



Do papel ao iPad, livros e revistas publicadas como aplicativos em bibliotecas 2.0¹

André Fagundes PASE²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Com a migração para suportes digitais, como telefones celulares, *Kindles* e *iPads*, entre outros, livros, revistas e jornais outrora manejados pelo leitor no formato impresso tornaram-se aplicativos para poder transitar neste ambiente. O contexto também utiliza recursos de biblioteca não apenas para o controle do usuário, mas para deixar a obra disponível de outras maneiras. A tradicional busca pela posse do conhecimento é substituída pelo acesso ao material, como em um clube ou biblioteca 2.0.

PALAVRAS-CHAVE: internet, mobilidade, ebooks, aplicativos, cibercultura.

TEXTO DO TRABALHO

Nos últimos anos, as mídias tradicionais (Rádio, TV e jornais/revistas impressos) sofreram os impactos da digitalização da comunicação. A convergência outrora apenas física também atingiu os conteúdos e, costurada pela internet, colocou linguagens antes separadas em um mesmo ambiente. Redações de TV, por exemplo, produzem para o seu caminho de origem e também transportam o material para a *web*, explorando recursos novos.

Imerso neste ambiente, o público conta com diferentes opções para receber notícias, ler e compartilhar notícias com outros amigos. Com a profusão de dados em *bits*, não mais analógicos, as telas outrora pensadas apenas para conteúdo audiovisual não apenas multiplicaram seus tamanhos, indo dos grandes *displays* com 3D até telas com resolução gráfica comparável ao conteúdo impresso e do tamanho do bolso, como receberam matrizes sensíveis ao toque.

Por volta do início dos anos 80, novas sementes começaram a brotar no campo dos meios de comunicação com o surgimento de equipamentos e dispositivos que possibilitaram o aparecimento de uma cultura do disponível e do transitório (SANTAELLA, 2007, p. 125)

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor, professor do curso de Jornalismo e coordenador da especialização em Desenvolvimento de Jogos Digitais, email: afpase@pucrs.br.



A geração de *iPods* e derivados não apenas potencializou o que o *walkman* semeou nos anos 80, mas arrebanhou para dentro de pequenas caixas móveis filmes e o acesso à Internet. Conectados seja por *WiFi* ou redes de telefonia, os pequenos *gadgets* têm tons de computadores e, mesmo com capacidade de armazenamento ao gosto do público, também dialogam com conteúdo que está apenas na grande rede. A telefonia móvel também provocou ajuste de forças neste campo, com uma miríade de funções e aplicativos específicos que tornam os aparelhos mais caros não pelos recursos da fala - outrora cruciais para a compra, mas de acesso.

Conectando isto com as diferentes possibilidades de conteúdo disponível online, muitas vezes é possível suplantar dificuldades de plataforma e permitir que o livro ou jornal não ande sozinho nas mochilas, mas acompanhado de uma biblioteca inteira. A disputa das livrarias não termina apenas nos descontos, vendas ou cafês, mas estende-se para os leitores eletrônicos e celulares. Seja via *Kindle* ou *iPad*, o público troca uma cópia física que ocupa espaço mas está na sua frente pelo acesso a um arquivo invisível, mas que se for apagado apenas necessita de novo *download*. A cultura do ter e vender tradicional migra, com os novos caminhos, para uma biblioteca 2.0, que carrega livros e aplicativos.

Para compreender o atual estado da transposição do conteúdo impresso - e, salvo momentos específicos, este artigo utiliza o meio impresso para representar livros, jornais e revistas -, é necessário compreender o momento cultural atual e justapor com práticas da mobilidade. Além disso, detalhes técnicos dos sistemas, como a não presença de uso simultâneo de mais de um aplicativo ao mesmo tempo nos aparelhos, provoca impacto profundo nos caminhos de escoamento do conteúdo.

Do papel impresso até a página eletrônica

Elemento básico do conhecimento, o livro atualmente passa por mais uma modificação na sua trajetória. Inicialmente, surgiu como estado sólido de uma cultura oral, escrito por poucas autoridades "iluminadas" pelo dom da escrita, e seu processo artesanal tornou-se massivo, líquido, com a criação da prensa de Gutenberg. O que antes levava tempo para cada cópia foi agilizado com a criação de matrizes e gráficas. Porém o horizonte digital transforma o conteúdo em uma nova forma gasosa, que pode ser capturada em aparelhos, mas flui pelo ar em redes *wireless*.



A transposição para o digital é discutida por Roger Chartier em *A Aventura do Livro: do Leitor ao Navegador* (1998). A obra reúne conversas com Jean Lebrun que discutem aspectos contemporâneos do livro através de resgates históricos. Em alguns momentos, ambos recordam que a palavra impressa provocou desconfiança quando surgiu dos tipos móveis de Gutenberg, caso semelhante ao observado na atualidade diante de nova mudança.

O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que se encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler (CHARTIER, p.13, 1998)

A transposição pura para um novo dispositivo não é uma grande revolução pois há a manutenção da estrutura tradicional (p. 8). Dez anos depois, obras como *Alice in Wonderland* (2010) e *Toy Story* (2010) para o *iPad* provocam alterações na leitura, pois exploram os recursos audiovisuais do aparelho, seja para ler o texto, permitir interações ou até mesmo utilizar o acelerômetro para chacoalhar e alterar a disposição de elementos na página. Esta nova forma aproxima-se do que Lucia Santaella considera como hipermídia, uma evolução do hipertexto (2007, p. 319).

Com isso, intensificaram-se sobremaneira os casamentos e misturas entre os meios de comunicação e entre as linguagens que por eles transitam, misturas essas que passaram a funcionar como um multiplicador de mídias. Dessa multiplicidade resultou a intensificação da tendência para a hibridização de linguagens que já se encontrava, por exemplo, nos suplementos literários ou culturais especializados de jornais e revistas, nas revistas de cultura e de arte, no jornalismo radiofônico, telejornal, etc. (SANTAELLA, 2007, p. 125)

Este novo livro carece de novas compreensões na sua produção, editoração e, sobretudo, manutenção do direito autoral (CHARTIER, 1998, p. 67). Diante das correntes formas de comercialização, a obra é considerada não apenas do autor original, mas também dos responsáveis pela sua composição.

Agora, se pensarmos no mundo contemporâneo da multimídia, na passagem de uma mesma obra, do livro ao CD-Rom, do CD-Rom ao filme, esta questão se põe de modo particularmente agudo. As categorias do direito aplicadas a estes objetos são categorias que reduzem e até anulam as diferenças. (CHARTIER, 1998, p 71)

O receio de outrora sobre as mudanças na postura junto ao livro podem desaparecer com os atuais desenhos dos aparelhos, que mimetizam os tamanhos dos livros e, mesmo com eventuais teclados, permitem que a obra seja carregada com as mãos.



Mas, todo leitor diante de uma obra a recebe em um momento, uma circunstância, uma forma específica e, mesmo quando não tem consciência disso, o investimento afetivo ou intelectual que nela deposita está ligado a este objeto e a esta circunstância. (CHARTIER, 1998, p 70)

Muitas vezes, críticos dos novos caminhos recorrem aos argumentos afetivos e físicos para ressaltar as vantagens do impresso, porém são hábitos que podem mudar com o passar do tempo e da adoção das tecnologias.

"A obra não é jamais a mesma quando inscrita em formas distintas, ela carrega, a cada vez, um novo significado." (p. 71) A migração para o digital altera não necessariamente o conteúdo, mas eventuais novas formas permitem ir além do impresso. A revista *Wired* na sua versão para *iPad*, por exemplo, transpõe o conteúdo da versão impressa, porém trechos de filmes apenas relatados e sequências fotográficas são animadas na tela. Observa-se aqui o que fora delineado anteriormente por Lebrun, "o texto vive uma pluralidade de existências. A eletrônica é apenas uma delas." (in CHARTIER, p. 152)

Outros espaços de armazenamento silencioso do saber, as bibliotecas estão conectadas e buscam não apenas preservar, mas compartilhar conhecimento de forma indexada e orientada. Com arquivos online, o papel deste espaço não é apenas preservar as formas sucessivas da cultura escrita (p. 153), mas oferecer registros cronológicos e catalogados das diferentes versões do saber.

John Pavlik, ao observar o comportamento da mídia na era digital, relata vantagens e desvantagens dos *eBooks*.

Na forma eletrônica do texto, é possível procurar palavras. Esta ferramenta é preciosa especialmente para trabalhos de não-ficção, onde a procura por uma frase importante, nome ou trecho é muitas vezes necessária. O leitor pode fazer anotações facilmente em um *eBook*. Quando o *eBook* é fechado, o programa automaticamente marca a última página lida. *eBooks* são baixados da Internet, o que torna a distribuição mais fácil, menos cara e mais rápida, um aspecto interessante para editoras e leitores. Eles podem ser veiculados em leitores portáteis para que seja fácil carregá-los.³ (PAVLIK, 2008, p. 219)

Além disso, a possibilidade de salvar conteúdo em cartões de memória e ler em diferentes aparelhos é observada. Esta pluralidade de telas também pode auxiliar crianças, que assim carregam mais livros com pouco espaço físico. Esta observação pode ser alterada para o contexto brasileiro. Eventuais distribuições de cópias de livros e não mais de livros didáticos que são repassados para outros colegas na mudança de séries podem permitir maior aprendizado com alunos que permanecem com conteúdo em seus aparelhos.

³ Tradução livre do autor



As propriedades do digital também permitem ajustes no tamanho das fontes (p. 220), ação que pode ajudar pessoas com dificuldade de leitura. Apesar disso, o preço de lançamento de alguns aparelhos é uma desvantagem, bem como eventuais formatos proprietários de arquivos.

A maior desvantagem dos livros eletrônicos é a falta da experiência tátil de segurar a obra com apenas uma mão, e caso o aparelho caia e quebre, a sua substituição pode ser cara. Além disso, o brilho das telas nem sempre é uma experiência agradável para o olho como texto preto em papel branco. Apesar que um leitor leve com luz própria pode ser útil em alguns casos.⁴ (PAVLIK, 2008, p. 220)

Atualmente, estes leitores tornaram-se menores que *notebooks* e *netbooks*. Alguns utilizam a tela desenvolvida pela empresa e-Ink, que mimetiza a leitura em papel. Uma tela cinza recebe pequenas descargas elétricas que posicionam pigmentos escuros, sem emissão de luz. Menos agressivos aos olhos, necessitam de luz para a leitura, assim como os livros. Leitores como o Amazon *Kindle*, o Sony *Reader*, o *Nook* da Barnes and Noble, o *COOL-ER* da Gato Sabido e o *Alfa* da Positivo, estes dois últimos nacionais, utilizam esta tecnologia. O *iPad* utiliza uma tela LED, semelhante a dos televisores e monitores, também observada no *iPhone*. A grande maioria dos celulares utiliza pequenos visores de cristal líquido.

Os aparelhos para acessar ou mostrar conteúdo digital passam por mudanças dramáticas. Eles estão cada vez mais intuitivos no seu design, peso, menos robustos, mais baratos, mais potentes e multifuncionais. Virtualmente todos os tipos de conteúdos estão disponíveis para estes aparelhos, sejam eles textos, imagens, sons, vídeos ou alguma combinação destes.⁵ (PAVLIK, 2008, p. 55)

Décadas depois do início da digitalização dos arquivos, os aparelhos específicos para a leitura coexistem em um espaço repleto de dispositivos digitais. A presença de conteúdo digital na sociedade é um dos aspectos da cibercultura.

Cultura cada vez mais conectada

O conteúdo impresso, pela facilidade do seu manejo e natureza da sua expressão (apenas caracteres), foi um dos primeiros a migrar para os ambientes digitais. Este movimento é observado tanto no mercado jornalístico bem como no literário, porém com enfoques diferentes.

⁴ Tradução livre do autor

⁵ Tradução livre do autor



Em 1971, Michael Hart fundou o Projeto Gutenberg⁶. Conforme descrição no site oficial, "são os primeiros produtores de livros eletrônicos gratuitos (*eBooks*)". A iniciativa, aliada a uma rede de parceiros, armazena livros cujos direitos autorais expiraram e estão sob regime de domínio público e materiais cedidos por autores. Conforme declaração publicada online, o projeto busca a democratização e a preservação da cultura e do *conhecimento*. A missão é classificada como simples, "encorajar a criação e distribuição de *eBooks*" (HART, 2007), para promover o costume entre outras pessoas que desejam participar e colaborar.

"O Projeto Gutenberg é movido por ideias, ideais e idealismo. O Projeto Gutenberg não é movido por nenhuma força financeira ou política"⁷ (HART, 2007) Assim como outros hábitos da rede, como a troca de arquivos de som com shows de bandas (*bootlegs*), o ato de comercializar texto online também tem uma raiz em projetos colaborativos do início dos anos 70.

Nesta mesma década, porém no seu final, o uso de bancos de dados para armazenar dados textuais e não apenas numéricos abriu espaço para a colocação dos computadores nas redações. Além disso, o desenvolvimento do *desktop publishing* anos depois também alterou o modo de produção do jornal, substituindo régua e paicas por cálculos prontos e auxílios visuais do *Page Maker* e *softwares* semelhantes. Mesmo com o avanço do *fax*, anos depois, o conteúdo repassado por *bulletin-board systems* (*BBS*) e outros serviços de transmissão de dados redesenhou as práticas da redação. O *copydesk* tornou-se auxiliar de redação com o uso do *copy and paste*. Desta forma, as redes "costuraram" as redações. Se na produção havia conexão, aos poucos o verbo principal imprimir mudou para publicar, mais tarde reforçado pelo ato de transmitir *online*.

Em *Digitizing the News*, Pablo Boczkowski (2004) recorda as tentativas de entrada do jornal no meio eletrônico. Antes do atual panorama, empresas como a Knight-Ridder e a BBC, por exemplo, exploraram os serviços de videotexto. Monitores de vídeo, adaptados com teclados, eram colocados nas residências e contavam com modems, que realizavam ligações telefônicas para troca de dados nos computadores das redações, semelhante ao realizado pro computadores conectados nas *BBS*.

Além das principais informações, contavam com anúncios de classificados e até mesmo a possibilidade de interagir com outros leitores, trocando mensagens. O *Viewtron* norte-

⁶ <http://www.gutenberg.org>

⁷ Tradução livre do autor



americano foi lançado em 1983 e tinha estimativa de encerrar seu primeiro ano com 5 mil usuários, mas conseguiu apenas 2.800 mil assinantes (BOCZKOWSKI, 2004). Parcerias com empresas como a CompuServe, que anos depois ofereceriam acesso à Internet, foram realizadas, também sem sucesso. A iniciativa foi usada de maneira parecida na França através do *Minitel*, porém adotada em maior escala neste país.

Boczowski indica como razões do insucesso a lentidão dos sistemas, a não-renovação das assinaturas após o período inicial promocional e a ausência de uma cultura disseminada não só apenas do digital, mas de utilizar informações em um ambiente conectado (2004, p. 28). Um dos slogans do *Viewtron* era "*the waiting is over*" ("a espera terminou"), indicando a chegada de um veículo ágil de informação escrita até os lares, mas muitos anúncios em jornais eram reescritos pelos leitores com a frase "*the waiting has just begun*" ("a espera recém começou"), criticando a lentidão dos sistemas (2004, p. 28). O desenvolvimento dos computadores e de outras redes, que mais tarde formariam a Internet, culminou por ofuscar a utilização de uma máquina que apenas captasse informações, sem maiores dispositivos de entrada de dados ou impressão (por exemplo).

Com a introdução dos microcomputadores pessoais e portáteis, que nos anos 80 já estavam penetrando no mercado doméstico, os espectadores começaram a se transformar também em usuários. Isso significa que começou a mudar aí a relação receptiva de sentido único com o televisor para o modo interativo e bidirecional que é exigido pelos computadores. As telas dos computadores estabelecem uma interface entre a eletricidade biológica e tecnológica, entre o utilizador e as redes (SANTAELLA, 2003, p. 81).

Desta forma, a difusão do computador na sociedade, com a conseqüente presença da Internet, não apenas reforçou a presença de uma cultura digital, mas pluralizou as ferramentas de leitura e criação de textos. Ao passo que existem novos jornais e veículos online, como o *Huffington Post*⁸ e o *Blog do Noblat*⁹, por exemplo, o mesmo espaço permite que os leitores escrevam em *blogs* e divulguem *fanfictions*. A palavra escrita faz parte desta cultura digital, ambiente de proliferação maior de novas iniciativas.

O presente contexto, para alguns classificado como cultura digital e por outros como cibercultura, é repleto de substituições de suportes e transposições de ações e práticas outrora analógicas para o território digital.

⁸ <http://www.huffingtonpost.com/>

⁹ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>



Longe de ser uma subcultura dos fanáticos pela rede, a cibercultura expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura. De acordo com a tese que desenvolvi neste estudo, a chave da cultura do futuro é o conceito de universal sem totalidade (LÉVY, 2000, p. 247).

O tempo atual, dadas as suas proporções, permite que o conhecimento antes concentrado seja não apenas dividido, mas com construção coletiva. As idéias do pensador foram publicadas antes da colocação no ar de sites como a *Wikipedia*¹⁰ e o *YouTube*¹¹ por exemplo, que valorizam o espaço para que a população dialogue (crie, edite, apenas copie) conteúdo para a visualização de outros sem necessariamente estar inserido em empresas de mídia ou governo.

Além disso, o espaço para novas práticas permite que forças, sejam elas intelectuais ou industriais, atuem em campos outrora restritos a outros atores, como a divulgação de músicas e filmes, por exemplo. Muitas vezes, inovações surgem no mercado inacabadas, alguns com a etiqueta "beta" da *web 2.0*, e são reconfiguradas de acordo com o *feedback* do público.

[...] [cibercultura] Corresponde ao momento em que nossa espécie, pela globalização econômica, pelo adensamento das redes de comunicação e de transporte, tende a formar uma única comunidade mundial, ainda que essa comunidade seja – e quanto! – desigual e conflitante (LÉVY, 2000, p. 249).

Estes conflitos são renovados em um ambiente em constante alteração. A digitalização não apenas provocou reconfigurações, mas novas associações de poder. Antes um jornal necessitava ter sua gráfica e sistema de produção, depois sua estrutura de publicação online e atualmente precisa atuar dentro das normas, sejam elas da Amazon ou da Apple, para trilhar os caminhos do *Kindle* e *iPod*, respectivamente.

Os aparelhos móveis, sobretudo, carregam consigo novas versões de sistemas operacionais. Estes softwares - *Symbian*, *Windows Mobile* ou *iOS4*, por exemplo - gerenciam aplicativos e coordenam o manejo dos aparelhos. Há a liberdade para o acesso de conteúdo tradicional na *web* concomitantemente com o uso e venda de conteúdo formatado e programado de acordo com o aparelho de recepção. Muitas vezes apenas este conteúdo utiliza o devido potencial do aparelho, por explorar recursos e linguagens específicas.

Não há aqui a substituição ou o cerceamento dos livres caminhos da rede, tampouco uma verdadeira curralização da informação, para recordar a crítica de André Lemos aos portais (LEMOS, 2000), apenas a abertura de novos caminhos. Estes caminhos guiados,

¹⁰ <http://www.wikipedia.org>

¹¹ <http://www.youtube.com>



como é possível compreender, permitem algo muitas vezes desejado dentro da própria *web*, a manutenção de práticas comerciais que sustentam e financiam os criadores tradicionais de conteúdo, mesmo que em alguns casos contem com grandes margens de lucros.

A atual cultura eletrônica não busca mais, como foi o caso da tecnocultura moderna, a dominação técnica da natureza e do social. Trata-se mesmo de uma atitude sociocultural que se expande sobre uma natureza já dominada e transformada em bits e bytes, em espectros virtuais do ciberespaço. Se a tecnocultura moderna foi a forma técnica que emergiu da dominação da natureza (Descartes e Bacon) e da domesticação energética do mundo (Heidegger), a cibercultura, por sua vez, é a forma contemporânea da técnica que joga com os signos desta tecno-natureza construída pela astúcia da tecnocracia. É, ao mesmo tempo, ruptura e continuidade (LEMOS, 2003, p. 21).

Neste contexto novo, as indústrias tradicionais procuraram transposições ou caminhos tradicionais para veicular seu conteúdo - por exemplo, os micropagamentos dos jornais - , enquanto segmentos ligados à informática observaram o cenário em construção para adaptar as práticas com os seus interesses. Por exemplo, enquanto as gravadoras buscavam saídas e formatos para a música digital, a Apple aproveitou a sua expertise digital para não apenas vender um aparelho que executa arquivos digitais, mas também a loja que vende e alimenta com conteúdo estes aparelhos (PASE, 2004).

Desta forma, não importa o acesso, mas sim o ponto de venda e o aparelho utilizado. A rede utilizada é a mesma dos *messengers* e da *web*, porém com outros pontos de autenticação. Assim, os novos atores deste contexto livram-se de debates sobre neutralidade da rede e liberdade de informação ao oferecer um conteúdo diferenciado e dentro dos seus padrões de qualidade.

Novos caminhos para o conteúdo

André Lemos e Pierre Lévy classificam os dispositivos móveis de comunicação - celulares, leitores de livros eletrônicos conectados - como computadores coletivos móveis da era da ubiquidade e da computação ubíqua, resultantes da explosão das redes de telefonia celular e Internet *wireless* (2010, p. 46). "Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas nesse início de século XXI. As mudanças são enormes e acontecem em muito pouco tempo." (p. 22)



Os aparelhos mencionados anteriormente, *Kindle* e *iPad*, não apenas carregam consigo conteúdos transpostos para plataformas que também estão online, mas a inércia dos seus movimentos rápidos provoca mudanças nos hábitos dos usuários. O acesso à Internet de maneira móvel, por exemplo, registrou aumento apenas com a entrada - ilegal - do *iPhone* no país. Com meses de vida, o número de conexões móveis no país estimado em setembro de 2007 foi de 79 mil, quase triplicando para 212 mil em fevereiro de 2008 (O GLOBO, 2008). Outro fenômeno interessante foi observado no lançamento do *iPad*. Com menos de 2 meses no mercado, em junho deste ano a Apple anunciou a venda de 2 milhões de aparelhos, média de 1 a cada três segundos. (UOL TECNOLOGIA, 2010)

Para Santaella (2007, p. 250), o sucesso da mobilidade e da portabilidade é consequência de um processo que começou com o uso massivo dos *walkmans* e também foi observado na migração dos computadores de mesa para os *notebooks*. Estes aparelhos reforçam um estado de cultura da mobilidade, mutação da cultura digital, que "remixa" aspectos físicos com outros vindos do contexto ciber (p. 127). Estas tecnologias classificadas como de conexão contínua (p. 199) carregam consigo a possibilidade não apenas da comunicação e compartilhamento de informações, mas também de um permanente acesso de conteúdo sob demanda.

A intuitividade do design dos aparelhos continua a ser melhorada, especialmente para pessoas que não foram treinadas no seu uso. Os aparelhos parecem cada vez mais naturais para usar, e um espectro maior de usuários considera eles mais "palatáveis". (PAVLIK, 2008, p. 53)

Apesar dos recursos eletrônicos disponíveis, o conteúdo veiculado nestes aparelhos também é importante. A busca pela atenção no ambiente repleto de pontos de informação provoca mudanças nas rotinas de assimilação de notícias e livros, por exemplo. O material que outrora imaginava circular apenas de maneira eletrônica é transposto e vendido como aplicativos. Empresas como Nokia criaram ambientes para comércio de conteúdo específico para seus aparelhos, a *Ovi Store*, prática semelhante a do Google com o *Marketplace* do *Android* e a *iTunes Store* da Apple.

O Google está envolvido de maneira profunda na tarefa de digitalizar livros para futuramente criar a maior biblioteca digital e talvez o maior sistema de distribuição. O *iTunes* da Apple surgiu como uma forma importante de distribuição não apenas de música digital, mas também de filmes e outras formas de multimídia. Juntos, estes novos e envolventes distribuidores de mídia digital estão reescrevendo o cenário da transmissão de conteúdo e ajudando os consumidores para chegar até um sistema completo de mídia sob-demanda. (PAVLIK, 2008, p. 148)



Este último espaço surgiu em junho de 2008 dentro do software *iTunes* como complemento ao sistema de venda de música e vídeos. Em dois anos, mais de 225 mil aplicativos foram publicados, com mais de 5 bilhões de downloads. Não há um número estimado de pequenos softwares jornalísticos, mas *CNN*, *O Estado de São Paulo*, *Rádio Gaúcha*, *FoxNews*, entre diversas outras, podem migrar de forma controlada para os aparelhos. Em alguns casos, o leitor não apenas observa o conteúdo, mas também envia material para os jornalistas. Caso o usuário queira acessar uma nova fonte de informação, busca não mais a *web*, mas também se há um aplicativo para *download*.

As três lojas anteriormente citadas, e também a Amazon, podem ser acessadas diretamente dos aparelhos. Em casos como o do *Kindle*, basta uma conexão com rede telefônica celular para comprar livros novos, acessar a *Wikipedia* e observar alguns *websites* com formatação adaptada. Por exemplo, se um estudante necessita de um livro para escrever um trabalho e o mesmo não está mais disponível na biblioteca, pode comprar caso exista uma versão para a plataforma. Ele não pagará pela conexão, pois os custos estão diluídos no preço do aparelho e, sobretudo, de cada obra. "As qualidades do meio de entrega influenciam o que é possível nos termos como a audiência interage com o meio, na natureza dos modelos de negócios emergentes e nas formas de controle que orientam as mídias."¹² (PAVLIK, 2008, p. 10)

O próprio ato da leitura de um livro ou jornal, muitas vezes particular, também é atualizado no novo ambiente. O *Kindle* conta com um recurso chamado *popular highlights* (algo como "o que foi mais marcado") que permite ao leitor de um livro ver o que outras pessoas destacaram naquela obra. Esta reconfiguração do ato de sublinhar, recurso também disponível nos *eBooks*, permite o compartilhamento de ideias, recurso recorrente da cibercultura e ferramentas como *Digg* e *Twitter*, por exemplo.

Com o "popular highlights," até mesmo quando não olhamos o *Twitter* e a televisão e sentamos para ler um bom livro, ainda há um coral de leitores virando as páginas conosco, indicando os melhores trechos. Logo também poderemos encontrar estes leitores camaradas e compartilhar histórias com eles.¹³ (JOHNSON, 2010)

De maneira sutil, a Amazon coloca o livro dentro do contexto das redes sociais. A prática é utilizada por sites como o *Shellfari*¹⁴, que permite ao público marcar obras lidas e encontrar pessoas a partir disto, mas sem ter o texto junto.

¹² Tradução livre do autor

¹³ Tradução livre do autor

¹⁴ <http://www.shellfari.com>



Ou seja, neste espaço, não basta apenas migrar conteúdo, mas explorar os recursos disponíveis. O jornal *O Estado de São Paulo* opta por remodelar no *iPad* o acesso ao conteúdo que é visto no site. A rolagem de notícias feitas com o mouse é realizada com um dedo, mesma tática da versão do *USA Today*. Outros veículos, como o *The Guardian*, optam por oferecer fotos que exploram o display de 9.7 polegadas do aparelho. Magazines como *RetroGamer*, *Time* e *Sports Illustrated* vendem edições avulsas.

Os produtores de conteúdo que buscam vantagens em um mercado de comércio de conteúdo mutante e algumas vezes em redução devem olhar com mais atenção para tecnologias emergentes como uma oportunidade para experimentar e também para construir e manter novas audiências. Se não o fizerem, outros inovadores chegarão lá primeiro, e o mundo do jornalismo e o seu papel na sociedade continuará a diminuir.¹⁵ (PAVLIK, 2008, p. 4)

Conforme observado anteriormente, os produtores de conteúdo precisam obedecer às regras não dos governos, mas dos gestores dos aparelhos. Em 2009, uma divergência no copyright de uma edição de *1984* e *A Revolução dos Bichos*, de George Orwell, provocou a remoção remota dos arquivos dos livros nos *Kindles* dos leitores que compraram a obra. A eliminação silenciosa do material suscitou o debate sobre as políticas de controles destes aparelhos. A discussão também é vista no horizonte da Apple, com constantes debates sobre a não aprovação de livros e aplicativos na *iTunes Store* por conter conteúdo classificado como obsceno pela empresa.

Apesar de defesas através de pronunciamentos, fica claro o poder destas empresas e também o controle dos seus ambientes. A Apple, neste caso, não posiciona seus esforços desta maneira, mas seu controle não ocorre no que é acessado e colocado diretamente pelo público. Este controle, em alguns casos em excesso, é justificado pela qualidade do produto oferecido, não o livre e publicado por outros em páginas da *web*.

Nestes ambientes digitais, o público troca a posse física do material - sejam eles livros, revistas ou DVDs de dados - pelo download dos mesmos. A vaporização provocada pelo virtual é compensada por ricos sistemas que armazenam ricos perfis do usuário. A propriedade é substituída por um acesso permanente e sob demanda, porém dentro das regras de cada sistema ou aparelho. "[...] talvez o mais importante, quase todos os aspectos da transformação das mídias na era digital são muitas vezes dependentes do meio de transmissão. A propriedade é muitas vezes organizada pelo meio de transmissão."¹⁶ (PAVLIK, 2008, p. 10)

¹⁵ Tradução livre do autor

¹⁶ Tradução livre do autor



Este sistema de vender o acesso e a autenticação para executar um arquivo é o princípio utilizado pela empresa Valve através do programa *Steam*¹⁷. O software gerencia a comercialização e o manejo de jogos de 40 empresas, até mesmo de jogos educacionais da Nasa. Assim, o público pode até utilizar versões piratas das produções, mas as funcionalidades de rede são barradas.

Cada jogador cria um perfil e registra a máquina que está utilizando - expediente depois utilizado pela *iTunes* e *Kindle Store*. O jogo pode ser instalado em mais de uma máquina, mas sempre que o usuário estiver conectado haverá uma conferência online. Isto não impede que um mesmo jogador ceda um software para outro, porém encontrará problemas se eventualmente o mesmo *login* for executado simultaneamente. De acordo com a empresa Stardock, que utiliza este e outros sistemas, o *Steam* é responsável por quase 70% da distribuição de jogos no formato digital (GRAFT, 2009).

A distribuição de conteúdo de maneira digital oferece aos vendedores muitas vantagens sobre a distribuição física de produtos analógicos. Velocidade imediata de entrega, maior controle e monitoramento, redução de custos e maior eficiência (não há desperdício - nada de impressões encalhadas ou devoluções) são quatro das maiores vantagens da distribuição digital. Por estas razões apenas, distribuidores de conteúdo estão migrando de forma agressiva para o campo digital.¹⁸ (PAVLIK, 2008, p.148)

Desta forma, o público aos poucos troca o ato de ter a caixa do jogo e o manual pela possibilidade de instalar em muitas máquinas, desde que faça seu *login*, pela comunicação em fóruns de discussão dedicados e também por um gerenciamento ágil nas relações com outros amigos, sobretudo durante as partidas.

Biblioteca na palma da mão e dentro do bolso

Nem mesmo os livros são mais os mesmos. Além da simples transposição dos formatos, os novos caminhos da palavra chegam ao leitor como textos ricos, textos planos em rede e até mesmo aplicativos. O ato tradicional de ir até a livraria ou biblioteca é trocado por receber diretamente do aparelho, ato conectado com a era da mobilidade.

O costume de possuir o material é alterado por acessar o material. Estes sistemas atuam de forma semelhante a um vídeo clube ou biblioteca (no caso do material livre), pois é realizado um cadastro e depois um download pré-determinado. De uma forma digital, retorna-se a um costume tradicional de adquirir conhecimento. Apesar da reluzente

¹⁷ <http://www.steampowered.com>

¹⁸ Tradução livre do autor



transformação, a mudança do controle dos emissores de conteúdo, que coexistem com a liberdade da rede, necessita de atenção.

Um dos problemas nesta seara é a constante mudança de tecnologias e ausência de padrões universais. Consumidores que desejam acessar conteúdo com os aparelhos mais novos encontram preços caros, sem mencionar aparelhos que podem rapidamente acabar obsoletos. Muitas vezes, alguns aparelhos são configurados para a distribuição de conteúdo de maneiras específicas e através de serviços comerciais proprietários (por nota, ligados aos fabricantes).¹⁹ (PAVLIK, 2008, p. 55)

Como observado antes, este ambiente favorece não apenas os criadores de conteúdo tradicionais, mas sobretudo as empresas fabricantes de hardware. Tanto Amazon quanto Apple oferecem recursos que protegem os direitos autorais e seduzem os empresários tradicionais, pois seu material conta com um caminho com maiores possibilidades de controle e menos de download ilegal.

Apesar disso, a produção pode ser não apenas reciclada para o digital, mas recriada. O texto liberta-se de formatos tradicionais e não rivaliza com outros recursos, mas permite que uma obra seja enriquecida. Não são apenas textos descrevendo, mas comentários do autor casados com o áudio da entrevista, por exemplo. E isto é praticado dentro de um aplicativo não apenas pelo controle da veiculação, mas também por jogar com a atenção do usuário.

As bibliotecas também carecem de uma nova transformação. Não basta apenas atualizar acervos para *back-ups* de aplicativos jornalísticos e *eBooks*, mas também promover a circulação do saber, seja ele físico ou por *WiFi*.

Fora destes ambientes, o contexto novo, com a criação de lojas com aspectos de bibliotecas, cria mais uma disputa tecnológica entre permissões e jogos criados por indústrias, atualmente novos atores no cenário do conteúdo. Este controle, que evoca medos *orwellianos* de uma gestão do conteúdo, é realizado de uma forma contemporânea também, pois os veiculadores de conteúdo, comerciantes-bibliotecários deste tempo estão cientes de que precisam dos produtores de conteúdo, porém não terão força caso o público não transite pelo seu ambiente. E este fluxo, em um contexto permeado de comentários e expressões - seja via blogs, *Twitter* ou *Digg* -, é observado em tempo real.

Produtores de conteúdo devem observar este espaço e a sua mudança de oportunidades e possibilidades. Além da presença do autor mais perto do livro, redes sociais, blogs e

¹⁹ Tradução livre do autor



comentários em livrarias tornam-se espaços para a presença dos autores (VANDERMEER, 2009).

Ao contrário do imaginado, as obras digitais não apenas são conversões ou experiências em HTML. Um pequeno ícone em um *display* pode provocar novas experiências para o público, que continua a carregar um dispositivo de saber, agora de silêncio.

REFERÊNCIAS

- BOCZKOWSKI, Pablo. **Digitizing the News**. Cambridge: MIT Press, 2004.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador; conversações com Jean Lebrun**. São Paulo: UNESP/IMESP, 1998.
- GRAFT, Kris. **Stardock Reveals Impulse, Steam Market Share Estimates**. Gamasutra, Los Angeles, 19 nov, 2009. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=26158>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- HART, Michael. **Project Gutenberg Mission Statement**. Project Gutenberg, 2007. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:Project_Gutenberg_Mission_Statement_by_Michael_Hart>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- iTUNES STORE. Disponível em: <<http://www.apple.com>>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- JOHNSON, Steven. **Yes, People Still Read, but Now It's Social**. New York Times. Nova York, 18 jun, 2010. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2010/06/20/business/20unbox.html>>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- KINDLE STORE. Disponível em: <<http://www.amazon.com>>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- LEMOS, André. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- _____. **Morte aos Portais**. 2000. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/portais.html>>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- O GLOBO. **iPhone: celular da Apple alavanca acesso à internet móvel no Brasil, diz pesquisa**. O Globo. Rio de Janeiro, 11 mar, 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/03/11/iphone_celular_da_apple_alavanca_acesso_internet_movel_no_brasil_diz_pesquisa-426182077.asp>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- PASE, André. **Som Online: a comunicação musical e suas iconografias no imaginário tecnológico da pós-modernidade**. Porto Alegre: PUCRS, 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2004.
- PAVLIK, John V.. **Media in the Digital Age**. Nova York, Estados Unidos: Columbia University Press, 2008.
- SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
- UOL TECNOLOGIA. **Apple vende um iPad a cada três segundos, diz Steve Jobs**. Universo Online. São Paulo, 7 jun, 2010. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/mundo-apple/ultimas-noticias/2010/06/07/apple-vende-um-ipad-a-cada-tres-segundos-diz-steve-jobs.jhtm>>. Acesso em: 17 de julho de 2010.
- VANDERMEER, Jeff. **Booklife: Strategies and Survival Tips for the 21st-Century Writer**. São Francisco, Estados Unidos: Tachyon, 2009.
- WIRED. Edição 18.07. Cupertino, Estados Unidos, julho. 2010. Disponível no formato iPad.