



Texto Digital: Novas formas de Criação e Consumo em tempo de Convergência Midiática¹

Tatiane Andressa Gonçalves Gomes²
Ronaldo Bispo dos Santos³
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Os vocábulos usados pelas antigas civilizações, na oralidade e na escrita, aproximaram os povos. Com a invenção da prensa por Gutenberg, em 1495, houve uma dispersão dos textos, antes produzidos manualmente. A nova tecnologia possibilitou a aceleração do processo comunicativo e o tempo de feitura do texto foi acelerado pela máquina. O texto manuscrito podia ser impresso e veiculado em grandes quantidades. Entre os séculos XII e XX, a sociedade progrediu tecnologicamente e os novos suportes permitiram mais possibilidades de criação. Com a invenção do rádio, da TV e do computador, desenvolveram-se sociedades aptas para gerir, de uma só vez, linguagens verbais, visuais e sonoras numa comunicação híbrida e convergente multimídia. As mídias convergiram e integraram no mesmo suporte músicas, imagens e textos.

Palavras-chave: texto digital; convergência; multimídia;

Introdução

Antes de tratar da história do texto manuscrito e, assim, chegar ao texto digital, é preciso entender o momento histórico da civilização no surgimento das novas possibilidades de criação textual. A sociedade, há cerca de cinco mil anos, estava voltada para a comunicação oral, principalmente nos discursos dos filósofos gregos. Eram usadas a visão e a audição para compreender do que se tratava. Nesse tempo, vale ressaltar, a civilização era quase toda analfabeta. De acordo com a tradição judaico-cristã, a oralidade perpetuou-se, junto com os sermões de igrejas e cultos.

Com a escrita, as possibilidades de a informação chegar mais longe cresceram. O cruzamento espaço/tempo e a relação de monopólio do saber e o surgimento de novas forças competitivas são indispensáveis no estudo do texto manuscrito, impresso e

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação no XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014

² Graduanda de Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas, em Maceió, Alagoas; email: taty_tagg@hotmail.com

³ Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, coordenador do grupo de pesquisa em Estéticas da Comunicação (CNPq), email: ijabutre@yahoo.com.br.



digital. Para fins de estudo, na relação espaço/tempo, tem-se a pedra usada pelas antigas civilizações como meio para se comunicar, pois nela continham os textos manuscritos. Um instrumento pesado, mais difícil de deslocar, por isso, a informação contida nela é considerada local. Ainda na relação, observa-se o papel (papiro, na época), que ganha leveza e se espalha com mais facilidade entre a civilização. As relações entre esses dois meios fizeram com que povos, civilizações e Estados se deslocassem num fluxo migratório por toda história da humanidade.

No entanto, mesmo com a possibilidade de migração do texto, este ainda demorava muito tempo para ser produzido. O manuscrito, agora em papiro, ganhava espaço e era mais fácil de ser levado a qualquer lugar, mas sua feitura era demorada. Somente em 1450, de acordo com a datação de Briggs & Burke (2004), com a invenção da máquina de prensa de Johan Gutenberg, o tempo de produção do texto diminuiu vigorosamente.

(...) a passagem do livro manuscrito para o livro impresso no século XV. Houve uma ruptura radical – a revolucionária tecnologia de Gutenberg que permitia a reprodução mecânica – mas ao mesmo tempo, continuidade: os livros impressos reproduziam a interface dos livros manuscritos. (MUNGIOLI, 2011, p. 129).

O processo comunicativo coloca, então, uma dicotomia entre a sociedade oral e a sociedade do texto. Com o aumento do fluxo de informações através da circulação dos textos, a Igreja Católica (grande expoente da oratória ainda no século XVI) foi perdendo força. A prensa acabou sepultando toda sociedade que era voltada para a oratória (para o visual e sonoro). “As conseqüências do letramento e sua penetração na vida diária foram muitas e variadas. Cresceu o número de pessoas em ocupações ligadas à escrita.” (BRIGGS & BURKE, 2004, p. 43). A comunicação impressa criou a sociedade do texto. Porquanto a nova máquina possibilitou a criação e propagação de novas formas de vernáculos nas comunidades, favorecendo o surgimento de Estados Novos.

O século XIX foi marcado por um período de aceleração nos processos tecnológicos resultantes da Revolução Industrial. Pesquisas desenvolvidas na área da eletricidade, principalmente, permitiram a invenção de aparelhos como telégrafo (um meio de enviar mensagem através de fios usando códigos de sinais), o rádio (que transmite mensagem de som sem a utilização de fios) e a televisão (que uniu os princípios do rádio e da imagem em movimento). A sociedade tinha conseguido unir a linguagem sonora e



visual; necessitava, então, conseguir associar imagem/som a linguagem verbal. “Graças à sua ação de prolongar o nosso sistema nervoso central, a tecnologia elétrica parece favorecer a palavra falada, inclusiva e participacional, e não a palavra escrita especializada.” (MCLUHAN, 1974, p. 100). McLuhan destaca, principalmente, que o desenvolvimento da sociedade determina o desenvolvimento da escrita fonética – a escrita fonética atinge o som e a visão – e, por isso, se faz necessário injetar na sociedade a comunicação multimídia, exemplo desse tipo de comunicação é o uso da mensagem de voz nos celulares e, também, *softwares* com recursos para mensagem escrita e mensagem sonora, como o aplicativo *Whatsapp*.

Os séculos seguintes, XX e XXI, trouxeram novas invenções tecnológicas que possibilitaram o avanço na comunicação eletrônica. Com o computador (junto à internet), a comunicação eletrônica conseguiu unir as linguagens verbais, visuais e sonoras. Lévy coloca que o computador reúne imagens, sons, telas de pinturas, e no qual é possível escrever, ler e assistir. “Para ele convergem todos os dados de todas as câmeras, de todos os microfones, de todos os medidores e sensores imagináveis.” (LÉVY, 2001, p. 147).

1. Texto Digital

1.1. Conceito

Antes de iniciarmos o estudo dos conceitos e possibilidades de criação do texto digital, é preciso realizar um encontro com as definições de novas mídias. Para Lev Manovich, as novas mídias possuem uma característica de tecnologia computacional e plataforma de distribuição, como também dados controlados por *softwares*; a inovação comunicacional sendo um meio mais rápido de execução de processos de comunicação que, anteriormente a possibilidade de codificação binária, eram executados de maneira manual (MANOVICH, 2000). Tem-se, dessa forma, a dicotomia: analógico x digital. Sendo assim, textos, imagens e sons foram transformados em dados de computadores (algoritmos), digitalizados, e constituíram a nova mídia ou o tipo de mídia cada vez mais utilizada por toda a sociedade.

No processo de digitalização, Manovich destaca alguns princípios. A primeira é a representação numérica, que viabiliza a digitalização de todas as linguagens (verbal, visual e sonora) transformando-a em dados que sustentam criações e comunicações



multimídias. O princípio da modularidade, graças a qual é possível que cada elemento que compõe o texto multimídia seja separado de sua totalidade, sem perder sua integralidade. “Elementos de mídia, imagens, sons, formas ou comportamentos, são representados como conjuntos de amostras discretas (...). Estes elementos são montados em objetos de maior escala, mas eles continuam a manter a sua identidade separada.” (MANOVICH, 2000, p. 51. *Tradução do autor*). Além desses dois princípios bases, o texto digital consegue compreender, ainda, os princípios de automação, variabilidade e transcodificação.

O texto digital surge, assim, no século XX com o uso, pela sociedade, da internet a partir, somente, do ano de 1995. Nascem, dessa forma, alguns conceitos, como o de cibercultura, que onde passam a existir possibilidades de intervenção intensa do consumidor sobre o produto consumido. “O ciberespaço é (...) dimensão que emerge com a digitalização do simbólico e sua circulação através da rede mundial de computadores (...) que vão interagindo com as dimensões preexistentes.” (BRITTO, 2009, p. 129). Lévy destaca, principalmente, a existência dos processos de interação nos espaços virtuais, através de imersão e inteligência coletiva.

As possibilidades de editar, cruzar arquivos, reordenar e personalizar o conteúdo que é consumido e reproduzido são características da comunicação eletrônica no meio virtual. O texto digital apresentado dentro do ciberespaço, seria, assim, uma das diversas alternativas de exposição através do hipertexto⁴ que “flutua” dentro da rede de computadores *online*. (ROBBI, 2009, 142).

1.2 Processo de (re)produção

É preciso esclarecer o significado de novos termos que fazem parte do conceito geral do texto digital. Segundo Corrêa, existem algumas qualificações presentes nesse texto.

(...) definimos como indícios essenciais: a conexão à rede para absorção das mensagens, o uso do hipertexto na construção narrativa destas mensagens, agregado ao uso de pelo menos um dos recursos de

⁴ O termo consolidado pelo estadunidense Theodore Nelson, na década de 70, hipertexto, é considerado peça chave do texto na era digital. O hipertexto pode ser inserido no texto ligando o mesmo a diversas mídias e linguagens (verbais, visuais e sonoras) através de *links* na internet.



imagem ou som, e a disponibilidade de recursos de interação com o espaço comunicativo. (CORRÊA, 2008, p. 315).

Corrêa destaca, ainda, que *weblogs* de qualquer tipo, os fluxos de multimídia, portais de acesso, mensagens SMS e MMS são considerados exemplos de comunicação digital (CORRÊA, 2008). Sendo assim, a conexão com a rede mundial de computadores é imprescindível no processo de criação e leitura do texto digital. Os novos criadores de textos digitais, comumente achados em *blogs*, *Facebook*, *Orkut*, *Twitter*, *Tumblr*, dentre outras redes sociais, são os chamados, de acordo Ramos, usuários-mídia, “produtores de conteúdo no ambiente digital, munidos de ferramentas colaborativas que os permitem criar.” (RAMOS, 2011, p. 9). Os formatos dos textos, criados nessas redes sociais e consumidos nelas, possuem características próprias de consumo. Por exemplo, o *twitter* na criação dos seus textos utiliza o caractere “#” (*hashtag*) para inserir o *hiperlink* (RAMOS, 2011). No entanto, essa é uma maneira genérica de criação, consumo e compartilhamento de textos digitais (dotados de informação) dentro das redes sociais.

As novas plataformas possibilitaram novas e aprofundadas formas de se informar e produzir textos digitais. O consumidor do texto também é gerador de conteúdo midiático. As mídias contemporâneas alargam as possibilidades de interação entre os consumidores, que passam a ser, também, produtores. Dessa maneira, além de ter uma interpretação livre daquilo que consome (livro ou texto, de maneira geral), ele pode interagir e produzir ou dar continuidade a um material já produzido, criando um novo produto midiático a cada nova (re)produção. Nesse caso, pode-se notar uma grande possibilidade de realizar a continuidade da prática, por exemplo, em *blogs*, como as *fanfictions*⁵. A pesquisadora Débora Santos coloca que as mídias podem ser compartilhadas ao gosto do usuário, visto que existem muitos sites de compartilhamento dentro do ambiente virtual (SILVA, 2010).

As questões da intervenção nos textos da era digital são temas que estão em torno dos tipos de (re)produção de conteúdos. O leitor, que pode interagir e (re)produzir o texto dentro da internet, é considerado, para Sérgio Bellei, de “lautor”, um leitor que também é autor (BELLEI, 2002). As possibilidades de criação dentro do texto digital montam

⁵ A *fanfiction* é uma ficção criada pelos fãs que trata da continuidade de histórias e universos de filmes, séries, livros etc. elas são narrativas que fãs produzem para complementar o enredo, a trama, a história original, que mudam, pois são inseridos numa mídia diferente. Dessa forma, existe a convergência midiática, por isso, os consumidores se integram e formam uma rede complexa de relacionamentos, que antes era homogêneo e passivo, mas que, agora, há uma série de fatores que auxiliam nas relações de individualidade na hora de consumir.



uma narrativa construída por vários olhares e experiências que, compartilhadas, são atualizadas. Para Schifferli, não existe a rigidez do texto impresso.

O mundo dos textos eletrônicos também remove a rígida limitação imposta à capacidade do leitor de intervir no livro. O objeto impresso impunha sua forma, estrutura e espaços ao leitor e não supunha nenhuma participação material física do leitor. Se, contudo, quisesse inscrever sua presença no objeto, ele só poderia fazê-lo clandestinamente, ocupando com seu manuscrito as margens ou as páginas em branco. Tudo isso muda com o texto eletrônico. Não apenas os leitores podem submeter o texto a uma série de operações (podem indexá-lo, mudá-lo de um lugar para outro, decompô-lo e recompô-lo), mas podem também tornar-se co-autores (CHARTIER, apud SCHIFFERLI, S/D , p. 13).

A interatividade entre o texto e o seu consumidor, então, permite que a tradicional passividade entre o leitor e o livro impresso abra espaço para uma intervenção no texto final.

1.3 Processo de leitura

Santaella realizou um estudo sobre o novo leitor e usuário da hipermídia (CANTALICE, 2010). As características de consumo nas habilidades de leitura do usuário-mídia são distintas do leitor de texto impresso tradicionais. A pesquisa teve como foco o estudo das inter-relações verbal, sonora e visual dos usuários da hipermídia. Santaella destacou, assim, três tipos de leitores: o contemplativo, o movente e o imersivo. O primeiro leitor é ainda da era pré-industrial, do livro impresso com a imagem (a visão) fixa; o segundo, leitor da Revolução Industrial, é dinâmico de acordo com o processo de comunicação massiva da sua época; e o terceiro, imersivo, é o leitor do ciberespaço. Santaella definiu três tipos de raciocínio para o leitor imersivo; neles, ele é capaz de “navegar” pelo espaço virtual desvendando lugares.

O raciocínio abduutivo é próprio do leitor novato, que pratica a errância como procedimento exploratório em territórios desconhecidos. O indutivo é característico do internauta que já está em processo de aprendizagem, que navega em espaços desconhecidos, mas que segue



passos de indução resultando em caminhos diversos, muitos, dentro de suas expectativas. E o último, o indutivo, próprio daquele que já conhece todas as artes manhas do ciberespaço. (CANTALICE, 2010).

O texto digital ganhou novas possibilidades, não somente por ser produzido no mesmo meio que pode ser consumido, mas diversas formas de leitura. Levando em consideração não a formatação do texto digital, mas as novas formas de se ler e os ambientes para realizar a leitura, houve um novo redirecionamento, uma redefinição no processo de leitura, visto que o texto digital abrange um fluxo de informação, principalmente com os *hiperlinks*, diferenciado do texto impresso e fixo, como Schifferli afirmou, rígido. “O que pode ser lido, visto ou escutado depende de uma rota textual de endereçamento (...) que faz o texto se confundir com a noção de lugar e transforma a imagem e o som em um dado da escrita.” (BEIGUELMAN, 2003, p. 13). De acordo com Beiguelman, a hipertexto possibilitou um novo arranjo na leitura da narrativa. “Ao clicar nos *links*, o leitor não sai do lugar, porém promove um novo arranjo da composição, alterando o conteúdo dos parágrafos e abrindo as frases a novas seqüências.” (BEIGUELMAN, 2003, p. 23). Em contraponto à leitura tradicional de um livro impresso, há uma ruptura da chamada “marcha das palavras”, passando a manter um ritmo novo quando se realiza a leitura.

2. Literatura Digital

É importante afirmar que a literatura digital e seus estudos são conceitos novos e esse novo tipo de literatura precisa estar conectado à rede de computadores online para poder ser considerado, de fato, uma literatura digital. Dessa forma, não se pode considerar que a “nova literatura” seja aquela que se encontra apenas digitalizada ou que seja apenas uma narrativa produzida com suporte do computador (SILVA, 2011).

O conceito de literatura (tradicionalmente consumida) é vasto. Para os fins de estudo de textos digitais, pode-se considerar tudo aquilo que produz uma reação estética a partir da palavra ou linguagem apresentada, o conceito foi definido por Giselly de Moraes (2013). Dessa forma, no advento da era digital de convergência de mídias – ou “Era da Imagem” ou “Era da Informação”, conceitos propostos pela estudiosa – a literatura coloca-se no ponto de ressignificação da palavra, do som e da imagem, visto que, a



literatura passa a ter um domínio multimodal, assim como o texto digital integra linguagem visual, sonora e verbal ao seu formato.

O leitor passa a interagir com o produto e, assim, pode controlá-lo, modificá-lo. Apesar de parecer algo só possível dentro da convergência midiática, o processo de interação do leitor – sem passividade no momento de consumo do produto – já podia ser encontrado nos movimentos de vanguarda, como o concretismo, surrealismo, impressionismo etc. Com autores como Haroldo Campos e outros que utilizavam a literatura como uma expressão mais dinâmica e punham o leitor num processo interativo com aquilo que estava consumindo. Para a estudiosa Giselly de Moraes, a imagem pode agregar possibilidades à literatura. Dessa forma, quando se trata de literatura digital, ao utilizar as várias linguagens (sonora, visual e verbal) na sua criação, as possibilidades de interação com o consumidor crescem, pois há várias possibilidades dele interagir com o produto criado através das diversas modalidades de linguagem.

A literatura digital, também, está refém das estruturas e gêneros normativos da academia (LIMA, 2010). Mesmo sendo produzida e consumida por suportes eletrônicos, ela ainda possui estrutura com aspectos normativos quanto a seus gêneros e subgêneros. Sendo assim, dentro do mundo digital, a literatura pode possuir, de acordo com Barbosa, três tendências:

a) a Poesia Animada por Computador que, na continuidade da poesia visual, introduz a temporalidade na textura frequentemente multimidiática da escrita em movimento na tela do PC; b) a Literatura Generativa que, mediante "geradores automáticos" apresenta ao leitor um campo de leitura virtual constituído por infinitas variantes em torno de um modelo; c) a Hiperficção - narrativa desenvolvida segundo uma estrutura em labirinto, firmada na noção de hipertexto, dentro das dimensões do hiperespaço, em que a intervenção do leitor vai determinar um percurso de leitura único que não esgota a totalidade dos percursos possíveis no campo de leitura. (*apud* SILVA, 2010, p. 12).

Um exemplo de poesia animada por computador, também conhecida como ciberpoesia, é produzida por Sérgio Capparelli em seu site (capparelli.com.br). No site, ele deixa nas mãos do consumidor como os poemas serão lidos, qual ordem de links os leitores irão seguir. Em cada novo poema, antes de ser apresentado, Capparelli expõe um personagem e vários locais que ele visitou. Um exemplo mais conclusivo nos



experimentos de consumo e interação de ciberpoesia pode ser encontrado no site ciberpoesia.com.br, também de autoria de Capparelli. O leitor brinca de customizar poemas. Quando termina de produzir, ele tem um poema seu junto com os versos dos idealizadores do site, dessa forma, torna-se um lator (leitor-autor).

Sendo interativa, portanto, a ciberpoesia é produzida de acordo com o seu leitor, permite que ele seja seu construtor e até seu autor. Um exemplo dessa interatividade poética exacerbada pelo ciberespaço é a ciberpoesia do chá⁶. Dependendo dos ingredientes que escolhemos para fazer o nosso chá, é gerada, no final, uma ciberpoesia. As possibilidades são múltiplas e dependem da experiência e da construção individual de cada leitor. (FREIRE, pp. 8-9, s/d).

3. O livro digital

3.1. *E-book*

O *e-book* é um texto digital consumido por mídias digitais. Seu surgimento pode ser considerado no final do século XX, junto com o computador. Comparando aspectos de formatação, tanto livro impresso quanto digital, possuem *layout* parecidos, exemplo disso é a página branca e a fonte do texto. Para realizar a leitura do livro digital, foi criada a tecnologia *e-ink*, que permite ao leitor ter uma experiência de leitura parecida com a do livro impresso. Dessa forma, o aspecto físico e o *layout* da página do livro digital são feitos pensando na adequação do leitor. O costume de ter o livro retangular, com folhas brancas, os aspectos comuns, ligados à maneira de segurá-lo e, até o passar de páginas, é levado em consideração e pensado no habitual consumo de um livro impresso.

Apesar, disso, para Paulino (2009), as sensações estéticas de fruição, como o manuseio e o toque, não são as mesmas. “Não há mais uma relação afetiva; os sentidos não são mais os mesmos aguçados como no livro tradicional, (...) o tato, o contato direto com o objeto, a visão, que é atraída pela cor, pelo formato e até o olfato que identifica se o livro tem cheirinho de novo, de velho, etc.” (PAULINO, 2009, pp. 7-8).

⁶ Disponível em <www.ciberpoesia.com.br/ciber_cha>.



Muitos estudiosos ficam divididos entre o fim do livro impresso com a vinda do livro digital e a coexistência dos dois tipos de texto na contemporaneidade. O “contexto cibernético” (SCHIFERLLI, s/d) não finaliza as funções impressas no livro. Beiguelman pontua que se o livro impresso for suplantado pelo digital, então todo e qualquer tipo de linguagem visual e sonora que for incorporado a ele também “terão esgotadas suas qualidades de suportes de linguagens específicas.” (BEIGUELMAN, 2003, p. 13). Porém, alguns estudiosos chamados de “tecnofóbicos” acreditam que é preciso defender o consumo do livro impresso para que ele não seja dado como obsoleto.

3.2. Formas de consumo

3.2.1. Softwares

Com o livro digital, existem novas possibilidades de leitura interativa e participativa. É preciso levar em conta que, ainda na Grécia Antiga, com os manuscritos, havia a chamada leitura interativa através da oralidade. Por certo, na era digital, a interação se dá entre os leitores que não estão no mesmo ambiente físico, mas, sim, no mesmo ambiente virtual.

Além dos percursos que o *hiperlink* pode levar o leitor no momento da leitura, como visto anteriormente, existem *softwares* desenvolvidos para suportes digitais por cada empresa que lança seu novo aplicativo no mercado. Atualmente, os suportes para leitura digital vão de *smartphones* e *tablets* até os *e-readers*, que são específicos para a leitura de livros digitais e já vem com aplicativos de leitura instalados de acordo com a marca fabricante. Entre os destaques de *softwares* para leitura de livros digitais estão os aplicativos *kindle*, da *Amazon*, dos Estados Unidos; e o *kobo*, da *Kobo Inc.*, do Canadá. O *software kindle* possui, ainda, uma opção de leitura coletiva, que possibilita que os usuários vejam os trechos mais destacados por outros usuários.

Recentemente foi lançado um aplicativo que é capaz de realizar um sistema de leitura *text streamig*⁷, da *Spritz* (EUA). Esse sistema está ligado a leituras de textos digitais em *smartphones* e suportes com telas pequenas. O aplicativo permite que, durante a leitura do texto, uma palavra de cada vez seja apresentada na tela por um tempo que o leitor

⁷ *Streaming* é um termo usado para especificar que o consumidor receberá os dados do livro, nesse caso, sem que eles fiquem armazenados no suporte que está sendo utilizado para a leitura.



estime. Dessa forma, é possível ler mais rápido, de acordo com os desenvolvedores do *software*.

Para crianças, a *Apple* lançou o aplicativo “A princesa e o sapo”, em parceria com a editora Manatti. Nele há possibilidade de interação ao ler, ouvir, ver e sentir o enredo; o consumidor pode escolher o idioma e o foco narrativo da história contada no livro digital, através de três narradores na história: o sapo, a princesa e um narrador-observador.

3.2.2 Plataformas

O IBOPE divulgou ano passado (2013) o índice mostrando o consumo de mídias, como celulares com acesso à internet e *tablets*, que vem crescendo. De acordo com a pesquisa, no Brasil, 4% da população possui um *tablets*; 16% possui um *smartphone* e 31% possui celular com acesso à internet. Dessa forma, pode-se ter uma noção do crescente número de bibliotecas virtuais que podem ser formadas. O mercado seguiu a proporção do consumo para suportes que possibilitam a leitura de livros digitais e lançou uma série de plataformas que permitem acesso remoto a bibliotecas virtuais, como o *Scribd* e o *Oyster* que lançaram o serviço no ano de 2013.

As empresas fecharam uma parceria com editoras, que hoje em dia já realizam a venda de *e-books* normalmente. Na parceria, os usuários têm acesso a diversos livros pagando um valor determinado por mês, podendo acessar as bibliotecas virtuais de qualquer dispositivo ligado à internet através das ações do *streaming*.

3.3 Autopublicação

Uma prática que alguns autores estão recorrendo na atualidade é a autopublicação. Nessa modalidade, a distribuição digital e a impressão por demanda ficam acordados entre autor e editora, podendo o autor ter mais facilidade e acesso na hora de comercializar o seu livro digital. Os destaques para publicações independentes se devem a empresa *Amazon* com a plataforma *Kindle Direct Publishing*, onde o autor se cadastra e faz o *upload* do texto e da foto de capa e, em seguida, o livro fica disponível na biblioteca virtual ligada à plataforma de leitura *kindle*. A empresa disponibiliza o



CreateSpace, uma impressão por demanda se o leitor que realizar a compra quiser obter o livro impresso. Nesse sentido, a *Apple* oferece uma plataforma semelhante, mas que pode customizar a publicação digital, chamada *iBookstore*. No Brasil, a Livraria Cultural tem parceria com a *Kobo Inc.* e, através da plataforma *Kobo Writing Life*, pode realizar publicações e disponibilizá-las como a *kindle*. Além da plataforma Publique-se!, da Livraria Saraiva.

4. Direitos Autorais

Com a apresentação de tantos recursos para o consumo de textos digitais, a questão do *copyright*, que propõe que os direitos sobre o produto, nesse caso os livros digitais, sejam reservados ao autor e que sua reprodução não pode ser exibida, teve relevância na era digital. “Quanto à circulação, sugerem que tomar emprestado material digital será o mesmo que possuí-lo, caberá às pessoas envolvidas com a circulação apenas controlar o acesso às bases de dados no que diz respeito aos regulamentos, violações de autorização, *copyright* etc.” (VILARINO, 2003, p. 13). Nobre (2009) acredita que, com a expansão da convergência midiática, agora é a hora de se fazer um *copyleft*, que determina o inverso do *copyright*, onde os direitos podem ser revestidos para, nos termos do texto digital, o autor. Tendo sido produzido por diversos autores, o texto-final teria, assim, os direitos revestidos para todos os leitores e autores que participaram da obra.

Os que utilizam tal licença, entretanto, têm o objetivo de reconsiderar os direitos autorais, mantendo a sua obra em liberdade. Ou seja, caso alguém a modifique, é necessário que sejam respeitadas as mesmas possibilidades de mudança dadas originalmente. Segundo Ortellado (2002), “o conceito de *copyleft* é aplicado na produção literária, científica, artística e jornalística”. (NOBRE, 2012, p. 63).

É preciso destacar, também, que alguns *e-books* são liberados para consumo e outros possuem codificação. Dessa forma, os arquivos, que podem ter um formato *pdf* ou *epud*, podem estar ou não livres para ser acessados gratuitamente. Sendo gratuitos, os livros digitais ficam mais fáceis de ser compartilhados, porém, quando não há um vínculo com



uma editora, as traduções – em se tratando de livros estrangeiros – não são confiáveis. Algumas editoras, entretanto, liberam os códigos, como a Editora Arqueiro, e pode ser realizado o *download* do arquivo sem que o mesmo seja comprado, porém, o texto não é liberado para ser modificado. Os livros que possuem um código de acesso, geralmente, são comercializados por editoras virtuais, estas podem estar atreladas a editoras de livros impressos ou não.

Conclusão

As novas possibilidades de textos na era digital possibilitam que a sociedade seja mais atuante no processo de criação e intervenção. Antes, com os textos impressos, o leitor ficava nas margens das páginas e pouco alterava no conceito geral do texto. Hoje, ele pode produzir o texto junto com o autor, além de conseguir compartilhá-lo e levar, em aspecto virtual, o texto para mais longe. Em se tratando de literatura digital, o leitor passa a ter mais participação e possibilidades de leitura diferentes em poemas, como os ciberpoemas. Através dos novos *softwares*, usuários-mídia conseguem manter um tipo de leitura coletiva no meio virtual, através de suportes que os mantêm conectados a rede mundial de computadores. Além, é claro, das bibliotecas virtuais que podem ser visitadas virtualmente e seus leitores podem ter acesso aos livros e ao mesmo tempo. Sem falar dos processos de autopublicação que levam o autor de *e-books* para bibliotecas virtuais disponíveis a todas as pessoas com acesso à rede de computadores, *tablets*, *smartphones* e *e-readers*. O livro digital pode gerar novas possibilidades de acesso com os novos suportes, possibilidades de leituras diversificadas e de interação entre o autor e o leitor.

Falar que o livro impresso está superado pelo livro digital, entretanto, não é verdade. Mesmo com as novas possibilidades de criação de textos digitais disponíveis para os usuários-mídia, o livro impresso ainda guarda seu valor, talvez bucólico, mas que garante que ele não seja deixado de lado por leitores que procurem um tipo de leitura fixa e rígida, em termos físicos.

Referências bibliográficas

BELGUEIMAN, Giselle. **O livro depois do livro**. São Paulo: Peirópolis, 2003.



- BELLEI. Sérgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. Educ: São Paulo, 2002.
- BEZERRA. Beatriz Braga. **Fanfiction: possibilidades criativas nos meios digitais** in BIEGING. Patrícia. BUSARELLO. Raul Inácio Org. *Experiências de consumo contemporâneo: pesquisa sobre mídia e convergência*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.
- BRADLEY. Tony. **Spritz text streaming technology increases reading speed**. 2014. Disponível em: <<http://www.pcworld.com/article/2105960/spritz-text-streaming-app-increases-reading-speed.html>>
- BRIGGS. Asa. BURKE. Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BRITTO. Rovilson Robbi. **Cibercultura: sob olhar dos estudos culturais**. São Paulo: Paulinas, 2009.
- CANTALICE. Tereza Cristina Elias. *Resenha: Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. Revista Eletrônica Temática, ano I, n. 12, dezembro, 2010. Disponível em: <www.insite.pro.br>
- CAPPARELLI. Sérgio. <capparelli.com.br>
- CAPPARELLI. Sérgio. GRUNSZINSKI. Ana Cláudia. <ciberpoesia.com.br>
- CORRÊA. Elizabeth Saad. Reflexões para uma epistemologia da comunicação social. *Observatório Journal*, v. 4, 2008.
- FREIRE. Raphael Santos. DANTAS. Abílio Cavalcante Org. **Ciberpoesia: um híbrido infinitamente colaborativo**. s/d.
- JENKINS. Henry. **Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY. **A conexão planetária**. São Paulo: 34, 2001.
- LIMA. Rogério. **Literatura na Era Digital**. UFRJ, 2010. Disponível em: <<https://www.anpoll.org.br/revista/index.php/revista/article/viewPDFInterstitial/167/180>>
- MANOVICH, Lev. *The language of new media*. London: The MIT Press, 2000.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media)*. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MUNGIOLI. Maria Cristina. *A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo*. Matrizes, v. 4, n. 2, 2011. Disponível em: <www.matrizes.usp.br>
- NOBRE. Cândida. *Indústria cultural e cibercultura: entre a autonomia do consumo dos produtos culturais e as limitações impostas pelo copyright*. Revista Eletrônica Temática, ano VI, n. 07, julho, 2010. Disponível em: <www.insite.pro.br>
- NOBRE. Cândida. **Pirataria no ciberespaço: como a lógica da reprodutibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.



NUNES. José Aloísio. **Teoria da comunicação: um panorama crítico e comparativo.** Maceió: EDUFAL, 2011.

PAULINO. Suzana Ferreira. *Livro tradicional x Livro eletrônico: a revolução do livro ou uma ruptura definitiva?*, Hipertextos, n. 3, 2009. <www.hipertextus.net>

PEREIRA. Guilherme. **Infográfico: consumo de mídia dos brasileiros e latino-americanos.** 2013. Disponível em: <<http://plugcitarios.com/2013/12/infografico-consumo-midia-brasileiros-latino-americanos/>>

PEREIRA. Marcellus. **A odisseia da autopublicação: como lançar um e-book no Brasil.** 2013. Disponível em: <<http://www.manualdousuario.net/autopublicacao-ebook-brasil/>>

RAMOS. Daniela Osvald. *Os textos digitais e seus sistemas modelizantes.* Semeios, setembro, 2011.

SCHIFFERLI. Eduardo Antonio Calliñir. **Livro e literatura na era digital.** Universidade de Passo Fundo, RS. s/d. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/0/05/GT4-_03-_Livro_e_leitura_-_Eduardo.pdf>

SILVA. Antônio Carlos Braga. **A literatura na era digital.** XII Congresso Internacional da ABRALIC. UFPR, 2011. Disponível em: <<http://www.abralic.org.br/anais/cong2011/AnaisOnline/resumos/TC1118-1.pdf>>

SILVA. Débora Crsitina Santos e. *Textualidade em Mídias Digitais: Interfaces do Discurso Literário na Cibercultura.* Anais do VIII Seminário de Iniciação Científica e V Jornada de Pesquisa e Pós-Graduação, Goiás, 10 a 12 de novembro de 2010.

VILARINO. Elizabeth Gonçalves. Surgimento, implantação e gestão de bibliotecas virtuais: uma revisão de literatura. *Prespect. Cienc. Inf.* V.8, n 1, 2003.

BIENAL INTERNACIONAL DO LIVRO DE ALAGOAS. XI, 2013, Maceió. **Oficina de literatura digital.**