

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PRODUÇÃO EDITORIAL

Vinícius de Souza Rodrigues

**DESIGN EDITORIAL DO E-BOOK “CARLOS, O CARACOL
AVENTUREIRO”: CRIAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DIGITAL
PARA O PÚBLICO INFANTIL**

PROJETO EXPERIMENTAL DE GRADUAÇÃO

Santa Maria, RS, Brasil
2015

Vinícius de Souza Rodrigues

**DESIGN EDITORIAL DO *E-BOOK* “CARLOS, O CARACOL
AVENTUREIRO”: CRIAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DIGITAL
PARA O PÚBLICO INFANTIL**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação - Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Depexe

Santa Maria, RS

2015

Vinícius de Souza Rodrigues

**DESIGN EDITORIAL DO *E-BOOK* “CARLOS, O CARACOL
AVENTUREIRO”: CRIAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DIGITAL
PARA O PÚBLICO INFANTIL**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação - Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial**.

Aprovado em 14 de dezembro de 2015:

Prof^a. Dr^a. Sandra Depexe (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Prof^a. Dr^a. Liliane Dutra Brignol

Prof^a. Dr^a. Cláudia Bomfá

Santa Maria, RS

2015

RESUMO

DESIGN EDITORIAL DO *E-BOOK* “CARLOS, O CARACOL AVENTUREIRO”: CRIAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DIGITAL PARA O PÚBLICO INFANTIL

Autor: Vinícius de Souza Rodrigues

Orientadora: Sandra Depexe

A jornada vivenciada, nesses anos no Curso de Comunicação social – Produção Editorial, não nos deixaram dúvidas sobre os rumos a seguir nesse trabalho que, se propõe na criação de um livro digital destinado ao público infantil. Para tal desafio aprofundamos os nossos conhecimentos, com fundamentação teórica, a fim de explorar as novas formas de leitura em dispositivos eletrônicos através da inserção de novas tecnologias, como o iPad (Apple) e Kindle (Amazon), que possibilitaram outros horizontes em relação a publicação de livros. Os estudos desenvolvidos resultaram no e-book “Carlos, o Caracol Aventureiro”, que foi projetado sobre a ótica do design editorial. Destacamos a importância do projeto editorial gráfico e a interface com o usuário como norteador do livro digital, assim como, seus desdobramentos reiterados no projeto a seguir.

Palavras-chave: E-book. Livro digital. Publicação digital. Livro infantil.

ABSTRACT

EDITORIAL DESIGN FROM THE E-BOOK "CARLOS, THE ADVENTURER LAND SNAIL": SUPRIMI CREATION DIGITAL PUBLICATION FOR THE INFANT AUDIENCE

Author: Vinícius de Souza Rodrigues

Advisor: Sandra Depexe

The journey experienced through the years in the Social Communications – Editorial Production, didn't leave any doubts about the direction to be followed in this work that aims at the creation of a digital book destined to children. For such a challenge, we deepened our knowledge with theoretical foundation, in order to explore new reading techniques for electronic devices through the insertion of new technologies, like the iPad (Apple) and Kindle (Amazon), which provide new horizons in relation to the publishing of books. The developed studies resulted in the e-book "Carlos, o Caracol Aventureiro", which was projected from the viewpoint of the editorial design. We highlight the importance of this graphic editorial project and the user's interface as the main focus of the digital book, just like its repeated developments on the project that follows.

Keywords: E-book. Digital book. Digital publishing. Children's book.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Proporção áurea (retângulo de ouro)	28
Figura 2 - Espiral logarítmica	28
Figura 3 - Quadrados formado da proporção áurea	28
Figura 4 – Retângulos racionais e irracionais	29
Figura 5 – Livro Where the Wild Things Are	37
Figura 6 – Livro Sapo vira rei sapo	38
Figura 7 – Adaptação do Livro O pequeno príncipe	38
Figura 8 – Livro A vaca que botou um ovo	39
Figura 9 – A Grande Onda de Kanagawa	41
Figura 10 – Capa do livro Fantastic Mr Fox	41
Figura 11 – Padrão de cores C (ciano), M (magenta), Y (amarelo) e K (preto)	42
Figura 12 – Padrão de cores R (vermelho), G (verde) e B (azul)	43
Figura 13 – Layout da capa e créditos do <i>e-book</i> “Carlos, o Caracol Aventureiro” ..	54
Figura 14 – Layout das paginas internas do <i>e-book</i> “Carlos, o Caracol Aventureiro”	54
Figura 15 – Página interna do <i>e-book</i> “Carlos, o Caracol Aventureiro”	55
Figura 16 – Tipografia usada no livro “Carlos, o caracol aventureiro”	56
Figura 17 – Imagem do livro Carlos, o Caracol aventureiro	57
Figura 18 – Personagens do livro “Carlos, o Caracol aventureiro”	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação das densidades de pixel mais comuns	30
Tabela 2 - Dimensões e resoluções de aparelhos	31

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	8
2 O LIVRO DIGITAL É UM LIVRO?	15
2.1 O LIVRO E O DIGITAL: UM MODELO TECNOLÓGICO	17
2.2 <i>E-BOOK</i> E SEUS FORMATOS	20
3 DESIGN EDITORIAL DO LIVRO INFANTIL	23
3.1 EVOLUÇÃO DOS PROJETOS EDITORIAIS DO LIVRO INFANTIL: DOS CÔNTOS DE FADA AO <i>E-BOOK</i> INTERATIVO	23
3.2 FORMATOS DO LIVRO INFANTIL	27
3.3 TELA	30
3.3.1 Resoluções e DPIs	30
3.4 CONCEITO DE PROJETO GRÁFICO	32
3.4.1 Tipografia	33
3.4.2 Ilustração	35
3.4.3 Diagramação	36
3.4.4 Organização editorial	38
3.4.5 Layout e mancha gráfica	40
3.4.6 Cor	42
3.5 INTERFACE COM O USUÁRIO	44
4 DESCRIÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO	49
4.1 PROJETO EDITORIAL DO <i>E-BOOK</i> “CARLOS, O CARACOL AVENTUREIRO”	50
4.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICE	66

1 APRESENTAÇÃO

Da necessidade de se comunicar ao fato de criar e transmitir ideias a outros humanos surgiu a arte da escrita nas cavernas da pré-história, através das chamadas escritas rupestres, que durante uma evolução lenta, por meio de complexos processos estruturais, foi se adaptando a um código de fácil assimilação chamado alfabeto. Conforme Kerckhove (1997), o alfabeto foi desenvolvido e aperfeiçoado ao longo de cinco milênios, se tornando o mais importante conceito, ocupando a mente, a alma e o corpo de qualquer cultura humana até a descoberta da eletricidade. Nesse longo período de criação e adequação das formas de representação simbólica da escrita, o meio técnico no qual eram gravadas apresentou um progresso significativo, que trouxe novos paradigmas globais, onde o mais expressivo é o letramento da humanidade, mostrado por McLuhan como respectivo resultado, a literância, como base para uma visão de mundo. Contudo esse fundamento estabeleceu-se através de um meio ou de diversos meios.

Tudo começou com pictogramas gravados sobre tábuas de argila utilizando-se estilete, onde desenhos simplificados representavam animais, sementes, jarros, etc. A escrita evoluía conforme as técnicas de reprodução eram aperfeiçoadas: dos hieróglifos utilizados nos monumentos, com escritas conservadoras, por manter sua forma pictórica, ao hierático e o demótico, formas mais “cursivas” escritas em papiro. Posteriormente, com o advento do papel, as reproduções dos substratos simbólicos aumentaram consideravelmente até a Idade Média quando um exército de escribas transcrevia cópias de textos religiosos, filosóficos e literários. Mas tudo mudaria com a invenção da máquina impressora de Gutemberg, no século XV.

De acordo com Thompson:

A reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação. As formas simbólicas podem ser “mercantilizadas”, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado; e os meios principais de “mercantilização” das formas simbólicas estão juntamente no aumento e no controle da capacidade de sua reprodução (THOMPSON, 2008, p. 27).

Partindo desse pensamento, conjecturamos que tal equipamento, reproduzindo formas simbólicas em larga escala através do meio técnico, que segundo Thompson (2008) é o substrato material das formas simbólicas, se tornaria a invenção certa, no

momento certo para a civilização ocidental: “esse fato se constituiu no alvorecer na era da comunicação em massa” (THOMPSON, 1995, p. 231). A partir daí os livros impressos passam a ser o grande alicerce da transformação nas ciências e a difusão do conhecimento produzido por ela; criação da consciência de nação; nascimento do indivíduo e sua liberdade individual.

Cinco milênios de aperfeiçoamento do alfabeto e outros cinco séculos de aprimoramento na reprodução do livro impresso em larga escala se passaram, e ambas ainda permanecem tão frescas e mutáveis quanto no começo, pois as novas possibilidades tecnológicas nos proporcionam ferramentas de produção e distribuição através dos meios eletrônicos, e hoje, na era digital, com a linguagem computacional, e o livro digital.

Na atualidade surgem muitas especulações dentro da evolutiva indústria editorial. A eminente probabilidade dos *e-books* superarem a popularidade do impresso dentro de algumas décadas impõe às editoras uma nova postura perante o público leitor: a de transformá-los em usuários interativos de um sistema operacional. No entanto, o empenho se firma na modificação do comportamento do leitor, ou seja, na mudança das estruturas cognitivas empregadas na leitura, convencional ou linear, apresentada nas publicações impressas. Essa transição deve ser provida nos núcleos da sociedade que estão em fase de aprendizado educacional. Atualmente a indústria editorial prospera no setor da educação como um mercado estratégico.

Nos meios onde os alunos estão inseridos, o quadro negro e giz não possuem mais o poder de persuasão, se comparado com suas vivências com as tecnologias e inovação. É claro que atentando para isso surge, também, uma urgência de transpormos as necessidades didáticas.

O uso das tecnologias no campo da educação não tem sido frequente, quando comparada a outros setores sociais, implicando um desconhecimento de sua importância na formulação e disseminação de projetos educacionais relevantes. Esses projetos poderiam fomentar a participação mais intensiva de grupos de ação local, uma vez que essas tecnologias rompem o controle das políticas educativas centralizadas, abrindo espaços em comunidades não atendidas pelas mesmas, facilitando o aumento do nível de instrução e de acesso a bens culturais (BRENNAND et alii, 2000).

Ainda se trabalha com grande volume de materiais impressos dificultando os velozes avanços em estudos mais atualizados e fazendo com que, em determinadas áreas, o conhecimento torne-se obsoleto ou desinteressante. As possibilidades nos

ambientes digitais podem mudar esse fato. Para Lèvy (1999), “as tecnologias digitais surgem como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização de transação e de novo mercado da informação e do conhecimento”. Tais reconfigurações sociais criadas pelo mundo virtual trazem as evidências até aqui apresentadas para a construção desse trabalho.

No Brasil, segundo dados do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE)¹, no ano de 2013, foram investidos R\$ 751.725.168,04 para distribuição de 91.785.372 livros, que beneficiaram mais de vinte e quatro milhões de alunos de escolas públicas de ensino fundamental. Para o ensino médio o investimento atingiu R\$ 364.162.178,57, beneficiando 8.780.436 de alunos, com 40.884.935 livros distribuídos. Esses dados contemplam somente o número de livros impressos oferecidos, contudo, essa realidade será revertida brevemente, pois em 2013 o FNDE, através do Ministério da Educação, lançou o edital PNDL (Programa Nacional do Livro Didático)², que se insere no novo paradigma sócio-tecnológico contemporâneo, o do mundo digital. Esse edital destinado aos editores traz como novidade a inscrição para a avaliação, nos parágrafos 3.1.1 e 3.2.1: obra multimídia composta de livros digitais e livros impressos; obra impressa composta de livros impressos e PDF.

Vemos que os novos formatos de publicação, como e-books e livros interativos, serão a base para mudanças radicais no consumo de materiais didáticos pelos alunos e professores de escolas de ensino médio em nosso país, como uma primeira medida de experimentação e adaptação desses produtos. O Governo Federal, como fomentador de iniciativas educacionais, conjura tais práticas a partir deste edital, que vislumbra os desdobramentos da futura forma de empreender conhecimento. Consta, no parágrafo 4.2.2, que “os livros digitais deverão apresentar o conteúdo dos livros impressos correspondentes integrados a objetos educacionais digitais”, esses podem ser “vídeos, imagens, áudios, textos, gráficos, tabelas, tutoriais, aplicações, mapas, jogos educacionais, animações, infográficos, páginas na *web*, e outros elementos” (parágrafo 4.2.3).

Visto pelo prisma da comunicação, observamos uma possível consolidação da “narrativa transmidiática” como elemento agregador pedagógico no ensino-

¹ Disponível em: <http://www.fnde.gov.br/programas/livro-didatico/livro-didatico-dados-estatisticos>.

² Disponível em: <http://www.fnde.gov.br/programas/livro-didatico/livro-didatico-editais/item/4032-pnld-2015>.

aprendizagem. Como Jenkins (2006) havia conceituado, a narrativa transmidiática é um processo onde formas simbólicas são apresentadas em diferentes plataformas, criando uma narrativa que conduzirá uma determinada história por esses canais, mas todos contribuindo para o enriquecimento e valor da mesma. As narrativas transmidiáticas aplicadas no futuro material didático deverão ser construídas em uma órbita diferente da convencional editoração de livros impressos, e essa mudança dependerá das propostas e soluções editoriais adotadas pelas editoras, que farão a seleção de tecnologias mais apropriadas para o desenvolvimento de conteúdo interativo, multimídia e social.

Ainda sobre vivenciarmos uma revolução no segmento editorial, é necessário ressaltar que, os 500 anos do livro impresso se convertem numa barreira ao digital, à medida que, o mesmo, como objeto de valor simbólico e social é amplamente adotado como mídia consolidada. Este fato é confirmado através dos dados do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), que esboçam um cenário favorável na comercialização de livros impressos no primeiro semestre de 2015, apontando um crescimento de 6,9% em relação ao mesmo período de 2014. Contudo, sobre o retrato do mercado editorial e consumo das publicações digitais em 2014 foi considerado uma elevação na venda de *e-books*, mas ainda representam uma fatia pequena de 0,3% do faturamento das editoras.

Não é fácil imaginar que a criação de Gutemberg quase pereceu na época, pois sofreu rejeição dos leitores tradicionais que pensavam que o novo suporte se tornando popular perderia seu valor simbólico. O mesmo se aplica aos digitais. Estima-se que o formato eletrônico almeje suprimir o impresso, enquanto fundamentamos a seguinte realidade: a de que o *e-book* esteja condicionado em novas formas de leitura e outras finalidades.

O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler (CHARTIER, 1999, p. 13).

As mudanças de modelos de substrato simbólico se projetam conforme a tecnologia de cada época. Atualmente, vivenciamos os progressos estéticos

culturalmente intensificados pelo capitalismo e globalização, onde a produção e consumo de bens simbólicos são orientados por organizações mundialmente conhecidas do entretenimento. No mercado editorial essas tendências seguem o mesmo padrão onde, historicamente, grandes grupos editoriais estão encarregados de produzir e distribuir livros. Também verificamos o surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), como os aparelhos computacionais, a internet e a rede formada por ela, atuando na automação das próprias organizações. Em suma, os aspectos até aqui apresentados são parte fundamental para uma argumentação à frente do trabalho que será desenvolvido como um projeto experimental na área que abrangem os estudos em Produção Editorial.

O curso de Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), nos insere nesse recente contexto, nos possibilitando desenvolver editoração de publicações para leitura em dispositivos eletrônicos. Destacando algumas atividades como: planejamento de um produto editorial, preparação de texto, revisão, diagramação, design editorial etc. Os *e-books* estão transformando a forma como estamos lendo textos, mas principalmente como estamos produzindo e publicando. Isso é estimulante no momento que ingressaremos no mercado de trabalho como editores profissionais. A temática – livro digital – se amolda como relevante e inovadora; contudo, poucos estudos mostram sua capacidade quando usada como ferramenta que contribua para o editor. Isso motiva para a realização do presente trabalho, além de portar um acréscimo intelectual para área de nossa atuação profissional. Prezamos ainda pela satisfação pessoal de contribuir para tal projeto.

A proposta é elaborar um produto editorial adaptado para essa realidade, que concretize “em partes”, as demandas em relação aos novos formatos de publicações eletrônicas já utilizadas comercialmente por editoras nacionais e internacionais. Quando adaptada às exigências das editoras e dos usuários brasileiros, deverão expandir o livro digital através de sistemas aplicáveis em dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*.

Chegamos ao ponto onde o presente trabalho surge como uma tendência contemporânea de cunho editorial e tecnológico. Portanto, o objetivo geral consiste na criação de um livro infantil interativo no formato Folio para leitura em *tablet*, chamado “Carlos, o Caracol Aventureiro”. Elencamos como objetivos específicos os seguintes tópicos:

- conceituar livros digitais, seus formatos e respectivos leitores eletrônicos;
- entender os interesses do público-alvo, para verificar as necessidades a serem atendidas no projeto;
- apontar elementos característicos do meio digital (hipertexto, interatividade, usabilidade e multimodalidade);
- desenvolver o projeto editorial e projeto gráfico, de acordo com os parâmetros obtidos na pesquisa, assim como, a editoração eletrônica.

Salientamos que esse projeto surgiu do trabalho desenvolvido, no primeiro semestre de 2015, na disciplina Publicações Digitais, ministrada pela Professora Aline Dalmolin, que se propunha na criação de publicações digitais no formato EPUB *fixed layout*³. O livro original era chamado “Hugo e o casaco rosa”, e procurava colocar em prática o aprendizado de sala de aula. Para este trabalho criamos uma nova narrativa e novas ilustrações foco no público-alvo, e no formato eletrônico Folio.

Temos como primeira etapa metodológica a pesquisa bibliográfica. Segundo Appolinário (2006) é o tipo de pesquisa que visa lançar um novo olhar sobre uma temática que já foi pesquisada por outros autores, ou seja, tomar como documento de análise outras pesquisas anteriormente elaboradas, enquanto que a pesquisa documental se utiliza de materiais que ainda não receberam tratamento analítico. Por isso, sintetizamos que nosso trabalho visa procurar no domínio de documentos online, escritos, artigos e livros, conteúdos que são necessários para a construção dessa investigação. A pesquisa trata de possibilidades contemporâneas onde a tecnologia possa intervir na transição do meio impresso para o digital, de forma interativa. E, a partir disso, adotamos como referencial os autores Pierre Lévy, André Lemos, Roger Chartier, Ednei Procópio, dentre outros, que serviram como subsídio intelectual, de modo que, pudéssemos esboçar a virtualidade tecnológica dos livros do futuro. Essa pesquisa levou em conta teorias sobre aspectos como literatura infantil, design editorial, formatos e dispositivos eletrônicos.

Por conseguinte, os instrumentos de coleta de dados, para Apolinário (2006) é a maneira como se obtém as informações necessárias para uma pesquisa. A coleta dos dados pode ser feita por meio de um microscópio, um termômetro, pesquisas, questionários ou até mesmo na simples observação comportamental das pessoas.

³ *Fixed layout*, numa tradução livre, significa leiaute fixo. É uma das propriedades oferecidas pelo EPUB, que disponibiliza maior controle sobre a apresentação do conteúdo. Como tamanho e tipo da tipografia.

Nesta pesquisa, numa triagem inicial, serão coletados conteúdos relevantes para a construção do experimento. Esse material permitirá o desenvolvimento das questões apresentadas pela problemática. Durante o trabalho serão analisadas minuciosamente publicações digitais e suas plataformas, verificando o conteúdo e o público a que se dirige, para que seja examinada sua eficácia.

O graduando Vinícius de Souza Rodrigues, orientado pela professora Sandra Depexe, responde pelo planejamento e editoração eletrônica do trabalho, assim como das demais atividades desenvolvidas nele, entretanto, focando na atividade de editor.

O editor que conhecemos hoje teria se fixado por volta de 1830. O desenvolvimento da indústria editorial trouxe consigo a especialização e a separação das funções de diagramadores, editores e livreiros. Quanto ao produtor editorial, podemos identificá-lo como apresentado para a função de editor conforme Chartier: “trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até a distribuição” (CHARTIER, 1999, p.50).

Para responder às perguntas do trabalho de pesquisa, sua estrutura foi organizada da seguinte forma:

No capítulo 2 serão apresentadas as fundamentações teóricas para livros digitais, e seus desdobramentos.

No capítulo 3 trará o produto editorial, desde a etapa de planejamento até a finalização: projeto editorial (linha conceitual, design editorial, conceituação da obra, público-alvo, linha editorial); projeto gráfico (tipografia, cor, gride, ilustrações, formato, interatividade);

No capítulo 4 o design editorial aplicado no produto (e-book Carlos, o Caracol Aventureiro) será relatado, conforme os conceitos apresentados no projeto editorial e gráfico.

Posteriormente, estarão as considerações finais, e as referências bibliográficas as quais finalizam o trabalho.

2 O LIVRO DIGITAL É UM LIVRO?

Conceituando o livro digital Ribeiro (2013) aponta *e-books* “como produto marcado, não apenas por um enquadramento discursivo ou por um formato, mas também por um processo editorial ao menos parcialmente diferenciado do livro impresso”. O livro eletrônico é descrito como “aquele em que as palavras ou códigos foram substituídos pelos de outra linguagem ou código legível por máquina. Surgiu como alternativa ao livro, texto e documento em suporte papel. Usa-se por oposição ao livro impresso” (FARIA; PERICÃO, 2008, p. 467 apud RIBEIRO, 2013). Os mesmos autores referem que o livro eletrônico é a “versão digital de um livro, artigo ou outro documento onde ele se lê, isto é, um computador pessoal, de mesa ou portátil, *palm size* ou um *dedicated e Book reader*” (FARIA; PERICÃO, 2008, p. 473 apud RIBEIRO, 2013).

Dando continuidade à busca por referências discutiremos algumas definições sobre os livros, como por exemplo, Queiroz (2008) diz que livros basicamente são dispositivos que podem gravar, fixar ou memorizar conhecimentos importantes para civilização, como descobertas, conjunto de crenças e “voos da imaginação”. É possível compreender, numa visão mais ampla, quando deixamos de imaginar o livro como um simples suporte, onde essa sintaxe de papel o transforma em um produto de valor socioeconômico singular e insubstituível.

Os livros, assim como os meios de comunicação tradicionais, passam por uma revisão e reconfiguração de seus fundamentos, na medida em que outras recentes tecnologias são desenvolvidas. No entanto nos deparamos com a mesma natureza e características editoriais do impresso, apesar da interface digital, onde, primeiramente, devemos levar em consideração a publicação de conteúdos específicos técnicos/científicos, literários, religiosos etc.; periodicidade; tipografia adequada ao produto; hierarquização das informações; índice e sumário e outros paratextos, elementos textuais e imagéticos. Em conjunto essas propriedades, além de outras não mencionadas, representam uma soma de conhecimentos que coexistem para o digital. Para Queiroz (2008) o livro impresso é gradativamente substituído por dispositivos informatizados de leitura ou livros digitais interativos, digitalizados e armazenados em *CD-Roms* ou memórias *on-line*.

Para Ribeiro (2013), os fundamentos do livro são reiterados por especialistas e instituições renomadas, como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a

Ciência e a Cultura (UNESCO) e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). E como fruto desse trabalho de Ribeiro (2012), surgiu uma sumarização para que fossem tateados quais os aspectos relevantes para definição do livro. E que se mostra pertinente para nosso projeto, pois esclarece alguns conceitos importantes.

Quadro – Sumário dos elementos levados em consideração em definições de livro.

	Periodicidade	Processo de produção/natureza tecnológica	Volume	Acesso público	Formato	Partes constituintes	Gênero de texto	Finalidade	Portabilidade
UNESCO	X	x	X	X	x	X			
Faria e Pericão		x			x	X	x	X	
ISBN	X		x						
ISO	X	x	x						
Intercom					x			x	X
Glossário Ed.		x			x	X			
Arlindo M							x	x	
Araújo		x			x	X			
Tschichold					x		x		
Hendel					x				
Haslam					x	X		x	x
Fawcett-Tang						X			

Fonte: Ribeiro (2013)

O quadro comparativo, acima apresentado, revela algumas conclusões que são esplanadas por Ribeiro (2013). Segundo a autora, os gêneros textuais, assim como os processos editoriais, não são levados em conta em grande parte das definições de livro por especialistas da edição, ou seja, não se leva em consideração a interinfluente relação entre gênero e suporte. O livro, enquanto suporte específico parece ser enquadrado de outros modos, especialmente pela finalidade de dar continuidade as criações textuais do espírito humano, contudo não excluindo as questões de formato e tecnologia (manuscrita, impressa ou digital). Em suma, os e-books, livros digitais, ou até mesmo livros eletrônicos, são termos cunhados que representam o mesmo objeto, sendo considerados livros (in)dependente do suporte e gênero. A autora ainda acrescenta que o livro é uma tecnologia sócio-historicamente situada e, considerando suas configurações, alguns gêneros de texto (ou mesmo gêneros no sentido literário) são ali fixados. Assim, romances, contos, poesia, verbetes, versículos, receitas culinárias, orações, imagens, crônicas, frases, jogos, etc., podem ser inscritos em

livros, com uso bastante diversos, como também projetos gráficos menos ou mais ajustados à proposta de uma ou outra experiência de leitura (RIBEIRO, 2013, p. 05).

O presente projeto leva em consideração, sobre o conceito de *e-book*, Procópio (2010) expressa o texto eletrônico como uma nova forma de contar histórias utilizando imagens, sons viagens paralelas – links, onde “milhares de letrinhas que, juntas, formam o pensamento da história humana, e que pode ser acessado de maneira muito rápida e prazerosa, num aparelho que cabe na palma da mão”. Para o autor o *e-book*, além de ser um suporte, é uma interface. Esse aspecto faz toda a diferença, pois “o livro eletrônico nos coloca diante de uma nova máquina de ler” (PROCÓPIO, p. 23, 2010).

2.1 O LIVRO E O DIGITAL: UM MODELO TECNOLÓGICO

O livro digital, ou *e-book*, incide numa nova forma de exibir conteúdo. Contudo, a raiz estruturante dessa tecnologia implica em transformações radicais para os processos editoriais. A produção, publicação, distribuição e consumo estão na base dessas mudanças.

Para os editores, administrar tais demandas da fase inicial que se vivencia, é necessário levar em conta as seguintes constatações: os e-books proporcionam uma maior versatilidade através da interação com o usuário; os custos de produção e distribuição, comparados com o impresso, são menores; eles possibilitam benefícios em relação ao meio ambiente e essas publicações não utilizam papel, portanto viabilizam o ecologicamente correto; ainda podem agregar na narrativa do livro elementos como vídeo, áudio, animações dinâmicas, imagens etc.; a portabilidade é outro ponto plausível, pois o leitor tem a possibilidade de transportar diversas publicações armazenadas em um único dispositivo.

Procópio (2010) ainda lembra que “o livro digital como um assunto novo”, para o universo editorial, foi visto como um sintoma estrutural, pois persistia a ideia de que os e-books não abalariam o consumo das publicações físicas. Porém, a indústria tecnológica foi “devorando pelas bordas” o mercado dos livros, se tornando uma realidade inexorável e não algo para se pensar num futuro distante. Entretanto, os passos iniciais para criação de e-books já haviam acontecido nos Estados Unidos, por Michael Hart, em 1971. Desde o princípio houve empenho de voluntários para

digitalizar, arquivar e distribuir obras, através do Projeto Gutenberg⁴, que existe até hoje, e consiste em maximizar o alcance das obras, distribuindo gratuitamente cerca de 38.000 livros no formato EPUB e nos formatos para leitura em Kindle⁵. O autor ainda assegura que, no início de 2010, enquanto começamos a debater sobre livros digitais, em consequência do Kindle e iPad, a Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro da Universidade de São Paulo (USP), já existia desde 1996. Outra base de e-books, a eBooksbrasil.org, iniciou sua visibilidade em 1999.

A popularização dos *e-books* desponta no início da década de 1990, onde a tecnologia digital optou em copiar a versão tradicional de papel. A digitalização de livros físicos era especialmente difundida no padrão Adobe Portable Digital Format (PDF)⁶. Esse formato permitia a visualização do documento em computadores e atualmente continua sendo uma alternativa, pois dispositivos ultraportáteis como *tablets* e *smartphones* comportam esse formato. Com o desenvolvimento e refinamento dos *e-readers* - aparelhos eletrônicos de uso pessoal que acomodam a leitura dos livros digitais - os e-books começaram a esboçar um caráter adquirido há pouco tempo, que compreende avanços na sua concepção.

Nesse novo caminho livros digitais e leitores eletrônicos andam de mãos dadas. Nos Estados Unidos o mercado de e-books só deslançou quando a Amazon lançou o Kindle em 2007, e mundialmente, em 2009. O dispositivo obteve sucesso pelas inovações empregadas, principalmente pela tinta eletrônica, que proporciona uma visualização mais agradável ao leitor. Essa tecnologia simula a leitura no papel, que é muito mais adequada do que a oferecida pelas telas luminosas de computadores. Recentemente a “Amazon.com” anunciou que as vendas de livros eletrônicos ultrapassaram os físicos. No mercado surgiram novos *e-readers*, além do Kindle, o Nook da livraria Barnes & Noble, o Kobo, Sony Reader e outros. No Brasil a Livraria Saraiva comercializa o Lev, um e-reader nacional para competir com as demais marcas⁷.

⁴ Disponível em: http://www.gutenberg.org/wiki/PT_Principal.

⁵ Kindle é um leitor de livros digitais, desenvolvido pela subsidiária da Amazon, a Lab126, que permite aos usuários comprar, baixar, pesquisar e, principalmente, ler livros digitais, jornais, revistas, e outras mídias digitais via rede sem fio.

⁶ Disponível em: <http://www.adobe.com/br/pdf/about/history>.

⁷ Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/leitor-digital-ereader-/60078-saraiva-responde-concorrenca-lanca-lev-leitor-digital-proprio.htm>.

Embora os *e-readers* tenham impulsionado a comercialização dos livros digitais, os *tablets* também despontaram como alternativa de leitores eletrônicos. Algumas publicações exigem um layout pré-definido pelo *design*, que não pode sofrer alterações em benefício do projeto gráfico. Alguns tipos de publicação exploram os recursos desses dispositivos para publicações específicas, como revistas, livros de literatura infantil, ou até mesmo de *e-books*. O iPad (Apple) e o Galaxy Tab são exemplos de *tablets*, que além da mobilidade, dão suporte a leitura. Sobre tal questão, Távora (2008) enfatiza sua função de “entidade mediadora de interação”.

O conceito de suporte oferecido por Marcuschi (2003, p. 11) toma-o como um “lócus físico ou virtual”, cujo formato é “específico”, “que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”. Segundo o autor, o “suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto” (MARCUSCHI, 2003, p. 11 apud RIBEIRO, 2012, p. 05).

Em outras palavras, o suporte é equivalente à informação digital, ou seja, um arquivo digital que só pode ser lido com ferramentas eletrônicas, através de computadores, *notebooks*, *tablets*, *e-readers* ou até mesmo em celulares.

Hoje, várias editoras se dedicam exclusivamente na publicação de livros em formatos digitais padrões. Um caso de sucesso é o da editora O Fiel Carteiro, 100% digital, que publica cerca de 20 títulos por mês; recentemente fecharam uma parceria com o *reality show* “Cozinha sob pressão” (versão brasileira do *Hell’s Kitchen*), transmitido pelo SBT. A cada novo episódio foi lançado um e-book de receitas e dicas do chef Carlos Bertolazzi. Responsável por esse projeto, André Palme⁸ diz que “os editores que ainda são resistentes ao digital mais parecem vendedores de papel do que produtores de conteúdo”. Vale salientar que os “livros ainda são expressões de atividades criativas e sua execução exigida com frequência um trabalho duro” (ZAPF, 2005, p. 100-101). As editoras, em sua grande maioria, permanecem arraigadas na cultura do papel, porém, casos como da editora O Fiel Carteiro evidência um novo rumo a seguir.

⁸ Artigo disponível em: <http://colofao.com.br/?p=1099>, de André Palme, *Executive Manager* da editora O Fiel Carteiro, integrante da Comissão do Livro Digital da Câmara Brasileira do Livro e Embaixador do Business Club da Feira de Frankfurt no Brasil.

2.2 E-BOOK E SEUS FORMATOS

Lévy (1999, p.32) fundamenta que “as tecnologias digitais surgiram como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização de transação e de novo mercado da informação e do conhecimento”. Para Silva (2000) o digital é a existência imaterial das imagens, sons e textos definidos matematicamente e processados por algoritmos na memória hipertextual do computador. Ribeiro (2013) salienta que o digital não é um formato no mesmo sentido que as publicações físicas. O digital é uma tecnologia que está na base da existência de algum formato. Este, por sua vez, no digital, depende do formato do dispositivo que carrega o software.

O conceito de livro digital está vinculado a determinadas experiências de leitura, que por sua vez dependem da tecnologia empregada para fixação de bens simbólicos. Os formatos variam conforme a tecnologia eleita por cada editora. A seguir serão abordados os padrões mais relevantes e utilizados na criação do produto que se propõe neste projeto experimental.

Segundo Garrish (2011), muitas das tecnologias incorporadas nos EPUBs foram desenvolvidas de acordo com a International Digital Publishing Foundation⁹ (IDPF). O EPUB é um formato padrão aberto e, de certa forma, podemos dizer que é um site zipado, pois o armazenamento de conteúdo ocorre em documentos XHTML¹⁰, e o armazenamento de imagens como SVG¹¹ ou bitmap¹². Ainda são essenciais algumas regras CSS¹³, banco de dados com informações e uma estrutura de navegação em vários formatos XML. O EPUB foi projetado para possuir fluidez no conteúdo o que denota alguns aspectos, como por exemplo, a visualização do texto pode ser potencializada devido à possibilidade da adaptação do *layout*, permitindo ao leitor optar pelo tamanho da fonte, propiciando a escolha de tipografia, de fazer

⁹ Do consórcio de várias empresas, surgiu o IDPF, que é o órgão responsável pela criação em a manutenção do formato EPUB

¹⁰ Os arquivos XHTML compõem o conteúdo da publicação. Documentos de conteúdo incluem recursos binários. Atualmente houve inclusão HTML5, que comporta elementos de multimídia.

¹¹ Trata-se de uma linguagem (XML) que descreve de forma vetorial desenhos e gráficos bidimensionais, quer de forma estática, quer dinâmica ou animada.

¹² Bitmap é um formato de compressão de arquivos.

¹³ Ascading Style Sheets (CSS) define como serão exibidos os elementos contidos no código de uma página da internet e sua maior vantagem é efetuar a separação entre o formato e o conteúdo de um documento.

anotações e marcações de trechos da obra, possibilidade de compartilhamento em mídias sociais, dicionário, entre outros recursos. Essas características oportunizam um formato universal, que de fato opere em um número maior de aparelhos. O mercado editorial convencionou o EPUB como formato oficial para publicação e comercialização de livros digitais substituindo outros padrões como Open eBook¹⁴. Procópio (2010, p. 139), comenta que “o formato mais convergente, mais padrão, apesar de algumas questões, sem dúvida alguma, é o formato EPUB”.

A última atualização do formato (EPUB3) possibilita gerar publicações digitais que funcionam com suporte no HTML5 e CSS3. Essa aplicação, vigente desde 2011, para Garrish (2011) 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. Como toda tecnologia recém concebida, o EPUB3, até o momento, é um desafio que instiga todo o campo editorial, pois as plataformas/ambientes de leitura configuram adversidades na interpretação do arquivo. Os produtores de conteúdo para *e-readers* devem estar atentos às especificações dos leitores e softwares de leitura. Kobo, Lev e Nook são os leitores eletrônicos mais conhecidos onde o EPUB é o formato designado como padrão. Curiosamente, a Amazon não integrou ao Kindle o popular formato, nem nos modelos nem nos aplicativos¹⁵. MOBI é o formato mais eficiente para Kindle, porém, vale mencionar o formato nativo chamado AZW, que é usado nos *e-books* comprados na Amazon.

Outra forma de ler EPUB é a utilização de softwares e aplicativos, que podem ser instalados em dispositivos eletrônicos. Para PCs os programas mais conhecidos são: o Adobe Digital Editions¹⁶, um produto gratuito da Adobe, com interface simples e indicado para PCs, que oferece uma biblioteca de livros, marcador de páginas, controle do tamanho da fonte e ajuste do texto para conforme as dimensões da tela; o Calibre, também gratuito, além de funcionar como leitor de *e-Books*, possui uma biblioteca digital particular e um conversor de arquivos. À medida que os *tablets* e *smartphones* adquiriram espaço no mercado, alguns aplicativos surgiram como

¹⁴ Open e-Book era um formato livre e aberto criado pelo International Digital Publishing Forum (CICOM).

¹⁵ Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/help/customer/display.html/?nodeId=200783640>.

¹⁶ Disponível em: <http://www.adobe.com/solutions/ebook/digital-editions.html>.

alternativa. O Google Play Livros¹⁷ pode ser baixado sem custos, e oferece um variado catálogo com publicações na língua portuguesa, por preços mais modestos. A Nook também oferece um aplicativo que, quando baixado gratuitamente, oferece de presente cinco publicações do catálogo de mais de dois milhões de livros. Para aparelhos com o sistema operacional Android os mais indicados são os apps Aldiko¹⁸ e Bluefire¹⁹. O *tablet* iPad, da Apple, vem com o app iBooks, contudo os aplicativos Bluefire e Saraiva Reader proporcionam uma boa experiência para o usuário.

Já o formato Folio foi desenvolvido particularmente para publicações digitais em *tablets* e *smartphones*. Seu propósito é operar nas plataformas baseadas no sistema IOS (Apple) ou Android (Google). Em folio o livro digital é instalado como um software ou aplicativo, deixando de ser um arquivo, como EPUB ou MOBI, que só podem ser abertos em um programa. O Folio tem como característica mais marcante o *layout* fixo, ou seja, impossibilita alterações no *layout*, contudo algumas propriedades podem ser planejadas anteriormente pelo desenvolvedor, como mudança de paisagem para retrato na tela. O formato é originado na tecnologia Digital Publishing Suite (DPS), o que sinaliza algumas desvantagens frente ao EPUB; não possui recurso de busca de palavras, nem adaptação de conteúdo conforme o tamanho de tela. Por outro lado, permite recursos dinâmicos e interativos que favorecem o design do produto.

Avaliando as vantagens e desvantagens dos formatos de publicação digital e seus equivalentes dispositivos eletrônicos, achamos interessante a utilização do folio que permite ser usado em plataformas da Apple, como iPad, pois a proposta do projeto experimental é a produção de um livro infantil. O formato folio é o único que garante um layout adequado para o uso de interatividade e outros recursos que uma publicação digital para o público infantil exige.

¹⁷ Disponível em: <https://www.play.google.com/store/books>.

¹⁸ Disponível em: [Http://www.aldico.com](http://www.aldico.com).

¹⁹ Disponível em: <http://www.bluefirereader.com>.

3 DESIGN EDITORIAL DO LIVRO INFANTIL

O projeto editorial é essencial para pensarmos como um produto destinado a um público-alvo pode ser eficiente, de modo que esses consumidores de conteúdos se identifiquem com a obra. Assim, entendemos que esse tipo de projeto é de suma importância no planejamento editorial. Conforme Silva (2008) o projeto editorial é o processo de estruturação dos elementos que compõe um livro, revista ou jornal, pensado para alcançar um determinado público-alvo. Esse desenho editorial deve ser desenvolvido juntamente com o planejamento gráfico. Nessa etapa são definidos a forma e conteúdo do produto e os assuntos que serão tratados. Outras etapas como diagramação, tipografia e cor são desenvolvidas no projeto gráfico para criação das características visuais da publicação.

O projeto editorial depende do trabalho do editor e serve como reconhecimento dos profissionais que atuam na área de editoração. Além de ser um consultor para área editorial, o editor cria possibilidades relevantes e inovadoras para o desenvolvimento de publicações, coordenando equipes de trabalho como redatores/autores, fotógrafos, designers gráficos, etc. Nessa primeira fase ele deve idealizar e conceber o projeto de acordo com as perspectivas lançadas pelo cliente. No caso da publicação de livros, o editor deve estar atento às normas e procedimentos estabelecidos pela política editorial da editora.

O projeto editorial deve, expressamente, apresentar os seguintes itens para publicação de livros:

- a) Esboçar o objetivo/missão do produto/empresa;
- b) informar o título e outros dados relevantes da publicação, como o número da edição;
- c) criar seções (ou capítulos) e estabelecer o conteúdo, no caso de editoras, esse processo começa na captação de originais;
- d) pensar nos elementos componentes, como linguagem do texto, e número máximo e mínimo de páginas;
- e) planejar o uso de elementos imagéticos. No caso, se houver ilustrações, deve ser visto como vão ser feitas e como serão usadas;
- f) visar se é necessário contratar colaboradores externos, caso seja preciso, como serviços terceirizados ou freelances;
- g) delegar funções aos membros que trabalharão no projeto;

h) exibir um cronograma.

Portanto, temos o projeto editorial como um conjunto de normas que direcionam a produção de um produto editorial. Ou seja, pode ser visto como um documento para que a editora e sua equipe, possam ter conhecimento sobre os objetivos e metas propostos.

3.1 EVOLUÇÃO DOS PROJETOS EDITORIAIS DO LIVRO INFANTIL: DOS CONTOS DE FADA AO E-BOOK INTERATIVO

Os livros como conhecemos começaram a ser produzidos em meados do século XV, com o advento da chamada “prensa de Gutemberg”. Entretanto, segundo Lajoro e Ziberman (2006), os livros voltados para crianças só surgiram três séculos depois. Contudo as obras ainda não delimitavam um caráter de público específico. Essa realidade só mudou no momento em que os contos de fadas, criados por Charles Perrault²⁰, surgiram ajudando a efetivar um novo gênero literário: a literatura infantil. Ainda no século XVIII, alguns autores adequaram histórias clássicas para o gênero infantil. As publicações que ficaram mais conhecidas foram *Robson Crusóé* (1717) e *As Viagens de Gulliver* (1726).

Desde então os livros para crianças foram ganhando força. Na Alemanha do século XIX, os irmãos Grimm adaptaram histórias folclóricas populares, fazendo surgir alguns grandes clássicos literários, como *A bela Adormecida*, *Os Sete Anões* e *a Branca de Neve* e *Chapeuzinho Vermelho*. Essas obras foram importantes para consolidação da literatura infantil na Europa e, mesmo depois de quase dois séculos, continuam relevantes para a indústria de livros.

No Brasil, os livros infantis chegavam a partir de obras traduzidas, e apenas no início do século XX surge uma literatura infantil nacional com Olavo Bilac, através das obras *Contos Pátrios* (1904), *Teatro Infantil* (1905) dentre outras. Houve contribuições de Julia Lopes de Almeida, João Vieira da Almeida, Conde Afonso Celso etc. para a visibilidade das produções brasileiras²¹. o livro literário infantil não apresentava somente a função de entreter, mas também carregavam missão primordial de

²⁰ As Fábulas de La Fontaine (1668 e 1694) e os Contos da Mamã Gansa (1697), de Charles Perrault, foram as obras que deram visibilidade a literatura infantil.

²¹ PENTEADO, J. Roberto Whitaker. **Os filhos de Lobato**: o imaginário infantil na ideologia do adulto. 2. ed. São Paulo: Globo, 2011.

aprendizagem e conhecimento. Em sua origem, os livros infantis tinham um intento pedagógico e suas narrativas serviam como instrumento ao ensino didático ou se apresentavam carregados de princípios morais destinados à formação das crianças (MARTINS et al, 2004). Em 1921, surge Monteiro Lobato²², com *Narizinho Arrebitado*. Usando do lúdico e da criatividade para criação de suas histórias, passou a ser referência para críticos literários, assim como para o público infantil. E ainda ajudou alavancar o desenvolvimento do consumo dedicado a obras desse gênero através da qualidade de suas obras.

A partir da década de 1970, os livros de literatura infantil passaram a ocupar um lugar de destaque em muitas livrarias do Brasil. Revelando um novo momento onde, segundo Martins (2004), aconteceu uma reviravolta no mercado editorial, pois as temáticas abordadas nessas publicações passaram a sustentar novos dogmas: a valorização da criatividade, com histórias fantasiosas e personagens surreais; da independência e da emoção infantil; o pensamento crítico. De acordo com Moraes (2013), as professoras de Literatura Infantil e Juvenil da Universidade de São Paulo (USP), Zilda e Prazeres, destacam que nos anos 1970 acontece o “boom”, da literatura infantil, a partir de “investimentos do Estado, veiculação do livro como paradidático nas escolas, criação de instituições que contribuiriam com o ato de ler. Autores empenham-se em histórias nem tão lineares, paródias, metalinguagem e a dialogia de vozes narrativas” (MORAES, 2013, online). Alguns autores destacados são: Lygia Bojunga, Clarice Lispector, Ziraldo, dentre outros.

O livro infantil contemporâneo traz, como herança, aspectos positivos para o desenvolvimento intelectual das crianças, propiciando o conhecimento, criatividade, imaginação e descobertas. Harvey (2004) ainda nos fala que as publicações infantis atuais são uma “peça única de comunicação”, com características singulares, que não corresponde a um mero livro com ilustrações, mas num objeto onde narrativa só funciona com a interação entre texto e imagem para se criar uma consciência de intenção estética. Cabe ressaltar que, vivenciamos avanços tecnológicos onde os elementos textuais e imagéticos podem ser ainda mais evidenciados através da interatividade que os livros digitais oferecem.

²² Em 1921, Monteiro Lobato publica *Narizinho Arrebitado*. Dedicando-se ao público infantil o autor marcou a história da literatura no Brasil.

A inter-relação impresso/digital se desdobra em duas áreas, seja para o mercado editorial, na forma de produzir e vender livros, ou para o consumidor, que se torna um leitor/usuário. O aspecto mais característico, e que está modificando o negócio do livro, é a maneira de ler. Chartier (1999), situado historicamente, evidencia que várias rupturas transformaram as maneiras de ler: do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto.

Na atualidade as novas formas de ler, vista por um prisma mais técnico, são referentes: aos suportes, representados pelos dispositivos de leitura; aos formatos, que são arquivos eletrônicos que contém informações. E também aos *softwares* instalados a um suporte que interpretam um formato. Esses “ingredientes” combinados dão vida ao livro digital através da tela. Para traçarmos percepções mais profundas vejamos:

É ao mesmo tempo uma revolução da modalidade técnica da produção do escrito, uma revolução da percepção das entidades textuais e uma revolução das estruturas e formas mais fundamentais dos suportes da cultura escrita. Daí a razão do desassossego dos leitores, que devem transformar seus hábitos e percepções, e a dificuldade para entender uma mutação que lança um profundo desafio a todas as categorias que costumamos manejar para descrever o mundo dos livros e a cultura escrita (CHARTIER, 2002, p. 24).

Essas revoluções propostas por Chartier já começaram a atingir as estruturas do universo leitor. Lemos (2012) nos fala da já existente leitura de jornais e livros em um *tablet*, e relata que não se compara com nenhuma outra forma de leitura em mídias tradicionais, pois pode oferecer a postura de quem lê um livro (diferente daquela na *web*), onde o conteúdo é mais aberto, com links e interatividade. “A tela tátil permite uma interação mais complexa e intuitiva do que aquela com o teclado para a *web*, ou as teclas para passar as páginas de um *e-reader*. A ação corporal é diferente daquela do impresso ou da *web*, e bem mais próxima dos *e-readers*, embora a interatividade crie novas exigências de apoio do dispositivo, ou de movimentos característicos” (LE MOS, 2012, p. 122).

Os *tablets* oferecem uma nova possibilidade para publicação de livros infantis, que permitem o uso de diversas ferramentas multimídias e interatividades. No Brasil, o primeiro livro digital destinado ao público infantil para *tablet* foi “A menina do narizinho arrebitado”, uma obra de autoria de Monteiro Lobato, publicada originalmente em 1920. Nessa nova edição, a editora Globo Livros, lança em formato

digital para leitura em iPad. Após 90 anos da primeira edição impressa, o livro foi destaque na Bienal do Livro de 2010²³.

3.2 FORMATOS DO LIVRO INFANTIL

Anteriormente foi abordado o conceito de formato de modo a expressar a forma de armazenamento eletrônico dos livros digitais. Contudo nesse momento toma-se o termo “formato” como característica física proposta pelo design, pois nesse caso leva-se em consideração o tamanho dos livros. Segundo Hendel (2003) os livros podem ter qualquer forma física, no entanto é mais usual o retângulo vertical devido a praticidade de manuseio. As dimensões mais tradicionais dos livros físicos se encaixam aproximadamente entre 13,8 cm x 22 cm e 16,8 cm x 25,4 cm. Para leitores eletrônicos essas dimensões variam ainda mais, levando em conta que um *e-book* pode ser lido desde um *smartphone* até a tela de um computador.

As publicações infantis impressas oferecem uma gama de formatos ainda mais diversificada, com dimensões retangulares horizontais, quadradas ou em formatos de objetos e animais. Tudo isso para criar uma atração da criança através do lúdico, visto que “a criança interage com o livro, como se fosse um brinquedo, por isso é recomendável que os livros sejam mais resistentes, tanto no material, quanto no acabamento” (LINS, 2003, p.45). Esses tipos de formato devem ser revistos quanto ao apelo apresentado nos livros digitais, pois o formato acaba se enquadrando no tamanho da superfície da tela, tornado o projeto editorial e gráfico mais desafiadores, já que é necessária uma organização de todo o conteúdo editorial nas proporções de um dispositivo eletrônico.

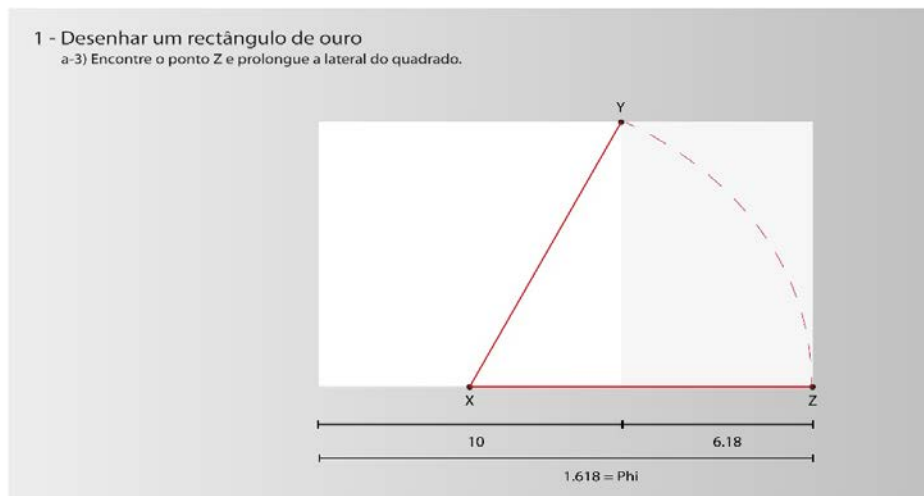
Conforme Haslam (2007) as principais teorias em relação ao formato de livro são a seção Áurea, Série de Fibonacci, a Escala cromática de Bringhurst, o Sistema Modulor de Le Corbusier e os Retângulos Racionais e Irracionais, que fazemos uma breve explanação a seguir.

Usada desde a antiguidade, a seção áurea, para Haslam (2007), personifica, ao longo do tempo, a beleza estética para muitos artistas, arquitetos e designs. Essa proporção é vista com uma perfeição estética e ainda é considerada uma “proporção

²³ Disponível em: <http://revistacrescer.globo.com/Revista/Crescer/0,,EMI163835-10536,00LIVRO+DE+MONTEIRO+LOBATO+PARA+IPAD.html>.

natural”, por ser encontrada em toda a natureza. O retângulo áureo é constantemente utilizado para determinar as proporções de um livro. Este retângulo se forma através da chamada sequência de Fibonacci, que tem uma lei de formação simples: cada elemento, a partir do terceiro, é obtido somando-se os dois anteriores, conforme se observa na Figura 1, a seguir.

Figura 1 - Proporção áurea (retângulo de ouro)



Fonte: internet

Dentro da proporção áurea nasce uma figura, estudada por Jacob Bernoulli, chamada de sequência espiral logarítmica, que é conhecida como série de Fibonacci.

Segundo Haslam (2007) a soma de dois números consecutivos da série cria seções áureas, indefinidamente. Observa-se essa relação entre o quadrado e o retângulo da seção áurea, formando a já referida sequência espiral logarítmica (HASLAM, 2007, p. 30-31).

Figura 2 - Espiral logarítmica.

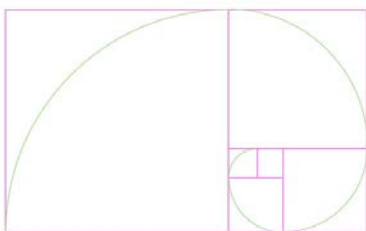
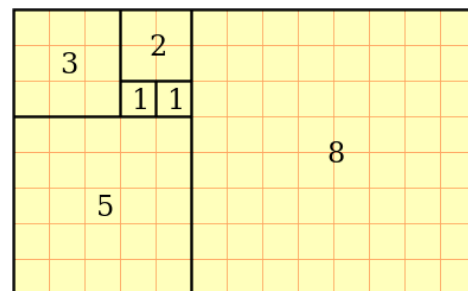


Figura 3 - Quadrados formado da proporção áurea.

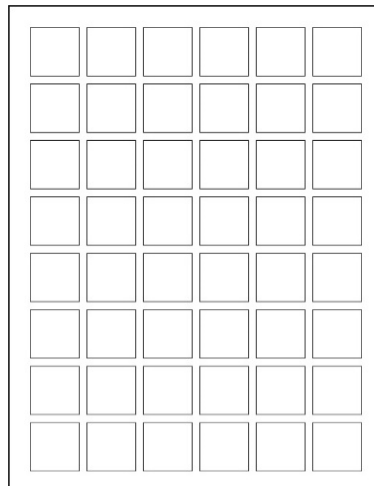


Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Por sua vez, uma versão mais moderna da sessão áurea é o sistema modulator de Le Corbusier, que foi desenvolvida na subdivisão das proporções em relação às proporções do corpo humano. Esse sistema funciona com módulos podendo ser aplicados em projetos arquitetônicos, design de objetos e publicações.

Ainda podem ser consideradas as séries de retângulos racionais e irracionais que formam uma grade de elementos geométricos. Os racionais são constituídos de quadrados, e formam geometricamente os irracionais, que por sua vez são somente retângulos. Ou seja, vários quadrados unidos formam uma nova forma, um retângulo, que para o design é chamado de grid.

Figura 4 – Retângulos racionais e irracionais



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

O estudo dessas abordagens teóricas serve como um embasamento para o desenvolvimento de projetos de design editorial. Para os impressos determinar o formato de uma publicação no formato infantil, por exemplo, é necessário também outro tipo de análise, a antropométrica²⁴, pois temos que levar em conta as necessidades de uso para crianças, por não possuírem as mesmas medidas que um adulto, nem a mesma força nas mãos.

²⁴ Antropometria é a medição científica dos tamanhos e das formas do corpo humano. Designers utilizam os dados antropométricos para projetar com a garantia de que seus produtos estarão adequados para utilização e manuseio com facilidade, conforto e segurança (NORRIS; SMITH, 2008).

3.3 TELA

A leitura de livros digitais oferece opções de determinados formatos como TXT, HTML, PDFs, com ou sem multimídias, também há o EPUB compatível com os *e-readers* da Kobo, Nook e Lev e nos tablets dispositivos da Apple. As possibilidades se estendem para computadores de mesa e notebooks. O que não faltam são modos de visualização desses arquivos. As telas de computadores, *tablets*, *smartphones*, etc., oferecidas pelo mercado são muitas tornando impossível a descrição de todas suas variedades, contudo serão abordadas algumas características sobre as telas de dispositivos que interessam para o presente trabalho.

3.3.1 Resoluções e DPIs

Para desenvolver um projeto gráfico que visa publicação em formato digital devemos levar em conta o tamanho físico da tela em centímetros (padrão internacional em polegadas) e a resolução em pixels. Essas duas medidas nos dão o valor do DPI (*dots per Inch*), que indica o número de pixels por polegada.

A seguir, a Tabela 1²⁵ traz uma compilação das densidades de pixel mais comuns, medidas em DPI com categorias.

Tabela 1 - Classificação das densidades de pixel mais comuns

	LDPI	MDPI	HDPI	XHDPI	XXHDPI	XXXHDPI
Resolução	Baixa	média (base)	Alta	extra-alta	extra-extra-alta	extra-extra-extra-alta
Densidade	120dpi	160dpi	240dpi	320dpi	480dpi	640dpi
Distribuição entre aparelhos	9.3%	23.4%	34.0%	21.0%	10.6%	1.7%

Fonte: <http://tableless.com.br>.

²⁵ Pesquisa realizada em janeiro de 2014. Disponível em: <http://tableless.com.br/design-de-aplicativos-para-android-parte-2/>.

Estas categorias mostram valores de referência das pilhas de densidade, porém, nem todos os dispositivos se encaixam em alguns desses itens. Portanto, devem se arredondar para o valor mais próximo, por exemplo, o Ipad (Apple) com tela de retina nos proporciona um dpi de 264, será classifica como HDPI, que possui valor de referencial de 240 dpi.

Na Tabela 2, a seguir, é apresentada uma compilação com as configurações de alguns dispositivos com o tamanho físico, a resolução em pixels e o DPI.

Tabela 2 - Dimensões e resoluções de aparelhos

Nome do aparelho	Dimensão	Resolução	DPI
Samsung Galaxy S6, S6 Edge	5.1"	1440x2560	577
Apple iPhone 6 Plus	5.5"	1080x1980	401
Amazon Kindle Fire HDX	8.9"	2560x1600	339
Apple iPhone 6	4.7"	750x1334	326
Apple iPhone 5	4"	640x1136	326
Apple iPad mini Retina	7.9"	2048x1536	324
Amazon Kindle Fire HDX	7"	1920x1200	323
Motorola Moto X	4.7"	720x1280	312
Google Nexus 9	8.9"	2048x1536	288
Apple iPad Air	9.7"	2048x1536	264
Apple iPad Retina	9.7"	2048x1536	264
Amazon Kindle Fire HD	8.9"	1920x1200	254
Barnes & Noble Nook HD	7"	1440x900	243
Apple MacBook Pro Retina	13.3"	2560x1600	227
Apple MacBook Pro Retina	15.4"	2880x1800	220
Apple iMac Retina	27"	5120x2880	218
Microsoft Surface Pro 3	12"	2160x1440	216
Amazon Kindle Fire HD	7"	1280x800	216
Amazon Kindle Paperwhite	6"	1024x758	212
Dell UltraSharp UP2414Q	23.8"	3840x2160	185

Fonte: <http://dpi.lv/>.

Observa-se que as telas de retina dos aparelhos da Apple o DPI possui um valor de DPI em 320, chamado de *device pixel ratio 2*; já nos aparelhos com sistema operacional Android, como Galaxy, essas mesmas telas são chamadas de XHDPI, porém, podendo variar conforme o dispositivo.

Toda essa variedade de tamanhos e resoluções pode apresentar um problema no momento que o conteúdo é disposto na tela do aparelho. O iPad mini e o iPad normal, tem a mesma resolução de 1024x768, contudo as dimensões do primeiro são 27% menores. Na prática, o conteúdo vai abrir menor no iPad mini, prejudicando na leitura do usuário. Por isso se torna necessário desenvolvermos um projeto gráfico adequado para cada tipo de dispositivo, ou que abranja um maior número de dispositivos.

3.4 CONCEITO DE PROJETO GRÁFICO

O projeto gráfico, originalmente, foi desenvolvido para designar as principais características de publicações impressas. Os elementos cor, mancha gráfica, tipografia, *layout* são determinantes para que o design apresentado em livros, revistas e jornais correspondam às expectativas dos públicos leitores. Contudo, essas práticas do design editorial vêm tomando um novo rumo, a partir do aumento no número de produções para ambientes digitais. Todos os processos de editoração precisam ser revistos para os novos suportes eletrônicos, pois nesse novo segmento editorial surge a possibilidade dos livros digitais, que propõe novos padrões gráficos, como tipografia adequada para leitura em dispositivos eletrônicos. Para Zappaterra e Caldwell (2014), nesse novo contexto, o elemento tipográfico, além de viabilizar a leitura, nos convida a tocar na tela e deslizar os dedos sobre o conteúdo.

De acordo com Villas-Boas (2000) o projeto gráfico é um processo de produção que envolve a ilustração, a diagramação, a ordenação tipográfica, a fotografia, dentre outros elementos visuais. Ainda tem a finalidade de comunicar, através da persuasão apresentada nos elementos visuais, o leitor. Williams (1995) destaca que para o design gráfico da publicação deve trabalhar com a união de quatro princípios básicos:

- a) Contraste: elementos similares em uma mesma página, como tipo, cor, tamanho, espessura da linha, forma e espaço, devem se diferenciar para a

criação do contraste. Essa característica é a mais importante atração visual de uma página.

- b) Repetição: a repetição dos elementos imagéticos cria uma organização e fortalecem na unicidade, ou seja, em todas as páginas é interessante utilizar a mesma fonte, ou imagens que denotem uma continuidade da narrativa.
- c) Alinhamento: todos os elementos apresentados em uma página devem ter uma ligação um com o outro, para criar uma aparência limpa, sofisticada e fluida.
- d) Proximidade para melhorar a organização e reduzir a desordem os elementos que tiverem relação devem ser dispostos próximos ajudando a criar uma unidade visual.

Para Damasceno (2013) o projeto gráfico se concentra na definição conceitual do padrão gráfico geral da publicação que deverá ser objetivado na diagramação. Dentre os inúmeros elementos que envolvem o projeto gráfico, um dos principais aspectos a ser definido é a personalidade da publicação; essa personalidade corresponde a um padrão gráfico que deve se repetir em todas as páginas e em cada edição.

O planejamento do livro não é fundamentado de forma arbitrária e estudos aprofundados sobre design ajudam no acréscimo de uma maior legibilidade para o leitor. Para os livros infantis o planejamento deve ser feito conforme a faixa-etária e respectiva série escolar, pois deve ser considerado o grau de alfabetização, o conhecimento e as habilidades de leitura.

3.4.1 Tipografia

A tipografia é o elemento central da construção do livro. A partir dela acontece uma das principais funções das publicações, a comunicação, que por sua vez passa a ser visual, de modo que consiga transmitir informação. Os leitores entendem o conteúdo através dessa linguagem fixada no papel ou na tela de dispositivos.

Segundo Mcluhan,

Com a tipografia, o princípio dos tipos móveis introduziu o meio de mecanizar qualquer artesanato pelo processo de segmentar e fragmentar a operação total. O que começara com o alfabeto, que separou os gestos, a visão e o som da palavra falada, atingiu um novo nível de intensidade com a xilogravura e, depois, com a tipografia. O alfabeto fez do fator visual o

componente supremo, reduzindo a essa forma todos os demais fatos sensoriais da palavra falada. O que ajuda a explicar por que a gravura em madeira e, mesmo, a fotografia, tiveram tão rápida aceitação no mundo letrado. Estas formas propiciam um mundo de gestos inclusivos e de disposições dramáticas necessariamente omitidas da palavra escrita (MCLUHAN, 2014, p. 184).

A fonte é um elemento visual que estético, que deve carregar, segundo White (2006), uma confortabilidade durante a leitura. Assim, a tipografia afeta o modo como os leitores assimilam o texto.

Nos livros infantis²⁶ a tipografia é determinante para o entendimento desse público-alvo, pois tem a intenção de despertar o gosto pela leitura, efetuando circunstâncias que propiciem um primeiro contato agradável para esses consumidores. Para Lourenço (2011) existem caracteres especiais criados especialmente para melhorar a legibilidade dos textos infantis, chamados de caracteres infantis, que ainda devem ser adequados à retórica, ou seja, ao gênero e ao contexto da publicação, para que os leitores percebam e memorizem as informações.

Não só os cadernos de exercícios, mas todos os livros apresentados às crianças nesta fase de aprendizagem (4, 7, 8 anos), devem ser exclusivamente compostos por uma única fonte. Este uso exclusivo pode ajudar a evitar casos de dislexia e ajuda as crianças a focarem a sua atenção (HEITLINGER, 2009, p. 18 apud LOURENÇO, 2011, p. 83).

Além da indicação de uso tipográfico único aparecem como aspectos que devem ser evidenciados na construção dos livros infantis, a legibilidade e leiturabilidade.

A legibilidade se refere ao reconhecimento do caractere individual quanto ao espaço entrelinhas, entreletras e entrepalavras, relacionados os espaços em branco entre as linhas letra e palavras. Esses vazios apresentados no texto permite uma experiência de leitura mais rápida. Ainda é a capacidade de reconhecer e diferenciar uma fonte da outra. Para os livros infantis os espaços devem ser mais consistentes, pois a criança necessita reconhecer letra por letra para formar a palavra (LOURENÇO, 2011).

A leiturabilidade resulta da quantidade de esforço que uma pessoa faz para ler um texto. Os aspectos mais importantes são a percepção, a cognição. Um exemplo

²⁶ Abordaremos conceitos de tipografia, porém direcionando-os para o público infantil.

claro de baixa leiturabilidade é quando a tipografia de um livro digital é muito pequena, o que prejudicando a leitura.

Lourenço (2011) sugere que a tipografia, para crianças em fase de alfabetização, deve ter caracteres grandes “o suficiente para que haja uma diferenciação entre as letras e para que as crianças consigam realizar a leitura sílaba a sílaba, geralmente acompanhando com os dedos” (p. 111).

O tamanho da linha deve ser mais curto (com poucas palavras), pois com linhas curtas a criança consegue ler até o final sem perder o foco desviando o olhar. Outros aspectos importantes são em relação ao conteúdo do texto e a quebra de linha. Quando se tem uma criança de menor idade é importante que o conteúdo de cada linha apresente um objetivo, ou seja, a quebra de linha é feita de acordo com a compreensão do texto e sem separação das palavras (LOURENÇO, 2011).

Assim, “as crianças vão crescendo, o livro vai diminuindo de formato e o corpo da letra também. Em contrapartida, aumentam o número de páginas e a quantidade de texto” (LINS, 2003, p.45).

3.4.2 Ilustração

Nos livros infantis duas linguagens distintas, a visual e a verbal, organizadas dentro da narrativa do livro, permitem que os leitores criem outras associações, expressivas e abstratas. Segundo Guaraldo (2013) o termo ilustração é oriundo do latim *ilustro*, que significa lançar luz, tornar claro, dar brilho.

Assim, Guaraldo aponta que:

Foi esse mesmo termo que nomeou as iluminuras, representações imagéticas dos manuscritos e códices medievais, muitas delas decoradas com ouro ou prata. Tratam-se de produções visuais feitas para iluminar ou focar um tema, e que desempenham um papel importante em relação à ênfase a ser dada na exposição de uma informação (GUARALDO, 2013, p. 90).

Nesse entrelace de texto e imagem surge uma relação de dependência e não se deixam separar. E distingue ao menos três tipos de coincidências: parcial, inteira e oculta. Na parcial, o texto se destaca provocando um reforço retórico (pleonasma ou acróstico). Na coincidência inteira, o texto é iconizado como nos abecedários de cartilhas. E a oculta, por sua vez, estabelece um lugar na imaginação do leitor. Para Guaraldo (2013) ainda podem ser observados “aspectos das possíveis relações entre

palavra e imagem, como a coexistência, interferência, correferência, redundância, dominância, discrepância, contradição, ênfase retórica e ironia. São aspectos sem dúvida presentes” (GUARALDO, 2013, p. 91),

De acordo com Camargo (1995), um livro ilustrado, seja quando a ilustração dialoga com o texto ou no livro onde a ilustração é a única linguagem, a imagem pode ter várias funções. As principais são a pontuação, a função descritiva, narrativa, simbólica, expressiva/ética, estética, lúdica e metalinguística.

A pontuação ocorre quando a imagem assinala o início ou fim da narrativa, como a capitular e vinhetas. A função descritiva dá-se quando a ilustração descreve objetos, cenários e personagens e, está presente em livros mais informativos e didáticos; a narrativa mostra uma ação, ou indica uma sequência de fatos; na função simbólica, basicamente, a imagem representa uma ideia expressiva ou ética, quando exprime sentimentos através de posturas, gestos e expressões faciais dos personagens, ou por meio de elementos plásticos (cor, luz, espaço etc.); a função estética está ligada a linguagem visual; a função lúdica mexe com o imaginário do leitor, apresentando o conteúdo de forma divertida; por fim, a função metalinguística é centrada no código visual, pois usa a linguagem para explicar a própria linguagem. Todas essas funções associadas permitem um enriquecimento nas ilustrações dos livros infantis.

As correntes artísticas objetivam a estética buscada nas ilustrações. Para Linden (2011), os principais estilos utilizados na atualidade são o tradicional, a caricatura, a escola francesa, a estética fauvista, o pictórico, o expressionismo, o materialismo, o surrealismo narrativo, o minimalismo e o grafismo. No entanto, vale ressaltar que cada ilustrador se apropria de uma técnica diferente para desenvolver suas ilustrações, geralmente buscando inspirações nessas escolas, de acordo com a proposta apresentada pelo projeto editorial. Por exemplo, num livro onde a história é mais emotiva se busca referências na escola francesa, que visa uma estética mais emocional através de suas cores e traços fortes.

3.4.3 Diagramação

Nesse momento, a publicação infantil já passou pelo editor, responsável pela publicação, e que trabalha diretamente com o diretor de arte que, segundo Zappaterra e Caldwell (2014), é o responsável pela organização e solicitação de todo conteúdo,

fazendo as encomendas de ilustrações para a publicação. Contudo, a diagramação é feita por um profissional especializado, geralmente um design ou um produtor editorial, os quais possuem certa autonomia para diagramar o material determinado por uma série de fatores, incluindo

[...] os níveis de experiência, as práticas de trabalho do diretor de arte (alguns gostam de pôr a mão na massa e supervisionam todos os detalhes da publicação, outros preferem delegar e finalizar as páginas depois que recebem o layout), a proporção de pessoal para o número de páginas e o prazo para a publicação – muitas vezes quanto menos o prazo, mais responsabilidade será dada ao diagramador (ZAPPATERRA; CALDWELL, 2014, p. 14).

De acordo com Collaro (2000, p.137), “a diagramação de livros contém, na sua estrutura, todo um estudo, toda uma preocupação, visando ao máximo de legibilidade, tanto dos caracteres e ilustrações como do posicionamento da mancha”.

Para Linden (2011), os tipos de diagramação podem ser classificados em quatro categorias, quais sejam:

- a) Dissociação: ocorre quando o elemento ilustrativo ocupa uma página inteira e, ao lado, na outra página, o texto se mantém sozinho (Figura 5).

Figura 5 – Livro Where the Wild Things Are



Fonte: Google imagens.

- b) Associação: se dá na união de texto e imagem na mesma página, porém cada um possui um espaço determinado (Figura 6).

Figura 6 – Livro Sapo vira rei sapo



Fonte: Google imagens.

- Compartimentação: geralmente é utilizada em HQs, pois as ilustrações são dispostas no grid, com a finalidade de formar blocos que constituem uma narrativa. Dentro desses blocos o texto sobrepõe na imagem (Figura 7).

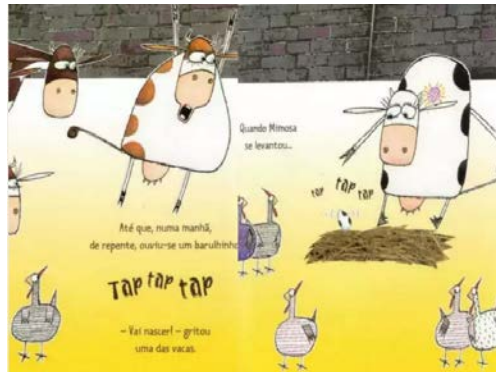
c) Figura 7 – adaptação do Livro O pequeno príncipe



Fonte: Google imagens.

d) Conjunção: funciona quando os elementos textuais fazem parte da ilustração de forma orgânica. Geralmente a ilustração ocupa a página inteira e o texto se torna um complemento da imagem (Figura 8).

Figura 8 – Livro A vaca que botou um ovo



Fonte: <http://pt.slideshare.net>

Portanto, essas quatro categorias determinam a coerência na diagramação fazendo com que a publicação consiga transmitir, de forma adequada, enquadrada no projeto gráfico editorial, a mensagem ao público-alvo (LINDEN, 2011).

3.4.4 Organização editorial

A organização editorial corresponde à estrutura e sequência das partes do livro. Numa revista os conteúdos são agrupados conforme a temática que aborda, essa divisão é conhecida como editoria; contudo outros componentes, por exemplo, o editorial e expediente, também devem ser pensados onde serão colocados dentro do periódico, e porque são colocados em determinado lugar. Nos livros esses sistemas de organização da leitura são muito importantes para percepção do conteúdo. O sumário apresentado em um livro, quando necessário, tem a função de indicar quais são os capítulos que seguem, portanto não teria como ser organizado em uma parte posterior do texto principal da obra.

Conforme Lins (2003) são divisões comuns aos livros infanto-juvenis:

- a) capa: 1ª capa: título do livro, autor, editora, ilustrador (em alguns casos);
- b) 2ª e 3ª capa: normalmente em branco;
- c) 4ª capa: textos de venda, biografia do autor, lista de outros livros do autor ou da editora. Código de barras e marca da editora são obrigatórios;
- d) guarda: primeira e última página, além de auxiliarem no acabamento (em

especial, nas brochuras de capa dura), podem acrescentar informação visual ao livro. Livros com capa mole e acabamento canoa (com grampos) podem utilizar uma “falsa guarda”, geralmente impressas com imagens, aplicação de texturas ou motivos repetidos;

- e) rosto: a folha de rosto contém praticamente os mesmos elementos da capa, acrescidos do número da edição e do nome do ilustrador. Pode conter outras informações;
- f) dedicatória: texto curto e em página exclusiva;
- g) miolo: é o corpo do livro. Pode ou não ser enumerado;
- h) créditos: texto obrigatório constando dados bibliográficos;
- i) cólofon: texto explicativo com dados técnicos sobre o livro: papel, tipos de letra, fornecedor do fotolito e nome da gráfica que imprimiu o livro. É raro seu uso em livros infantis.

Segundo Haslam (2007) a elaboração de um diagrama esquemático com a ordem sequencial do conteúdo é essencial, pois é possível prever o número de páginas para que as informações sejam encaixadas conforme o projeto editorial.

Num livro infantil para suporte digital a organização deve ser feita em uma página única, diferente das impressas em que a ordem é mostrada em páginas duplas espelhadas. Sendo assim, a composição ficará dessa forma: capa, narrativa, créditos, contracapa.

3.4.5 Layout e mancha gráfica

Ao pensarmos um design editorial para publicações é necessário um *layout*, ou seja, um rascunho ou esboço que definirá como os elementos serão estruturados no espaço físico dentro da página do livro. Esses elementos englobam textos, imagens e a forma como eles serão dispostos na interface gráfica. O *layout* é resultado da criatividade e do conteúdo disponível para desenvolver ideias, devendo orientar o trabalho do design editorial ou do diagramador.

Para Gomes, Filho (2000) o *layout* representa a forma e, como ela é percebida como objeto visual na construção de sentidos.

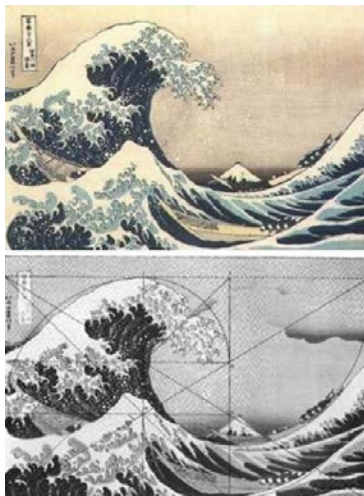
A forma pode ser definida como a figura ou a imagem visível do conteúdo. A forma nos informa sobre a natureza da aparência externa do objeto. Tudo que se vê possui forma. A percepção da forma é o resultado de uma interação

entre o objeto físico e o meio de luz agindo como transmissor de informação, e as condições e as imagens que prevalecem no sistema nervoso do observador, que é, em parte, determinada pela própria experiência visual. Para se perceber uma forma, é necessário que existam variações, ou seja, diferenças no campo visual. As diferenças acontecem por variações de estímulos visuais, em função dos contrastes que podem ser de diferentes tipos, dos elementos que configuram um determinado objeto ou coisa (GOMES, FILHO 2000. p. 41).

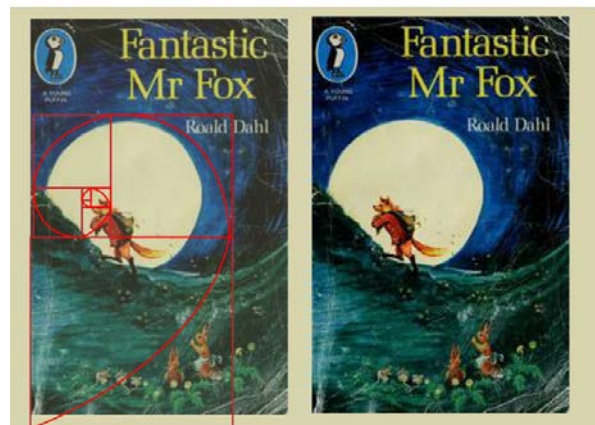
Para a criação de *layouts* equilibrados e harmônicos é possível também utilizar leis matemáticas, como as lógicas da seção áurea e da série de Fibonacci. Nas figuras abaixo podemos observar como esses padrões podem influenciar para um bom design visual.

Nas figuras 9 e 10, a seguir, são observados exemplos da seção áurea e série de Fibonacci aplicados em capas de livros.

Figura 9 – A Grande Onda de Kanagawa Figura. 10 – Capa do livro Fantastic Mr Fox.



Fonte: pinterest.com



Fonte: pinterest.com

Nas figuras 9 e 10 é possível observar como o layout pode ser combinado com os padrões geométricos, provando que o design deve ser pensado sobre essa ótica.

A leitura espacial também deve ser entendida, ou seja, a forma como os olhos percorrem para ler uma página. Segundo Ambrose e Harris (2009, p. 18), os usuários ou leitores examinam uma tela digital do mesmo modo que uma página de impresso. Os autores, baseados em pesquisas, afirmam que geralmente as pessoas seguem

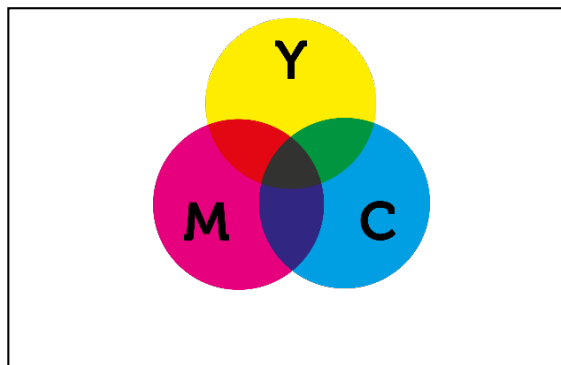
um padrão para identificar os conteúdos do *layout*, que é a forma da letra F, ou seja, primeiro se olha rapidamente, da esquerda para direita, na parte superior da tela. Seguindo para uma visualização um pouco abaixo da primeira, e logo até a parte inferior. Esses focos visuais, para o design, são os mais importantes, e é onde as informações mais relevantes devem estar para propiciar a atenção do leitor. É uma regra geral, porém existem outras formas de chamar atenção do leitor, dependendo do que for apresentado no layout.

Na área editorial outro conceito utilizado é o da mancha gráfica, que delimita a área onde os elementos gráficos devem estar dispostos. Ou seja, são medidas que devem ser respeitadas, como as margens que servem como um recuo de segurança para que o texto não exceda os limites da página. Esses espaços planejados são essenciais para proporcionar uma boa experiência de leitura, seja em livros impressos ou digitais.

3.4.6 Cor

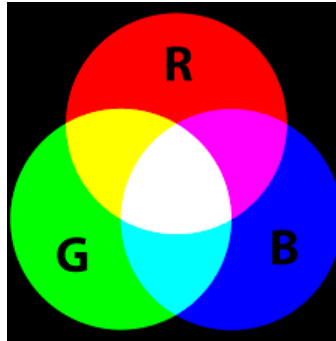
Aplicar cores em interfaces digitais difere do livro físico, primeiro porque no impresso as cores devem ser pensadas para o padrão CMYK (Figura 11), uma exigência das gráficas, enquanto para o suporte eletrônico é adotado o padrão RGB (Figura 12). Basicamente as cores para os digitais influenciam na memorização do conteúdo, indica aspectos da interface, chama atenção do leitor, direciona a leitura.

Figura 11 – padrão de cores C (ciano), M (magenta), Y (amarelo) e K (preto)



Fonte: internet.

Figura 12 – padrão de cores R (vermelho), G (verde) e B (azul)



Fonte: internet.

Collaro (2012) destaca que Isaac Newton foi o responsável pelo desenvolvimento da teoria das cores. Em um experimento o cientista inglês descobriu que a luz branca, quando incidida sobre um prisma de cristal, dividia-se formando faixas espectrais em várias cores: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. A partir disso, compreendeu-se que a luz branca é formada pela soma das demais radiações coloridas. Segundo Collaro (2012), os aditivos primários são as cores que compõem a escala RGB (do inglês: red, green, blue) utilizado nos sistemas de impressão/reprodução eletrônicos/digitais. A escala RGB está presente nas mais variadas telas, do televisor ao *smartphone*, e também nas câmeras fotográficas digitais.

Para Kulpa (2011, p. 67) “a cor é considerada o elemento visual da interface que influencia diretamente na qualidade da apresentação das informações transmitidas. Desta forma, evidencia-se sua contribuição na usabilidade de uma interface computacional de usuário”. Contudo, Zappaterra e Caldwell (2014) afirmam não haver evidências que comprovem as muitas fundamentações que vêm sendo adotadas para o uso de cores em publicações, entretanto, algumas regras rigorosas da psicologia cultural das cores podem nos dar algum respaldo. Por exemplo, o uso do vermelho no ocidente é altamente atraente, mas na África do Sul essa cor representa o luto. O azul traz uma percepção de calma, mas é uma cor desaconselhável para anúncios de alimentos. As cores podem variar conforme o contexto em que elas são usadas.

Zappaterra e Caldwell (2014) abordam as características, circunstancialmente, em relação aos usos das cores em publicações:

- a) Preto: complexidade, autoritário, sombrio, textual e atemporal. Essa cor não deve ser usada na capa em grandes proporções, porém nas páginas internas pode ser bem aproveitado.
- b) Branco: inocência, limpeza, riqueza e pureza são as associações mais frequentes, entretanto, podem ser vistas como esterilidade e neutralidade.
- c) Vermelho: pode ter pontos bons e ruins. O vermelho chama muita atenção num layout, e pode deixar os outros elementos invisíveis, mas certamente prenderá a visão do leitor que tem resposta emocional forte ao ver essa cor.
- d) Azul: calma e tranquilidade, o azul produz substâncias químicas no organismo que dão tranquilidade, mas pode representar frio e depressão.
- e) Verde: é a cor mais fácil para assimilação dos olhos, é calmante e refrescante por ser associada com a natureza. O verde mais escuro indica riqueza e poder.
- f) Amarelo: é a cor mais difícil para os olhos, pois é predominantemente opressivo, é a cor menos popular usada para capas.
- g) Roxo: usado de forma moderada, o roxo traz associações como luxo, romance e sofisticação, também denota o feminino.
- h) Laranja: emocionante, vibrante e alegre. Quase sempre traz boas sensações, mas assim como o vermelho, é uma cor predominante.

3.5 INTERFACE COM O USUÁRIO

A tipografia e as imagens continuam sendo os elementos que fundamentam os *e-books*, contudo, a variedade de outros recursos multimídia como sons, animações e vídeos, torna a organização na superfície de visualização, crucial no desenvolvimento do projeto editorial gráfico. As interfaces para meios digitais são planejadas para que a interação do usuário com dispositivos eletrônicos de leitura ou computadores seja mais “amigável”, isso quer dizer que elas devem ser intuitivas e passem despercebidas. A interface não deve confundir, mas sinalizar clareza para uma melhor experiência de leitura. Para plataformas móveis, alguns recursos interessantes são a manipulação de conteúdo, como mudança de orientação de paisagem para retrato, e também podemos citar a permissão de escolher o tamanho da fonte de um livro e a inserção de hiperlinks.

Segundo Dias (2003), as interfaces de usuário devem ser simplificadas, na medida em que cada recurso oferecido ou informação adicional na tela devem ser compreendidos de maneira natural. Para que a comunicação entre conceitos do computador e conceitos do usuário se tornem simples facilitando a navegabilidade.

A usabilidade é muito importante para os meios digitais, como ferramenta facilitadora da percepção dos programas de computadores ou aplicativos de celulares, ou web site, em relação aos usuários desses sistemas.

O termo usabilidade começou a ser usado no início da década de 80, principalmente nas áreas de Psicologia e Ergonomia, como um substituto da expressão "user-friendly" (traduzindo para o português como "amigável"), a qual era considerada vaga e excessivamente subjetiva. Na verdade, os usuários não precisam que as máquinas sejam amigáveis. Basta que elas não interfiram nas tarefas que os usuários querem realizar. Além disso, usuários diferentes têm necessidades diferentes, de maneira que um sistema pode ser amigável para uma pessoa e não tão amigável para outra (DIAS, 2003, p. 25).

A integração de *layout* com usabilidade pode potencializar uma boa leitura. Para Dias (2003) alguns princípios básicos compreendem essa união:

- a) Eficácia e eficiência de uso: precisão com que os usuários atingem objetivos específicos, acessando a informação correta ou gerando os resultados esperados propostos pelo design do produto.
- b) Satisfação subjetiva: quando a interação com os recursos do sistema proporciona, subjetivamente, uma satisfação no usuário.
- c) Facilidade de aprendizado: rapidez como que o usuário tem no aprendizado no uso da interface.
- d) Facilidade de memorização: Após um período utilizando os recursos, o usuário se adapta a interação apresentada pelo produto.
- e) Baixa taxa de erros: os recursos não devem travar nem apresentar problemas durante a leitura.

Portanto, temos a interface digital como função de qualidade, que apresenta facilidade de utilização dos protos editoriais digitais.

Um critério importante é a navegabilidade que o *e-book* deve possuir. O usuário não deve se perder no meio das informações apresentadas, sendo assim, ele tem que saber para onde ir. Geralmente, num site a navegabilidade corresponde ao número de cliques que uma pessoa pode dar para acessar um conteúdo. Portanto, é

necessária uma estratégia de organização na arquitetura do produto apresentado para que o usuário possa usufruir do seu funcionamento sem se desorientar.

Para Coscarelli (2010) o quesito navegabilidade nos ambientes digitais é uma habilidade imprescindível. O leitor nesse meio é um navegador, e essa leitura se desdobra de outras formas. A autora define essa leitura “como leitura verbal hipertextual não linear e um sistema complexo, não por ser complicada, mas por ser realizada de forma dinâmica, aberta, recursiva, gerando estruturas emergentes nem sempre previsíveis” (COSCARELLI, 2010, p. 3). O leitor deve entender a sequência de *links* que o conduzirá a um conteúdo ou uma ação.

Se ele tem essa sequência apenas memorizada, mas não reflete sobre o sentido dela dentro das possibilidades do digital, poderá se perder e travar a navegação. Isso costuma acontecer porque o digital possui, assim como o impresso, uma gramática/sintaxe que lhe é própria (COSCARELLI, 2010, p. 5).

A ideia de navegabilidade é muito próxima do conceito de interatividade. Esse conceito normalmente está ligado às mídias digitais em geral, entretanto, pode ser visto de uma forma mais genérica quando caracterizamos como um sistema, ou objeto que permite algum nível de participação do usuário. Especificamente sobre a interatividade Tori (2008) destaca que sua escala pode transitar de passiva até interativa, ou seja, o grau de interação pode ser afetado e, não só pelas ferramentas interativas que, por exemplo, um dispositivo eletrônico de leitura proporciona, mas também por fatores sociais, conjunturais, psicológicos e de aprendizagem. Fazendo uma analogia com um vídeo viral da *internet*, onde uma criança tenta clicar com o dedo numa revista impressa esperando que ela mude de página ou outra coisa aconteça, podemos identificar que o grau de interatividade é insuficiente, mesmo a revista tendo uma interatividade física que nos permite folhear suas páginas, a aprendizagem dela não permite que a interação²⁷ aconteça.

Tori (2008) fundamenta que a presença ou ausência da percepção de interatividade pelo usuário passa por três características pontuais: a frequência (possibilidade de interagir com o ambiente digital de forma contínua e periódica); abrangência (recursos disponíveis para acontecer a interatividade, como a presença de um *avatar* no mundo virtual); e significância (essa característica é subjetiva, pois

²⁷ “interação” é considerada como a ação interativa em si (TORI, 2008).

depende da experiência que o usuário tem com a interatividade para construção de conhecimento).

Pierre Lévy (1999) caracteriza a interatividade como a crescente evolução tecnológica, que possibilita transformar os envolvidos na comunicação, ao mesmo tempo, em emissores e receptores da mensagem.

André Lemos (1997) entende que vivenciamos a interatividade digital na medida em que se estabelece uma relação tecno-social, ou seja, um diálogo entre o ser humano e as máquinas, criando uma interação técnica, característica do eletrônico e em tempo real. Interatividade se localiza na zona de contato, zonas de negociação, nas interfaces gráficas.

Usabilidade, navegabilidade e interatividade são termos comumente associados à *internet* e a vida digital. Além destes conceitos, outro se torna importante para pensarmos os *e-books*: o hipertexto.

A base da internet é constituída por hipertexto, ou seja, tecnicamente, para Lévy (2003), um conjunto de nós que conectam palavras, páginas, imagens, gráficos, sequências sonoras e audiovisuais, e documentos com linguagem complexa, dentro de um universo virtual. Em outras palavras, o hipertexto proporciona uma narrativa não-linear, onde ao acessar um site na WEB, por exemplo, podemos escolher o caminho a seguir através de *links*, ao clicarmos em determinadas palavras, novos conteúdos surgem. Essa estrutura textual proporcionada por esses hipertextos permite que o leitor seja um coautor do texto.

Nos *e-books* essa funcionalidade pode ser utilizada a partir de busca por palavras-chave, um sumário hipertextual, uma imagem que, ao ser clicada, leva a um audiovisual, dentre tantos outros caminhos. Sendo assim, Lévy (2003) coloca o hipertexto como um programa que viabiliza a organização do conhecimento, dados, obtenção de informações e comunicação.

Pierre Lévy (2003, p. 44), diz que “a abordagem mais simples do hipertexto é a de descrevê-lo por oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede”. A construção dessa rede de nós, que são os elementos de informação, como páginas e imagens, são efetuadas por objetos que ligam esses mesmos nós, tais como botões e indicadores.

Temos ainda a expressão hipermídia, enquanto o hipertexto é um elo eletrônico que liga um texto composto de fragmentos de texto, que levam a outros textos, a hipermídia estende essa noção a outras plataformas ao incluir elementos visuais,

sonoros etc. Exemplificando, num livro digital uma imagem pode se reportar a outra com um simples clique efetivando a ideia que um elemento visual pode ser um nó de ligação à outra informação.

Koch (2005, p. 64) distingue as principais características do hipertexto:

- a) não-linearidade (como função central);
- b) volatilidade, devida à própria natureza (virtual) do suporte;
- c) espacialidade topográfica, trata de um espaço de escritura/leitura ilimitados, não hierárquico, nem tópico;
- d) fragmentariedade, pois não possui um centro regulador inerente;
- e) multimediosidade, por apresentar aportes sócio e sensoriais numa mesma interface (palavras, ícones, elementos sonoros, animação audiovisual etc.);
- f) interatividade, devido à relação do leitor, como o sistema;
- g) iteratividade, devido os processos contínuos e repetitivos;
- h) descentração, ocorre em virtude dos deslocamentos aleatórios propostos por fragmentos do hipertexto.

Vimos até aqui todos os fundamentos referentes ao processo metodológico que indica pesquisa bibliográfica e coletas de dados para aprofundar os conceitos que a temática proposta por esse trabalho exige. Em outras palavras, desenvolvemos um mapeamento teórico para contextualizar o livro infantil digital. A seguir apresentaremos o produto desenvolvido com base nesse olhar científico, ainda deliberadamente, técnico.

4 DESCRIÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Nesse momento vamos abordar os aspectos do desenvolvimento do *e-book* com base no projeto editorial e projeto gráfico visto antes. Destacamos que esse livro parte da iniciativa do autor do projeto, que em todas as etapas teve autonomia para criação, tanto do gênero textual quanto das ilustrações. Ambas são originais e foram elaboradas no segundo semestre de 2015, intencionalmente para esse projeto experimental. Portanto, esse trabalho resultou num livro digital para o público infantil, conforme as possibilidades intelectuais e técnicas apropriadas para uma publicação desse porte.

Para tal projeto foram pesquisadas alternativas de formatos eletrônicos e leitores de *e-book*, onde optamos pelo formato folio e o respectivo dispositivo de leitura iPad. O Folio dá suporte ao material produzido, visto que nesse formato o produtor editorial tem uma maior liberdade para criar *layouts* fixos com certo grau de interatividade. O *software* de edição Adobe InDesign CC (2014), que já era dominado pelo autor, foi elencado para a diagramação que ocorreu em várias instâncias. Primeiramente com a editoração do conteúdo com o tamanho proporcional do *tablet* escolhido. Num segundo momento se criou um folio, que é um formato padrão que incorpora todas as partes da já editadas em um único arquivo. Na terceira etapa, com o produto finalizado, é feita a exportação e a publicação desse arquivo para o formato folio. É importante salientar que o Folio é uma extensão do InDesign que funciona nas versões mais recentes do programa.

Outros programas também foram essenciais para o desenvolvimento da parte gráfica. O Corel DRAW X7, e o Adobe Illustrator CC5, deram suporte na criação das ilustrações, ambos permitem o feitiço de desenhos vetoriais profissionais com funções de edição que comportam gerenciamento de tipografia, criação digital, edição, ilustração, e até desenvolvimento de sites e *printscream*. O Adobe Photoshop CC5, por sua vez, auxiliou na finalização das imagens, com recursos de edição de cores para as ilustrações, assim como exportação de arquivos num formato apropriado para o reconhecimento do Folio. Ou seja, as imagens foram exportadas nos formatos JPEG e PNG de 72 dpi usando as mesmas dimensões em pixel do dispositivo de destino, que é 1024 x 768 com proporção 4:3.

4.1 PROJETO EDITORIAL DO *E-BOOK* “CARLOS, O CARACOL AVENTUREIRO”

A concretização do projeto editorial foi de suma importância para a criação do produto, pois através dele foi construída a identidade do livro infantil para suporte digital. Para tal, foi levado em consideração o objetivo e a missão da publicação; o público-alvo a ser atingido; captação de originais; gênero e linguagem do texto; captação de ilustrações.

No primeiro semestre de 2015, tivemos a oportunidade de participar da disciplina Publicações Digitais, ministrada pela professora Aline Dalmolin. A proposta era o desenvolvimento de um livro digital em EPUB. Essa atividade nos levou a produzir um livro infantil, porém o resultado final não foi satisfatório, pois o produto, devido às limitações do formato, não apresentou layout agradável para leitura do público infantil. Apesar desses fatos tivemos um aprendizado admirável, e concluímos que uma produção de um e-book para crianças pode ser desenvolvido em formato mais adequado. Essa iniciativa, também é uma contribuição para a Produção Editorial. Além do mais, as publicações infantis sempre foram do nosso interesse, não só pelas histórias simples e encantadoras, mas também pelas ilustrações que contribuem para a construção de um universo próprio dentro da narrativa.

O primeiro passo foi a captação de uma obra original que abordasse temáticas universais e de simples assimilação, como medo, aventuras em lugares desconhecidos, descobertas, ajuda ao próximo, dentre outras, contudo não tivemos sucesso, então decidimos desenvolver esta história. Buscamos, antes, conhecer o nosso público: crianças de sete e oito anos que, obviamente, estão em fase de alfabetização. Delimitado esse aspecto, optamos pelo gênero prosa, pois convida o leitor a participar da história e ainda possui uma linguagem de fácil assimilação. E subgênero conto, que se enquadra como uma obra de ficção onde é apresentado um narrador, poucos personagens, ponto de vista e enredo. E tem como características a fantasia, e textos curtos.

Tivemos a ideia de trabalhar com personagens do reino animal, mas fugindo do usual, como cachorros, gatos, animais de zoológico etc.; portanto, pesquisamos outros animais menores, que as crianças possam se identificar e, que façam parte da literatura brasileira. Logo, foi lembrado do Dr. Caramujo, personagem de *Reinações de Narizinho*, que dá voz à Boneca Emília através de uma pílula. Nos desenhos animados, dois outros caramujos têm destaque, o Gary (Bob Esponja), e o Caracol

(Hora da Aventura), que misteriosamente aparece em todos os episódios, mas nunca foi divulgado o seu nome. Esse segundo personagem serviu como inspiração para criar essa narrativa.

Para adequarmos a linguagem ao público escolhido levamos em consideração Bambenger (1995), que define as fases de leitura por idade:

a) Idade dos livros de gravuras e dos versos infantis: possibilita que crianças de dois a cinco anos, experimentem algo diferente do seu cotidiano. Nessa idade, que é conhecida como mentalidade mágica, cenas individuais despertam mais o interesse do que enredo. As publicações devem ser com gravuras mais reais, deixando de lado a ficção.

b) Idade do conto de fadas: se encaixa entre crianças de cinco a nove anos, e é uma fase de desenvolvimento da fantasia. É preferível que o conto tenha personagens e histórias de um mundo distante, com enredos inusitados proporcionados pelos contos de fadas.

c) Idade da história ambiental e idade da leitura “factual”: crianças de nove a doze anos, traz o mundo concreto, objetivo, mas os contos de fadas ainda despertam um interesse.

Essas divisões por faixas etárias podem ser consideradas limitadas, pois o universo literário possui liberdade de temáticas mais específicas para livros infantis, sendo assim, trataremos de temas como solidariedade, amizade, descobertas e natureza.

O livro infantil produzido será para crianças de oito a nove anos, pois os elementos textuais apresentados são mais extensos, exigindo uma leitura contundente. O conto desenvolvido traz um enredo simples. O personagem principal, um caracol, vai para longe de seu habitat, ao perceber que está perdido fica desesperado, porém, outro personagem surge dando uma esperança para que ele ache o caminho de volta para casa. Nesse momento o conflito é inserido na narrativa. Contudo, para esse fato se realizar o caracol precisa salvar um personagem, a minhoca. Aqui aparece um desafio para dar um tom de aventura no enredo. O personagem principal consegue resolver esse problema e voltar para o lugar de onde veio. Essa história se insere dentro da lógica dos contos de fadas, que originalmente deve possuir um conflito principal a ser resolvido para que haja um final feliz. Porém, algumas mensagens devem ser produzidas para criar outras reflexões e sentidos no público.

No presente caso apresentamos a solidariedade e a amizade. Neste sentido, o Caracol descobre que a minhoca não precisa ser salva de um vilão, mas sim que ela fugiu por não se sentir inserida naquela sociedade. O personagem então ajuda a minhoca a encontrar uma qualidade que a faça se sentir especial dando otimismo e confiança. Estes aspectos podem ser observados pela perspectiva de cidadania. Por fim, o conto não proporcionará somente o entretenimento, mas também uma consciência social.

A linguagem textual é desenvolvida por um narrador, que relata boa parte da história, contudo julgamos necessário alguns diálogos para dar ênfase aos personagens. Esses diálogos colaboram para o enredo denotando uma função lúdica, pois os animais são seres falantes, o que é incomum na natureza.

As ilustrações também proporcionam um sentido narrativo, ou complementam esse sentido. Elas servem como referencial, pois situam os ambientes e os personagens, deixando de lado uma possível descrição dessas criaturas e lugares. As imagens ilustradas são de um forte apelo para chamar a atenção dos leitores para o texto, além deles alguns elementos com interatividade foram criados, com a finalidade de trazer uma melhor experiência, já que essas crianças que são chamados nativos digitais, a interação no ambiente virtual deve proporcionar interfaces onde esse público consiga se identificar, pois, segundo Pescador (2010), essa atual geração entende a tecnologia digital como uma linguagem.

O título escolhido para o livro foi “Carlos, o Caracol aventureiro”. Para chegarmos nesse resultado fizemos uma pesquisa de outros livros infantis que apresentassem como personagem um caracol. Foram descobertas as obras “É Um Caracol?” de Guido Van Genechten (2009), “O Caracol Viajante” de Sônia Junqueira (2007), “Hugo, o Caracol” de vários autores (2005). Como o personagem principal é um caracol, decidimos manter esse nome no título, porém com uma qualidade, a de aventureiro. O nome Carlos foi escolhido por ser um nome curto, fácil para memorizar e também popularmente conhecido no Brasil.

O objetivo desse livro é destacar a importância das publicações infantis no novo contexto tecnológico, que vivenciamos, trazendo um projeto editorial adequado para o produto digital, que viabilize ao público-alvo um conteúdo que contribua para o conhecimento intelectual, através de temáticas sociais relevantes e fundamentais no desenvolvimento do caráter humano.

4.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO

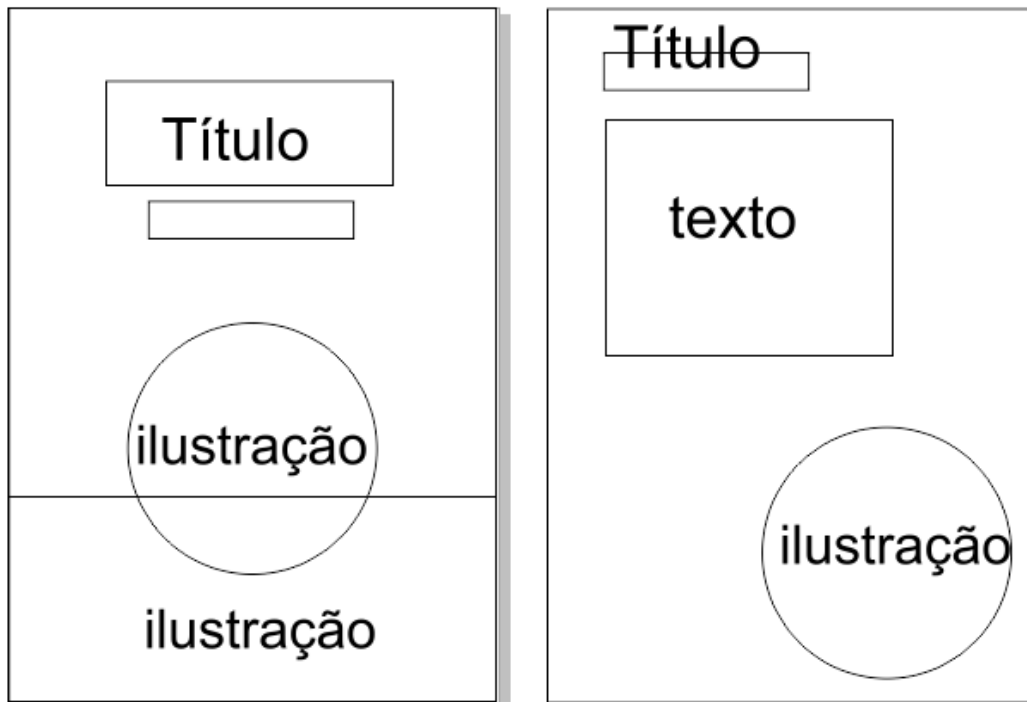
Visto os conceitos desse projeto, que abrange tipografia, imagens, cor, organização editorial e interface digital, partimos para a criação de ilustrações. Previamente, dividimos o texto em trechos e para cada uma dessas partes foi designada uma aplicação. O texto do narrador preferencialmente em página única, porém com a presença de elementos visuais em segundo plano para dar destaque à tipografia. Uma alternativa foi criar quadrinhos nas partes de diálogos, pois é uma forma usual de representação gráfica e proporciona um melhor entendimento do público. No restante da obra as ilustrações são complementadas com o auxílio de elementos textuais. A interatividade que o formato digital disponibiliza foi usada de forma cautelosa para oferecer o mínimo de usabilidade e navegabilidade que um *e-book* precisa, pois o intuito do livro é a literatura adaptada para um formato digital. Isso não significa que todos os possíveis recursos do ambiente digital devam ser usados, visto que a essência da obra é o texto, e certas interatividades podem tirar a atenção dele.

A organização editorial nos ajudou a preparar de maneira eficiente todas as partes do livro. Sendo assim, apresentamos a composição dessa forma: capa, narrativa, créditos, contracapa. A capa deve conter o título da obra e o nome do autor, para as publicações de editoras ainda temos a marca da empresa. Por seguinte, priorizamos a história antes de outros paratextos, como prefácios, créditos e ficha catalográfica, pois esses itens, apesar de importantes, não são interessantes para o público infantil.

Logo depois da narrativa trazemos uma capa de encerramento que os direciona para os créditos e palavra do autor/editor.

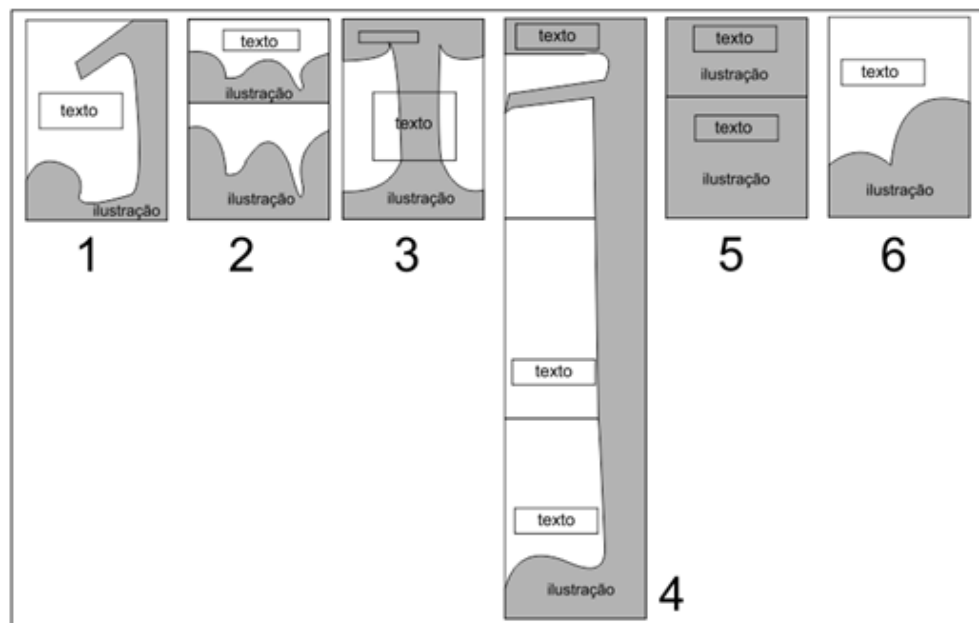
O *layout*, por sua vez, foi desenvolvido para definir as áreas trabalhadas dentro de cada página, mesclando textos e imagens de forma harmônica. Essa composição foi projetada nas dimensões 1024 x 785 *pixels*, e resolução de 150 DPI para ser exibido em *tablets* iPad. Para criação do *layout* partimos de um rascunho simplificado de como os elementos devem estar dispostos.

Figura 13 – Layout da capa e créditos do e-book “Carlos, o Caracol Aventureiro”



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Figura 14 – layout das paginas internas do e-book “Carlos, o Caracol Aventureiro”



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

As figuras 13 e 14 mostram como as imagens e o texto foram dimensionados nas páginas. Em alguns momentos os textos se sobrepõem às ilustrações, porém,

sem interferir na legibilidade; são utilizados textos em locais livres de imagens para proporcionar uma leitura mais agradável. Também foram empregados mecanismos do design gráfico, como a sessão áurea, conforme pode ser observado na Figura 15, a seguir.

Figura 15 – Página interna do e-book “Carlos, o Caracol Aventureiro”



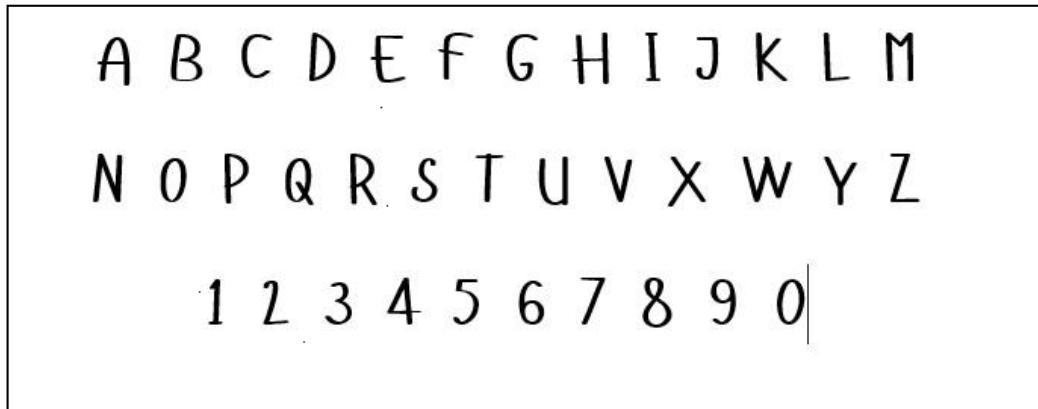
Fonte: Arquivo pessoal do autor.

A tipografia para o público-alvo escolhido deve ter algumas características, tais como:

- a) Corpo da fonte com tamanho grande;
- b) Espaçamento entre letras e entre palavras, assim como o espaçamento entrelinhas devem proporcionar espaços mais acentuados que normalmente as publicações adultas têm;
- c) frases, orações e períodos devem ser curtos;
- d) O texto pode ser em letras maiúsculas, pois nessa fase as crianças são alfabetizadas assim, e reconhecem melhor o formato da letra;
- e) as cores da tipografia podem ser escolhidas conforme o fundo que elas estão postas, nos lugares claros é indicado uma fonte escura, e vice-versa. O importante é criar um bom contraste para facilitar a leitura;
- f) outra característica é manter a semelhança da caligrafia infantil em relação à escolha e uso da tipografia, ou seja, um design de fonte mais próxima, esteticamente, da forma como a criança escreve pode ajudar numa maior identificação com a obra;

Para este projeto escolhemos a tipografia Hangyaboly, que é uma fonte livre no formato *opentype* e *truetype*, o que significa que pode ser usada em sistemas e suportes que reconhecem tal formato (Figura 16).

Figura 16 – Tipografia usada no livro “Carlos, o caracol aventureiro”



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Para o texto, levamos em consideração Coutinho e Silva (2007) que indicam o tamanho de fonte 24, 45 letras por linha, e entrelinha de 0,406 cm. Contudo, como cada família tipográfica tem um tamanho e altura, após alguns testes definimos que o texto seria com tamanho de fonte 25, espaço entrelinha de 50 pontos, mas mantivemos a sugestão de 45 letras por linha.

As ilustrações, conforme já foi mencionado, foram criadas no Corel DRAW X7 e posteriormente incorporadas no Illustrator (Adobe) para que pudéssemos colorir. As cores utilizadas nesse produto seguem o padrão RGB, que é nativo do ambiente digital.

As cores foram planejadas em três planos: objetos da natureza (vegetação, árvores, flores, arbustos e folhas); personagens (caracol, minhocas e pássaro); e, por fim, o céu, que conforme as emoções expressadas pelo personagem mudam de cor.

A paleta de cores para os elementos da natureza seguem um padrão mais real, com variações da cor verde para criar um contraste maior nas representações da flora. Os troncos de árvores são em tons de marrom, e outros elementos também seguem essa regra, como podemos observar na Figura 17.

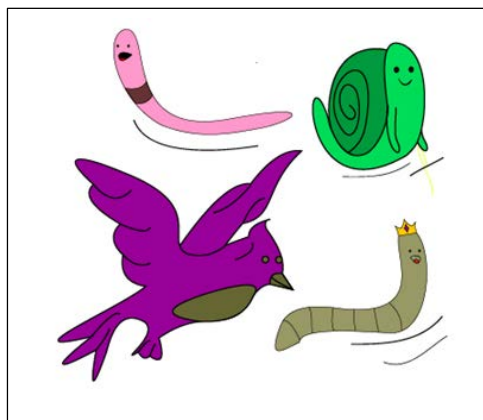
Figura 17 – imagem do livro Carlos, o Caracol aventureiro



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

As ilustrações dos personagens carregam consigo a ludicidade necessária para chamar atenção do leitor, por isso foram usadas cores vibrantes para destoar coloração natural dos animais “seres vivos”. Para o caracol a cor verde, que significa segurança, além de a cor mais agradável para os olhos. A minhoca em marrom escuro, que é uma cor mais séria e pode indicar idade mais avançada. Para a minhocinha a cor escolhida foi rosa que remete ao delicado e também é um tom pacífico. O pássaro com a cor roxa faz a associação ao mistério e a sabedoria, ainda é uma das cores preferidas pelas crianças. Esses personagens estão presentes na Figura 18, a seguir.

Figura 18 – personagens do livro “Carlos, o Caracol aventureiro”



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Em relação ao céu, que fica em terceiro plano depois dos personagens e elementos da natureza, foi idealizado que as cores se apropriam dos sentimentos apresentados na narrativa, quando as coisas estão tranquilas o céu é azul, quando o problema é apresentado o céu fica cinza escuro, e nos momentos felizes o céu é amarelo.

Ainda sobre as ilustrações optamos por uma estética onde o grafismo mais moderno simplifica os objetos e cores, assim proporcionando um *layout* mais limpo, sem muitas informações, para que os desenhos sejam de fácil assimilação.

A última etapa da criação do produto é a interface com o usuário/leitor. Nesse sentido, pensamos que a sobrecarga de interatividade pode ser um problema quando apresentamos uma obra para crianças no formato digital, pois a função maior de um livro infantil é criar o gosto pela leitura.

A utilização de recursos multimídia, como vídeos e elementos interativos, em vez de complementar a narrativa, podem tirar o foco do objeto “o texto”. Entendemos que uma das principais funções de um editor é valorizar a literatura, mesmo no meio digital. Desenvolver um *e-book* que possui uma navegabilidade e usabilidade que proporcionam uma experiência de leitura boa, e o formato folio permite isso, contudo a usabilidade e hiperlinks serão usados contidamente.

A navegabilidade ocorre deslizando o dedo pela tela para trocar de páginas, e ainda é sinalizada com setas que indicam a direção, pois algumas páginas são dispostas verticalmente. A usabilidade está ligada com a navegabilidade, pois deve ser compreendida como o processo de aprendizado que o usuário tem durante a navegação.

Nesse sentido não temos grandes problemas, pois a interface é simples e possui um fluxo contínuo. Alguns hiperlinks foram utilizados nos créditos. E temos uma interatividade nas páginas finais, pois nessa parte a criança já vai estar inserida na história dificilmente perdendo o foco.

Por fim, a criação do Folio foi feita por meio da extensão Folio Builder, que funciona no *software* InDesign. Essa aplicação permite a criação de um arquivo (folio) que une vários formatos digitais dentro de artigos, esses artigos são unidos e transformados em uma publicação. Para isso, a extensão deve estar “logada em uma conta Adobe feita no site da empresa. Ao exportar o Folio, o arquivo vai para a plataforma *online* DPS Folio Producer (Digital Publishing Suite), onde ocorre a publicação para visualização em dispositivos móveis. A visualização do folio é feita

através de um aplicativo, chamado Adobe Content Viewer, que funciona em duas versões, para iPad e Android. A criação do folio foi a etapa final deste trabalho e, assim como, as demais ocorreu tranquilamente.

Para acessar o produto desenvolvido do meu projeto experimental, é necessário os seguir os passos indicados abaixo.

a) Baixar o aplicativo Adobe Content Viewer no tablet ou smartphone. Nas lojas:

- App Store (dispositivos da Apple):

<https://itunes.apple.com/br/app/adobe-content-viewer/id389067418?mt=8>

- Windows Store (windows 8.1, 10 e Windows Phone):

<https://www.microsoft.com/pt-br/store/apps/adobe-content-viewer/9wzdncrfjzbz1>

- Play Store (Dispositivos com Android):

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adobe.dps.contentviewer&hl=pt_BR

b) Depois de instalar o aplicativo é necessário fazer login para ter acesso ao produto.

- login: vini.rodripe@gmail.com.

- senha: invisivel123.

c) depois de logado é só baixar e abrir o arquivo que aparece na biblioteca do aplicativo.

- arquivo: Carlos, o Caracol aventureiro.

O produto foi desenvolvido para leitura em iPad, porém em outros dispositivos também suportam o aplicativo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desse projeto experimental idealizamos o produto editorial, livro digital para o público infantil, conforme as perspectivas editoriais contemporâneas que nos proporcionam novos suportes para leitura. Essa recendente transformação da fixação de “formas simbólicas” no meio eletrônico é consolidada pelas tecnologias desenvolvidas nas últimas décadas, e se equiparam com um motor que produz energia para mover processos de reestruturação do mercado editorial, assim como do consumo de publicações. As mudanças, já iniciadas, fazem com que o universo editorial reformule a maneira como produz e distribui seus livros, assim como os leitores se tornam ativos no processo. A circunstância apresentada nos fez refletir para que pudéssemos criar o *e-book* “Carlos, o caracol aventureiro”.

Todos os aportes teóricos apresentados nesse trabalho foram de suma importância, devido à competência intelectual dos autores que abordam os temas, contudo, sobre o conceito de livro digital ainda há poucas referências para a área, o que nos fez buscar dados e informações em sites especializados em tecnologia.

Outro ponto discutível é o suporte digital, que se refere ao formato e respectivo dispositivo eletrônico. Ainda existem dúvidas que pairam sobre o trabalho, pois há muitos formatos de distribuição de livros digitais como também inúmeros dispositivos, e incontáveis lojas virtuais que vendem esses produtos, cada um com uma especificidade tornando o trabalho do editor e equipe editorial complexo.

Ou seja, ao produzir um livro digital o produtor editorial se depara com inúmeras questões: Em qual loja virtual vamos vender o nosso produto? Quais as especificações técnicas os formatos exigem? Para quais dispositivos eletrônicos de leitura? Uma possível resposta seria: todos. Mesmo que alguns formatos como MOBI, EPUB, Folio, sejam padrões para a maioria dos *e-books*, ou que o Kindle, kobo e iPad possuam a maior parte do mercado, ainda temos que pensar uma publicação para todos esses suportes, e também outros aqui não especificados. Portanto, para as editoras é um desafio se inserir nesse contexto.

Os estudos desse projeto nos levaram ao formato Folio como uma alternativa para o produto desenvolvido, entretanto, é necessário a utilização de uma conta na Adobe para visualização desse tipo de arquivo, que permite a leitura através de um aplicativo disponível para Android e IOS (sistema operacional do Ipad), chamado Adobe Viewer. Esse formato, dentre outros pesquisados, foi o que teve melhor

desempenho na visualização do arquivo, pois permite uma boa navegabilidade e ainda fornece recursos multimídias.

A produção da obra e das ilustrações desenvolvidas para este projeto nos mostrou que o editor deve valorizar autores e desenhistas, visto o enorme trabalho e tempo destinados nessas criações. Tal experiência foi fundamental na medida em que entramos no mercado de trabalho como produtores editoriais.

Durante o processo de editoração eletrônica não ocorreram grandes dificuldades, pois os programas já eram utilizados. Contudo, na concepção do Folio, alguns aprendizados extras foram necessários. As ilustrações exigiram mais trabalho, enquanto o desenvolvimento na narrativa textual transcorreu de forma rápida. Ainda, mesmo tendo a possibilidade de utilizarmos mecanismos de interatividade como áudios e vídeos, nos limitamos em desenvolver a narrativa focada no texto e ilustração.

Para finalizar, destacamos a graduação no Curso de Produção Editorial, pois nesse período acadêmico criamos habilidades práticas com base conceitual, que nos proporcionaram acréscimo intelectual, e conhecimento. Ser um produtor editorial nos tempos atuais, além de uma responsabilidade, é uma aventura prazerosa.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

_____. **Dicionário visual de design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

BAMBERGER, Richard. **Como incentivar o hábito da leitura**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.

BRENNAND, Edna G. Góes et al. **Concepção e implementação da Biblioteca Digital Paulo Freire**. Universidade Federal da Paraíba. Projeto de Iniciação à Pesquisa. João Pessoa: UFPB, 2000.

CAMARGO, Luís. **Ilustração do livro infantil**. Belo Horizonte: Editora Lê, 1995.

CHARTIER, Roger. **A Aventura do Livro: do Leitor ao Navegador**. Tradução: Reginaldo de Moraes. São Paulo: UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CHARTIER, Roger. **Os Desafios da Escrita**. Tradução: Fulvia M. L. Moretto. Editora UNESP. São Paulo, 2002. Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI. Versão 3.0. Novembro de 1999.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico**. Teoria e Prática da Diagramação. São Paulo: Summus, 2000.

_____. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

COSCARELLI, Carla Viana; NOVAIS, Ana Elisa. **Leitura: um processo cada vez mais complexo**. Letras de Hoje, Porto Alegre, v. 45, n. 3, p. 35-42, jul. /set. 2010.

COUTINHO, Solange Galvão; SILVA, José Fábio Luna. **Linguagem Visual em livros didáticos infantis**. 15º Encontro Nacional da ANPAP. Anais do 15º Encontro Nacional. Arte: limites e contaminações. Salvador, 2006.

DAMASCENO, Patrícia Lopes. **Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos**, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

DIAS, Claudia. **Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis**. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003.

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 nov. 2015.

LAJOLO, Marisa e ZILBERMAN, Regina. **Literatura infantil brasileira: história e histórias**. 6 ed. São Paulo: Ática, 2006.

GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto: sistemas de leitura visual**. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.

GUARALDO, Laís. Estratégias expressivas de ilustradores editoriais. **Revista Educação Gráfica**, Ano 2013, v.17, n. 0.03. Disponível em: <<http://www.educacaografica.inf.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

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 nov. 2015.

HARVEY, David. **O livro infantil contemporâneo**. Condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

HASLAM, Andrew, **O livro e o design II, como criar e produzir um livro**. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

IBM DEVELOPERWORK. Disponível em: <<https://www.ibm.com/developerworks>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

INTERNATIONAL DIGITAL PUBLISHING FORUM. Disponível em: <<http://idpf.org/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

KERCKHOVE, D. **A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica**. Tradução de Luis Soares e Catarina Carvalho, 1997.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Hipertexto e a construção do sentido**. Alfa, São Paulo, 51 (1): 22-38, 2007.

KULPA, C. **A contribuição de um modelo de cores na usabilidade das interfaces computacionais para usuários com baixa visão**. Porto Alegre. RS. P 191.

LEMOS, André L. M. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

_____. Dispositivos de leitura eletrônicos. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, ano 9, v. 9 n. 24, p. 115-131, mai. 2012. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/239/234>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

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

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2003.

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

LINDEN, Sophie Van der. **Para ler o livro ilustrado**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LINS, Guto. **Livro Infantil?** São Paulo: Edições Rosari, 2004.

_____. **Livro infantil**: projeto gráfico, metodologia, subjetividade. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

LOURENÇO, Daniel Alvares. **Tipografia para livro de literatura infantil**: desenvolvimento de um guia com recomendações tipográficas para designers/ Curitiba, 2011. (Dissertação de Mestrado).

MARTINS, et. al. **A importância da literatura infantil no desenvolvimento cognitivo da criança**. VII Ciências Humanas. 2004. Disponível em: <http://www.sitedeliteratura.com/Noticias/2003/vitm.htm> Acesso em: Outubro 2015.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico**. São Paulo: Editora Nacional/Editora da USP, 1972.

_____. **Os meios de comunicação com extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 2014.

MORAES, Maria Fernanda. **Livro Infantil: Relembre os autores que ficaram na memória das crianças**. Saraiva Conteúdo. 18 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/50734>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

NORRIS, Beverley; SMITH, Stuart A. Child Anthropometry. Ergonomics for Children: Designing Products and places for toddler to teens. Organização: Rani Lueder e Valerie J. Berg Rice. Florida: CRC Press, 2008.

PESCADOR, CRISTINA M. **Tecnologias digitais e ações de aprendizagem dos nativos digitais**. V CINFE, Caxias do Sul. RS. 2010.

PROCÓPIO, Ednei. **O livro na era digital**. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

QUEIROZ, Sonia (Org.). **Glossário de termos de edição**. Belo Horizonte: Fale/Viva Voz, 2008.

RIBEIRO, Ana Elisa. **O que é e o que não é um livro**: materialidades e processos editoriais. Fórum Linguístico, Florianópolis, 2013.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Atelie Editorial, 2003.

SILVA, M. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa**. Reedição Ed. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

TÁVORA, Antônio Duarte Fernandes. **Construção de um conceito de suporte: a matéria, a forma e a função interativa na atualização dos gêneros textuais**. 176 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de PósGraduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TORI, Romero. Cursos híbridos ou blended learning. In: LITTO, Fredric M.; FORMIGA, Marcos (Org.). **Educação a distância – estado da arte**. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2008.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

WHITE, J. V. **Edição e Design**: para designers, diretores de arte e editores. Tradução de Luís Reyes Gil. São Paulo: JSN Editora, 2006.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995.

ZAPF, Hermann. **História de alfabetos**: a autobiografia e a tipografia de Hermann Zapf. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

ZAPPATERRA, Yolanda; CALDWELL, Cath. **Design editorial**: jornais e revistas mídia impressa e digital. São Paulo: GGBrasil, 2014.

APÉNDICE

Apêndice 1 – imagens das páginas do e-book “Carlos, o Caracol Aventureiro”



