

GEÍSA GAIGER DE OLIVEIRA
GUSTAVO JAVIER ZANI NÚÑEZ
ORGANIZADORES

Des
ign
em
pes.
qui
sa. vol 4

GEÍSA GAIGER DE OLIVEIRA
GUSTAVO JAVIER ZANI NÚÑEZ
ORGANIZADORES

Des
ign
em
pes.
qui
sa. vol 4

Este livro é uma das publicações do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (www.ufrgs.br/iicd).

© dos autores – 2021

Projeto gráfico: Melissa Pozatti

D457 Design em pesquisa: volume 4 [recurso eletrônico] / organizadores Geísa Gaiger de Oliveira [e] Gustavo Javier Zani Núñez. – Porto Alegre: Marcavisual, 2021.
720 p. ; digital

ISBN 978-65-89263-33-3

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (www.ufrgs.br/iicd)

1. Design. 2. Gestão do Design. 3. Gestão de Projetos. 4. Educação. 5. Sustentabilidade. 6. Desenvolvimento humano. 7. Saúde. 8. Bem-estar. 9. Tecnologia .10. Emoção. I. Oliveira, Geísa Gaiger de.. II. Núñez, Gustavo Javier Zani.

CDU 658.512.2

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)



Marcavisaual Editora - Conselho Editorial

www.marcavisaual.com.br

Airton Cattani – Presidente

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Adriane Borda Almeida da Silva

UFPEL – Universidade Federal de Pelotas

Celso Carnos Scaletsky

UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Denise Barcellos Pinheiro Machado

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Marco Antônio Rotta Teixeira

UEM – Universidade Estadual de Maringá

Maria de Lourdes Zuquim

USP – Universidade de São Paulo

Capítulo 21

Elementos não literários da experiência de leitura em e-books e livros físicos: uma revisão bibliográfica

Davi Frederico do Amaral Denardi e Airton Cattani

RESUMO

Nos livros digitais dois conceitos de experiência se confundem: o da experiência de leitura, um campo de estudo interdisciplinar que envolve a psicologia, a sociologia, a antropologia e a literatura; e a experiência do usuário, área do design dedicada ao estudo das relações entre os usuários e os diferentes artefatos culturais. Nesse sentido é importante ao designer de experiência do usuário conhecer de forma ampla como os usuários se relacionam com os produtos industriais, entre eles os livros físicos e os livros digitais. Contudo, existem poucas pesquisas dedicadas a discutir quais elementos fazem parte dessa experiência. Assim, este capítulo tem como objetivo levantar os principais elementos da experiência de leitura de livros digitais, excluindo-se as características literárias, visto que estas estão fora do escopo de estudo do design. Para tanto foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática que identificou sete elementos que podem compor um sistema de experiência de leitura de livros digitais, fatores psicológicos, fisicalidade, preço, leitura compartilhada, sustentabilidade, intertextualidade, hipermidialidade, atualização e aspectos tipográficos, aliadas ao conceito de uso, pós-uso e pré-uso referentes à experiência do usuário.

Palavras-chave: experiência de leitura, livros eletrônicos.

1 INTRODUÇÃO

Os conceitos de experiência e de experiência do usuário têm se difundido no campo do design de maneira muito intensa nos últimos anos, sobretudo em relação à experiência do usuário em produtos digitais, mas tendo também desdobramentos em relação aos serviços, vendas entre tantos outros campos interessados nas particularidades da subjetividade humana em relação aos diversos artefatos culturais.

Uma experiência pode ser definida como um meta-processo que envolve fatores físicos, emocionais, situacionais e sociais. No caso de ser perseguido por um cão, por exemplo, a experiência resultante é a soma do som do latido e das patas tocando o chão, o cheiro do cão e do ambiente, as experiências anteriores relacionadas a correr de um cão, os batimentos cardíacos e a respiração acelerada, as características do ambiente onde o fato acontece, entre outros (HASSENZAHL, 2010). A experiência do fato seria, então, a soma única de todos esses elementos, sendo que se qualquer um deles for modificado a experiência também se modifica.

Como é possível perceber, uma experiência é algo absolutamente pessoal, já que as reações de cada pessoa a um mesmo fato variam significativamente, mas ela pode ser também resultante de uma construção social, visto que o conjunto de ideias, conceitos e preconceitos relacionados a qualquer fato são geralmente compartilhados pelos grupos humanos, dando a esses mesmos fatos uma coloração particular (HASSENZAHL, 2010).

Segundo a norma ABNT 9241-11 a experiência do usuário inclui as “percepções e respostas das pessoas, resultantes do uso e/ou uso antecipado de um produto, sistema ou serviço” incluindo “todas as emoções, crenças, preferências, percepções, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações do usuário que ocorrem antes, durante e depois do uso” (ABNT, 2011, p. 38), o que introduz um outro elemento à discussão, os fatores anteriores ao uso propriamente dito, como a expectativa dos usuários por exemplo, e os fatores posteriores ao uso, como o reuso. Obviamente existem fatores transversais que afetam o pré-uso, o uso e o pós-uso, como é o caso do relacionamento com as marcas.

É importante ressaltar que faz parte do ofício do designer conhecer as percepções dos usuários em relação aos diversos produtos e serviços onde este profissional está envolvido, e sobretudo aos produtos que são fruto de novas tecnologias, dos quais ainda se têm pouco conhecimento. Nesse cenário cabe ao designer conhecer os elementos mais relevantes para a experiência do usuário para assim propor produtos mais assertivos.

Um dos produtos relativamente novos é o livro eletrônico ou

e-book, sendo que a terminologia para esse tipo de produto é bem ampla e envolve livros tradicionais digitalizados, livros criados especificamente para suportes digitais, como livros para tablets e computadores pessoais, ou livros criados para dispositivos específicos como os leitores digitais ou *e-readers*, bem como os próprios dispositivos específicos para a leitura de livros digitais, como é o caso do Kindle da Amazon ou do Kobo.

Os livros eletrônicos têm impactado decisivamente o mercado editorial e implicam em uma mudança nas relações sociais, culturais, econômicas e mesmo na forma como os seres humanos se comunicam, uma vez potencializam a entrada de outros agentes no mercado editorial como por exemplo as grandes empresas de tecnologia, como Amazon, Google e Apple. Estas empresas passam ocupar uma parte do espaço antes ocupado pelas editoras de livros físicos, gerando um tipo de ambiente que estas últimas não estavam acostumadas (CORDÓN GARCÍA; JARVIO FERNÁNDEZ, 2015).

Por ser fundamentalmente digital, os livros eletrônicos possibilitam a exploração de elementos de multimídia e hipermídia, como a ampliação dos conteúdos a partir de hiperlinks ou introduzindo nas narrativas áudio e vídeo, propondo assim outras formas de consumir esse tipo de produto. Por serem mais facilmente criados e distribuídos, os livros eletrônicos potencializam a auto publicação, categoria onde um livro não passa por uma editora para ser publicado, e isso modifica de certa forma a relação autor/leitor, uma vez que mais autores podem entrar no mercado editorial. Além disso, em função do desenvolvimento atual das mídias sociais, autores e leitores encontram mais espaços para todo o tipo de troca (CORDÓN GARCÍA; JARVIO FERNÁNDEZ, 2015).

Dessa forma, é possível supor que o livro eletrônico proporciona uma experiência fundamentalmente diferente de um livro de papel e que o conhecimento desse tipo de experiência é de interesse de designers, leitores e autores. Também é importante lembrar que, ao contrário de outros tipos de experiência, a leitura especificamente tem uma dimensão artístico-literária e, conseqüentemente, de fruição. A literatura como arte é parte fundamental e indissociável da experiência de leitura; um Gui-

marães Rosa será sempre um Guimarães Rosa, e o que nos interessa no momento, e mais particularmente ao ofício do designer, é saber que outros fatores subjacentes à qualidade literária são relevantes para os leitores de uma forma geral.

Assim, o presente estudo objetiva identificar quais são as características não-literárias mais relevantes para uma experiência de leitura, sobretudo comparando-se os livros físicos e os livros digitais (*e-books* e *e-readers*).

Assim, foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática que tem como objetivo identificar quais elementos fazem parte da experiência de leitura comparando-se livros físicos e livros digitais. Os procedimentos de pesquisa e os resultados serão discutidos a seguir.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é o resultado de uma revisão sistemática de literatura (RBS) que teve como objetivo conhecer o estado da arte relacionado ao conceito de experiência de leitura. A revisão foi realizada nas bases de dados Science Direct¹ e Scopus² no período compreendido entre 5 de novembro de 2020 e 11 de fevereiro de 2021 e utilizando a *string* de busca [“reading experience” OR “reader experience”]. Como critérios de inclusão foram selecionados apenas estudos publicados a partir de 2018 a fim de incluir apenas as pesquisas mais recentes dentro do tema. Nesse primeiro momento foram identificados 503 artigos, sendo 258 ligados às ciências sociais, 130 à neurociência, 65 às artes e humanidades e 50 à ciência da computação.

Após a seleção dos artigos encontrados com a *string* e o critério de inclusão acima foram realizadas duas filtrações, uma em relação aos títulos e outra em relação ao resumo dos artigos. Na primeira filtração, feita pela leitura dos títulos, foram excluídos os artigos que não tinham relação direta com o tema, como estudos específicos de problemas neurológicos de leitura, estudos de práticas educacionais ligadas à alfabetização ou tecnologias

¹ Disponível em <<https://www.sciencedirect.com/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2021.

² Disponível em <<https://www.scopus.com/>>. Acessado em 11 de fevereiro de 2021.

de inteligência artificial de reconhecimento de texto. Ao fim desse processo 78 artigos foram selecionados.

Posteriormente os artigos foram filtrados por relevância, tendo como base a leitura dos resumos dos artigos e a percepção dos autores a respeito do alinhamento com o tema. Finalmente, 9 artigos foram selecionados e compõem os resultados do presente estudo, sendo os principais elementos ligados à experiência de leitura agrupados por similaridade. Também foram incluídas as referências cruzadas que possuíam aderência com o tema.

3 RESULTADOS

A maior parte dos textos selecionados, totalizando 6 artigos, tratam a experiência de leitura na forma de uma comparação percepções entre a leitura de livros “físicos³” e livros digitais (*e-books*), três artigos tratam exclusivamente da experiência de leitura apenas em livros físicos e dois artigos descrevem a experiência de leitura de uma forma abstrata relacionando principalmente com a neurociência. Também é importante ressaltar que todos os estudos tratam do produto livro e não de outras formas de comunicação que usam o texto impresso, como revistas, jornais e websites, por exemplo. Os autores que fizeram parte da análise foram: Moore e Schwitzgebel (2018); Thumala Olave (2020); Baron, Calixte e Havewala (2017); Hou, Rashid e Lee (2017), Steele (2020); Arévalo e García (2015); Destefano e Lefevre (2007); Bigelow (2019); Brosh (2018). Na discussão dos resultados foram acrescentados os autores Arévalo e García (2014 e 2015) cujos trabalhos são de conhecimento dos autores e aderentes ao tema do estudo, bem como Destefano e Lefevre (2007) sendo este uma referência cruzada de Baron, Calixte e Havewala (2017) e complementar à discussão dos autores. A seguir serão discutidos os principais temas tratados nos estudos selecionados.

3.1 Fatores psicológicos

O termo “experiência de leitura” é tratado de diversas formas dentro da bibliografia que compõe este estudo. Ela é descrita na maioria dos casos como um fator subjetivo relacionado ao pro-

3 O termo “livro físico” é impreciso porque os *e-books* também são apresentados em um suporte, especialmente os *e-readers*.

cesso de leitura propriamente dito, como a satisfação do leitor, por exemplo. Porém, ela é também um termo utilizado na psicologia para descrever a mobilização cognitiva que ocorre durante o processo de leitura, como as imagens visuais, o discurso interior e a experiência visual consciente das palavras na página. As imagens visuais dizem respeito à criação visual de cenários, personagens e situações a partir do texto que está sendo lido; o discurso interior descreve a criação de vozes mentais a partir da leitura do texto, como se estivesse ouvindo a voz do autor ou dos personagens durante a leitura; e finalmente, a experiência consciente das palavras na página descreve a percepção física das palavras sem a criação de imagens visuais ou vozes mentais (MOORE; SCHWITZGEBEL, 2018).

Segundo o estudo de Moore e Schwitzgebel (2018) tanto as imagens visuais, o discurso interior e a percepção das imagens na página acontecem frequentemente e alternadamente ao longo do processo de leitura, sendo as imagens visuais mais comuns em textos onde são descritos elementos visuais vívidos, e o discurso interior quando existem diálogos dramáticos. Contudo, as imagens visuais predominaram no estudo e mesmo em textos que apresentavam diálogos dramáticos os participantes afirmaram ter criados imagens mentais. Também é interessante destacar que em todos os casos os leitores descreveram os três modos de experiência de leitura, apenas variando a proporção entre eles.

3.2 Fisicalidade

A fisicalidade é um dos elementos mais recorrentes quando se fala na experiência de leitura; a questão do cheiro dos livros, da textura do papel, do seu peso, formato e mesmo da sua própria presença física em bibliotecas ou estantes têm efeito na experiência de leitura.

Thumala Olave (2020) descreve o caráter icônico do livro enquanto produto: para a autora, o livro é um ícone, ou seja, é um referencial que representa os diversos produtos de uma mesma categoria. No estudo da autora, realizado por meio de 64 entrevistas com amantes de livros no Reino Unido, foram identificadas uma gama de relacionamentos associados à presença física

dos livros, seja em estantes e bibliotecas, ou no ato de leitura. No estudo, os livros têm uma função estética, simbólica e emocional, eles fazem parte da decoração dos ambientes, mas também são signos de um certo status social, trazem consigo uma certa intelectualidade, como se os leitores de uma forma geral fizessem parte de um grupo diferenciado. Uma das entrevistadas no estudo afirma que “É maravilhoso para mim estar rodeada de tantos livros” (THUMALA OLAVE, 2020, p. 6), o que sugere que a experiência com o livro vai além da leitura propriamente dita e que o livro como objeto é parte relevante dessa experiência.

Além disso, nas entrevistas do estudo de Thumala Olave (2020) foi identificada a existência de um amor pelos livros, como se estes fossem algum tipo de ente querido. Segundo um dos entrevistados “Eles [os livros] estão em terceiro lugar no amor que sinto por minha esposa e filha” (THUMALA OLAVE, 2020, p. 5).

A aparência do livro físico também possui uma carga de significados: um dos entrevistados de Thumala Olave (2020, p. 6) afirma “Eu gosto bastante de livros baratos, especialmente se eles parecem que foram bem lidos, só porque eu acho que é um pouco como gosto de livros em si, porque é uma pequena conexão com outra pessoa, esse tipo de coisa”. Nesse caso, o fato de o livro parecer estar “gasto” é um fator relevante para a experiência de leitura porque sugere uma conexão, mesmo que simbólica, com outro leitor.

Ainda segundo Thumala Olave (2020), a iconicidade do livro é tão prevalente que os *e-readers*, produtos digitais que servem como suporte para *e-books*, como o Kindle da Amazon ou o Kobo, têm as mesmas dimensões de um livro tradicional, reforçando a relação com o aspecto físico dos livros.

Em um estudo de Baron, Calixte e Havewala (2017) com 429 estudantes em cinco países, foram levantadas as preferências dos participantes comparando-se os livros impressos com os livros digitais. No estudo, cerca de dois terços dos entrevistados afirmaram preferir os livros impressos e entre as respostas 4,0% não ficaram satisfeitos com a forma como interagiram com uma página de texto digital em função da sua presença física, comentando, por exemplo, que “Falta a qualidade tátil do livro”, “O digital é superfi-

cial” e “A mídia impressa me dá um sentimento de propriedade... você não coloca a mídia digital em sua estante” (p. 598).

Para Hou, Rashid e Lee (2017) não existe uma área específica do cérebro dedicada à leitura, sendo ela uma habilidade muito recente dentro da fisiologia humana. Assim, são utilizadas outras áreas do cérebro durante o ato de leitura; uma delas é a área responsável pelo reconhecimento de objetos e outra é o reconhecimento de paisagens. Deste modo, durante o ato de leitura o livro e o texto são processados como objetos físicos, juntamente com o entorno onde ocorre o processo de leitura, então a memorização e o processamento da leitura de um livro incluem essas informações. Com base em artigos anteriores, os autores discutem que o livro digital poderia trazer em si deficiências relacionadas ao processo de leitura, visto que o livro digital tem uma fisicalidade própria e a leitura costuma acontecer em um ambiente controlado, a tela do computador ou do *e-reader*.

Contudo, os autores discutem que existem duas teorias que explicam essa deficiência: a teoria do mapa cognitivo e a teoria da materialidade do meio. Na teoria do mapa cognitivo as deficiências identificadas na leitura seriam fruto de uma falta de elementos que auxiliem o leitor a se localizar internamente dentro do texto durante o processo de leitura. Na leitura de um livro tradicional, por exemplo, o leitor reconhece que um determinado trecho está no começo ou no fim do livro em função do acúmulo de folhas de um lado ou de outro; em um livro digital essa referência deixa de existir, o mesmo acontecendo para o ambiente onde a leitura aconteceu, quando um determinado trecho pode ser lembrado por ter sido lido sentado ao sofá por exemplo.

Já a teoria da materialidade do meio sugere que o processo de leitura é influenciado pelo efeito multissensorial dados pela materialidade do livro. Nessa teoria a lembrança da leitura é efeito do toque das mãos no livro e no papel, bem como os cheiros, sons e outros aspectos sensoriais envolvidos na leitura. Porém, o resultado do estudo, que buscava identificar qual das duas teorias têm mais efeito no processo de leitura, suporta largamente a teoria do mapa cognitivo (HOU; RASHID; LEE, 2017).

3.3 Preço

O preço dos livros tem efeito no acesso dos leitores às obras e, conseqüentemente, no relacionamento entre estes e os livros. Um dos principais motivos que fazem com que os leitores, sobretudo jovens e universitários, adotem o livro eletrônico é a possibilidade de ter acesso a eles por um preço geralmente menor que sua versão impressa. Contudo, como não costuma haver diferenças expressivas de preços, em geral os leitores preferem a leitura de livros tradicionais (BARON; CALIXTE; HAVEWALA, 2017; THUMALA OLAVE, 2020). Porém, é preciso considerar que o preço de comercialização é também um elemento simbólico importante e que muitas vezes é usado para atribuir uma certa aura a qualquer produto.

3.4 Leitura compartilhada

Para Steele (2020), a leitura individualizada e silenciosa é uma ideia construída socialmente mas sem relação com a realidade. Para a autora, a leitura sempre foi compartilhada, seja pela crítica literária, muito presente até a disseminação da televisão, pela existência de clubes de livros, sessões de leitura compartilhada e até mesmo a leitura em voz alta em bares e restaurantes; e mesmo as notas marginais são uma forma de leitura compartilhada.

Concordando com a autora, Arévalo e García (2014) afirmam que a leitura sempre foi social, como por exemplo nas marginálias, escólios e citações e a digitalização apenas potencializou esse espaço de troca, uma vez que no livro digital a interface compartilhada ocupa também outros espaços, como as redes sociais e plataformas criadas especificamente para o compartilhamento da leitura, como os serviços Open Bookmarks e Amazon Cloud Reader.

Nesse sentido, é possível supor que a potencialização da leitura compartilhada dada pelos dispositivos eletrônicos tenha efeito na experiência de leitura, visto que as marginálias, escólios e citações feitos em um livro físico se restringem a esse artefato, ou seja, serão vistas e compartilhadas apenas pelas pessoas que têm acesso a esse exemplar específico. Já no livro digital, que pode ser considerado uma instância de um arquivo digital que é compartilhado para todos os leitores, essa possibilidade se am-

plia para centenas, milhares ou até milhões de pessoas (ARÉVALO; GARCÍA, 2015).

Além das tecnologias nativamente presentes nos dispositivos é possível considerar a leitura compartilhada presentes nas mídias sociais, onde a relação autor-leitor se modifica e se potencializa, visto que tanto os autores podem ampliar as discussões presentes nos livros e incorporar novas informações. De outro lado os leitores podem fazer críticas e contribuições às obras, sejam por comentários em postagens relacionadas aos livros ou mesmo em suas próprias mídias (ARÉVALO; GARCÍA, 2014).

3.5 Sustentabilidade

A sustentabilidade é um dos temas emergentes da atualidade, e a experiência de leitura recebe os efeitos dessa discussão. No levantamento de Baron, Calixte e Havewala (2017) 10,1 % dos participantes afirmaram que um dos motivos para não adquirir livros impressos era o fato do consumo de papel ser prejudicial para o meio ambiente. No entanto, é importante salientar que mesmo os livros eletrônicos produzem algum tipo de impacto no meio ambiente, sobretudo em relação aos metais pesados usados na fabricação dos artefatos de leitura e o consumo de energia elétrica.

3.6 Intertextualidade, hipermidialidade e atualização

Uma das características dos livros eletrônicos é a potencialização da intertextualidade; enquanto no livro tradicional a intertextualidade se dá principalmente por meio de citações, nos livros eletrônicos existe a possibilidade de criar vínculos hipertextuais, os *links* na linguagem mais coloquial. E enquanto no livro tradicional é o leitor que deve fazer fisicamente o deslocamento entre um texto e outro, no livro eletrônico é o próprio texto que se move e se modifica ao toque do leitor. Essa possibilidade é considerada positiva pelos leitores uma vez que eles podem ser fontes acessíveis de informações relevantes para a compreensão do texto (BARON; CALIXTE; HAVEWALA, 2017).

Por ser um produto que em teoria pode ser atualizado a qualquer momento, os livros digitais possibilitam um certo tipo de obra aberta uma vez que em casos extremos, tanto o autor pode

modificar a obra ao longo do tempo, quanto permitir que os leitores façam contribuições, implicando assim em uma importante mudança simbólica em relação ao livro ao possibilitar a co-autoria (ARÉVALO; GARCÍA, 2015).

Os efeitos da intertextualidade na experiência de leitura ainda não foram totalmente explicados, ou ao menos não estão amplamente dentro dos resultados deste estudo, contudo, os vínculos hipertextuais em textos e ambientes digitais desconhecidos dos leitores podem resultar em sobrecarga cognitiva e, conseqüentemente, uma redução na capacidade de compreensão dos textos (DESTEFANO; LEFEVRE, 2007).

Além disso, um dos fatores considerados negativos pelos leitores no estudo de Baron, Calixte e Havewala (2017) é o efeito multitarefa, onde o leitor de livros digitais, por estar inundado por referências e possibilidade de interação, se perde da linearidade da leitura e se dispersa, sendo este fator muito menos recorrente no livro tradicional.

3.7 Aspectos tipográficos

A tipografia é uma das áreas de estudo do design que mais fortemente se relacionam com a experiência de leitura, uma vez que as diferentes características de construção de tipos têm efeito em pelo menos dois elementos da experiência de leitura: a velocidade de leitura e a compreensão do texto. Entre os elementos tipográficos que afetam o processo de leitura pode-se citar o tamanho do tipo, a largura de composição, o peso, o uso de maiúsculas e minúsculas, as serifas, o contraste tipográfico e o espaçamento (BIGELOW, 2019).

É importante notar que a velocidade de leitura e a compreensão do texto não têm efeito significativo na preferência dos leitores por um ou outro tipo, ou seja, mesmo que um tipo possa proporcionar uma redução nessas duas métricas ele pode ser preferido pelos leitores (BIGELOW, 2019).

Contudo, é possível supor que uma redução significativa na velocidade de leitura possa ter efeito na experiência de leitura, visto que, segundo Brosh (2018), em geral as estruturas textuais e dispositivos narrativos conspiram para maximizar ou minimizar

a capacidade de visualizações interna dos leitores. A autora trata especificamente da estrutura narrativa do texto como elemento de redução na fluidez e velocidade de leitura, como termos incomuns ao leitor, por exemplo, que podem fazer com que este tenha uma quebra no fluxo de leitura e conseqüente redução na criação de imagens mentais. Mas é possível supor que em casos extremos a tipografia tenha efeito similar, visto que afeta a velocidade de leitura.

4 ANÁLISE DOS DADOS

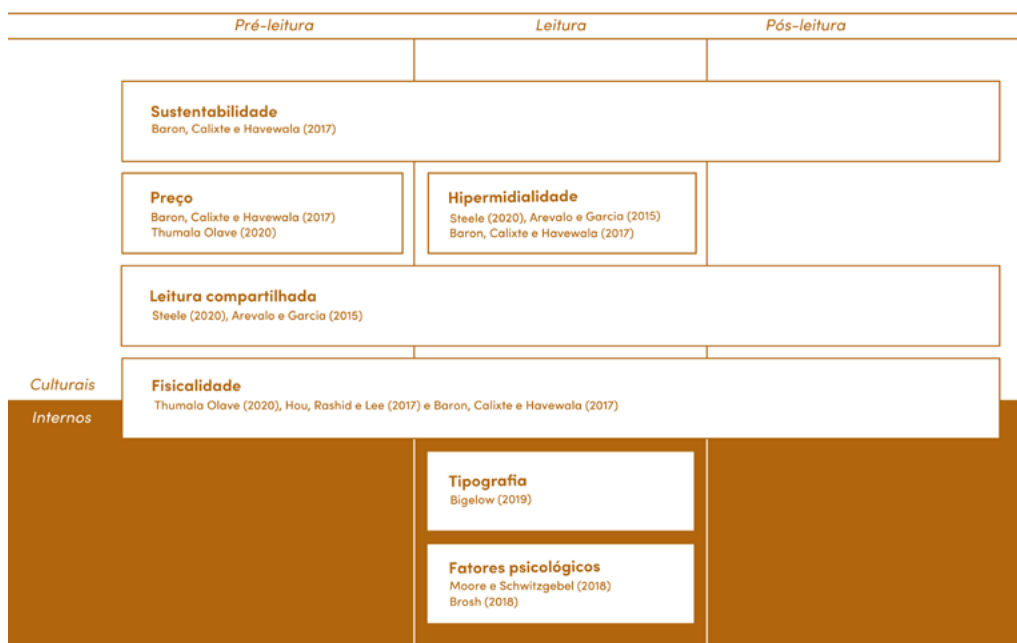
Sendo uma experiência um meta-processo que envolve outros processos, sejam eles cognitivos, emocionais e/ou sociais (HASSENZAHL, 2010), o mesmo ocorre com a experiência de leitura. A esse conceito pode-se também acrescentar a ideia de elementos pré-uso, uso e pós-uso descritos na definição de experiência do usuário (ABNT, 2011). Alia-se a isso a ideia de que uma experiência é algo pessoal, mas mediada por fatores sociais (HASSENZAHL, 2010).

Assim, a experiência de leitura proposta neste estudo envolve as características anteriormente descritas, a saber fatores psicológicos, fisicalidade, preço, leitura compartilhada, sustentabilidade, intertextualidade, hipermidialidade, atualização e aspectos tipográficos, aliadas ao conceito de uso, pós-uso e pré-uso referentes à experiência do usuário descritas na norma ABNT (2011).

Para tanto foi desenvolvido um diagrama descrevendo o provável efeito de cada elemento levantado na experiência de leitura (Figura 1) sendo cada característica descrita e posicionada de forma a se alinhar visualmente com a ideia de pré-uso, aqui descrita como pré-leitura; leitura (uso) e pós-leitura (pós-uso). Elementos que se aplicam ou reverberam em mais de um momento de leitura foram posicionados de forma a perpassar visualmente esses momentos, como é o caso da leitura compartilhada, que engloba os três momentos.

Os elementos também foram posicionados em duas grandes áreas: elementos culturais, quando o elemento sofre maior influência do contexto e das relações sociais, e elementos internos, que podem ser descritos como mais fortemente individuais.

Figura 1 – Fatores que compõem a experiência de leitura



Fonte: dos autores

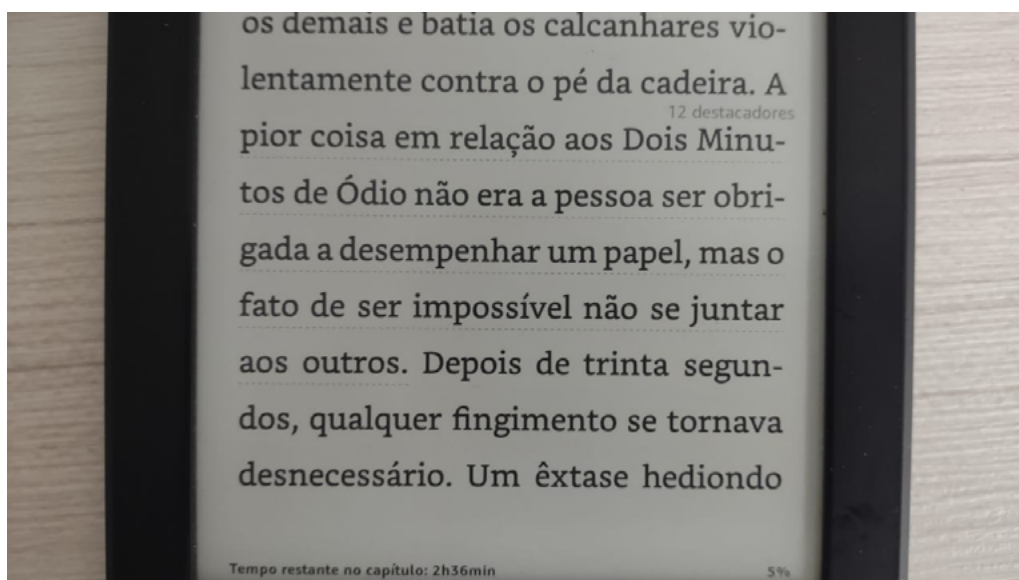
É possível supor que a sustentabilidade seja um fator transversal visto que é uma preocupação contemporânea e que pode ter efeito tanto no momento de pré-leitura, na escolha da plataforma do livro (digital ou físico), durante a leitura e após a leitura relacionada ao descarte, empréstimo, doação ou reuso do livro. Ela pode ser considerada um elemento cultural porque está relacionada com um ciclo de ações e de ideias amplamente divulgadas e discutidas na sociedade atual.

Já o preço pode ter efeito na escolha e possibilidades de aquisição dos livros, lembrando que em média o livro eletrônico costuma ser mais barato e por isso mais acessível que o livro físico. Nesse sentido também é importante lembrar que o livro físico pode ser sinal de status em bibliotecas ou coleções particulares, conforme sugere Thumala Olave (2020). Ele é um fator cultural visto que é fruto de relações de produção e consumo coletivos.

A hipermedialidade é provavelmente mais fortemente relacionada com os livros eletrônicos e provavelmente tem efeito mais significativo durante o processo de leitura, permitindo ao leitor acessar informações adicionais ou navegar por outros títulos. Pode ser considerada um fator cultural porque depende da interação entre diferentes autores, leitores, empresas e tecnologias.

Como o próprio conceito sugere, a leitura compartilhada acontece ao longo de toda a experiência de leitura. No período pré-leitura ela pode se dar pelo acesso a opiniões, críticas e matérias jornalísticas relacionadas aos livros que se deseja ler. Na leitura propriamente dita ela pode acontecer pelo acesso a notas, marginais e citações no livro físico, e a links ou funcionalidades colaborativas nos livros eletrônicos, como por exemplo o raio-x do *e-reader* Kindle da Amazon, uma funcionalidade onde as passagens mais destacadas pelos leitores são destacadas nos textos. A Figura 2 mostra um trecho do livro “1984” de George Orwell que foi destacado por 12 leitores diferentes. A pós-leitura compartilhada pode acontecer em grupos de discussão, mídias sociais, entre outros, onde os leitores trocam percepções e até mesmo se relacionam com os autores dos livros. Visto ser fruto do compartilhamento de percepções e informações, a leitura compartilhada pode ser abordada como um elemento cultural da experiência de leitura.

Figura 2 – Exemplo de realce em passagens destacadas pelos leitores no leitor digital Kindle



Fonte: dos autores

A fisicalidade pode ser considerada um dos elementos mais relevantes para experiência de leitura, sendo destacada por diversos autores. Na pré-leitura pode-se destacar o trabalho de designers na proposição de capas que exerçam atração visual e estratégias

gráficas aplicadas ao miolo destinadas a seduzir os futuros leitores. No processo de leitura destacam-se os fatores cognitivos conforme discutido por Baron, Calixte e Havewala (2017). Finalmente, na pós-leitura o livro incorpora elementos simbólicos e afetivos como pertencimento, status social e mesmo afeto (THUMALA OLAVE, 2020). Visto que a fisicalidade tem efeito tanto em caracteres internos, como as imagens mentais e os fatores afetivos; quanto externos, como nos processos comerciais relacionados ao livro, ela pode ser colocada em uma posição intermediária entre os fatores internos e culturais.

Os fatores associados à tipografia provavelmente têm efeito mais significativo ao longo do processo de leitura propriamente dito, sendo por isso mesmo mais fortemente interno. Ela pode ter efeito na familiaridade do leitor com uma determinada editora dado à criação de tipos específicos para elas, ou pela possibilidade de os leitores escolherem as fontes que serão usadas em seus *e-readers*.

A maior parte dos fatores psicológicos descritos neste estudo (imagens visuais, discurso interno e a percepção física das palavras) dizem respeito ao processo de leitura propriamente dito, e por se darem em um nível mental pode ser considerado um elemento interno da experiência de leitura, com a ressalva que esses elementos podem permanecer na memória dos leitores ao longo do tempo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de leitura é um tema amplo e envolve diferentes áreas do conhecimento, a saber, psicologia, sociologia, neurociência, antropologia e design sendo este estudo o resultado de um levantamento de suas principais características não literárias identificadas em artigos de periódicos científicos.

Nesse sentido as principais características detectadas foram fatores psicológicos, como o conceito de imagens visuais, o discurso interior e a experiência consciente das palavras na página; a fisicalidade, o preço, a sustentabilidade, a intertextualidade, hipermedialidade e atualização; preocupações tipográficas, bem como a leitura compartilhada. Contudo, não foi possível identificar no pre-

sente estudo em que proporção esses elementos afetam a experiência de leitura, ou seja, qual deles é mais relevante sob o ponto de vista dos leitores e seus reflexos no trabalho de designers.

Além disso, os resultados aqui apresentados provêm de estudos que não tinham como objetivo mensurar ou valorar estatisticamente cada um dos elementos da experiência de leitura; ao contrário, em geral eles aprofundam um dos elementos sem necessariamente levar em consideração os outros, ou seja, sem levar em consideração a experiência propriamente dita.

A exceção está no estudo de Baron, Calixte e Havewala (2020) que aponta diversos aspectos relacionados à preferência dos leitores por livros físicos ou digitais, porém no estudo a definição de livro eletrônico é bastante ampla e envolve desde livros em formatos digitais como PDF's e leitores digitais.

Também é possível supor que existem elementos da experiência de leitura não identificados nos artigos que fazem parte do universo do livro em tempos digitais e que podem ter efeito na experiência de leitura. Nesse sentido, são sugestões para trabalhos futuros levantamentos que levem em consideração a questão da experiência de leitura de forma mais ampla, relacionando os diferentes elementos que compõem a experiência de leitura.

REFERÊNCIAS

ABNT. **Ergonomia da interação humano-sistema – Parte 210** : Projeto centrado no ser humano para sistemas interativos. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

ALONSO ARÉVALO, Julio; CORDÓN GARCÍA, José Antonio. Lectura Social, metadatos y visibilidad de la información. **XLV Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía**, p. 31, 2014.

ARÉVALO, Julio Alonso; GARCÍA, José Antonio Cordón. El libro como sistema: hacia un nuevo concepto de libro. **Cuadernos de Documentación Multimedia**, v. 26, n. November, p. 25–47, 2015. Disponível em: https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev_CDMU.2015.v26.50628 Acesso em 02/09/2021

BARON, Naomi S.; CALIXTE, Rachelle M.; HAVEWALA, Mazneen. The persistence of print among university students: An exploratory study. **Telematics and Informatics**, v. 34, n. 5, p. 590–604, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.11.008> Acesso em 02/09/2021

BIGELOW, Charles. Typeface features and legibility research. **Vision Research**, v. 165, n. April, p. 162–172, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.visres.2019.05.003> Acesso em 02/09/2021

BROSCH, Renate. What we 'see' when we read: Visualization and vividness in reading fictional narratives. **Cortex**, v. 105, p. 135–143, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2017.08.020> Acesso em 02/09/2021

CORDÓN GARCÍA, José Antonio; JARVIO FERNÁNDEZ, A. Olivia. ¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital? **Revista Interamericana de Bibliotecología**, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v38n2a05> Acesso em 02/09/2021

DESTEFANO, Diana; LEFEVRE, Jo-Anne. Cognitive load in hypertext reading: A review. **Computers in Human Behavior**, v. 23, p. 1616–1641, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.08.012> Acesso em 02/09/2021

HASSENZAHN, Marc. **Experience Design: Technology for All the Right Reasons**. 2010. ISSN 1946-7680.v. 3 Disponível em: <https://doi.org/10.2200/s00261ed1v01y201003hci008> Acesso em 02/09/2021

HOU, Jinghui; RASHID, Justin; LEE, Kwan Min. Cognitive map or medium materiality? Reading on paper and screen. **Computers in Human Behavior**, v. 67, p. 84–94, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.014> Acesso em 02/09/2021

MOORE, Alan Tonnie; SCHWITZGEBEL, Eric. The experience of reading. **Consciousness and Cognition**, v. 62, n. March, p. 57–68, 2018. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.concog.2018.03.011> Acesso em 02/09/2021

STEELE, Colin. What we talk about when we talk about books. The history and future of reading. **Journal of the Australian Library and Information Association**, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/24750158.2020.1718290> Acesso em 02/09/2021

THUMALA OLAVE, Maria Angélica. Book love. A cultural sociological interpretation of the attachment to books. **Poetics**, July 2019, p. 101440, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101440> Acesso em 02/09/2021

Como citar este capítulo (ABNT):

DENARDI, D. F. A., CATTANI, A. Elementos não literários da experiência de leitura em e-books e livros físicos: uma revisão bibliográfica In: OLIVEIRA, G. G. de; NÚÑEZ, G. J. Z. **Design em Pesquisa – Volume 4**. Porto Alegre: Marcavisual, 2021. cap. 21, p. 418-434. E-book. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/iicd/publicacoes/livros>. Acesso em: 5 ago. 2021 (exemplo).

Como citar este capítulo (Chicago):

Denardi, Davi Frederico do Amaral e Airtton Cattani. 2021. “Elementos não literários da experiência de leitura em e-books e livros físicos: uma revisão bibliográfica” In Design em Pesquisa - Volume 4, edited by Geísa Gaiger de Oliveira and Gustavo Javier Zani Núñez, 418-434. Porto Alegre: Marcavisual. <https://www.ufrgs.br/iicd/publicacoes/livros>.