

O PROGRAMA DE DESIGN DO LIVRO: CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E LEITURA NA TRANSIÇÃO PARA UM CONTEXTO HÍBRIDO DE EDIÇÃO.

Ana Catarina Silva

Universidade do Porto (Portugal)

Maria Manuel Borges

Universidade de Coimbra (Portugal)

Resumo

Este estudo inscreve-se nas áreas científicas das Ciências da Informação e Comunicação e do Design Editorial. Refere-se a um contexto híbrido de edição, em que os processos editoriais compreendem a coexistência do impresso e do electrónico, e ao papel desempenhado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação. Este é um cenário de transformação *técnica, morfológica e cultural* (Roger Chartier) que representa um momento singular para pensar o livro e os seus processos de construção, valorizando-o nas suas diferentes concretizações e contextos.

Sendo a matriz de pensamento a do *homem tipográfico*, é inevitável a aplicação de princípios que remetem para o impresso. Mas é reconhecida a necessidade de pensar soluções adequadas às possibilidades que o formato electrónico do livro e os novos processos de publicação encetam. Este facto abre um campo de reflexão teórica e prática acerca dos processos de comunicação e fluxos de informação associados ao livro, em que o design assume um papel importante. No sentido de reflectir estas questões definiram-se três objectivos para o presente estudo: (i) análise do panorama actual de produção do design de livros; (ii) análise comparativa da edição tradicional e da edição híbrida de livros; (iii) caracterização da comunicação e dos fluxos de informação existentes em contexto de edição híbrida de livros. Para tal, adoptaram-se ferramentas metodológicas qualitativas, com um levantamento e estudo de fontes escritas e análise de conteúdo. Este procedimento permitiu-nos concluir que actualmente existe um grande investimento (organizacional e de capital) por parte da indústria editorial em esquemas de publicação híbridos, embora se verifique ainda uma falta de adequação dos programas de design a este cenário. Essa adequação passa por direccionar o enfoque do programa de design, não para o controlo da forma final do objecto (livro), mas para sua regulação. Este modo de actuação assenta, por sua vez, num fluxo de informação dinâmico, em que o objecto de trabalho editorial é flexível e construído de forma participada pelos vários agentes.

Palavras-chave: Edição híbrida; livro impresso; livro electrónico; design editorial.

Abstract

This study is developed within the scientific areas of Information Science, Communication Sciences and Editorial Design.

It refers to the hybrid publishing context in which there is a coexistence of electronic and print processes, and to the role played by Information and Communication Technologies. This scenario is conditioned by technical, morphological and cultural transformations, in the words of Roger Chartier, and represents a singular moment to observe the book and its construction processes, valuing it in its various embodiments and contexts.

In order to study these issues, we defined three goals: (i) analysis of the current design production of books, (ii) comparative analysis of traditional publishing and hybrid publishing, (iii) characterization of the communication and information flows of existing hybrid publishing scenarios. To do so, we adopted qualitative research tools, with a study of written sources and content analysis. This procedure allowed us to conclude that the publishing industry is making major investments (in what concerns organization and capital) in implementing hybrid publishing schemes. Nevertheless, there is still a lack of adequacy of design programs in this scenario. This adaptation involves a redirection of the focus of the design

program, not to controlling the final shape of the object (book), but to regulating it. This procedure can only be possible with a dynamic information flow in which the editorial subject is flexible and built inside a participatory scheme by the various agents.

Keywords: Hybrid editing; printed book, electronic book, editorial design.

INTRODUÇÃO

Este estudo inscreve-se nas áreas científicas das Ciências da Informação e Comunicação e do Design Editorial e refere-se ao design do livro num contexto editorial híbrido. A sua pertinência advém da verificação empírica de que as exigências da actividade do mercado editorial pressionam o designer a responder a programas de design de livros de um modo mais flexível e materializável em diferentes cenários – impresso e electrónico. O resultado é, não raras vezes, desajustado ou redundante. Este facto leva a que, não só o conteúdo, mas também a estrutura e a morfologia do livro sejam hoje amplamente discutidas, nos circuitos tradicionais e nos novos media (Haslam, 2006: 12).

O contexto híbrido de edição a que nos referimos define-se entre o universo do livro impresso, dentro de um processo tradicional de publicação, e o universo do e-book (livro electrónico), dirigido aos dispositivos de leitura electrónicos. Diz respeito aos processos editoriais que, em determinados momentos do seu fluxo, podem alterar o seu sentido e adaptar-se a diferentes modos de produção (como por exemplo o offset ou o digital) ou resultar em objectos finais de diferentes naturezas (como o impresso ou o electrónico).

Por tudo isto, pensamos ser um momento singular para pensar o livro e os seus processos de construção, percebendo-o e valorizando-o nas suas diferentes concretizações e contextos, sejam eles impressos ou electrónicos.

Ao surgirem novos espaços de escrita e leitura inaugurados pela tecnologia digital, sendo a matriz de pensamento a do “homem tipográfico”, é inevitável a aplicação de princípios prévios, que remetem para o impresso. Mas reconhecemos também a necessidade de pensar novas soluções para possibilidades que o formato electrónico do livro e os novos processos de publicação encetaram. Este facto abre um enorme campo de reflexão teórica e prática acerca dos processos de comunicação e fluxos de informação associados ao livro, em que o design assume um papel importante. É, por isso, necessário pensar as especificidades do livro, nas suas vertentes impressa e electrónica, procurando dar-lhe uma forma justa, plenamente consciente do potencial operativo e simbólico deste, mas sem esquecer a herança de um objecto fundador da civilização e da constituição do Homem moderno que é o livro impresso: “Apenas se for preservada a inteligência da cultura do código é que poderá existir, sem ressalva, a felicidade extravagante prometida pelo ecrã” (Chartier, 1994).

OBJECTIVOS E METODOLOGIA

Neste cenário parece-nos pertinente um estudo que contribua para uma adequação das ferramentas metodológicas e para uma optimização dos processos de comunicação e fluxo de informação próprios da actividade do design. No sentido de reflectir estas questões definiram-se três objectivos para o presente estudo: (i) análise do panorama actual de produção do design de livros; (ii) análise comparativa da edição tradicional e da edição híbrida de livros; (iii) caracterização da comunicação e dos fluxos de informação existentes em contexto de edição híbrida de livros. Para tal, adoptaram-se ferramentas metodológicas qualitativas, com um levantamento e estudo de fontes escritas e análise de conteúdo. Partimos de uma investigação sustentada em autores proeminentes na área da história do livro como Henry-Jean Martin, Lucien Febvre, Robert Darnton, Roger Chartier; em autores que abordam a questão da mediação digital e do futuro do livro, como, Alistair McCleery e David Finkelstein, Bill Cope e Angus Phillips, N. Katherine Hayles, Johanna Drucker, Sven Birkerts ou Jay David Bolter; e em autores que exploram o contexto híbrido da edição como José Afonso Furtado ou John B. Thompson.

O MEIO DIGITAL COMO MEIO DE PRODUÇÃO, MEIO DE DISTRIBUIÇÃO E MEIO DE LEITURA

A extensão das transformações que a mediação digital introduziu na *ordem dos livros* implicou essencialmente o modo de produzir, distribuir e ler o livro, mais do que o livro em si mesmo. A introdução de novas tecnologias de informação e comunicação nos contextos editoriais implica uma nova literacia, mas também uma mudança do paradigma organizacional. As tarefas na cadeia de produção do livro alteram-se e o resultado é cada vez menos definitivo e cada vez mais dividido, numa lógica de *cross-media publishing*¹. Os processos digitais permitem uma diversificação de produtos, sem que isso implique uma substituição do antigo pelo novo. Daqui advém um cenário editorial híbrido, que anula definitivamente o fundamento da dicotomia livro impresso/ livro electrónico, algo que podemos ver graficamente representado no modelo de Adoni e Nossek (2001) (Cf. Fig. 1 Modelo dialéctico de Interações entre medias de (Fonte: Adoni & Nossek, 200: 65)). Este é um modelo dialéctico de interações entre *medias* que ilustra essa relação, apresentando três cenários possíveis: equivalência funcional; diferenciação funcional; multiplicidade funcional. O primeiro leva à substituição de um *media* por outro. O segundo permite a coexistência de ambos. O terceiro representa a síntese de dois *medias*, que resulta num novo *media*. O contexto editorial híbrido que descrevemos, dependendo do grau de diferenciação funcional dos produtos editoriais (livro impresso, livro electrónico, produto multimédia, etc.), encontra-se ilustrado na parte inferior do esquema (coexistência, permutabilidade). Aí cabem as formas tradicionais (impressas) e as novas formas originárias do digital.

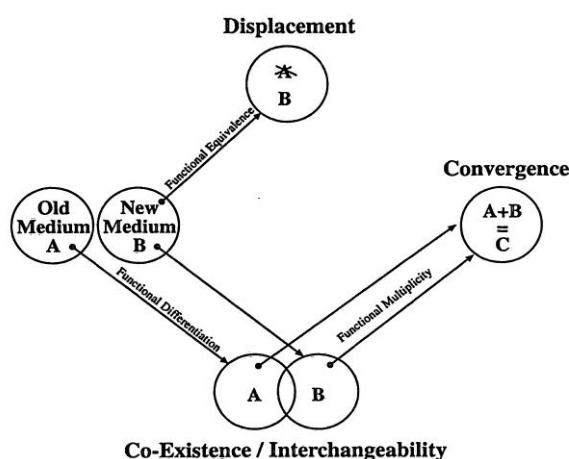


Fig. 1 Modelo dialéctico de Interações entre medias de (Fonte: Adoni & Nossek, 200: 65)

O presente e futuro do livro, nas suas diferentes formas, assenta, portanto, neste factor de diferenciação. Por esta razão, podemos afirmar com certeza que os vaticínios da morte do livro são, no mínimo, exagerados:

...the persistence of reading books might be related to the degree of interchangeability or uniqueness of print media use. If reading books fulfills psycho-social needs for the individual reader, then it can be assumed that it will persist as a cultural behavior even in the multi-media environment (Adoni & Nossek, 2001: 89).

Verificamos que o contexto editorial actual não se centra numa alteração do objecto (do impresso para o electrónico, por exemplo), mas antes num reenquadramento do seu objecto. Se antes desta revolução digital o livro físico era a síntese do conteúdo e da sua representação, funcionando a cadeia de valor do livro grandemente em torno da sua materialidade, armazenamento e distribuição, actualmente o impacto das novas tecnologias levou a uma maior consciência da natureza imaterial do conteúdo dos livros. Hoje os livros, antes de o serem, são conteúdos digitais. São "information architecture" (Cope & Phillips, 2006).

¹ "a produção de produtos multimédia para distribuição através de diversos canais para as emergentes populações de consumidores" (Furtado, 2009: 236).

A revolução digital resulta, portanto, numa transformação da matéria-prima principal das editoras que passa a ser os activos digitais. E a principal função destes agentes passa a ser a gestão desses conteúdos – *Digital Content Management*, ou DCM.

A distribuição através de múltiplas plataformas, ou *cross-media publishing*, implica uma reutilização de conteúdos flexíveis e a respectiva publicação através de diferentes canais e em diferentes suportes, digitais ou impressos. Para tal, há que desenvolver fluxos de trabalho adequados, um verdadeiro *workflow* digital que contemple ferramentas de DCM.

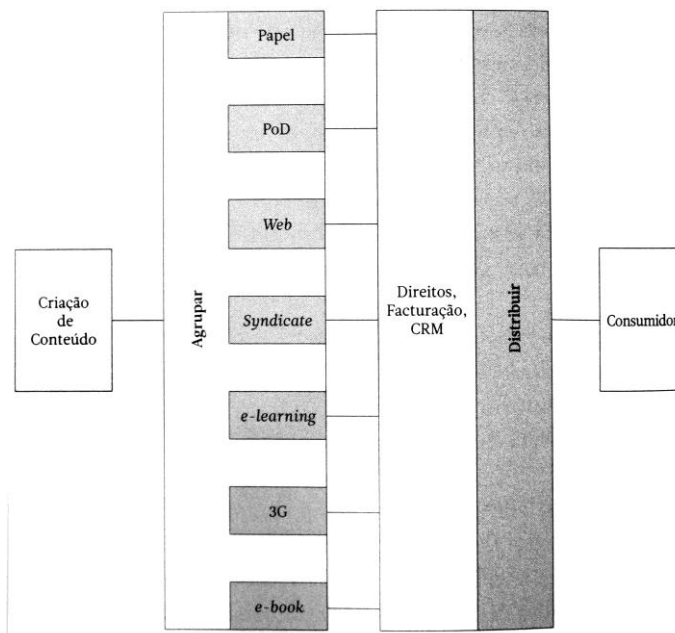


Fig. 2 Cross-media publishing (Fonte: Furtado, 2009: 240)

NOVAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO, DE DISTRIBUIÇÃO E DE LEITURA EM CONTEXTO HÍBRIDO E A RENOVAÇÃO DE PRÁTICAS TRADICIONAIS.

A adopção de um *workflow* digital é um processo que ainda está a decorrer no seio de muitas indústrias do universo editorial. As práticas organizacionais, os fluxos de trabalho e de capital no sector editorial estão a alterar-se, mas enquanto não se reconverterem totalmente, continuaremos a observar uma certa precariedade na qualidade da edição híbrida, em que ficheiros digitais são utilizados na manufactura de livros de naturezas diferentes (impressos e electrónicos), sem que a sua especificidade seja tida em conta.

A Fig. 3 Digital workflow (Fonte: Thompson, 2009: 414) apresenta um *workflow* digital, tal como Thompson o vê. Verificamos que neste esquema está prevista uma particularização do *output* final, no que diz respeito à produção do livro. Na última fase do esquema proposto por Thompson, está prevista uma *conversão* do ficheiro digital que originalmente serve o ramo impresso para um *output* electrónico, ou seja, o livro electrónico, nos seus diferentes formatos (à data da publicação deste esquema (2009)). Não deixa de ser curioso que haja uma “conversão”. Significa isto que os activos digitais são ainda desenhados para um determinado *output*, apenas se prevendo que podem ser adaptados a outro. O que entendemos ser um *workflow* digital verdadeiro é algo diferente, na medida em que contempla outro modo de produção, em que os conteúdos digitais não têm forma fixa, mas antes se apresentam como um produto que se materializa de forma adequada a cada um dos diferentes canais de distribuição, tal como ilustrado na Fig. 4 Repurposing workflow (Fonte: Furtado, 2009: 238)

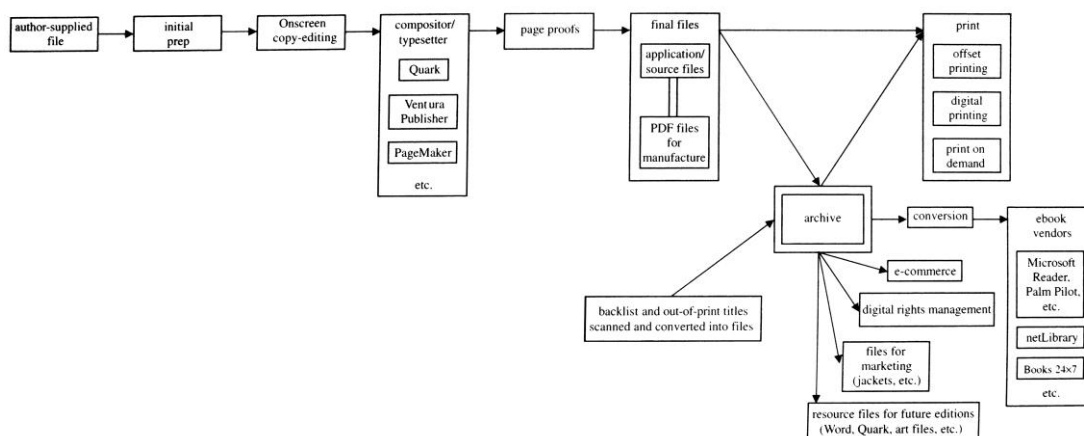


Fig. 3 Digital workflow (Fonte: Thompson, 2009: 414)

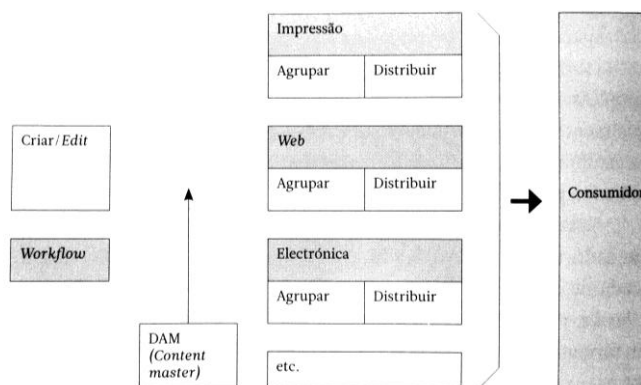


Fig. 4 Repurposing workflow (Fonte: Furtado, 2009: 238)

Historicamente, até meados dos anos oitenta do século XX, a impressão de livros era feita com base em processos industriais rentáveis, mas apenas em grande escala: processos planográficos (sendo os mais comuns o *offset*, a rotogravura e a flexografia) ou estereográficos (destes, apenas a impressão por tipografia é mais frequente). Aqui existe um princípio de uma “imagem fixa” que dá origem a múltiplas impressões.

A partir do momento em que são introduzidos processos de impressão digital na indústria editorial, passa a ser possível a impressão de livros de conteúdo variável em pequenas quantidades e de forma economicamente viável. O custo de uma unidade é o mesmo, independentemente da tiragem, ao contrário dos processos que implicam uma “imagem fixa” por base.

A maquete do livro, depois de editada e composta pelo designer, passa a ter uma base digital. A partir daí pode ter diferentes *outputs*, conforme as necessidades do conteúdo, o mercado ou a intenção do cliente.

O *Print-on-Demand* (POD) é um modelo de edição de livros que se tornou possível com este processo digital. Cada exemplar de um livro só é impresso após um pedido. A tecnologia digital é o que permite a produção de pequenas quantidades, em pouco tempo, de forma rentável.

Editoras tradicionais começam a adoptar modelos de negócio baseados no POD, já que este permite a comercialização de cinco a dez vezes mais títulos (Rosenthal, 2008) do que o permitido com a impressão, armazenamento e distribuição tradicionais. É um modelo de negócio em expansão que encontra na *Web* e no contexto de uma cultura participativa um espaço privilegiado para crescer. Isto explica o facto de o outro utilizador habitual de serviços desta natureza ser o autor independente.

Neste novo quadro social ocorrem ainda grandes mudanças na leitura e nos seus processos. E a principal consequência da revolução digital, no que diz respeito ao livro, é a definitiva passagem daquilo que Roger Chartier chama um regime de leitura intensiva àquele da leitura extensiva, processo que se inicia com o livro impresso (e a sua distribuição massiva). Maria Augusta Babo (2002), referindo-se aos conceitos de Chartier, define assim estes dois regimes: "Enquanto a leitura intensiva se caracteriza por ser recorrente e meditativa, a leitura extensiva é já abrangente e informativa. A leitura extensiva é resultado da industrialização da memória (Derrida e Stiegler) e da difusão maciça da informação."

Hoje, estas modalidades foram radicalizadas em dois tipos de leitura, conhecidos como "speed reading" e "deep reading". Mas neste novo regime de leitura extensiva, não radicalizado, conseguimos também reconhecer as ideias de Edgar Morin, relativas à complexidade e a uma forma diferente de pensar o real, não através de um conjunto de unidades de conhecimento simples, desligadas entre si, mas enquanto resultado de um relacionamento e interligação entre saberes. Só assim será possível conceber uma disciplina de leitura adequada às novas exigências e estímulos do "regime plurisemiótico" (Babo, 2004) e de intertextualidade em que nos movemos hoje. Este cenário é descrito por Babo (2004) numa referência a Bertrand Gervais:

O texto espalha-se pelos media, complementa-se de imagem, diversifica e mistura géneros, e hipertextualiza-se. A leitura que daí advém é forçosamente acelerada e diversificada.

É neste conceito de hipertexto que reside um dos grandes motivos da modificação dos regimes de leitura, na passagem do mecânico para o digital. A informação alcança-se facilmente, permitindo, entre outras coisas, pesquisar dentro do próprio documento, utilizando, não só os meios tradicionais de navegação por índice, mas também por palavras-chave.

A edição de texto num suporte electrónico permite a sua actualização de forma fácil, rápida e económica, pelo que o texto não é fixo nem final. E é no *e-book*, que muitas destas possibilidades se concretizam, considerando uma operacionalidade diferente do texto.

as delimitações pragmáticas do texto, o seu paratexto, desaparecem ou modificam-se de tal maneira que há que criar novas competências de leitura e também novos protocolos (Babo, 2004)

O CÓDICE IMPRESSO COMO MODELO DO LIVRO: O PROBLEMA DA (RE)MODELAÇÃO DAS FUNCIONALIDADES DO CÓDICE NO MEIO DIGITAL

"A mediação tecnológica é basicamente estranha ao mundo do livro" (Furtado, 2007: 75). O livro lê-se, empresta-se, transporta-se, perdura no tempo. É uma entidade auto-suficiente: não precisa de dispositivos externos para ser acedido. É completo: tem um princípio, um meio e um fim, confinados às duas capas que o apresentam e protegem. Mas é também interminável: embora finito na forma material, o seu texto relaciona-se potencialmente com todo o universo dos textos (intertextualidade). É social: sendo pessoal, o livro é um agente social. As relações culturais da sociedade são mediadas por este objecto, desempenhando funções agregadoras ou fracturantes. É simbólico: como explica Michel Melot (2004) "é uma forma que exprime por ela própria, de maneira implícita, todo um jogo de valores e de representações do mundo". Mas é também um objecto cujo paradigma estético-formal está profundamente ligado a uma função cultural, o que contribui para o argumento da solidez do livro impresso. Tudo o que aqui se afirmou que o livro é, é determinado pelo impresso. Num momento em que a mediação digital altera o modo de produzir, distribuir e ler o livro, a pergunta impõe-se: e o *e-book* é...?

José Afonso Furtado numa entrevista (comunicação pessoal, Abril 4, 2010) sintetizava deste modo a noção de *e-book*:

conjunto que agrega um texto electrónico codificado e publicado sob forma digital passível de ser decodificado através de um programa de leitura para livros electrónicos; que deve poder ser adquirido seja através da Internet seja num suporte digital autónomo e que deve poder ser lido independentemente da conexão à Internet; e que necessita de ser integrável num dispositivo de leitura adequado para se tornar legível para um leitor. Todos estes elementos devem ser considerados em simultâneo de modo a constituírem uma unidade de publicação coesa.

O problema da definição do livro neste contexto híbrido reside exactamente no perigo da perda de coesão dessa "unidade de publicação", o que torna este um momento crítico. Pela primeira vez, em cinco

séculos de História, encontramos-nos na posição de definir de novo o livro. Mas desta vez, o livro mediado pela tecnologia digital. O problema enunciado no subtítulo deste capítulo começa exactamente aqui: na recriação digital de funcionalidades do códice, algo que, nas últimas décadas, tem sido confundido com a sua recriação formal por parte dos vários agentes do livro, e particularmente pelo designer.

Tal como Johanna Drucker (2004) identifica, "Functions are not the same as formal features". Com esta afirmação Drucker questiona a pertinência das "metáforas" da estrutura do livro (Henke Cit. por Drucker, 2004), tentativas de seduzir o leitor com as características que lhe são familiares do impresso. Reproduções do volume da página, do virar da página, o som do folhear, a espinha do livro (remetendo para a dupla página num plano gráfico único que é o do ecrã), entre outros efeitos têm, na perspectiva de Drucker, um resultado oposto ao pretendido: "I would argue that as long as visual cues suggest a literal book, our expectations continue to be constrained by the idea that books are communication devices whose form has a static and formal, rather than active and functional, origin".

Drucker sugere uma outra abordagem ao livro: em vez de ser trabalhado como uma estrutura formal, o livro deve ser constituído a partir do seu programa que advém das necessidades que a estrutura formal do livro apresenta.

A definição do programa de design de um livro nasce no diálogo (directo ou não) do designer com o editor e o autor. Implica uma análise dos conteúdos e resulta da identificação dos requisitos e constrangimentos do projecto. Drucker descreve a sua abordagem do seguinte modo: (i) analisar "como" funciona o livro e não descrever o que o livro "é"; (ii) determinar o "programa" que advém das estruturas formais do livro; (iii) descartar qualquer "metáfora" icónica de estrutura de livro, privilegiando o entendimento do modo como estas formas regulam a performance do próprio livro.

A partir daqui, o espaço literal do livro² torna-se espaço de intervenção por parte do leitor.

Também Bill Cope e Angus Phillips (2006) defendem que uma nova definição do que é o livro deve ser focada na função e não no objecto: "A book is not a thing. It is a textual form, a way of communicating. A book is not a product. It is an information architecture" (Cope & Phillips, 2006: 8).

Mas sublinham a característica intrínseca de qualquer livro, que é a sua estrutura "livresca": "A book is no longer a physical thing. A book is what a book does" (Cope & Phillips, 2006: 7).

Um livro, reconhecível no universo dos livros, apresenta algumas características gerais como: o facto de ser um texto extensivo (por "texto" entenda-se texto e/ou imagens), organizado em torno de alguns paratextos como: capas; ficha técnica; título; autoria; direitos de autor; ISBN ou DOI (Digital Object Identifier); sumário; títulos, subtítulos e corpo de texto; índices; agradecimentos; prefácio; biografia do autor; introdução, entre outros.

Em síntese, os autores identificam assim o que o livro "faz": apresenta uma estrutura textual, ou comunicativa, característica e apresenta funções típicas de "livro", pelo facto de ser definido, registado e reconhecido como um livro.

O DESIGN DE LIVROS: IMPRESSOS E ELECTRÓNICOS

O texto electrónico, distribuído em linha, acedido através do computador, *smart-phone*, *tablet* ou leitor dedicado, traz uma nova variável para esta equação que é o processo editorial híbrido. Aquele que era um fluxo de trabalho já flexível, mas apenas dirigido ao impresso, passa agora a ser híbrido, na medida em que o produto final pode ser o livro impresso ou o livro electrónico. Um e outro têm a mesma base num ficheiro digital, embora o modo como essa informação digital é mediada pelos vários intervenientes na cadeia de produção do livro vá condicionar o livro e a sua utilização. Neste ponto há ainda que considerar as relações entre tecnologias, mercados e tipos de conteúdos (Furtado, 2010).

Significa isto que haverá segmentos onde as vantagens dos conteúdos digitais serão inquestionáveis para o leitor (noção que deveria igualmente ser pluralizada), e outros onde o valor acrescentado é praticamente irrelevante. Isso justifica que nalguns deles se tenha verificado uma transição acelerada para o novo ambiente tecnológico, enquanto noutros o livro impresso se mantém relativamente tranquilo e o número de

² Drucker descreve o "livro literal" como o livro impresso, icónico, encerrado entre duas capas, contrastando-o com o "livro fenomenal", uma produção mais complexa de significados que resultam da interacção dinâmica do leitor com a obra literal.

títulos publicados anualmente tem inclusivamente aumentado (...)” (Furtado, comunicação pessoal, Abril 4, 2010).

Porque a indústria da edição é muito diversificada, verifica-se que a revolução digital tem também um impacto diferente no vários sectores do universo editorial. Assim se compreende que algumas categorias de livros (como as enciclopédias, por exemplo) tenham adoptado tão rapidamente formas híbridas, se não mesmo migrado para a forma electrónica, enquanto outras se mantêm fiéis ao papel.

O facto de que os meios digitais vêm acrescentar grandes possibilidades aos métodos já confirmados pela história e que fazem parte da forma moderna de aceder e ler informação é hoje incontornável. Por este motivo é necessário repensar os processos e as relações entre os vários actores para que a forma do livro final, impresso ou electrónico, seja potenciadora do seu conteúdo. No estudo que apresentamos procuramos fazê-lo do ponto de vista de um desses intervenientes: o designer.

Design é o projecto que torna possíveis “o Belo, o Bom e o Útil” de que nos fala Giambattista Bodoni³ em 1818. É ainda o processo que leva à operacionalização de uma metodologia projectual que determina a solução do problema: “O método projectual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica e ditadas pela experiência. O seu objectivo é o de se atingir o melhor resultado através do menor esforço” (Munari, 2008). Das disciplinas do design gráfico, o design editorial talvez seja o que mais se manteve fiel aos ideais funcionais da origem do design, não só porque foi em torno do livro (e da tipografia) que se começou a construir um primeiro corpo teórico sobre o seu desenho e produção, mas também porque o objecto na sua configuração moderna de código se manteve praticamente inalterado desde há cinco séculos, tal foi o grau de optimização funcional e estética atingido. Hoje, essa forma não está posta em causa com a introdução de processos digitais, mas o programa de design, sim, como reforça Hayles:

So essential is digitality to contemporary processes of composition, storage, and production that print should properly be considered a particular form of output for digital files rather than a medium separate from digital instantiation. The digital leaves its mark on print in new capabilities for innovative typography, new aesthetics for book design, and in the near future new modes of marketing (Hayles, 2008: 159).

Numa investigação efectuada por Jorge Manuel Martins em 2001 foram estudados vários actores sociais da produção do livro em Portugal, entre eles o designer. Dos resultados alcançados destaca-se o seguinte: a introdução das TIC no processo editorial, ao nível do design, modificou o tipo de produto final, na medida em que o “diálogo forma-função melhorou: mais rapidez, melhor design, melhor produção. E melhor diálogo empenhado entre os novos profissionais”. Passados dez anos sobre este estudo, identificamos uma necessidade urgente de adequar as estratégias do designer às tecnologias, processos de comunicação e fluxos de informação actuais, sob pena de se perder o vínculo com a cultura do código, aquela que caracteriza a *ordem dos livros* de que nos fala Roger Chartier (1997).

As características físicas do livro como a textura, o cheiro, o peso, as dimensões, a proporção, a luminosidade (no caso do *e-book*) são significativas, e contribuem para a experiência do livro, enquanto *texto cultural*. Mas o texto, encarado enquanto conjunto de palavras inscritas nas páginas (impressas ou digitais) de um livro deve também ser esclarecido, do ponto de vista do seu funcionamento. Assim, dimensões como a legibilidade e a inteligibilidade são aspectos que condicionam a eficácia comunicativa, mas que dependem em grande parte de questões de design que têm por base a tipografia, a mancha de texto e o *layout*. O *molde* do texto que regula o seu sentido.

“A relação que se estabelece entre o leitor e o produto degustado de modo visual não é estritamente intelectual e completamente alheia às circunstâncias concomitantes. (...) As obras impressas, à primeira vista assépticas e neutras, não o são tal. O formato da letra, a distribuição do texto, as anotações, as notas, a

³ “Bodoni, na sua obra de 1818 estabelece um conjunto de regras, umas mais científicas, outras mais empíricas, para a construção de um bom livro. A sua análise, começa por distinguir três aspectos “o Belo, o Bom e o Útil”. A *utilidade* mede-se na quantidade de pessoas que são seduzidas para a sua leitura, no número de leituras, no prazer de quem o lê e na rapidez com que se faz. Um *bom* livro é aquele que motiva este maior proveito. Já o *belo* consiste em duas coisas: ‘Na harmonia, que satisfaz o espírito quando ele descobre que todas as partes de uma obra concorrem para um mesmo fim, e na proporção, que contenta o olhar, ou antes, a fantasia, entendida como reservatório de certas imagens e figuras, às quais mais agrada aquilo que com elas melhor se conforma’”.

paginação, as ilustrações, etc., são elementos determinantes na altura de apreender o sentido último do [texto] escrito. Em resumo, quando se falar na pragmática do texto, terá que se insistir, em seguida, sobre os aspectos materiais, pois o significado não se deduz exclusivamente dos expedientes verbais, mas também dos dispositivos gráficos postos em prática em cada caso. Existe uma relação entre a forma e o sentido". (Ruiz cit. por Borges, 2002: 113)

Esta relação, no que diz respeito ao contexto electrónico, é hoje problemática. Não só o design gráfico ainda não soube adaptar-se às novas exigências do meio, mas também as interfaces e as plataformas necessitam de se tornar acessíveis, compreendendo princípios de user-centered design. Martyn Daniels (2010), no seu relatório *Brave New World: 2020 vision in digital world* afirma que, entre 2006 e 2010, a maioria dos programas de digitalização de conteúdos se limitou a tomar o livro físico e torná-lo um *e-book*, limitando-se a substituir a sua pele física por uma digital.

O conteúdo pode ser convertido da sua forma impressa para a forma digital, ou ser criado especificamente para o meio, incorporando todas as potencialidades do digital. No primeiro caso, trata-se de uma mudança de meio⁴ que compromete a integridade do texto⁵.

Não existe qualquer vantagem nesta transferência pura de suporte, a menos que ela se faça acompanhar de outros modos de relacionamento e de exploração desenvolvidos não de uma forma gratuita mas antes como reflexo de uma nova postura (Borges, 2002: 135).

Definir o futuro dos media digitais e, particularmente, do *e-book*, é uma tarefa difícil. No entanto, existem conceitos chave, na área do design de interação que podem servir de referência. No relatório da comissão de reflexão sobre o livro electrónico Bruno Patino (2008: 12) enumera alguns que podem ajudar a melhorar experiências na criação de novos usos: mobilidade; interoperabilidade; acesso; conexão; interactividade; optimização da informação.

O design gráfico terá de encontrar as ferramentas para viabilizar essa melhor experiência do livro, como impresso ou enquanto *e-book*. Tal será possível através de fluxos de informação dinâmicos, concebendo o livro como uma arquitectura de informação (Cope & Phillips, 2006: 8) e não como uma estrutura fixa e imutável. Nesta linha de pensamento, Craig Mod (2011) concebe o futuro do design do livro a partir de relações e não da sua superfície (metafórica e literal). Afirma que os livros são sistemas: "They emerge from systems. They themselves are systems – the best of which are as complex as necessary and not a bit more. And once complete, new systems develop around their content". Porque o livro enquanto entidade viva, deve ser desenhado como tal.

CONCLUSÃO

Neste cenário de revolução digital as "profissões do livro" têm vindo a sofrer algumas alterações. Nomeadamente a do designer a quem se exige uma versatilidade maior.

Verifica-se que actualmente existe um grande investimento (organizacional e de capital) por parte da indústria editorial em esquemas de publicação híbridos. Porém, os estudos consultados indicam-nos que ainda há uma falta de adequação dos programas de design a este cenário. Essa adequação passa por direccionar o enfoque do programa de design, não para o controlo da forma final do objecto (livro), mas para sua regulação. Este modo de actuação assenta, por sua vez, num fluxo de informação dinâmico, em que o objecto de trabalho editorial é flexível e construído de forma participada pelos vários agentes.

⁴ Uma *remediação* (Bolter, 2000).

⁵ Operação de "translação-tradução-conversão" (Allègre cit. por Furtado, 2003).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADONI, Hanna; NOSSEK, Hillel (2001): *The New Media Consumers: Media Convergence and the Displacement Effect*. Communication & Medicine , Volume 26 (1)
- BABO, Maria Augusta (1993): *A Escrita do Livro*. Lisboa: Vega. ISBN 972-699-403-9
- BIRKERTS, Sven (2006): *The Gutenberg Elegies: the Fate of Reading in an Electronic Age*. New York: Faber and Faber. ISBN 0-86547-957-7
- BODONI, Giambattista (2002): *Manuale Tipografico*. [em linha]. [Consult. 01 Nov. 2009]. Disponível na WWW: <http://www.rarebookroom.org/Control/bodtip/index.html>
- BOLTER, Jay David (2000): *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press. ISBN 0-262-52279-9
- BOLTER, Jay David (2001): *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*. New York [etc.]: Routledge. ISBN 0805829199
- BORGES, Maria Manuel (2002): *De Alexandria a Xanadu*. Coimbra: Quarteto Editora. ISBN 972-8535-80-5
- BORGES, Maria Manuel, coord. (2003). *Ciberscópio*. Coimbra: Coimbra Capital Nacional da Cultura. [Consult. 28 Fev. 2010]. Disponível na www: www.ciberscopio.net
- CASTELLS, Manuel (2002): *A Era da Informação: A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. ISBN 972-31-0984-0
- CHARTIER, Roger (1997): *A ordem dos livros*. Lisboa: Vega. ISBN 972-699-537-X
- COPE, Bill; PHILLIPS, Angus (Eds.). (2006): *The Future of the Book in the Digital Age*. Oxford: Chandos Publishing. ISBN 978 1 843342403
- DANIELS, Martyn (2010). *Brave New World: 2020 Vision in Digital Book World*. [em linha]. [Consult. 09 Jun. 2010]. Disponível na www: <http://www.ewidgetsonline.com/vcil/Reader.aspx?token=YzXWWMkU+EX3tzy5NQ9/yA%3d%3d&rand=1965925018&buyNowLink=>
- DARNTON, Robert (2009): *The Case for Books: Past, Present and Future*. New York: PublicAffairs. ISBN 978-1-586-48902-1
- DRUCKER, Johanna (2003): *The Virtual Codex from Page Space to E-space*. [em linha]. [Consult. 24 Set. 2010]. Disponível na www: <http://www.philobiblon.com/drucker/>
- EBOOKPORTUGAL (2010): *O que é um ebook?* [Entrevista com José Afonso Furtado]. [Consult. 04 Abr. 2010]. Disponível na WWW: <http://ebookportugal.net/2010/04/ebook-vs-livro-impresso-por-jose-afonso-furtado/>
- FEBVRE, Lucian; MARTIN, Henri-Jean (1997): *The Coming of the Book: The Impact of Printing: 1450 – 1800*. 2ª ed. London: Verso. ISBN 1-85984-108-2
- FINKELSTEIN, David; McCLEERY, Alistair (2006): *The Book History Reader*. 2ª ed. New York: Routledge. ISBN 0-415-35947-3
- FINKELSTEIN, David; McCLEERY, Alistair (2005): *An Introduction to Book History*. New York: Routledge. ISBN 0-415-31442-9
- FURTADO, José Afonso (1995): *O Livro*. Lisboa: Difusão Cultural. ISBN 972-709-253-5
- FURTADO, José Afonso (2002): *Livro e leitura no novo ambiente digital*. [em linha]. [Consult. 01 Nov. 2009]. Disponível na WWW: <http://www.educ.fc.ul.pt/hyper/resources/afurtado/index.htm>
- FURTADO, José Afonso (2007): *O Papel e o Pixel: Do impresso ao digital: continuidades e transformações*. Lisboa: Ariadne. ISBN 978-972-8838-46-1
- FURTADO, José Afonso (2009): *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. 2ª ed. Lisboa: Booktailers. ISBN 978-989-96008-1-2
- HASLAM, Andrew (2006): *Book Design*. London: Laurence King. ISBN 1-85669-473-9
- HAYLES, N. Katherine (2008): *Electronic Literature: New Horizons for the Literary*. University of Notre Dame Press. ISBN 0268030855
- MARTINS, Jorge Manuel (2005): *Profissões do Livro: editores e gráficos, críticos e livreiros*. Lisboa: Verbo. ISBN 233 747-05

- MELOT, Michel (2004): *Le livre comme forme symbolique*. [em linha][Consult. 28 Jun. 2007]. Disponível na www: <http://ihl.enssib.fr/siteihl.php?page=219>
- MIRANDA, José A. Bragança de (2002): *Teoria da Cultura*. Lisboa: Século XXI. ISBN 972-8293-45-3
- MOD, Craig (2010): *Books in the Age of the iPad*. [em linha] [Consult. 02 Abr. 2010]. Disponível na www: http://craigmod.com/journal/ipad_and_books/#starts_content
- MOD, Craig (2011): *Post-Artifacts Books & Publishing*. [em linha] [Consult. 18 Jun. 2011]. Disponível na www: http://craigmod.com/journal/post_artifact/#section_5
- MUNARI, Bruno (2008): *Das Coisas Nascem Coisas*. Lisboa: Edições 70. ISBN 978-972-44-1363-1
- PATINO, Bruno (2008): *Rapport sur le livre numérique* [em linha]. [Consult. 08 Jun. 2010]. Disponível na www: <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/albanel/rapportpatino.pdf>
- ROSENTHAL, Morris (2008): *Print-on-Demand: Book Publishing*. Springfield: Foner Books. ISBN 0972380132
- THOMPSON, John B. (2008): *Books in the Digital Age*. Malden: Polity Press. ISBN 978-0-7456-3478-4
- WARDE, Beatrice (1955): *The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible I*. [em linha]. 1955 [Consult. 01 Nov. 2009]. Disponível na WWW: <http://gmunch.home.pipeline.com/typo-L/misc/ward.htm>
- WILSON, Ruth; LANDONI, Monica (2002): *EBONI Electronic Textbook Design Guidelines*. University of Strathclyde.