

Entre Ironias e Devaneios: Várias Histórias¹

Cássio Rodrigo AGUIAR²
Andressa Spencer de MELLO³
Carolina Arend GIACOMINI⁴
Fernando da Silveira Mesquita JÚNIOR⁵
Isadora Scherer STEFANELLO⁶
Lóren Kellen Carvalho JORGE⁷
Monica Silveira PERIPOLLI⁸
Renata Engleitner BORSA⁹
Marília de Araujo BARCELLOS¹⁰
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A obra *Entre Ironias e Devaneios: Várias Histórias* foi adaptada para o meio digital pensando tanto nos que precisam ler a obra para prestar vestibular, quanto para quem a admira e é adepto das novas tecnologias. Interativo e em formato PDF, foi editado de forma a facilitar a leitura com imagens e boxes explicativos de sinônimos e significados das palavras grafadas em 1896, ano de publicação de *Várias Histórias*. Para auxiliar a memorização há áudios com o clímax de cada conto, além de ser dividido em quatro categorias com cor e ícone atribuídos referentes a temática predominante da história.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social; e-book; adaptação literária; Machado de Assis; inovação;

1 INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica em torno do mercado editorial brasileiro está emergindo de forma veloz. Hoje, a população tem um maior acesso a dispositivos que possibilitam leitura de arquivos digitais, como o PDF. A geração *Nativa Digital*, alfabetizada neste sistema, sente necessidade que os clássicos se adaptem a ela, porém, há poucas iniciativas que o fazem, como a *Obliq Clássicos*, que disponibiliza centenas de obras da literatura brasileira em formato digital.

Quando se fala em livro digital, não podemos deixar de pensar em EPUB, porém, este formato ainda não possui alcance massificado por parte dos brasileiros e pensando

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar - PT 13, modalidade Comunicação e Inovação (avulso). 1

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: cassioraguaiar@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: dessa_spencer@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: carolgiac239@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: fernando-mesquita@live.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: isadorastefanello@gmail.com.

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: lorenkellen@hotmail.com.

⁸ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: monicaperipolli@gmail.com.

⁹ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: renataborsa@gmail.com.

¹⁰ Orientador do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social – Produção Editorial, email: mariliabarcellos@gmail.com.

nisso projetamos um livro digital que é de fácil acesso para um número maior de usuários, em formato PDF.

Contos machadianos são, por sua vez, encarados de forma exclusiva pelos jovens, que por viverem em um mundo globalizado, optam por ler *best sellers* ao invés de clássicos. Pensando nisso usamos como base o livro *Várias Histórias* de Machado de Assis e produzimos o *e-book Entre Ironias e Devaneios: Várias Histórias*, que surge para suprir uma lacuna dos nativos digitais, em pelo menos dois pontos: ser disponibilizado em meio digital e levar os clássicos machadianos até a geração de adolescentes que precisarão ter conhecimentos desta obra quando forem prestar vestibular. Segundo a União Internacional das Telecomunicações (UIT), órgão da ONU, o Brasil é o país que possui a quarta maior população do mundo de nativos digitais, jovens que cresceram acompanhando de perto a expansão da internet e estão acostumados às muitas mudanças trazidas pela *web*. Vale ressaltar que este projeto editorial de adequação de uma obra comumente publicada no impresso foi pensado para o público vestibulando, que conforme pesquisa explicada posteriormente, não possui acesso às leituras obrigatórias do vestibular da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), porém, não se limita a ele. Este *e-book* pode ser levado a escolas de ensino fundamental e médio, universidades ou ao público em geral que se interessar pela obra.

O conceito editorial da publicação foi concebido para que trabalhe com a memória semântica do ser humano, compreendida pela transmissão de conhecimento através das formas escrita, visual e sonora, conforme Santaella (2001), proposta tratada posteriormente no item 5 deste artigo. Na edição proposta, tais formas estão correlacionadas, possibilitando que qualquer pessoa consiga um maior entendimento sobre o assunto tratado e que possa lembrar na hora de usar essas informações de mais detalhes do que se poderia supor em uma leitura que não considera a versão multimidiática. Pensando que o leitor, seja ele um vestibulando, tendo um cabedal de leituras a realizar, que incluem dezesseis contos mínimos obrigatórios desta obra que devem ser lidos para o concurso da universidade, esse método de leitura visa a fácil memorização da temática das narrativas machadianas, pois nas provas do vestibular frequentemente aparecem questões objetivas que abordam a história dos contos. Além da necessidade de saber a história de cada conto, os candidatos ainda precisam ter conhecimento de todas as outras disciplinas exigidas no concurso, o que torna difícil a memorização e compreensão por formas tradicionais de todos os conteúdos estudados para a prova.

Segundo a classificação da pesquisa do setor editorial brasileiro, realizada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, este projeto se encaixa dentro da categoria das obras gerais, gênero de ficção, literatura e por último, contos. O suporte desse projeto é o digital e os contos presentes na obra são: A cartomante, Entre santos, Uns braços, Um homem célebre, A desejada das gentes, A causa secreta, Trio em lá menor, Adão e Eva, O enfermeiro, O diplomático, Mariana, Conto de escola, Um apólogo, D. Paula, Viver e O cônego ou metafísica do estilo.

2 OBJETIVO

A proposta de edição no formato *e-book* do livro *Várias Histórias*, de Machado de Assis, tem o objetivo maior de estimular o incentivo a leitura a partir de novos formatos de publicação. Considerado o objetivo, pode ser desdobrado em tantos outros, tais como:

Fixar o conteúdo literário solicitado, de maneira inovadora, por meio de ferramentas tecnológicas.

Tornar estes contos machadianos mais atrativos, através da interatividade, não só para os candidatos ao vestibular, mas também, para todos aqueles que apreciam a obra do autor brasileiro. Além disso, o projeto editorial elaborado implica em verter os clássicos machadianos para o ambiente digital e atender a demanda dos nativos digitais, que podem ter acesso a esse livro através de *tablets*, computadores e *smartphones*, utilizando a tecnologia a serviço da leitura, bem como, apropriar-se do espaço de ensino, no caso as disciplinas envolvidas, de maneira a trabalhar empiricamente a produção editorial.

Diante disso pretende-se que esse livro digital auxilie na memória dos candidatos, visando acrescentar informações que facilitem na lembrança na hora da prova.

3 JUSTIFICATIVA

Com o aparecimento da tecnologia, a disponibilização e a popularização de dispositivos digitais como *tablets* e *smartphones*, surge a busca por diferentes formas de leitura. A adequação da obra *Várias Histórias* em um produto acessível que converge com recursos em multimídia vem colaborar com essa demanda, para que a leitura desse *e-book* tenha o papel de auxiliar o vestibulando, e também levar aos admiradores de Machado de Assis uma experiência interativa com a leitura digital.

Pode-se afirmar que a experimentação de elementos hipermediáticos, na edição da obra em ebook, faz com que a narrativa permita uma nova forma de considerar a leitura, a saber: não linear; interativa; plural. Permitindo assim que não se usasse apenas textos, mas também fotos, sons, contexto histórico, sinônimos e significados.

De acordo com Kalbach (2009), existem diferentes tipos de navegação. O que mais se apropria no produto é a navegação interna na página (links âncora ou links de salto). Este tipo de navegação é caracterizado por links em páginas internas que permitem saltar de uma seção a outra. Rolam a página para cima e para baixo, fornecendo uma maneira eficiente para alcançar seções de páginas longas.

Sendo assim, a importância desse projeto está no fato de trazer um autor consagrado da literatura brasileira do século XX para o meio digital e assim atrair a atenção da nova geração de leitores do século XXI. A forma de leitura toma outros rumos no meio digital e foi pensando nesse novo tipo de leitor que esse projeto foi desenvolvido.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Este livro foi desenvolvido concomitantemente em 3 disciplinas do terceiro semestre do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, a saber: Edição e Produção de Livros; Produção em Hiperídia; Pesquisa de Opinião Pública. Diante do espaço disciplinar, o desafio foi eleger um original que pudesse ser desenvolvido concomitante nas disciplinas cursadas, que tivesse um caráter empírico e que atendesse a uma demanda real. O grupo optou por trabalhar Machado de Assis, que é um clássico já em domínio público, em um suporte digital, o que instiga os acadêmicos de Produção Editorial a desenvolver produtos que atendam a demanda do mercado do livro digital, sendo o material original retirado do Portal Domínio Público (<http://www.dominiopublico.gov.br/>).

Para a realização desse projeto foi estabelecido um cronograma que norteou a pré-produção, a produção e a pós-produção do *e-book*. Para melhor organização entre o grupo composto de oito acadêmicos, dividimos os organizadores em três grupos de trabalho, sendo eles uma equipe de produção de produção, equipe de projeto gráfico e equipe de divulgação.

A primeira foi composta pelos acadêmicos Andressa Spencer de Mello, Carolina Arend Giacomini, Isadora Scherer Stefanello, Monica Silveira Peripolli e Renata Engleitner Borsa, que ficaram encarregadas de reorganizar os contos em seções, realizar a leitura, buscar significados para as palavras de difícil compreensão e eleger imagens para ilustrar as

histórias. Essa etapa se caracteriza pela preparação do original. Os dezesseis contos foram divididos aleatoriamente entre cada integrante dessa equipe. Foi também responsabilidade da equipe de conteúdo, a produção dos áudios disponíveis em cada conto. Cada aluna selecionou um trecho da história, aqueles que fossem os mais relevantes de cada conto e em parceria com o Laboratório de Edição da FACOS, os áudios foram gravados e editados pelos alunos sob a orientação dos técnicos do laboratório.

A equipe gráfica foi composta por Cássio Rodrigo Aguiar, Fernando da Silveira Mesquita Junior e Lóren Kellen Carvalho Jorge, cuja tarefa foi desenvolver o projeto gráfico, diagramar o *e-book*, preparar a capa, escolher as tipografias, cores, planejar a interatividade e desenvolver o *layout* do site de divulgação. Toda a diagramação do *e-book* foi realizada no software Adobe Indesign CS5.5 - versão disponível no Laboratório de Pesquisa em Produção Editorial (LAPPE) da UFSM - visto que, este software possibilitava construir o livro digital com todos os recursos e processos pensados nos projetos editorial e gráfico. Salienta-se que o LAPPE serviu como nosso centro de desenvolvimento durante toda a construção do livro digital.

Foi desenvolvido um site (<http://entreironiasdevaneios.vai.la>) – no sistema gratuito de sites WIX (<http://wix.com>) – onde inserimos a possibilidade de baixar o arquivo em formato PDF e também o arquivo em modo compactado (.ZIP) para um computador ou dispositivo móvel (smartphone ou tablet), tornando-o nossa ferramenta oficial de distribuição do livro digital. Neste site também é possível encontrar informações sobre o autor e suas obras, os áudios contidos no e-book, fotos, links úteis, curiosidades e uma página específica para contato com a equipe do projeto.

A equipe de divulgação composta por Fernando, Lóren e Monica ficou responsável pela elaboração da campanha que foi veiculada nas redes sociais. Foi criada uma página no Facebook (<http://facebook.com/entreironiasdevaneios>) para o lançamento do *e-book*. A página recebia postagens todos os dias em forma de contagem regressiva para o dia do lançamento e postagens com trechos dos contos com o seguinte *slogan* “*Não entendeu? Nós explicamos! #savethedate10dejulho*”.



Imagem 1: Arte para campanha de divulgação no Facebook.

Além disso, com o objetivo de conhecer o público alvo desse projeto, foi realizada uma Pesquisa de Opinião Pública (POP), que, segundo Barichello (2013), *publicus* deriva de *populus* ou *poplicus*, que significa o povo. Neste caso usamos o contexto de interesse comum ou bem comum, sendo a POP um instrumento eficiente para constatar com exatidão configurações e predisposições dos diversos segmentos sociais. Sob a orientação da professora Rejane Pozobon, a pesquisa denominada: *A relação de consumo e apropriação do livro digital/e-book por vestibulandos* serviu de base para saber se seria viável ou não produzir um livro para vestibulandos e se o suporte digital era aceito por tal público, cujo resultado foi bem positivo e nos possibilitou seguir adiante com nosso projeto.

A POP tratou sobre a relação que os jovens dos cursos pré-vestibulares de Santa Maria possuem com o livro digital/e-book. O recolhimento de dados foi realizado de 26 de junho a 12 de julho de 2013, em quatro cursinhos pré-vestibular, a saber: Riachuelo Pré-Vestibular; Totem Vestibulares; Fóton Vestibulares; Práxis Pré-Vestibular Popular. A importância desta pesquisa deu-se para compreender a opinião dos vestibulandos santamarienses a respeito da prática de uso das novas tecnologias nos estudos, para confirmar a relevância do *e-book* Entre Ironias e Devaneios: Várias Histórias.

Ao serem questionados sobre o uso do livro digital, uma significativa porcentagem (55%) de estudantes dos cursinhos analisados, afirmou nunca ter lido um, no entanto 88,69% afirmaram ter acesso a um leitor digital. Em relação ao possível uso do livro digital para estudar para o vestibular, uma significativa porcentagem (57,98%) mostrou disponibilidade em estudar neste formato o que nos motivou em seguir em frente com o projeto.

Investigamos, portanto, jovens vestibulandos acerca de seu interesse por novas tecnologias. Analisamos quais meios tecnológicos o público utiliza para ler um livro digital. Detectamos se e como a nova geração utiliza esses meios, além de descobrir o que pensam sobre eles. Sanamos prováveis dúvidas de profissionais do ramo editorial a fim de melhorar os seus produtos desvendando o potencial de consumo que os *e-books* têm como material didático para os vestibulandos.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O nome escolhido para o *e-book* foi “*Entre ironias e devaneios: várias histórias*”, pelo fato de que, entre todos os temas abordados pelo autor, ironias e devaneios estão

presentes em grande parte deles. Utilizamos a palavra *entre* para que o leitor pudesse compreender que além desses dois assuntos, os contos abordam ainda outros como amor, ódio, corrupção, avareza, dilemas da vida, devaneios e moralismos. Além disso, ele foi usado para despertar o interesse do leitor e remeter ao sentido de entrar, ou seja, convidar o leitor a ler a obra no meio em que será produzido, no caso o digital, uma vez que, em vários momentos da *web* é usado o *hiperlink* “entrar” ou “sair”.

O *e-book* conta com sessões de acordo com os temas. Achemos importante separar os contos em categorias para dar uma melhor organização ao livro digital. Sendo assim, as categorias são: amor, avareza, devaneio e dilema. Os contos foram divididos nessas categorias de acordo com o tema predominante da história, o que nada impede, entretanto, de um conto abordar mais de uma dessas temáticas. Ainda em relação às categorias, utilizamos cores e ícones diferentes para separá-las. Tudo para que isso facilite a memória visual dos leitores e a associação com o tema de cada conto.

Para Santaella (2001), toda mistura de linguagens multimídia e hipermídia está fundada sobre três grandes fontes: a verbal, visual e sonora. Tanto é assim que os programas multimídia (*softwares*) literalmente programam as misturas de linguagem a partir dos signos verbais, os signos imagéticos e os signos audíveis. Nesta concepção, encontramos no *e-book* todos estes elementos. Cada conto possui um áudio com uma narração de algum trecho relevante da história. Há também um bloco de apoio com imagens, significados e sinônimos de palavras e termos considerados de difícil compreensão. Estas características tornam o *e-book* interativo, multimidiático e não linear, conforme desenvolvido anteriormente.

A tipografia escolhida no projeto gráfico e aplicada ao e-book foi a família de fontes Amble que conta com oito pesos. A fonte utilizada no miolo do *e-book* foi a Amble Regular que se caracteriza por ser uma fonte sem serifa, peso médio-leve, amplitude média/normal, não sendo monoespaçada. A fonte Aller Light foi usada para compor a coluna de apoio, localizada a direita de cada página. A fonte Aller Bold foi usada para compor o menu, localizado na parte superior de cada página, a numeração e informação de categoria localizados no rodapé.

O uso das cores foi escolhido para trabalhar a memória dos leitores, elemento que segundo Luciana Mielniczuk, é múltiplo, instantâneo e cumulativo. Assim, separamos os contos de acordo com sua temática principal e encaixamos nas categorias citadas anteriormente neste texto. Cores diferentes foram estabelecidas para cada gênero, sendo a

cor magenta para a categoria **Amor**, pois está ligada a bondade, ternura, bons sentimentos, amor e afeto. A cor laranja foi escolhida para **Avareza**, pois simboliza exaltação e alarme. A cor roxa foi escolhida para a categoria **Devaneio** por ela representar a fantasia (fantástico), ser enigmática, inspiradora, é introspectiva, remeter à magia, mistério, ao místico, ao secreto, ao espiritual. A cor verde-escuro ou verde-militar foi escolhida para a categoria **Dilema**, pois no espectro de cores ela se localiza entre as cores quentes e cores frias e indica versatilidade.



Imagem 2: Compilado das capas de seções com distribuição reeditada dos contos.

Os componentes textuais tiveram que ser reestruturados para melhor adequação com o público de leitura de *e-books*, que procura uma leitura mais direta. Usamos ficha técnica, ficha catalográfica e agradecimentos como elementos pós-textuais, para assim, não poluir o início do *e-book* com muitas informações que possam afastar o leitor do seu foco. De elementos pré-textuais que continuaram em seu local original inserimos a biografia dizendo quem foi o autor e explicando sua participação na literatura, o prefácio desenvolvido por Paulo Seben e o sumário. Os elementos extratextuais ficam por conta da capa e da contracapa.

Como material de apoio foram produzidos áudios, um para cada conto com o trecho clímax das histórias. Estes áudios servem para que o leitor possa escutar uma parte do conto e com isso gerar expectativas na leitura que segue, ou para o leitor que possui mais facilidade em memorizar sons.

6 CONSIDERAÇÕES

Realizar esse projeto foi sem dúvidas um grande desafio, pois nunca havíamos produzido editorialmente um material deste porte, com tamanha inserção multimídia. Dividir o grupo em equipes, planejar, estabelecer metas e prazos fez com que nós amadurecêssemos ao longo da produção do *e-book* e o resultado foi muito positivo. Trazer

um autor consagrado da literatura brasileira para o meio digital tem sido uma prática comum em algumas editoras que produzem livros digitais, entretanto, inovamos não só em trazer Machado de Assis para a era digital, mas por trazê-lo e produzir uma publicação didática que auxilie vestibulandos, alunos e professores, além é claro de atrair a atenção de quem já gosta das obras machadianas e quer experimentar um novo universo da leitura, tendo em vista que no meio digital, a leitura toma outros rumos ao explorar o uso de *hiperlinks*, imagens e áudio, fazendo com a leitura não seja algo linear e sim algo construído de acordo com a preferência de cada leitor.

Percebemos o quão essencial pode ser a multimídia neste novo contexto das formas de leitura, o quanto cada vez mais deve ser estudada e adaptada para que os meios se relacionem da melhor maneira, onde o som complementa o texto, o *link* complementa a imagem e assim por diante, a fim de construir um produto que não seja confuso e poluído, mas sim de fácil navegabilidade.

Diante desta reflexão, concluímos que a presença da hipermídia no *e-book* faz-se necessária diante do conceito de comunicação e inovação, ao mesmo tempo em que não perde a identidade original, visto que o texto se mantém igual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Machado. **Várias histórias**. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000256.pdf>>. Acesso em: 08 de julho de 2013.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

ARAUJO, Emanuel. **A construção do livro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

BARICHELO, Eugenia M.M.R. **Campo midiático, opinião pública e legitimação**. In: Comunicação e Cultura Midiática. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP05_barichello.pdf>. Acesso em: 02 de junho de 2013.

CAPOV Design. **Psicologia das cores**. Disponível em: <<http://www.capovdesign.com.br/index.php/component/k2/item/107-psicologia-das-cores>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2014.

FONSECA, Joaquim. **Tipografia e design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KALBACH, James. **Design de navegação web**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MORAES, A.C. **Entre livros e e-books: a apropriação de textos eletrônicos por estudantes ingressados na Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 2011.**

Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.

Portal G1. **Brasil possui a 4ª maior população de ‘nativos digitais’ do mundo, diz ONU.**

Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/brasil-possui-4-maior-populacao-de-nativos-digitais-do-mundo-diz-onu.html>>. Acesso em: 30 de março de 2014.

SANTAELLA, Lúcia. **As matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal.**

São Paulo: Iluminuras, 2001.

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