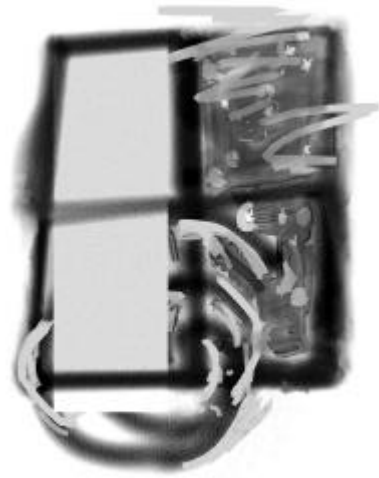


# Objecto ou Função

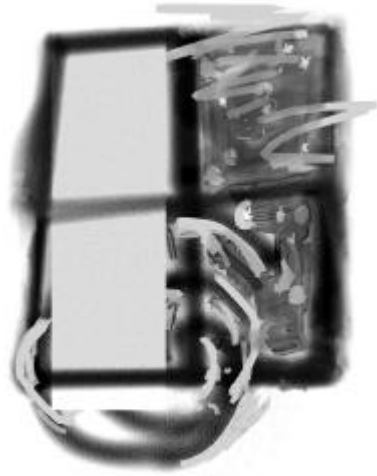
O livro e os seus formatos na  
mudança de paradigma da  
comunicação

J. A. Nunes Carneiro



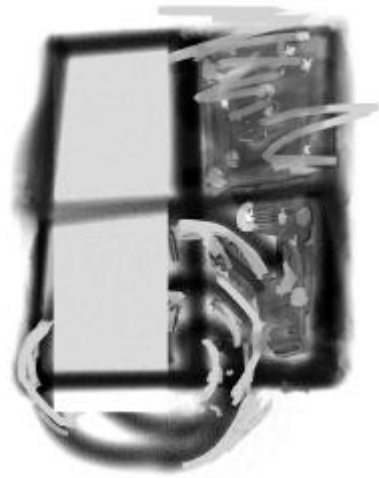
# Síntese

- Muitas **Interrogações**
- Alguns **Factos**
- Várias **Pistas**
- E-Ink: um **Caso**



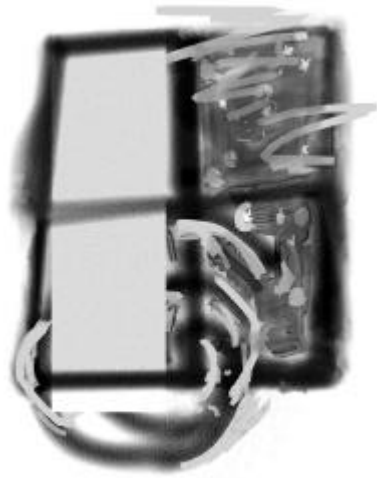
# Interrogações

- O que vai acontecer ao **livro**?
- Como vai evoluir a própria **ideia de livro**?



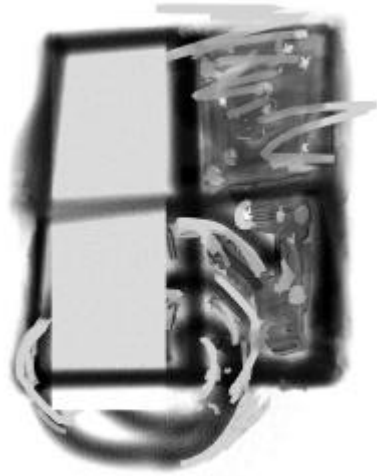
# Interrogações

- Em que **formato** chegarão os livros aos leitores?
- Como vai evoluir a **tecnologia**?
- Como vai evoluir o **negócio**?



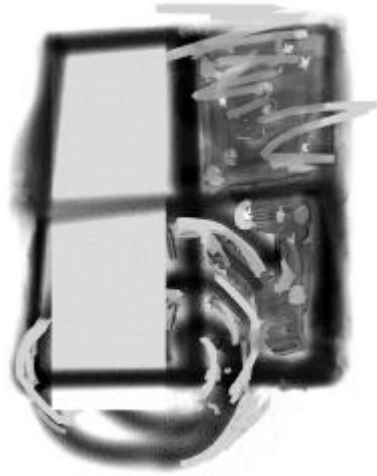
# Interrogações

- Como vai evoluir a **relação** (quase) íntima e muito táctil dos leitores com os livros?
- Como vai evoluir o **acto de ler**?
- Como vamos **comprar** livros?



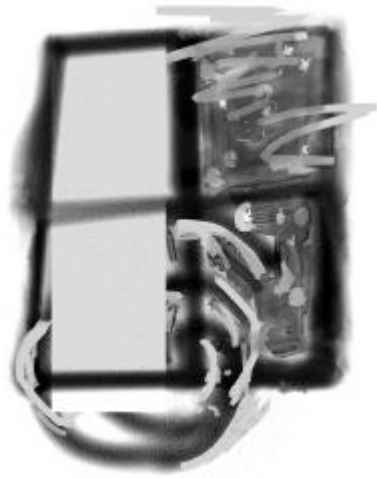
# Interrogações

- Como vai evoluir a função de **autor**?
- Como vai evoluir a função de **editor**?
- Como vai evoluir a função de **livreiro**?
- Como vai evoluir a função de **leitor**?



# Interrogações

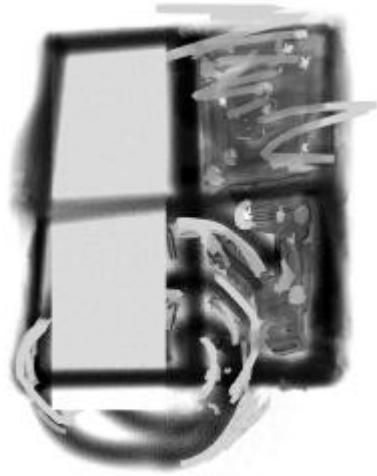
- McLuhan  
(Teoria do «Espelho Retrovisor»)
  - Mesmo com todas as possibilidades de evolução tecnológica (disponíveis e/ou previsíveis), o livro em formato papel persistirá, renovado e com mais importantes funções?



# Interrogações

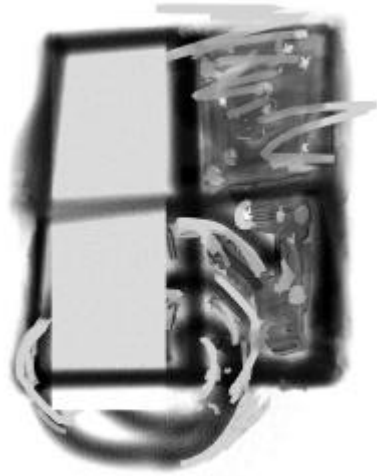
- Esther Dyson:
  - A verdadeira mudança só se concretizará quando surgir uma nova e completa geração (a «*net generation*»)?





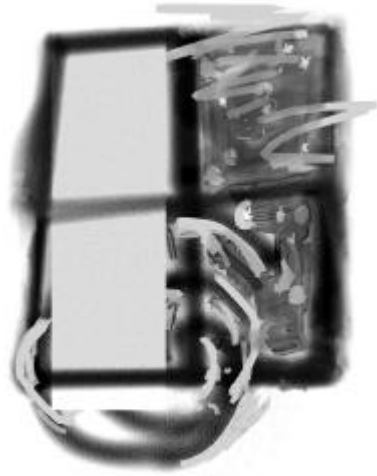
# Factos

- Mais do que nunca no passado, são produzidos livros impressos convencionalmente



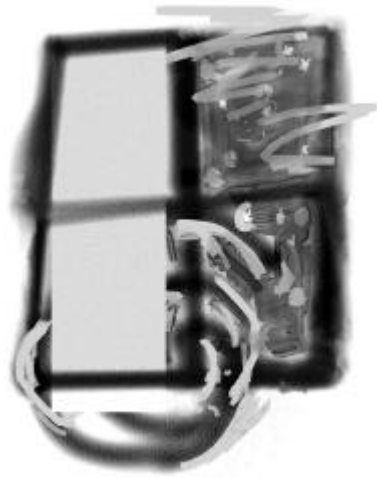
# Factos

- Tecnologias de impressão digital estão a viabilizar a edição de obras que eram inviáveis no passado



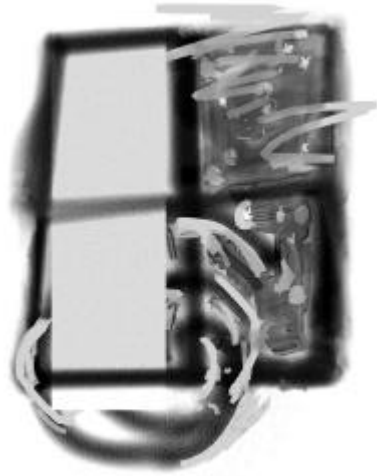
# Factos

- As formas de apresentação de texto e imagens nos novos formatos electrónicos **parecem-se**, cada vez mais, com livros tradicionais



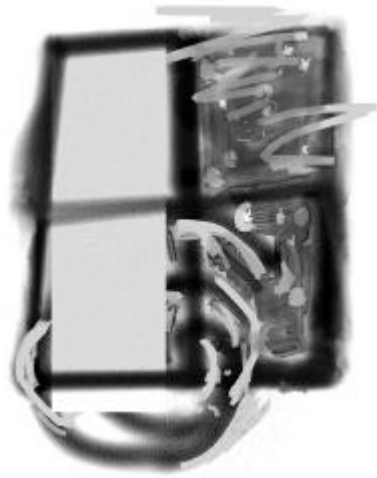
# Factos

- Desde Gutenberg e até há poucos anos, **a lógica do desenvolvimento da impressão manteve-se** apesar de algumas importantes inovações (impressão com recurso ao *offset*, por exemplo).
- Só com **a introdução consequente e intensiva da digitalização nos processos de produção e impressão** é que o conceito teve condições de ser alterado.



# Pistas

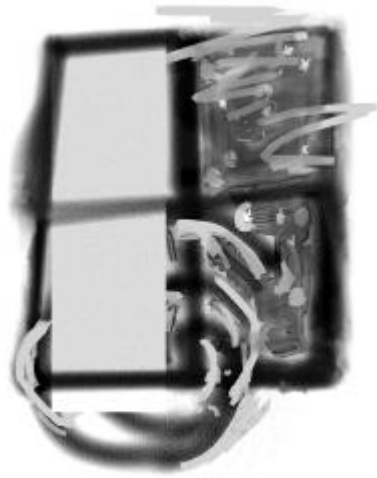
- O que é realmente um livro?
- E o que é que o pode vir a substituir?



# Pistas

- *«Um volume de texto, impresso em cinquenta ou mais páginas de papel, encadernado entre capas rígidas, com certas características incluindo uma página de título, índice, divisão do texto em capítulos» sendo que, neste contexto, «um livro impresso é, ele próprio, uma tecnologia, um meio de disponibilizar extensos blocos de texto e imagens».*

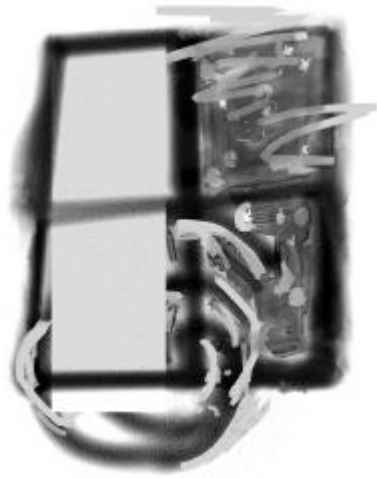
(COPE, 2001)



# Pistas

- «*A história dos meios de comunicação diz-nos que os novos meios frequentemente não substituem os antigos. Quando muito, redefinem os seus objectivos e as suas funções. Frequentemente, até contribuem para a extensão do alcance e do poder dos antigos meios.*»

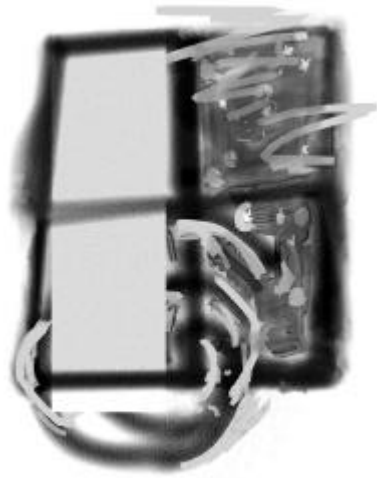
(COPE, 2001)



# Pistas

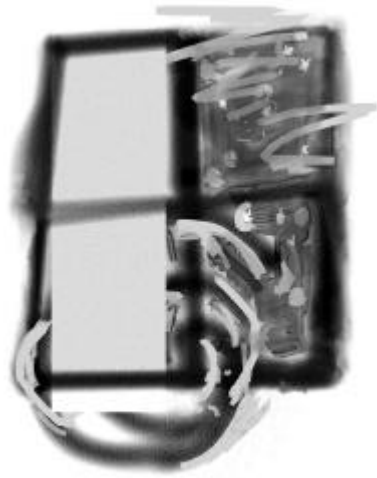
- No **paradigma da massificação**:
  - O livro como o suporte de transmissão de informação, ocupou um lugar importante e incontornável.
  - Impressão em *offset* surgiu como a solução ideal para levar os textos ao maior número possível de leitores (*paperbacks*)





# Pistas

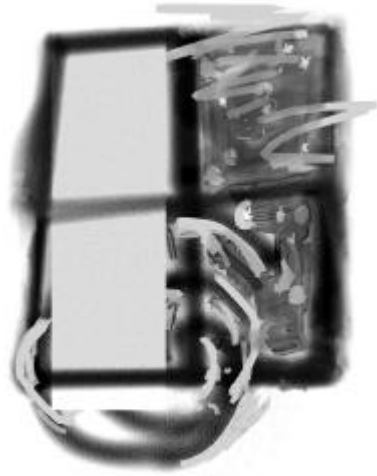
- No **novo paradigma**:
  - Surgem **novos suportes/formatos** (e-book, PDA, tinta electrónica, etc.)
  - Surgem **novas funções** do livro
  - Surgem **novas possibilidades** de edição, armazenamento, reprodução, difusão, partilha da palavra escrita e... da imagem e dos sons.



# Pistas

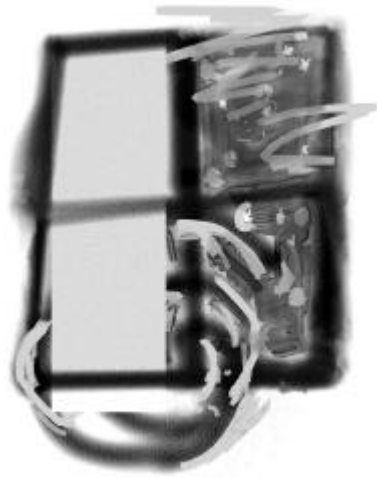
- Na mudança de paradigma parece haver uma **transformação da natureza do livro**:
  - O livro passa de um «simples» *objecto* (ou mercadoria) para ser, cada vez mais, uma *função*.

(COPE, 2001)



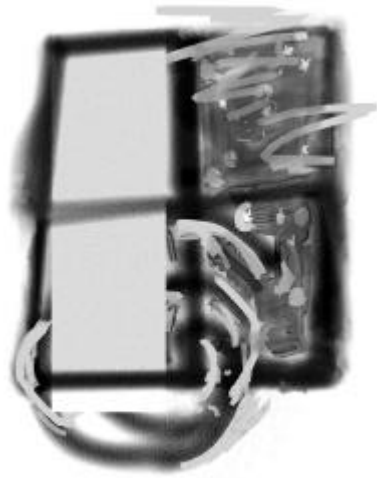
# Pistas

- A **especificidade do livro** no contexto da comunicação e baseado no seu papel e importância nos últimos séculos.



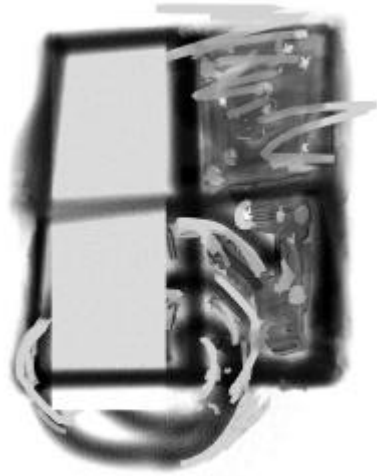
# Pistas

- A **relação intensa** (pessoal e carregada de subjectividade) criada entre o livro tradicional, os leitores e o acto de leitura.



# Pistas

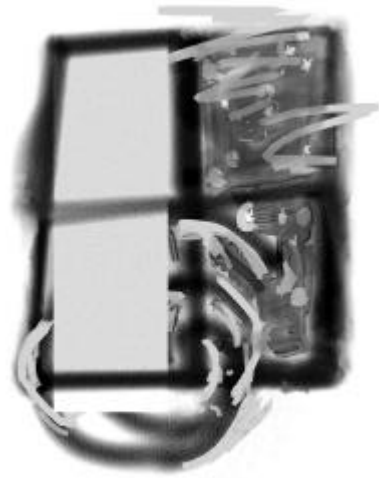
- As **extensões tecnológicas** mais interessantes procuram, em grande medida, aproximar os novos formatos digitais do antigo acrescentando-lhe muitas capacidades e funcionalidades.



# Pistas

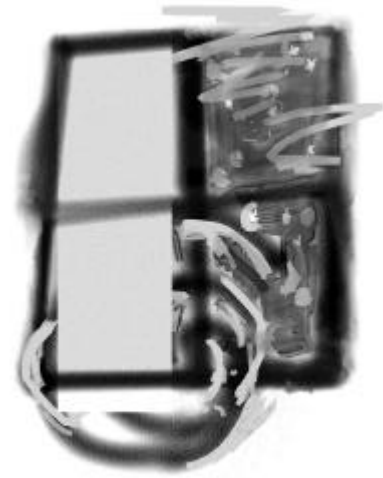
- A importância de não basear **exclusivamente** na componente tecnológica a mudança de paradigma

(COPE, 2001)/(KERCKHOVE, 1997)



# Caso: [www.eink.com](http://www.eink.com)



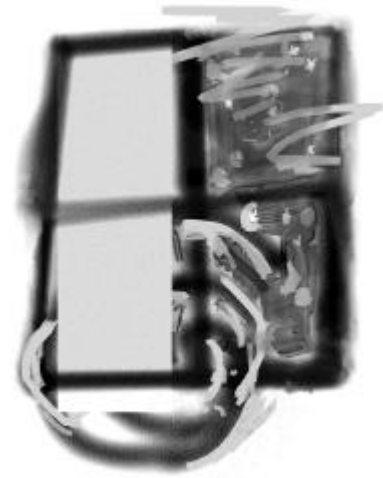


## Caso: o desafio



- «*O livro representa um entidade fundamentalmente diferente do ecrã de computador uma vez que é uma corporização física de um maior e simultâneo número de ecrãs de alta resolução.*





## Caso: o desafio



- *«Quando viramos uma página, não perdemos a anterior. Ao longo da evolução, o cérebro desenvolveu um muito sofisticado mapa espacial. As pessoas, familiarizadas com um manual ou livro de texto, podem encontrar a informação que estão à procura com elevada precisão, como é evidenciado pela sua capacidade de recordar o sítio onde uma coisa foi vista uma só vez e de relance no lado direito ou no lado esquerdo duma página, por exemplo.»*

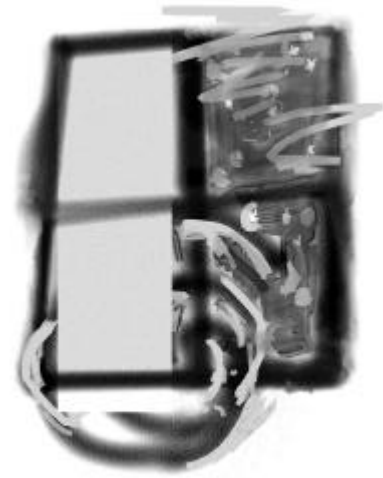


# Caso: o desafio



- *Além de que esta aptidão «compreende um muito **natural e efectivo interface** quando essa informação está materializada em páginas físicas».*

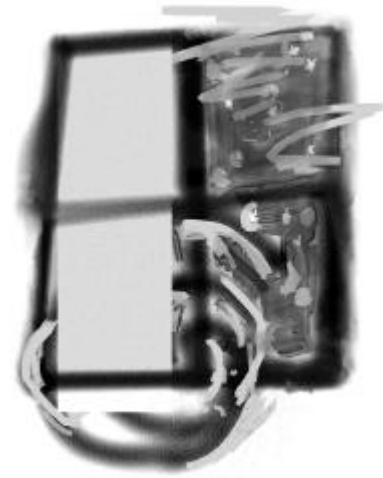
(JACOBSON, 1997)



# Caso: os Clientes

- Leitores/consumidores desejam:
  - *Legibilidade do ecrã*
  - *Portabilidade*
  - *Facilidade de utilização*

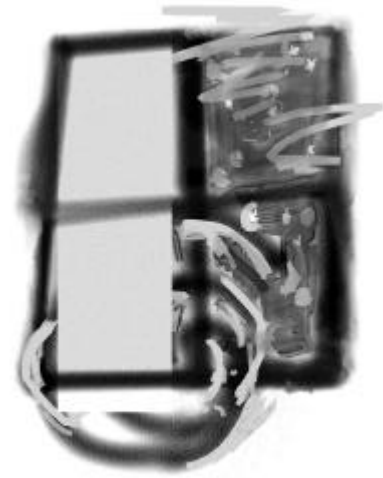
(Rocketbook, 2002)



# Caso: uma Proposta



- Objectivo da Empresa:
  - Uma biblioteca na mão do leitor
  - A aposta clara não na substituição do livro mas na sua **evolução**
- Experiência:
  - Um livro digital **muito próximo** do tradicional



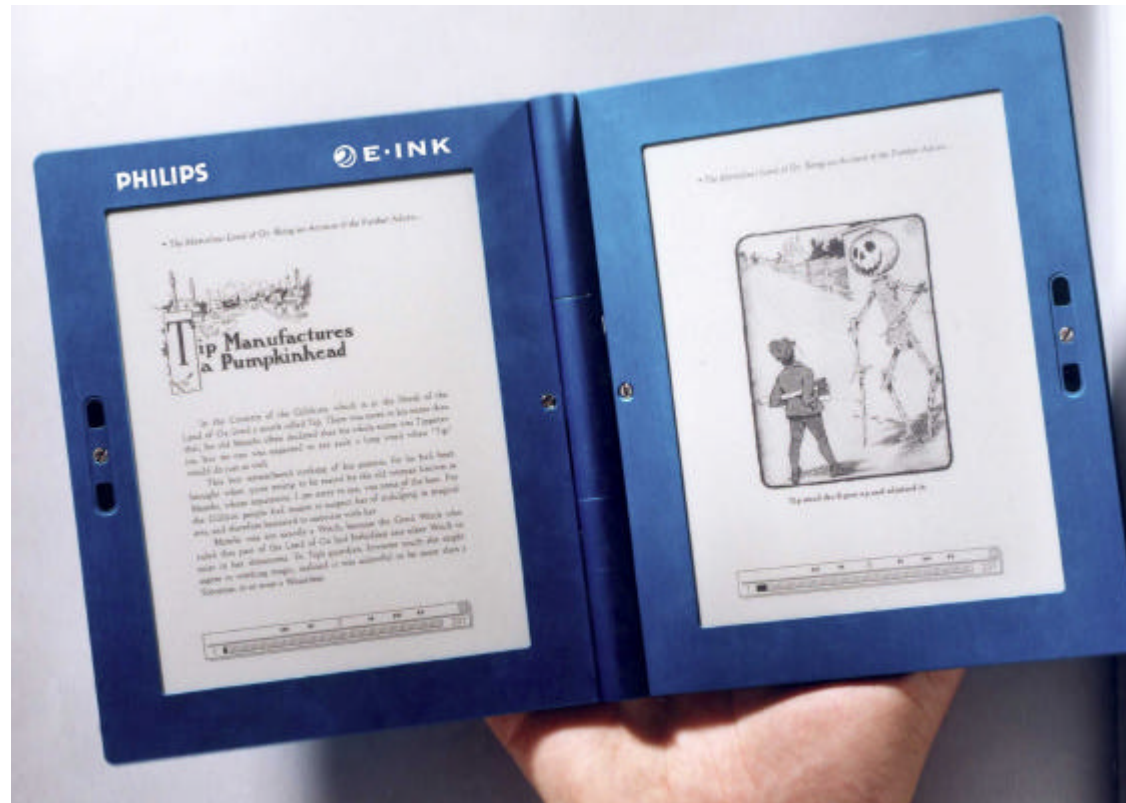
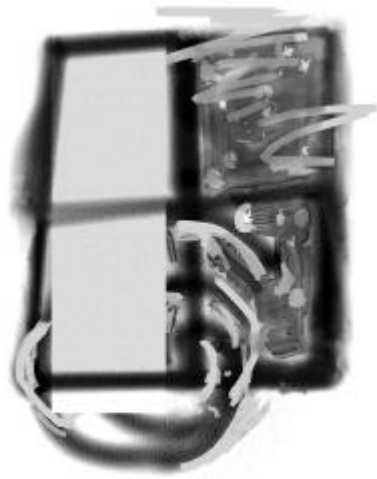
# Caso: uma Proposta



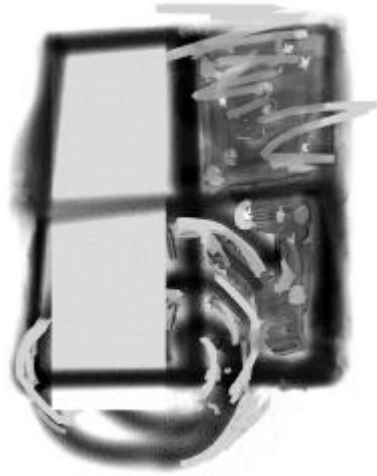
- Tecnicamente, desde 1997, o produto evoluiu muito:
  - Hoje possui resultados comparativos com outros ecrãs muito animadores e significativos
  - Sobretudo porque o objectivo é **aproximar a experiência do utilizador** da leitura do papel impresso.



# Caso: a Solução?



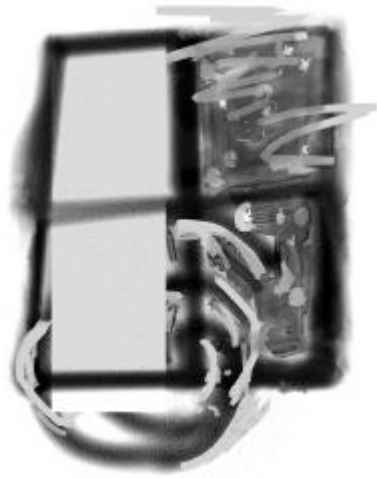
(Protótipo E-Ink/Philips: Maio de 2003)



## Caso: a Solução?

A alavanca tecnológica do novo paradigma de que falava Kuhn parece estar mais próxima de, finalmente, se concretizar.

Agora, «**só**» falta a alavanca ideológica...



Obrigado pela vossa atenção.

[ncarneiro@elefante-editores.co.pt](mailto:ncarneiro@elefante-editores.co.pt)

[www.elefante-editores.co.pt](http://www.elefante-editores.co.pt)

[www.ideias.online.pt](http://www.ideias.online.pt)