeto, que visa proporcionar uma experiência mais agradável de leitura.

Segundo Hendel (2006), ao projetar um livro impresso, o primeiro passo é definir a altura e a largura da página. Muitas vezes, devido a questões econômicas, os formatos são pré-estabelecidos antes do início do trabalho do designer, visto que os fabricantes de papel fornecem materiais em tamanhos padronizados, o que torna oneroso um projeto de formatos diferenciados. Conforme Tschichold (2007b), o tamanho do livro, seu formato, cor do papel e desenho da lombada são itens a serem definidos no projeto por uma questão funcional e de manutenção da integridade do livro como objeto; sempre pensando na interação com o leitor. Para isso, o designer deve propor o uso de tamanhos de letra que tenham relação com o formato do livro.

Já no caso do livro digital, as limitações partem da definição do formato de arquivo a ser utilizado para a distribuição, que pode ser um fator determinante já que condiciona os recursos que estarão disponíveis tanto para o designer quanto para o leitor. Os formatos mais comuns de livros digitais são: PDF (*Portable Document Format*), ePUB (*Electronic PUblication*), Mobi (*Mobipocket*), Folio e ASCII. Em virtude do livro digital ainda não ser tão popular como o impresso, julga-se necessário abrir um parêntese para explicar as especificidades desses formatos, oportunizando uma melhor compreensão do objeto investigado.

Os primeiros livros em formato digital foram disponibilizados pelo Projeto Gutenberg na década de 1970 (HART, 2010) e a página *web* mantêm-se em atividade ainda hoje⁴. A proposta do Projeto Gutenberg é maximizar o alcance das obras, distribuindo-as gratuitamente e em formato compatível com qualquer aplicativo, desde os mais básicos. O formato utilizado é o ASCII, que corresponde a um arquivo de texto básico (txt). Por ser um recurso mais simples, não permite negritos, itálicos, super escritos e caracteres não latinos. O fato de que a configuração visual do livro não é preservada aponta para a maior importância que o Projeto Gutenberg confere ao conteúdo a informação textual é armazenada. O Projeto Gutenberg é um marco na história da leitura e, para a finalidade a que se propõe, extremamente eficiente, já que o formato ASCII é um método seguro de preservação do livro e da informação, devido a sua simplicidade, idade de uso e compatibilidade. Vale destacar que, quanto mais complexo o formato de arquivo de representação visual, maior o risco de apresentar problemas de leitura no *software* ou até mesmo uma incompatibilidade de sistemas.

O modo mais popular de publicação eletrônica para qualquer tipo de texto, desde documentos pessoais a livros é o arquivo PDF:

Desenvolvido pela Adobe Systems e aperfeiçoado ao longo dos últimos 20 anos, agora o formato PDF é um padrão aberto para troca de documentos eletrônicos mantido pela International Standards Organization (ISO) (ADOBE).

⁴ Disponível no seguinte endereço: http://www.gutenberg/wiki/PT_Principal.

A principal característica do formato PDF é a apresentação fidedigna do documento, independente do suporte digital utilizado, ou seja, o arquivo é visualizado sem que ocorram distorções ou alterações de seu *layout* em qualquer sistema computacional, aparelho ou sistema de impressão. Por isso mesmo, o formato PDF é muito utilizado como arquivo final de envio para impressão. No meio digital, a fidelidade na representação do documento impede a customização da página pelo leitor. O único recurso costuma ser o uso de '*zoom*' para visualizar a letra maior ou menor, o que, entretanto pode jogar partes do texto para fora da tela (Figura 1). Mesmo mantendo a integridade visual do arquivo, muitos *softwares* utilizados para ler o PDF permitem anotações, comentários e marcações. Um importante recurso do meio digital incorporado ao PDF é a ferramenta *busca de palavras* ou *expressões exatas* contidas no texto. Apesar de o PDF suportar a ação hipertextual, como por exemplo: *links* e botões, campos de formulário, vídeos e áudio, esses recursos parecem ser pouco utilizados nestes formatos, mantendo uma configuração mais parecida com o impresso.

Os formatos ePUB e Mobi possuem características muito semelhantes, entretanto precisam de diferentes programas para serem visualizados. Segundo Garrish (2011), muitas das tecnologias incorporadas nos ePUBs foram desenvolvidas de acordo com o International Digital Publishing Forum⁵ (IDPF), que é a organização que regula as especificações sobre esse formato. Vale destacar que o Mobi diferencia-se do ePUB por ser controlado por apenas uma empresa: a Amazon. Para este trabalho, o que é relevante abordar sobre esses dois formatos é que ambos são projetados para se adaptarem ao tamanho da tela em que estão sendo visualizados. Isso resolve o problema de fluxo do texto – e portanto de leitura – que decorre do uso do *zoom* no PDF, por exemplo.

Esse recurso de adaptação é de grande utilidade para usuários que visualizam arquivos em aparelhos com telas pequenas, como os *smartphones* e os *tablets*. Por exemplo, para ler um texto em PDF em um *smartphone*, costuma ser necessário utilizar a ferramenta *zoom* e arrastar a imagem de um lado para outro, justo que parte das frases fica fora de enquadramento da moldura do aparelho. Já em um arquivo ePUB/Mobi, pode-se redimensionar os próprios caracteres tipográficos, não sua visualização, de modo que as palavras se acomodam automaticamente e todo o texto permaneça visível na tela. Essa diferença pode ser percebida na Figura 1, onde o mesmo texto é mostrado em ePUB e em PDF, notando-se que, no primeiro, o parágrafo aparece completo com o aumento da letra e, no segundo, cortado através da utilização do *zoom*.

⁵ Disponível em: <http://idpf.org>

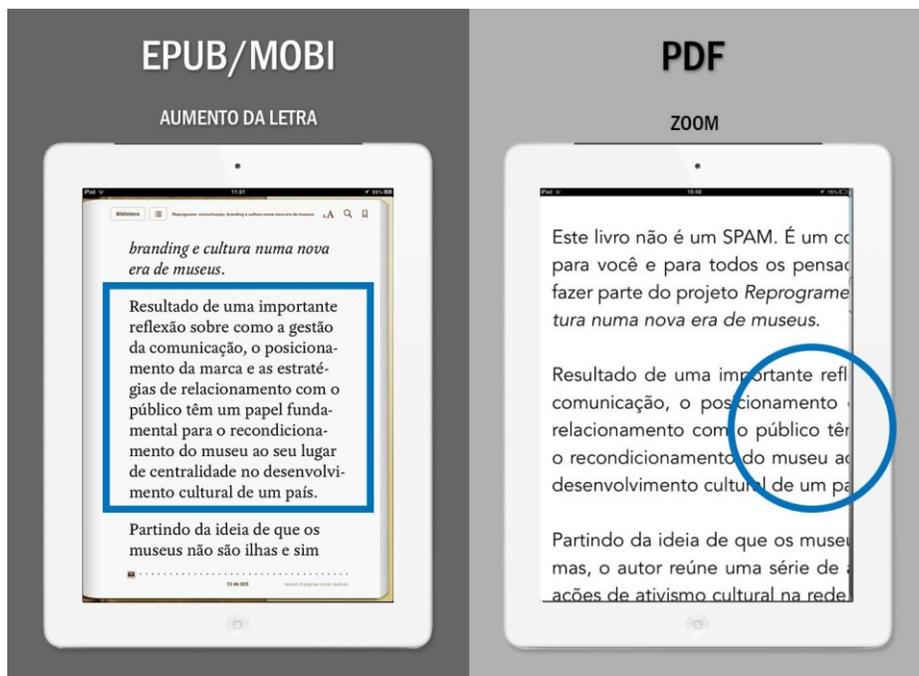


Figura 1: Trecho do livro *Reprograme*, de Luís Marcelo Mendes.

Fonte: Imagem criada pelos autores deste artigo.

Nos formatos ePUB/Mobi, as imagens são incorporadas ao texto e não podem ser modificadas, mas, além do tamanho da letra, também a fonte, o tamanho das margens, as entrelinhas, as cores da página e do texto, o modo de visualização (tela cheia, simulação de livro, barra de rolagem etc), entre outros. Quais desses recursos estarão realmente disponíveis para o leitor depende mais do *software* utilizado para a leitura do livro do que do formato de arquivo. Ou seja, nesses formatos, o documento digital carrega especificações do livro, mas as possibilidades de customização dependem mais do programa em que ele é acessado. Segundo Garrish (2011), o ePUB (atualmente em sua versão 3.0) é uma das grandes promessas para o futuro dos livros digitais, pois permite a utilização de diversas ferramentas multimídia e também o uso de projetos gráficos mais elaborados.

O formato Folio é uma outra forma de publicação projetada especificamente para *tablets* e *smartphones*. Seu conteúdo funciona em plataformas baseadas no sistema IOS (da empresa Apple) ou Android (Google). Nesses formatos, o livro digital não é mais um arquivo a ser aberto em outro programa, como o ePUB, o Mobi e o PDF. Aqui o próprio “livro” é instalado, como um programa ou aplicativo no dispositivo. No Folio o *layout* é fixo, o que impossibilita as alterações paisagem/retrato da tela, a menos que elas tenham sido projetadas anteriormente pelo designer. Por utilizar a tecnologia DPS (Digital Publishing Suite) este formato possui algumas desvantagens frente ao ePUB/Mobi: além de não se adaptar a diferentes tamanhos de tela, também não possui o recurso de busca de palavras, por exemplo. Por outro lado, o DPS capta o movimento do leitor durante o uso do livro digital, com isso é possível saber qual foi a página mais lida, qual foi visualizada por mais

tempo, etc. Como o Folio é um aplicativo, ele pode desenvolver seu próprio padrão de interatividade, não depende dos recursos de um outro *software*. Por outro lado, seu *layout* é fixo e exige diferentes projetos editoriais e modos de implementação para atender a diferentes modelos de dispositivos⁶. Os exemplos mais famosos desse formato são: “Alice for iPad” da Atomic Antelope e, em português, “A menina do nariz arrebitado”, da Globo Livros.

Fechando o parêntese sobre as especificações dos formatos digitais, voltamos à questão dos novos desafios que o designer enfrenta ao projetar um livro eletrônico. Antes de qualquer coisa, é preciso pensar qual dessas representações irá oferecer mais vantagens ao grupo de leitores interessados na obra a ser projetada. Assim como Tschichold (2007b) afirma que o livro impresso deve ser pensado para o tamanho médio das mãos de um adulto, e “os livros infantis não devem ser produzidos em tamanho in-fólio porque esse formato não é cômodo para uma criança” (TSCHICHOLD, 2007b, p. 61), no ambiente digital não faz sentido produzir um livro PDF similar ao tamanho do impresso se o público-alvo irá acessá-lo em *tablets* e celulares. Contudo, se a invariabilidade do design gráfico do livro for um ponto de interesse para os seus leitores, o formato em PDF ou Folio pode ser o mais adequado.

Uma diferença interessante entre o meio o digital e o impresso é que o custo para produzir mais de um modelo de livro eletrônico não é tão alto quanto à confecção de mais de uma versão impressa. Uma mesma obra de papel em versões de bolso e luxo, por exemplo, muitas vezes onera o editor não apenas no que diz respeito à necessidade de dois projetos editoriais diferentes, mas também na duplicidade das tiragens. Já no suporte digital, os custos de produção envolvem, muitas vezes, somente o trabalho profissional. Por outro lado, no livro digital, mesmo desconsiderando as diferenças impostas pelos distintos aparelhos utilizados no momento da leitura, a própria adaptabilidade de alguns formatos permite oferecer o mesmo projeto editorial para diferentes plataformas. Por outro lado, as particularidades do design digital, como a necessidade de prever as customizações, constitui um novo desafio para o designer, que agora deve cuidar dessas variáveis. Assim como para o impresso, valem para o digital as palavras de Zapf, para quem “livros ainda são expressões de atividades criativas e sua execução exigida com frequência um trabalho duro” (2005, p. 100-101).

É possível investir em um formato Folio para *tablets*, PDF para computadores de mesa e *notebooks*, ePUB/Mobi para *tablets* e *smartphones* e, ainda, o ASCII para garantir a preservação a longo prazo da informação textual. Apesar de o custo ser mais baixo em virtude da eliminação do processo de impressão, o projeto editorial para suporte digital requer muitos profissionais especializados como, por exemplo: o editor, o autor, o revisor, o designer e o programador. Também vale destacar que, no caso dos livros que simulam a página impressa, o custo de produção pode ser menor, principalmente se houver simplesmente um planejamento de efetuar uma adaptação do livro impresso para o formato

⁶ Como a tecnologia digital avança rapidamente, alguns recursos podem ser implementados em pouco tempo, o que invalidaria algumas características apontadas aqui (Dual pixel, 2012).

digital. Entretanto, esses livros não estão realmente utilizando os recursos do novo tipo de suporte: são livros impressos transferidos para outro tipo de situação (que muitas vezes, não foi prevista, e, portanto não foi levada em conta na elaboração do projeto). Todavia, os livros que exploram recursos multimidiáticos, que propõem uma intervenção diferenciada do leitor, podem, inclusive, sair mais caro que o formato impresso tendo, em vista que este tipo de projeto exige uma equipe interdisciplinar altamente tecnológica e especializada. Assim, mesmo que não exista uma tiragem de impressão no livro digital, é necessário haver uma estimativa do número de consumidores para que se sustentem tais investimentos. Ou seja, apesar de sua aparente imaterialidade, o livro digital não é 'gratuito'.

No livro impresso outro elemento importante a considerar são as margens (HENDEL, 2006). Para Bringhurst (2005) as margens têm três tarefas:

Elas precisam amarrar o bloco de texto à página e amarrar as páginas opostas uma à outra com a força de suas proporções. Em segundo lugar, devem emoldurar o bloco de texto de um modo que se ajuste ao seu desenho [da tipografia]. Finalmente, precisam proteger o bloco de texto, facilitando a visualização do leitor e tornando o manuseio conveniente (noutras palavras, deixando espaço para os polegares) (BRINGHURST, 2005, p 181. Grifos do autor).

Alguns programas oferecem a opção de alterar o tamanho das margens. Considerando a leitura em *tablets*, por exemplo, a citação acima ajuda a exemplificar a diferença entre o projeto para impressão e para leitura em *tablets*, já que, no último caso, as margens não serviriam para "apoiar os polegares", como afirma Bringhurst (2005), já que ao tocar na tela, o leitor aciona a ferramenta de troca de página. O controle das margens pode ser usado como um recurso para controlar o número de caracteres por linha, já que esta é uma das variantes que depende também do tamanho da letra escolhido, que pode mudar de acordo com as preferências de cada usuário. Muitos leitores aproveitam o espaço das margens para fazer anotações sobre a leitura, no caso do livro digital essa função é inexistente. Alguns *softwares* oferecem como alternativa, ferramentas próprias para fazer destaques e comentários no texto.

Apesar dessas inúmeras possibilidades, neste estudo tratamos das considerações sobre o 'livro digital' às possibilidades do formato ePUB/MOBI, que dão ao leitor a autonomia de alterar a formatação do livro. Muitas obras neste formato oferecem a opção de serem lidas na configuração original projetada, mas outros aspectos, com exceção das imagens, podem ser alterados. O leitor pode escolher se quer ler com as especificações pensadas pelo designer ou alterar de acordo com suas preferências.

Enquanto no livro impresso o designer tem a possibilidade de controlar todas as características visuais e táteis da obra, o resultado do livro digital é um cruzamento das possibilidades oferecidas pelo projeto, pelo aparelho de leitura e, pelo *software* que disponibiliza o acesso ao arquivo. Vale lembrar que tanto o aparelho quanto o *software* também são objetos projetados por designers, ou seja, um livro digital envolve pelo menos dois níveis de design – o do dispositivo de leitura e o editorial. Com exceção dos *e-readers*

(Kindle, Kobo, Sony Reader, etc), a maioria desses dispositivos, foi concebida para exercer diversas funções, não exclusivamente para a leitura de livros digitais.

Já o *software* é planejado exclusivamente para essa função, portanto, ao avaliar dentro dos conceitos de projeto de design, o profissional responsável pela sua criação, muitas vezes desenvolve diversas pesquisas a respeito das características do livro. Nesse aspecto, conforme Simon (1969), o homem concebe seus artefatos tomando por base sua visão do mundo. O projetista gráfico procura entender determinadas ações que o leitor está acostumado a efetuar no código e assim o designer planeja como incorporar determinados recursos ou metáforas na versão digital, misturando-as com as facilidades e possibilidades específicas do novo meio.

Apesar de existirem desde a década de 1970, os livros digitais só se popularizaram depois da virada do milênio, principalmente com a comercialização dos *tablets* e dos *e-readers*. Hoje em dia, ainda é possível encontrar muitos livros digitais feitos sem a devida atenção ao design. Ao projetar para os meios digitais, o designer deve considerar muitos fatores que são relevados no projeto editorial para impresso (com exceções do papel e tinta, por exemplo) e, além deles, também a intervenção do leitor – que pode optar por alterar ou não um ou mais aspectos da visualidade do livro. Ao conhecer as características dos *softwares* que serão utilizados para leitura, o designer pode projetar possíveis versões de cores de fundo de tela, tamanho de letras, margens além do projeto *default* original da obra. Deve propor uma identidade visual ou otimização da experiência para a determinada leitura. Explorar a característica do meio permite a aparência mutante do arquivo, explorando o fato de que o digital possibilita a: “multiplicidade da impressão, mas não a fixidez, confiabilidade e estabilidade dos textos escritos ou impressos” (LANDOW, 1997, p. 34, tradução nossa⁷).

Também é importante destacar que na história do design gráfico, após as grandes guerras, houve um período marcado por uma busca da forma visual imparcial, atemporal, transparente e absoluta: “uma elegante simplicidade complexa que combina estética pura e valores perfeitamente funcionais” (Heller, 2004, p. 241). Esta corrente de neutralidade, denominada de “Estilo Suíço”, ou “Estilo Internacional” propõe uma linguagem gráfica desprovida de idiosincrasias ou traços culturais. Este estilo possui ligação ideológica com o design universal, proposto anteriormente por Tschischold (2007a), que acreditava que o *layout* do texto deveria sempre seguir o mesmo padrão, visava, assim, alcançar uma neutralidade, evitando que o leitor fosse influenciado pelo design. Apesar do seu radicalismo formal, estas propostas de projeto estão ancoradas nos antigos cânones renascentistas (HOLLIS, 2000). Estes valores culturais influenciaram a linguagem dos projetos digitais atuais (BOLTER e GROMALA, 2003).

⁷ Citação original em inglês: “multiplicity of print, it does not the fixity – and hence the reliability and stability – of either written or printed texts” (LANDOW, 1997, p. 34).

Desta forma, se considerarmos os atuais projetos gráficos de *softwares* de leitura de livros digitais, poderíamos supor uma renovação do design universal. Pois que, as tipografias e configurações visuais podem manter os mesmos valores, independente do livro adquirido. A grande diferença desta nova padronização de leitura, é que esta se dá de forma individualizada, já que cada leitor configura seu livro de acordo com suas preferências, e sob o ponto de vista de Tschichold (2007b) todos deveriam acatar o seu projeto. Por mais que se considere o projeto universal uma megalomania (Mandel, 2011) ou que o estilo internacional seja tratado como uma cultura visual a parte do design gráfico, a tentativa de projetar algo universal tem em sua essência a intenção de equacionar uma convenção de formas e valores a diferentes usuários com diferentes culturas. Seu caráter pode ser considerado agregador, justo que possui o intuito de permitir a interação entre distintos expectadores.

A próxima seção deste texto apresenta os resultados de uma pesquisa empírica junto a leitores de livros impressos e digitais, para averiguar suas percepções sobre as possibilidades de customização desses últimos e os usos que fazem dos mesmos.

A RELAÇÃO DOS LEITORES COM O LIVRO DIGITAL

A coleta de dados foi efetuada através de um questionário on-line, com estrutura semiaberta, dividido em duas partes: a primeira para aferir o perfil dos participantes, a segunda voltada para os hábitos dos leitores que já possuem experiências com o livro digital. A amostra foi construída por acessibilidade, ou seja, trata-se de uma amostra aleatória simples (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011). Divulgou-se o questionário por *e-mail* e *Facebook*, como um convite para participação enviado aos contatos dos autores deste artigo. As respostas foram colhidas no período de 24 de julho de 2013 e 5 de agosto de 2013, ao final do qual, 80 pessoas haviam respondido ao questionário, sendo 45 mulheres e 35 homens. A maioria dos participantes (69) reside no estado do Rio Grande do Sul⁸, Brasil, sendo que 39 moram na capital gaúcha, 9 moram em outras cidades do país e 2 moram em outros países (Portugal e Austrália).

De todos os participantes, apenas um não havia iniciado o ensino superior, estando no ensino médio; o restante tinha nível superior incompleto, completo, especialização, mestrado, doutorado ou pós-doutorado. Trata-se, portanto, de uma amostra de leitores com alto grau de escolaridade. Quase todas as pessoas (96%) acessam a internet todos os dias. Ao serem questionadas sobre o número de obras lidas nos últimos seis meses, apenas 6 pessoas informaram que não haviam lido nenhum livro nesse período, 25 haviam lido até três livros, 23 de quatro a seis livros, 12 de sete a dez livros e 14 afirmaram ter lido mais de onze livros nos últimos seis meses. Sobre suas motivações para a leitura, a maioria dos respondentes atribui maior importância ao aprendizado (47), seguido do lazer (35),

⁸ Este desvio em direção às respostas de leitores da capital gaúcha é certamente resultado do modo de configuração da amostra.

desenvolvimento pessoal (31) e desenvolvimento espiritual (7). Importante ressaltar que o questionário permitia que uma mesma pessoa assinalasse o mesmo nível de importância para mais de um tipo de motivação.

Das 80 pessoas que responderam o questionário, 64 já haviam lido pelo menos um livro digital, 15 nunca haviam lido e 1 afirmou que não se lembrava. O questionário prosseguiu apenas para aqueles que afirmaram já ter lido pelo menos um livro em suporte digital. Os dados e comparações que seguem neste artigo a partir de agora, mesmo aqueles feitos sobre o livro impresso, são referentes apenas a esse grupo de 64 pessoas. As respostas sobre a quantidade de livros comprados ou baixados gratuitamente nos últimos seis meses sugerem que a aquisição gratuita é uma prática comum. Através da análise das respostas serem abertas para o participante responder, percebe-se que a cultura do livro digital está muito associada à ideia de que o livro digital tenha custo zero ou que pelo menos seja mais abaixo do valor do livro impresso. Como pode ser visto no Gráfico 1, 20 pessoas afirmaram ter baixado gratuitamente mais de onze livros nos últimos seis meses, 39 pessoas baixaram de um a dez livros e apenas cinco pessoas declaram não ter adquirido seus livros digitais gratuitamente. Por outro lado, apenas 2 pessoas compraram mais de onze livros digitais, 17 pessoas compraram entre um e dez e 45 pessoas afirmaram que não compraram nenhum livro digital nos últimos seis meses.

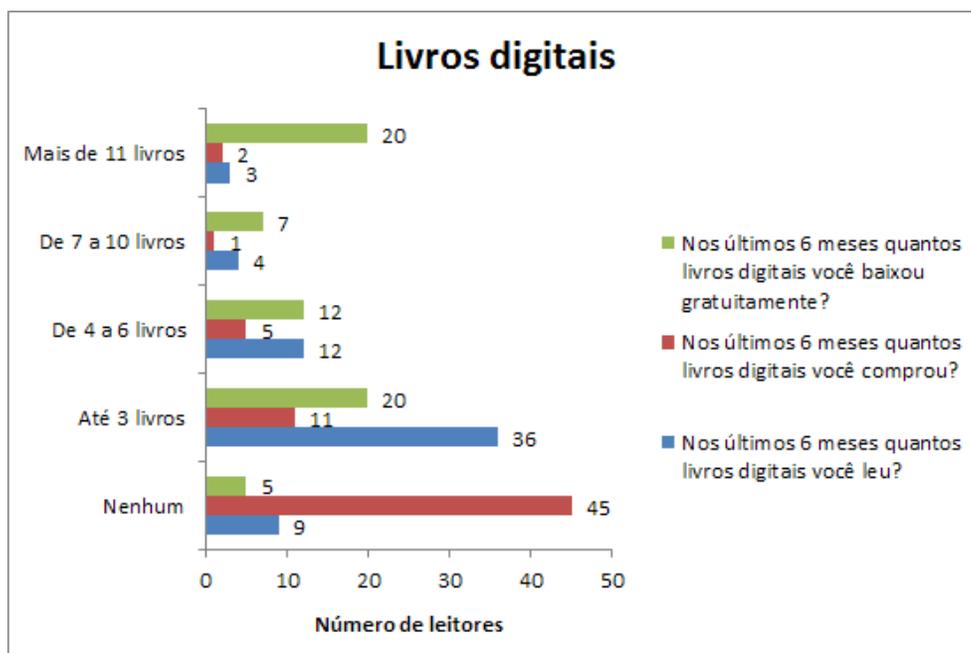


Gráfico 1: Utilização dos livros digitais.

Com relação ao aparelho utilizado pelos leitores a maioria leu um livro digital em um *tablet*, seguido de *notebook/netbook* e computador de mesa, como mostra o Gráfico 2. Um ponto importante para o design editorial é que a maioria (36 pessoas) utiliza mais de um aparelho para a leitura, o que deve ser levando em consideração na hora do designer projetar um livro digital. O *tablet* foi um dos aparelhos preferidos (escolhido por 27

peçoas), seguido do Notebook/Netbook (escolhido por 16 peçoas), como pode ser visto no Gráfico 3. Dos 28 leitores que leem em apenas um tipo de suporte, os escolhidos foram *tablet*, *e-reader*, *Notebook/Netbook* e computador de mesa, conforme é mostrado no Gráfico 4.

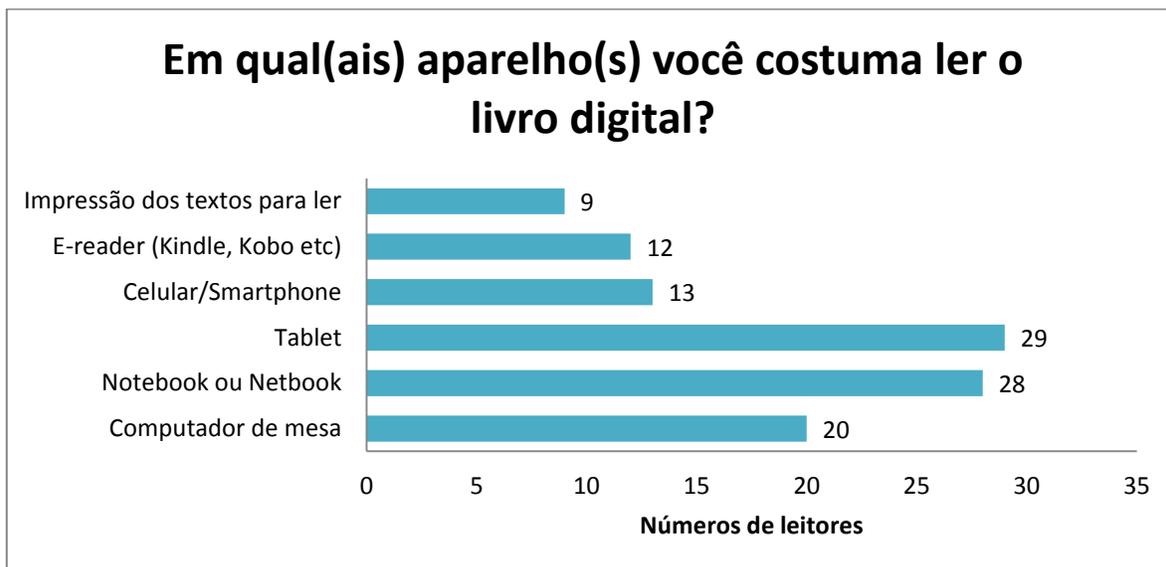


Gráfico 2: Aparelhos mais utilizados para leitura

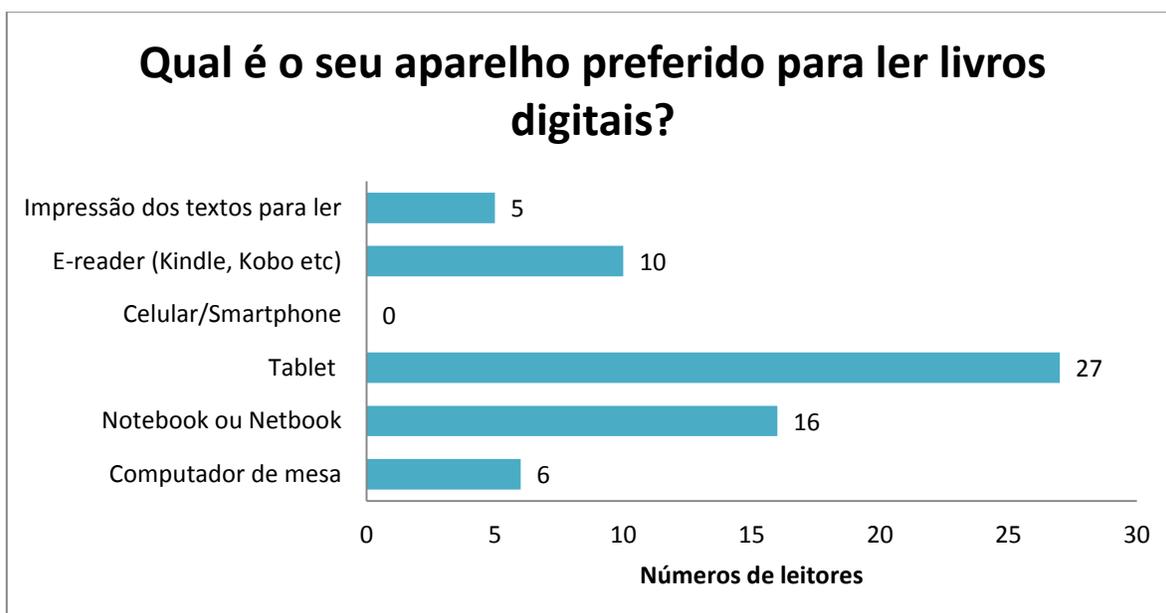


Gráfico 3: Aparelhos preferidos para a leitura

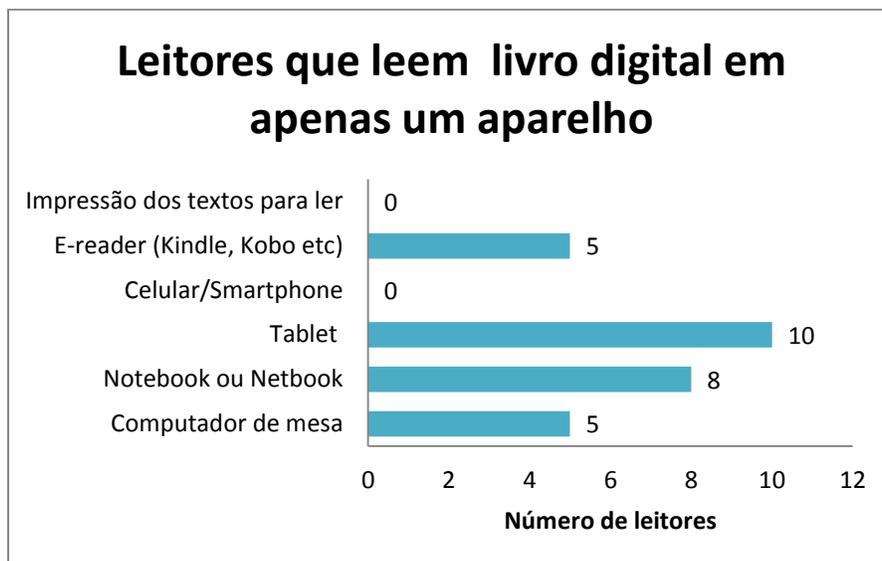


Gráfico 4: Aparelhos utilizados por leitores que utilizam apenas um dispositivo

Como pode ser observado nos Gráficos 5 e 6, a maioria (36) afirmou saber da existência de possibilidades de alterar as configurações do livro digital. No entanto 26, ou seja, menos da metade, afirmaram não utilizar esses recursos.

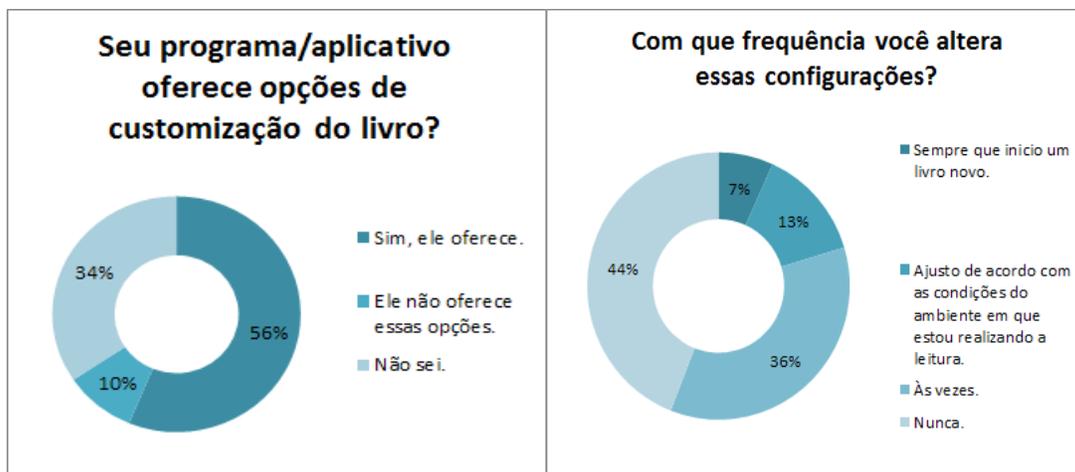


Gráfico 5 e 6: Relação dos leitores com as configurações do livro digital

Diante da possibilidade de poder configurar o seu livro digital, 20 participantes julgaram desnecessário a utilização desses recursos e 8 assinalaram que tem medo de explorar essas novas possibilidades, 3 preferiram não responder a essa questão (Gráfico 7).



Gráfico 7: Relação dos leitores com as configurações do livro digital

Independente da experiência com *e-books*, que muitos indicaram ter sido positiva, 51 manifestaram preferência pelos livros impressos (Gráfico 8), no entanto apenas 7 preferem ler apenas no impresso, o que mostra que o livro digital já se tornou uma realidade para os leitores, mesmo para aqueles que não utilizam *tablets* ou *e-readers* para a leitura (dos 21 participantes que utilizam apenas computador de mesa *Notebook/Netbook* ou ambos, 2 manifestaram preferência pelo livro digital e 13 apesar de preferirem o impresso, gostam do digital, 1 não respondeu essa pergunta).

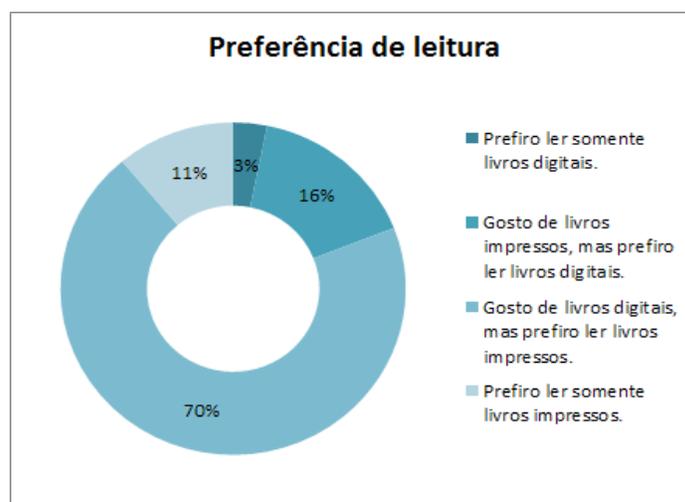


Gráfico 8: Preferência de leitura

Observando o grupo de 21 participantes que leem em computadores de mesa, *Notebook/Netbook* ou ambos, percebe-se que 19 apontaram utilizar o *Adobe Reader* para a leitura, o que indica que a maioria desses leitores lê livros digitais formatados em arquivo PDF, que normalmente não permite customizações no layout. Na leitura em PDF, o usuário

não tem controle do tamanho da tipografia, apenas pode otimizar sua visualização através da utilização do *zoom*. Dentre os 21 leitores que preferem o *Adobe Reader*, 13 pessoas afirmam não saber se o programa oferece algum recurso de ajuste. Isso pode ser interpretado como certa cautela do usuário em explorar as facilidades do *software*, ou então em desinteresse por essa possibilidade. Duas pessoas afirmaram que o PDF não oferece tais ferramentas e 6 responderam que oferece (dessas 6, uma se referiu ao *Saraiva Reader* e outra ao *Microsoft Word*, que usam em conjunto com o *Adobe Reader*).

Ao fazer um recorte sobre o grupo de leitores que afirmou saber da existência das opções de customização do *e-book* no seu *software* de leitura (36 participantes), percebeu-se que o elemento mais alterado é o tamanho do texto (28 participantes), mas outros recursos foram apontados por diferentes leitores, podendo ter sido utilizados em conjunto ou não: 12 alteram o modo de visualização de tela de leitura (ex: simulação de páginas, tela cheia, rolagem etc), 6 ajustam o estilo da tipografia e as entrelinhas, 5 costumam alterar as margens da página e 4 ajustam o alinhamento de texto. Desse grupo, apenas 9 consideram desnecessária a possibilidade de efetuar essas alterações e 3 ainda não se sentem a vontade para modificar estas configurações, o que demonstra uma boa aceitação dessa ferramenta por aqueles que já a experimentaram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos questionários, percebe-se uma resposta positiva à possibilidade de alterar as configurações visuais na leitura do livro digital. Embora um número razoável de leitores tenha considerado essas possibilidades desnecessárias, mais da metade aprecia poder realizar essas configurações e muitos afirmaram já ter alterado algum elemento para ler no suporte digital. Mesmo os leitores que utilizam aplicativos que não lhes permitem customização, lançam mão do *zoom*, o que já é uma prática do exercício de maior controle sobre o design do livro às suas preferências e necessidades particulares.

Uma análise das respostas uma a uma, que não seria possível transcrever no espaço de um artigo, revela a impossibilidade de criar um projeto editorial que agrade a todos os usuários. Por exemplo, enquanto um leitor afirma que aprecia guardar na estante os livros impressos de literatura e estudar em livros digitais, para poder grifar, copiar e colar trechos para outro arquivo; outro leitor faz o uso inverso, gostando de tomar notas nos livros impressos de estudo, reservando o formato digital para livros de literatura que lerá apenas uma vez. Enquanto alguns leitores prezam a possibilidade de alterar a fonte, espaçamento, entrelinhas, de acordo com suas preferências pessoais, outros 'não se importam' ou preferem não mexer no projeto editorial.

De maneira geral as respostas foram heterogêneas, não permitindo cruzamentos entre os resultados que configurassem perfis claros e bem delimitados. Da mesma forma que algumas observações se repetiam em grupos de leitores, outros aspectos da leitura geravam opiniões totalmente divergentes. O interessante é justamente que o livro digital permite atender a essas diferentes necessidades dos leitores, oferecendo uma obra que pode ser editável, o que é inviável no livro impresso.

Mesmo no caso dos leitores que utilizam amplamente os recursos de customização, os dados nos levaram à percepção de que a flexibilização do design editorial que é típica dos meios digitais, embora realmente atenuem o poder que o designer tem de definir aspectos da experiência de leitura, não é uma ameaça. Na verdade, trata-se de um novo nicho de mercado, esperando para ser explorado por uma prática de design editorial que reconheça a importância e o potencial desse novo suporte e perceba as possibilidades de customização na escala em que elas realmente ocorrem. Ao reformatar seu livro digital de acordo com suas preferências, o leitor não 'avilta' a prática do design editorial, nem invade o espaço do designer. Assim, é possível parafrasear Villas-Boas (2000), o usuário que ajusta o encosto de sua cadeira de escritório não é, por isso, um designer de móveis, o mesmo acontece com o leitor do livro digital, mesmo porque o projeto editorial para meio digital de qualidade deve prever e facilitar essas adaptações.

Além disso, também deve ser relativizado, que as modificações realizadas por cada leitor são individuais, não afetando o projeto que é oferecido aos demais usuários. O layout 'universal' – fixo e rígido – destinado para diferentes usuários, agora abre espaço para um dispositivo complexo, de múltiplas facetas. O designer perde a retórica da forma, peso e textura da matéria, mas ganha novas responsabilidades, que é prever o uso da ferramenta em diferentes tamanhos e estilos de caracteres tipográficos, cores e formatos de tela.

BIBLIOGRAFIA

ADOBE Systems Software Ireland Ltd. **Sobre o Adobe PDF**. 2013. Disponível em: <<http://www.adobe.com/br/products/acrobat/adobepdf.htm>> Acesso em: 16 ago 2013.

BOLTER, Jay D. e GROMALA, Diane. **Windows and Mirrors: interaction design, digital art and the myth of transparency**. Cambridge: MIT Press, 2003.

BOLTER, Jay D. e GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. 3ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005. 428 p.

DADICO, Luciana. **Constelações do livro: fisionomia e experiências de leitura**. 2011. 221p. Tese (Doutorado) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

DUAL PIXEL. **Publicações para tablets: e-Books ou Apps?**. 2012. Disponível em: <<http://www.dualpixel.com.br/artigos/tablets/231-publicacoes-para-tablets-e-books-ou-apps.html>> Acesso em: 15 ago 2013.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 224 p.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Ed. Sulina: Porto Alegre, 2011.

GARRISH, Matt. **What is EPUB 3?**. O'Reilly Media. 2011. ISBN 978-1-449-32454-5
Canada dual pixel. Publicações para tablets: e-Books ou Apps? 2012 Disponível em:
<<http://www.dualpixel.com.br/artigos/tablets/231-publicacoes-para-tablets-e-books-ou-apps.html>> Acesso em: 13 ago. 13.

GRUSZYNSKY, Ana Cláudia. **A Imagem da Palavra**. 1ª ed. São Paulo: Rosari, 2006.

HART, M. **The History and Philosophy of Project Gutenberg by Michael Hart**, 2010.
Disponível em:
<http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart> Acesso em 15 ago 2013.

HELLER, Steven. **Linguagens do Design**: Compreendendo o Design Gráfico. 1ª ed. São Paulo: Rosari, 2007. 452 p.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico – uma história concisa**. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 248 p.

HENDEL, Richard. **O design do Livro**. 2ª ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2006. 224 p.

LANDOW, George P.. **Hipertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization**. 3rd ed. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2006. Rev. ed. of Hipertext 2.0. 1997.

LEMOIS, André. **Cibercultura**: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MANDEL, Ladislav. **O Poder da Escrita**. 1ª ed. São Paulo: Rosari, 2011. 192 p.

SIMON, Herbert. **Sciences of the Artificial**. 3ª ed. London/UK: MIT press. 1996. 248 p.

TSCHICHOLD, Iwan. **Tipografia Elementar**. 1ª ed. São Paulo: Altamira Editorial, 2007. 60 p.

TSCHICHOLD, Jan. **A Forma do Livro**: Ensaios sobre Tipografia e Estética do Livro. 1ª ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007. 220 p.

VILLAS-BOAS, André. **O Que é e o Que Nunca Foi Design Gráfico**. 3ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000. 78 p.

ZAPF, Hermann. **História de Alfabetos**: a autobiografia e a tipografia de Hermann Zapf. 1ª ed. São Paulo: Rosari, 2005. 122 p.