
Interface híbrida no editorial impresso: A Realidade Aumentada livro *Lovecraft: Medo Clássico* - Vol. 1¹

Letícia Silva FERREIRA²
Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

O presente artigo investiga o potencial de interfaces em convergência híbrida, ampliando a experiência de interação do leitor com o livro impresso, com destaque para a Realidade Aumentada. A aplicação dessa interface foi reconhecida no livro *Lovecraft: Medo Clássico* - Vol., o qual foi aplicado de Realidade Aumentada na capa, sendo possível discutir sobre a forma com essa tecnologia se apresentou em significação para os leitores por meio do *design* gráfico. E também, compreender a leitura imagética e linear proporcionada pela convergência de meios.

PALAVRAS-CHAVE: produção editorial; comunicação; interface híbrida; realidade aumentada; linguagem.

INTRODUÇÃO

As evoluções tecnológicas em massa têm modificado as tecnologias da informação, os meios já existentes somados aos novos, formaram um ecossistema, no qual está ocasionando uma remodelagem na forma de se comunicar. (CASTELLS, 1999). Com o advento das novas mídias digitais, a produção editorial para os materiais impressos vêm procurando renovar e aprimorar a comunicação com os leitores. Leitores esses que estão cada vez mais exigentes em termos de acabamento e interação na leitura. Não basta o texto em si, a apresentação gráfica é um desafio enquanto linguagem, devido aos recentes avanços tecnológicos e a convergência entre as novas e já existentes tecnologias, bem como a digitalização do impresso. Para Silva (1985, p.38), “(...) através da instantaneidade da informação provocada pelo som e movimento da imagem, alterou-se radicalmente o comportamento de apresentação visual editorial na veiculação impressa”.

A saída para quem atua com os meios de comunicação impressos é atentar ainda mais para a apresentação da linguagem visual, na qual o elemento gráfico possui um significado, formando um discurso. O discurso gráfico favorece ao leitor a captar o

¹ Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais, do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Estudante de Pós-Graduação em Design Editorial, na Universidade Positivo Curitiba PR, e-mail: letinha.ferre@hotmail.com.

conteúdo de uma página impressa sem ser, por vezes, necessário ler a página completamente para formar conceitos prévios, basta captar a mensagem visual. (SILVA, 1985). Sendo assim, profissionais da área de *design* editorial e jornalismo têm utilizado as novas vertentes tecnológicas para enriquecer os materiais impressos e propiciar novas experiências na leitura. Um exemplo é a Realidade Aumentada (RA), ela é considerada um híbrido quando converge com outro meio, por exemplo, o meio impresso. Segundo Santos (2015), a RA é uma ramificação da digitalização, ou seja, ela não é uma tecnologia obsoleta, a existência dela depende de outra para acontecer. Ela não vem para substituir os materiais impressos e se tornar predominante, ela acontece para propiciar uma experiência de leitura diferente. A RA para Santos (2015), interage no ecossistema tecnológico dos meios comunicação como um complemento as mídias já existentes.

O uso da Realidade Aumentada em livros, é resultado dessa convergência entre os meios. A RA é um meio híbrido que utiliza de imagens em movimento projetadas em uma realidade tendo como suporte a superfície de um livro, (considerando-o como objeto de estudo).

O presente artigo tem como objetivo investigar o potencial de interfaces em convergência híbrida, ampliando a experiência de interação do leitor com o livro impresso, com destaque para a Realidade Aumentada. A aplicação dessa interface foi reconhecida no livro *Lovecraft: Medo Clássico - Vol.1* voltado à aplicação de RA na capa, sendo possível discutir sobre a forma com e essa tecnologia se apresentou em significação para os leitores por meio do *design* gráfico.

METODOLOGIA

Para o estudo dessa problemática, utilizou os seguintes métodos de Pesquisa Bibliográfica e de Estudo de Caso. Sobre a pesquisa bibliográfica pode-se dizer a consiste em:

[...] Um estudo organizado sistematicamente com base em matérias publicados. São exigidas a busca de informações bibliográficas e seleção de documentos que se relacionam com objetos de pesquisa. Dentre os materiais que podem ser fontes de informação e conhecimento os mais utilizados são os livros, revistas (periódicos), textos da internet, documentários, fitas de vídeo, DVDs, disquetes, entre outros. (SANTOS; MOLINA; DIAS, 2007. p. 127).

Na pesquisa bibliografia se fez o embasamento de obras relacionadas com convergência entre de meios de comunicação, inovação em diagramação e *design* gráfico, semiótica e de realidade aumentada.

Além da pesquisa bibliográfica foi feito também o estudo de caso do livro *Lovecraft: Medo Clássico Vol. 1*, esse método consiste em:

uma pesquisa cujo objetivo é o estudo de uma unidade que deve ser analisada profunda e intensamente. Pode-se por exemplo, o estudo de uma organização, de modo a entender um dado fenômeno como um todo e levantar hipóteses sobre o assunto pesquisado. (SANTOS; MOLINA; DIAS, 2007. p. 128).

Aplicou-se a pesquisa de estudo de caso na obra editorial *Lovecraft: Medo Clássico Vol. 1* que utiliza na capa Realidade Aumentada, com o propósito de não só analisar o livro em si, mas também a interação e significação de leitura dos leitores.

RA UM HÍBRIDO EM CONVERGÊNCIA COM O IMPRESSO

Para se definir e compreender a Realidade Aumenta, é preciso entrar no ecossistema que ela está inserida, assim se compreende o funcionamento e aplicação da mesma em várias interfaces. Antes da digitalização dependíamos do suporte papel, ou seja, de suportes materiais para registrar informações. Com o advento da digitalização essas informações que armazenávamos em papel se transformaram em uma massa numérica, processada e automatizada, que com a internet fica solta em rede. Para Santos (2015), os objetos digitais apresentam cinco características: descrição numérica, modularidade, automação, variabilidade e por fim transcodificação. O autor se apoia nas teorias de Manovich (2001), para descrever essas características. A descrição numérica aponta que, em termos de essência, digitalização é composta por números, independente de como ela se apresente. A modularidade significa que os objetos digitais se moldam em várias formas, mas não perdem a ordem original. O termo de automação e variabilidade está ligado à capacidade de variação e interatividade. E por fim a transcodificação, que se refere à construção de um objeto digital que se constitui em duas camadas, uma dá sentido para os humanos, e a outra camada está no mecanismo do objeto são os códigos que o permitem circular, ou navegar no computador por exemplo. Segundo Santos (2015), a transcodificação torna os objetos digitais em híbridos, pois mesmo que sejam compostos de códigos numéricos, eles precisam ser compreensíveis para a comunicação humana, assim se apresentam com características analógicas, ou seja, com formas de meios já existentes para obter compreensão humana.

Scolari (2008), na sua tentativa de estabelecer uma teoria comunicacional para os meios digitais avança nas consequências das hibridizações e choques que os meios enfrentam durante sua evolução, concatenando o pensamento de muitos de seus precursores através da metáfora biológica do ecossistema, onde seres diversos convivem gerando novas espécies, híbridos criados pelo contato e pela mudança, num processo em andamento que ainda tentamos compreender. Entendemos que a realidade aumentada é um deles, justamente por traduzir as experiências que oferece ao observador combinando elementos reais e virtuais, num resultado que mistura as ideias de transparência e opacidade, não só de elementos que transportam sentido, mas também de informações que estão ali, mas não para a leitura humana. Nesse texto propomos a RA como uma forma de híbrido que remedia não só o meio impresso e a televisão, mas a maioria das interfaces ou displays anteriores, na modalidade que definimos anteriormente como de aperfeiçoamento. (SCOLARI 2008 apud SANTOS 2015, p.111).

Assim podemos definir a Realidade Aumentada como uma tecnologia que se associa a algum tipo de conteúdo multimídia que podem ser fotos, vídeos, animações, objetos tridimensionais, áudio ou informações geolocalizadas. A RA de um modo simplificado consiste na associação e sobreposição de elementos virtuais sobre imagens reais de elementos virtuais sobre imagens reais captadas por meios de uma câmera de *smartphones* ou *tablets*. Essa sobreposição ocorre por meio de identificação da posição geográfica (uso do GPS) no dispositivo, ou por leitura ótica de formas e texturas em uma superfície (usualmente em papel ou cartazes). (CANAVILHAS, 2013). A RA permite que o usuário veja o mundo real, e introduz nessa realidade elementos digitais em sobreposição ou com apresentações de imagens que estão diretamente associadas ou ligadas a um fim.

Mesmo a RA tendo características inovadoras, ela é dependente no ecossistema comunicacional, pois precisa de uma realidade para existir, essa realidade vem sendo aplicada no papel. Livros, revistas, cartazes e jornais vêm utilizando com frequência a RA, em cada meio de comunicação impresso com uma finalidade diferente.

Nos livros, a Realidade Aumentada faz com o autor do livro projete partes da história na realidade do leitor. Em revistas, cartazes e jornais a RA está sendo muito aplicada em publicidade, além disso, jornais impressos a aplicam como recurso para aprofundar reportagens. Na área de educação a RA está contribuindo nas Atividades Educacionais Especiais. Todos esses avanços no uso de Realidade Aumentada ocorreram por meio do suporte impresso, ou seja, um novo meio, que se adaptou a um meio já existe no ecossistema comunicacional. Esse processo de criação e adaptação de um novo meio de comunicação em 1964 foi analisado por McLuhan, mesmo anos após essa análise de convivência dos meios de comunicação, podemos observar o mesmo

processo com o advento da internet e a digitalização de dados. Elas não estão substituindo a televisão, o rádio ou o impresso, mas a internet com a disseminação de dados digitalizados está modificando a forma de propagação da informação nos demais meios. Esse processo de adequação ocorreu com os primeiros meios de comunicação.

O rádio alterou a forma das histórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, como o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das telenovelas. (1964, p. 72).

Essa mudança descrita por McLuhan (1964) está ocorrendo nos meios de comunicação impressos pelo advento da internet. Mesmo com a digitalização do impresso as novas plataformas e dispositivos para veicular a informação, jornais e revistas impressos permanecem no mercado. Porém, estão passando por um processo de adaptação, para conviver com os recursos propiciados pela internet. Uma das grandes mudanças está sendo observada no ramo editorial de livros impressos. Essa nova postura na busca interatividade com o leitor por meio da linguagem visual, na qual se consiga despertar o interesse pela leitura ou até facilitar na compreensão do conteúdo vem sendo associada à Realidade Aumentada somada a um *design* gráfico.

A LINGUAGEM DA REALIDADE AUMENTADA EM LIVROS IMPRESSOS: ANÁLISE DO LIVRO *LOVECRAFT: MEDO CLÁSSICO* - VOL. 1

No mercado editorial brasileiro o *design gráfico* está em posição destaque na escolha de leitura e decisão de compra, ele dá forma aos livros, as histórias, transforma as ideias em objetos palpáveis como livros. Em uma pesquisa sobre os retratos da leitura no Brasil, realizada pelo Instituto do Pró-Livro em 2016 (p.26), são apresentados os fatores que influenciam na escolha de um livro, o fator capa no quadro geral está como 4º motivo que determina a escolha de um livro, além disso, a pesquisa quando colocada em divisão etária, a capa é o principal motivo de escolha na idade de 5 a 13 anos. Essa função da capa em despertar o interesse pela leitura por determinado livro está diretamente ligado ao *design gráfico*, pois ele que consegue aliar o texto à imagem e traduzir em forma de linguagem o tema do livro, segundo Twemlow (2007), o *design gráfico* tem a seguinte finalidade:

Poderíamos fazer uma listagem mais específica de assuntos, por exemplo: serve para vender coisas e ideias para ganhar dinheiro ou para ampliar agendas políticas. Mas nessa altura, podemos tomar consciência de que também serve para criticar esses mesmo comportamentos. Serve para esclarecer as coisas -

inclusive para salvar vidas- mas também serve para enriquecer nossa vida cotidiana pela adição de camadas de complexidade, matriz e sutileza. Serve para ajudar as pessoas a orientar-se e a compreenderem dados, mas também para ajudar a perderem-se em ideias novas, narrativas fantásticas ou paisagens e para questionar e contestar as informações que são apresentadas. (2007, p.6).

O *design* gráfico está associado à convivência em sociedade, tem função de organizar, trazer o entendimento, o objetivo dele é o de comunicar com pessoas, no editorial, é responsável em construir a ponte entre o leitor e o livro, a ideia e o público. Com as novas tecnologias o *design* gráfico editorial esta cada vez mais interativo, em termos de linguagens visuais recorrendo a papéis mais coloridos, acabamento mais refinados e impressões de alta tecnologia. Todos esses recursos são voltados para ganhar audiência e conviver em um ecossistema comunicacional juntamente com todos os outros meios de comunicação.

Desde que Gutenberg inventou o tipo móvel no século XV, o livro tem sido um laboratório para escritores, artistas, designers e tipógrafos. E apesar do advento da mídia digital, a impressão não acabou. John Plunkett, diretor de criação da revista Wired, previu que a informação comum migraria para a mídia eletrônica, mas que o "conteúdo substancial permaneceria do domínio impresso".

Enquanto um grande texto evoca imagens mentais, um grande design dará ao leitor maiores níveis de percepção. Até mesmo os componentes mais rudimentares de design (a textura e o papel, a qualidade da tipografia e o estilo do cabeçalho) são mais do que apenas minúsculas estéticas. O papel do designer sempre tem sido o de auxiliar o leitor completando a narrativa. (HELLER; VIENNE, 2012, p.08).

No século XXI o *design* gráfico tornou-se uma parte integrante do conteúdo de livros. Um exemplo de inovação em *design* gráfico no Brasil e no mundo, tem se aplicado aos livros de literatura, observa-se que livros do gênero, que normalmente tem segmentação de público, buscam recursos para audiência no *design* gráfico. Assim surgem as edições exclusivas, comemorativas, limitadas ou acompanhadas de algum tipo de adereço. Esse tipo de tendência no mercado editorial mostra que John Plunkett estava certo ao prever que os conteúdos substanciais permaneceriam no impresso, além disso, eles estão permanecendo no ecossistema comunicacional, mesmo com tantos meios de comunicação conseguem conquistar leitores.

Essa tendência de segmentação no mercado editorial tem modificado não só a identidade visual de um livro impresso, mas observa-se um processo de convergência entre o que é digital e o que é impresso. No Brasil a editora Darkside que é de produção de livros segmentados de literatura relacionados a terror e fantasia, fez uso de duas

tecnologias para lançamento do livro *Lovecraft: Medo Clássico - Vol. 1*, ela utilizou a Realidade Aumentada de leitura ótica de formas aplicada na capa do livro (Figura 1).

Nas publicações a editora Darkside busca personalizar o livro de acordo com o tema dele, assim:

Certas coisas nunca hão de morrer. A atitude punk. Os zumbis de George A. Romero. E, é claro, um bom livro. Ele é muito mais do que um objeto de papel. Já foi feito de rocha, pele de carneiro, papiro. Hoje, pode estar armazenado nas nuvens, como sempre esteve em nossa memória. A tecnologia apenas expande as possibilidades - o prazer de contar e recontar histórias continua igual. O livro é um universo em si mesmo. Um acervo de personagens inesquecíveis que guardamos na cabeceira da cama, e que à noite volta para povoar nossos sonhos. Na Darkside, nós investimos em livros. Especialmente, livros de terror e fantasia. Fazemos questão de publicar as histórias que amamos. Algumas viraram filmes, games ou lendas urbanas, mas todas reservam experiências únicas em suas páginas. Os formatos também são múltiplos: Papel. Digital. Free-books. Edições numeradas de colecionador. Seguindo o padrão quase psicopata de qualidade, cada livro Darkside tem que ser precioso no texto, na capa e no design. [...] o livro vai continuar mais vivo do que nunca. (Darkside, 2018).

A Editora fez uma campanha de pré venda em 13 de dezembro, e o lançamento da obra em 20 de janeiro de 2018. Além de lançar uma capa com aplicação de RA, foi feito uma segunda capa em alto relevo, com estilo de *design* mais clássico. Ou seja, os leitores poderiam escolher qual edição comprar, pois havia duas opções de capa, (Figura 2), sendo que o miolo do livro era igual para ambas às edições. Uma capa nomeada de *Miskatonic Edition* que fora inspirada na universidade que o escritor criou os contos, e a outra capa nomeada de *Cosmic Edition* representa uma viagem aos recantos alucinados da mente de Lovecraft, mesclando loucura e realidade.





Figura 1: capa do livro *Lovecraft: Medo Clássico* com o uso de RA na capa. Fonte: Ed. DarkSide.

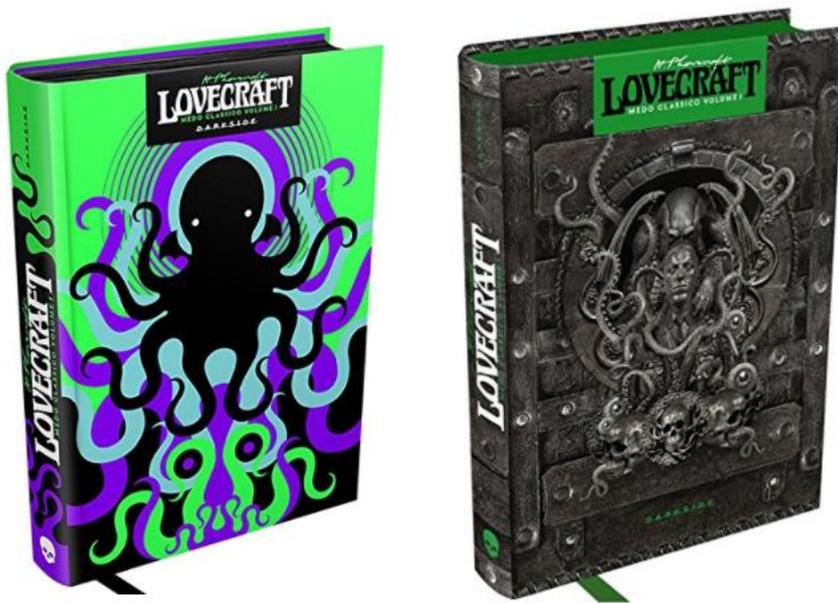


Figura 2: capas do livro *Lovecraft: Medo Clássico*, a capa esquerda é a *Cosmic Edition* com uso de RA e da direita a capa *Miskatonic Edition* convencional com aplicações de relevo. Fonte: Ed. DarkSide.

Ao comprar o livro, o leitor recebia as indicações de onde baixar o aplicativo para RA, o qual foi hospedado na Google Play (Figura 3), plataforma que permite o internauta baixar aplicativos e qualificar o funcionamento a utilidade do aplicativo. A editora promoveu o lançamento do livro na rede social Facebook (Figura 4), onde os leitores puderam expor opiniões sobre a leitura com RA e receber informações sobre a obra, e que contava com duas opções de capas. De modo geral os leitores qualificaram o aplicativo de RA da editora Dakside como muito bom tenho nota 4,7 ou seja, para os leitores que fizeram o uso do aplicativo ele teve funcionamento satisfatório. No dia de lançamento do livro, a editora também obteve sucesso nas redes sociais, conseguindo

3.300 curtidas com 557 compartilhamentos, o que se pré-supõe que o objetivo de segmentação de público foi alcançado pela identificação de gosto pelo tema abordado na obra juntamente aplicado com RA.

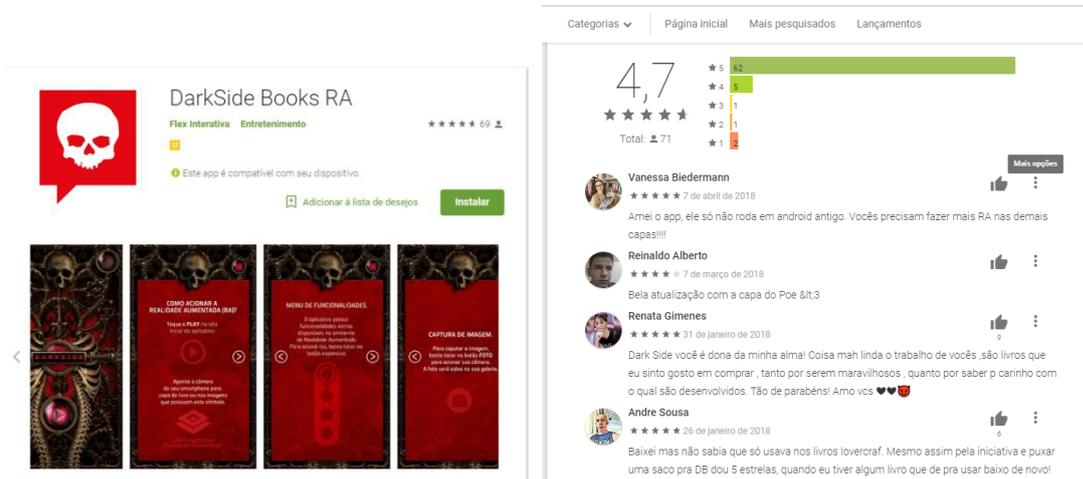


Figura 3: aplicativo desenvolvido para RA em livros da Ed. DarkSide Fonte: Google Play.

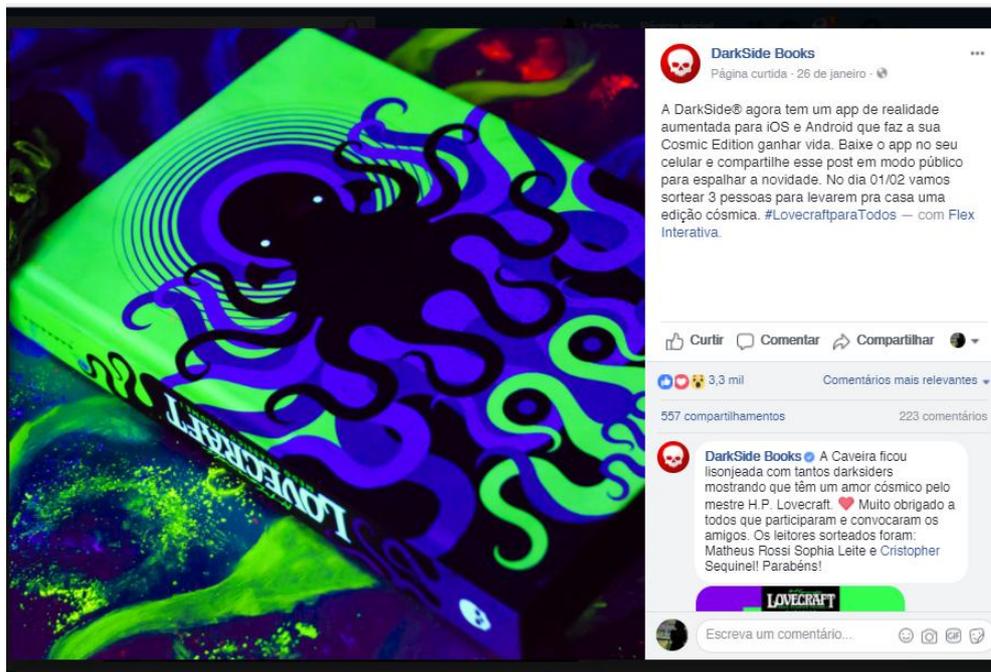


Figura 4: publicação na página da Editora DarkSide no Facebook no lançamento do livro. (Fonte: Facebook).

O livro *Lovecraft: Medo Clássico Vol.1* é do autor americano Howard Phillips Lovecraft ³, a obra reúne uma seleção de nove contos e novelas do autor que

³ H.P. LOVECRAFT nasceu em 20 de agosto de 1890 na cidade de Providence, Rhode Island, nos Estados Unidos. Produziu inúmeros contos, ensaios e romances de fantasia e terror. Desde pequeno, Lovecraft apresentava uma saúde

revolucionou o terror e a ficção científica no século XX. O livro também conta com cartas e documentos coletados pelo historiador Clemente Penna na Brown University.

Diante a relevância para os leitores de livros do gênero literário de terror e ficção científica, que a Editora buscou recursos no *design* gráfico e na RA para produzir uma edição com a experiência de leitura do livro fosse diferenciada. Na capa *Cosmic Edition* observa-se que a convergência entre impresso e digital foi o grande diferencial.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre as tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembre-se a convergência se refere a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças a proliferação de canais e à portabilidade de novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos, Prontos ou não, já estamos vivendo uma cultura de convergência. (JENKINS, 2009, p. 41).

O livro *Lovecraft: Medo Clássico* consegue obter significação para os leitores na apresentação gráfica com aplicação de Realidade Aumentada, por meio da linguagem associada ao *design* gráfico. Entende-se por linguagem "todo campo de significação composto por um sistema dinâmico de geração ou interpretação de signos que se caracteriza pelo princípio lógico, ordenador dos sentidos dos sujeito" (MELLO, CAMARGO, 2014, p.103). Na capa *Cosmic Edition* (Figura 1), a linguagem ultrapassou as barreiras tecnológicas do impresso e se manifestou por meio da RA.

A Realidade Aumentada para obter sentido também faz uso de linguagem visual baseada em signos, desse modo à linguagem se torna o meio pelo qual se consegue obter sentido as coisas e compartilhar esses significados socialmente. A capa *Cosmic Edition* utiliza a linguagem visual em forma de uma projeção em movimento, para comunicar e significar para os leitores. Porém só é possível obter sentido as coisas quando se possui o mesmo código linguístico, se a capa não usar um código comum ela será indiferente, não conseguirá comunicar uma mensagem, desse modo à capa se insere por meio da representação:

[...] é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre membros de uma cultura. Representar envolve o uso da

delicada, com casos agravados por constantes mudanças ao longo da vida e, ainda que não tivesse frequentado a escola com regularidade, foi uma criança intelectualmente precoce. Seus trabalhos, inspirados constantemente por pesadelos, são discutidos até hoje por uma legião de leitores impactados pela sua mitologia repleta de simbolismos. (Darkside, 2018).

linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos. (HALL, 2016, p. 31).

O livro *Lovecraft: Medo Clássico* é uma obra segmentada, e para a construção do código linguístico baseou-se no pré suposto de que os leitores teriam compreensão de que determinado ser em preto com características de um polvo com movimentos surgindo de um buraco negro levaria a memória de leitura de clássicos de terror americano do autor Howard Phillips Lovecraft. Além, dessa associação se propôs também que, essa relação com Realidade Aumentada está ligada a uma característica psicológica do autor do livro que sonhava com os monstros, o buraco negro propõe ao leitor visualizar essa realidade na própria realidade em se encontra na superfície de um livro. Além de se utilizar a RA para projetar um signo que simboliza um dos nove contos do livro, propõe que o leitor interaja com a realidade vivenciada pelo escritor, por meio de um *tablet* ou *smartphone*.

Para alcançar essa relação de representação se deduzir que os leitores fazem o seguinte processo cognitivo por meio da capa: o conhecimento do código > a compreensão > a recodificação > a tradução, somente após esse processo de tradução que o leitor obtem a compreensão da mensagem. Ou seja, para a capa conseguir realizar o processo de comunicação, ela depende de um código comum entre emissor, mensagem e receptor, além disso, precisa ter contato com receptor e estar inserida em um contexto comum, (TURIN, 2007, p. 49). E esse processo cognitivo ocorre duas vezes, uma sem o uso da RA (quando o leitor tem o primeiro contato com a capa), e a outra com aplicação dela sobre a capa (quando o leitor utiliza o aplicativo de RA) .

Essa mensagem expressa nas capas se constitui de signos:

[...]“todo signo está no lugar de um objeto, mas só pode ser um signo deste objeto na medida em que este mesmo objeto possua a natureza de um signo ou pensamento, pois o signo não afeta o objeto, se não que está afetado por este, de maneira que o objeto tem que ser capaz de transmitir pensamento, isto é, tem que possuir a natureza de um pensamento, ou de um signo.”[...] (PEIRCE apud TURIN, 2007, P. 36).

Segundo Turin (2007, P. 36), esse processo de significação que o signo passa é denominado semiose, processo que se faz presente em toda comunicação pois "tudo no mundo é semiose. Tudo no mundo são pensamentos. Através das semioses dialogamos com o mundo e o mundo dialoga conosco". Porém o signo para obter a significação depende de condicionantes, para elaborar a tradução de linguagem:

-
- depende do acesso (sentidos / não penso sobre aquilo que não conheço);
 - depende do repertório (experiências);
 - depende do contexto para onde será projetado (situação);
 - depende da natureza do fenômeno (códigos / características);
 - depende da capacidade de seleção dos códigos (processo mental);
 - depende da capacidade de associação dos códigos.

Quando todos esses condicionantes acontecem o signo consegue substituir o objeto a coisa em si no inconsciente. Desse modo percebe que mesmo sendo digital RA utiliza da camada linguística para obter semiose no ecossistema comunicacional.

O uso da RA em livros vai muito além da convergência entre meios, leva o leitor a dois modos de significação. Nessa aplicação na capa do livro *Lovecraft: Medo Clássico* existe uma necessidade de materializar a informação digital, essa tendência de tentar tornar físico ou real algo que digital é estudada por Flusser:

A questão "abrasadora" é, portanto a seguinte: antigamente (desde Platão, ou mesmo antes dele) o que importava era configurar a matéria existente para torná-la visível, mas agora o que está em jogo é preencher com matéria uma torrente de formas que brotam a partir de uma perspectiva teórica e de nossos equipamentos técnicos, com finalidade de "materializar" essas formas. Antigamente, o que estava em causa era a ordenação formal do mundo aparente da matéria, mas agora o que importa é tornar aparente um mundo altamente codificado em números, um mundo de forma que se multiplicam incontrolavelmente. Antes, o objetivo era formalizar o mundo existente; hoje o objetivo é realizar as formas projetadas para criar mundos alternativos. Isso é o que se entende por "cultura imaterial", mas deveria na verdade chamar cultura materializada. (p. 31, 2007).

Para o autor mesmo a informação digital ser impalpável, ela se assemelha as antigas informações nos antigos meios, pela tentativa de ser palpável, de estar escritas e projetadas em objetos físicos. Deste modo a RA se projeta em uma superfície palpável, para obter significação para os seres humanos.

A Realidade Aumenta aplicada em livros, intercala dois tipos de leitura, pois se tem a leitura de linhas e de imagens. A de linhas acontece quando se faz a leitura do texto do livro (no papel), quando o leitor lê o livro *Lovecraft: Medo Clássico*, por exemplo, segue-se uma leitura histórica de conceitos por meio da tipografia organizada no idioma português brasileiro. E quando o leitor aplica a realidade aumentada na capa, ele acompanha historicamente superfícies dadas, ou seja, imagens em movimento. (Flusser, p. 108, 2007). Desse modo desenvolvem-se dois tipos de significação:

Nossa situação nos fornece, portanto dois tipos de ficção: a conceitual e a imagética; sua relação com o fato depende da estrutura do *mediun*. [...] Códigos imagéticos (como filmes) dependem de pontos de vista predeterminados: são subjetivos. São baseados em convenções que não precisam ser aprendidas conscientemente: elas são inconscientes. Códigos conceituais (como alfabetos) independem de um ponto de vista predeterminados: são objetivos. São baseados em convenções que precisam ser aprendidas e aceitas conscientemente: são códigos conscientes. (FLUSSER, p. 111, 2007).

Esses dois modos de significação na leitura dependem de repertórios diferentes. No livro *Lovecraft: Medo Clássico* é apresentado ao leitor o código imagético por meio da RA, que é a representação de um signo de polvo em movimento, saindo de um buraco, deste modo se faz necessário que o leitor já tenha pré-estabelecido convenções no inconsciente sobre as histórias do autor americano Howard Phillips Lovecraft, e também, que ele sonhava com os monstros das próprias histórias, assim o buraco negro e o uso da RA conseguem ter significação. Após essa significação ocorre a leitura conceitual, por meio da leitura do conteúdo do livro. Esse processo de significação também pode ocorrer de forma inversa, o leitor pode fazer a leitura conceitual do livro para conseguir repertório imagético para compreender o uso da RA.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os livros impresso estão inseridos em um sistema comunicacional, no qual as mídias existentes não estão existindo obsoletas, elas estão convergindo entre si. As novas mídias que surgem como ramificações da digitalização possuem a essência composta de duas camadas, uma de dados numéricos e a outra de características analógicas. Assim as novas mídias estão se apropriando das características da linguagem dos meios já existentes para conseguir obter a compreensão humana. Essa linguagem utilizada pode ser observada na capa do livro impresso *Lovecraft: Medo Clássico* Vol.1, que aplicou RA por meio de reconhecimento de figuras gráficas.

Essa relação de convergência entre o livro e a RA, só consegue ser satisfatória por meio da linguagem que se expressa por meio do *design* gráfico. A linguagem se baseia em signos que possuem significação para os leitores, ou seja, esse signo para ter sentido depende do repertório dos leitores. Esse signo também depende de condicionantes para chegar ao processo de semiose.

A convergência entre o livro e a RA resulta em dois tipos de leitura, de significação. Ela leva a leitura imagética e conceitual, que dependem de conceitos pré-

estabelecidos no consciente no inconsciente dos seres humanos. Assim pode-se classificar em uma leitura linear por meio da decodificação de linhas a de superfície, no caso RA.

[...] atualmente dispomos de duas mídias entre nós e os fatos - a linear e a superfície. Os meios lineares estão se tornando mais e mais abstratos e perdendo o sentido. Os de superfície vêm cobrindo os fatos de maneira cada vez mais perfeita e, portanto, também estão perdendo o sentido. Mas esses dois tipos de mídia podem se unir numa relação criativa. Deverão surgir, assim, novos tipos de mídia, o que tornará possível que se descubram fatos novamente, abrindo novos campos para um novo tipo de pensamento, com sua própria lógica e seus próprios tipos de símbolos codificados. Em resumo a síntese da mídia linear com a da superfície pode resultar numa nova civilização. (FLUSSER, p. 119, 2007).

Deste modo, pode-se considerar que a RA aplicada no livro *Lovecraft: Medo Clássico Vol.1* é uma união criativa de mídias de leitura linear e de superfície. E essa união modifica a forma de significação, sendo uma complementar a outra.

REFERÊNCIAS

- CANAVILHAS, João. Jornalismo móvel e Realidade Aumentada: o contexto na palma da mão. **Verso e Reverso**, Unisinos, vol. XXVII, n. 64, janeiro-abril, 2013.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, (1999).
- DARKSIDE. Disponível em: <http://www.darksidebooks.com.br/hp-lovecraft-medo-classico-vol-1-cosmic-edition/> Acesso em: 14/04/2018
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- HALL Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.
- HELLER Steven; VIENNE Veronique. De Gutenberg aos suíços, hippies e punks até os tablets: **100 ideias que mudaram o design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LIVRO, Instituto Pró-. **Retratos da leitura no Brasil** 4º edição. Ibope, 2016.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MELLO, Desirée Paschoal; CAMARGO, Hertz Wendel de. **Design e comunicação**. Londrina: Syntagma Editores, 2014.
- SANTOS, Gisele do Rocio Cordeiro Mugnol; MOLINA, Nilcemara Leal Molina; DIAS, Vanda Fattori. **Orientações e dicas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Ibplex, 2007.
- SANTOS, Márcio C. Jornalismo, mobilidade e realidade aumentada: notas sobre possibilidades de utilização. In: CANAVILHAS, João; Satuf, IVAN. **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Labcom, 2015. p. 103-126.
- SILVA, Rafael. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

TURIN, Roti Nielba. Aulas: **introdução ao estudo de linguagens**. São Paulo: Annblume, 2007.

TWEMLOW, Alice. **Para que serve o design gráfico?** Barcelona: Gustavo Gili, SL, 2007.