

BRUNO SCANDOLARA
GABRIELLE ALMEIDA
JULIANE BORTOLETO



LEITURÊ

**O DESIGN DIGITAL COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À
LEITURA PARA O PÚBLICO INFANTOJUVENIL BRASILEIRO**

PUC
CAMPINAS

2021

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM
FACULDADE DE DESIGN DIGITAL

BRUNO LUIZ SCANDOLARA BATISTA
GABRIELLE DAVI DE ALMEIDA
JULIANE MARIA BORTOLETO SHIMABUKURO

**LEITURÊ: O DESIGN DIGITAL COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À
LEITURA PARA O PÚBLICO INFANTOJUVENIL BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Design Digital da Pontifícia Universidade
Católica de Campinas como requisito à obtenção do
título de bacharel em Design Digital.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Olzon Vasconcelos

CAMPINAS
2021

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM
FACULDADE DE DESIGN DIGITAL

BRUNO LUIZ SCANDOLARA BATISTA
GABRIELLE DAVI DE ALMEIDA
JULIANE MARIA BORTOLETO SHIMABUKURO

LEITURÊ: O DESIGN DIGITAL COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À
LEITURA PARA O PÚBLICO INFANTOJUVENIL BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e
aprovado em 10 de dezembro de 2021 pela
comissão examinadora:

Ficha catalográfica elaborada por Jerusa Neves dos Santos Lopes CRB 8/010320
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

Batista, Bruno Luiz Scandolara

Leiturê: o Design Digital como ferramenta de incentivo à leitura para o público
infantojuvenil brasileiro / Bruno Luiz Scandolara Batista, Gabrielle Davi de Almeida,
Juliane Maria Bortoleto Shimabukuro. - Campinas: PUC-Campinas, 2021.

108 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Olzon Vasconcelos.

TCC (Bacharelado em Design Digital) - Faculdade de Design Digital, Centro de
Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas,
2021.

Inclui bibliografia.

1. Design. 2. Infantojuvenil. 3. Leitura. I. Almeida, Gabrielle Davi de. II.
Shimabukuro, Juliane Maria Bortoleto. III. Vasconcelos, Prof. Dr. André Luiz Olzon. IV.
Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação.
Faculdade de Design Digital. V. Título

Prof. Dr. André Luiz Olzon Vasconcelos
ORIENTADOR

Prof. Dr. Victor Kraide Corte Real
CONVIDADO

Prof. Me. Hugo Gimenes de Lima
CONVIDADO

CAMPINAS
2021

Agradecimentos

O Leiturê foi o projeto mais ambicioso que já desenvolvi em minha breve carreira como designer. Sem a colaboração de tantas pessoas, eu jamais seria capaz de chegar a um projeto tão bem desenvolvido quanto este.

Primeiramente, agradeço às minhas amigas e colegas de equipe Juliane Bortoleto e Gabrielle Almeida. Sem o esforço, paciência e a dedicação de vocês o nosso projeto não seria nem metade do que é.

Não posso deixar de agradecer nosso professor orientador, André Olzon, que desde o primeiro momento foi nosso principal apoiador. Obrigado pelas sugestões, ensinamentos, paciência e, acima de tudo, pelas conversas descontraídas. Se não fosse por elas, sei que teria enlouquecido.

Aos demais professores do curso de Design Digital, saibam que cada um de vocês contribuíram e fizeram parte deste projeto, fornecendo as habilidades necessárias para que desenvolvêssemos este trabalho.

O mesmo vale para nossos colegas de classe, em especial Danilo Laurindo, Gabriel Melo, Gabriel Nani, Letícia Lacerda, Vinicius Felix e Thiago David. Ao longo da nossa amizade, vocês me ensinaram coisas que hoje se fazem presentes em cada detalhe desse projeto. Amo vocês!

Agradeço à minha mãe, Cleide Scandolara, à minha irmã, Fran Scandolara, e à minha avó, Marilene Scandolara. Se não fosse por vocês, eu jamais teria chegado até aqui. Vocês são as pessoas mais importantes da minha vida. Não se esqueçam disso nunca.

E por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer também ao Programa Universidade para Todos (Prouni) e ao Núcleo de Assistência Social (NAS) da PUC Campinas. Sem o auxílio desses programas, eu jamais teria a oportunidade de estar na PUC Campinas.

Muito obrigada, este projeto é dedicado a todos vocês!

Bruno Scandolara



Dentro de tudo que tange a gratidão, quero agradecer a Deus e ao universo pela oportunidade de viver esta vida e ter a sorte de estar no meio de pessoas tão incríveis. **O amor é a base de tudo!**

Ao meu vô, Jayr Ferraz de Almeida, pela estima à educação e pela sede do saber fomentada desde pequena. À minha avó, Maria Aparecida Vital, pela força de vida e coragem para vencer nos dias bons e ruins. À minha mãe, Rachel, pelo apoio incondicional, amor, coragem de conhecer o mundo e habilidade de se reinventar. Ao meu pai, Davi, pelo cuidado, amor e por apostar em mim. À minha madrastra, Edna, pelo amor, carinho e leveza de todos os dias, obrigada por me ensinar o tempo das coisas. Ao meu irmão, Davi Júnior, por ser meu aliado, meu melhor amigo e por cuidar de mim. À minha irmã, Rebeca, por ser minha parceira de vida, confidente e por cuidar de mim. À minha irmã, Lara, por mostrar a alegria das pequenas coisas do dia a dia. Às minhas sobrinhas, Sophia e Lívia, por me ensinarem o poder do cuidado e me motivarem a ser uma pessoa melhor para vocês. À minha namorada, Francine, por me acolher todos os dias em um leito de amor, cuidado e carinho sem fim. Às minhas amigas de vida Beatriz, Caroline, Patrícia, Rebeca e Tais. Aos meus amigos Vinicius e Eric. Eu não seria quem sou sem vocês!

Não posso deixar de agradecer ao Bruno e a Juliane pela parceria na realização desse trabalho, feito com o coração e a vontade de aplicar o design por aí. O design pode até não mudar o mundo, mas com certeza pode melhorar nosso dia.

Por fim, agradeço a presença e a vida do Prof. Dr. André Olzon pela chuva semanal de aprendizado, confiança e amizade nas orientações para a edificação deste trabalho.

Gabrielle Almeida

Primeiramente, gostaria de agradecer ao Bruno Scandolara e a Gabrielle Almeida, por toda parceria durante os quatro anos de graduação. Ao professor orientador, André Olzon, muito obrigada por todo apoio e por todas as conversas descontraídas, que deixaram o desenvolvimento do Leiturê ainda mais leve.

Agradeço também à minha família, meu pai, Eguiberto Shimabukuro que pagou quatro anos de faculdade e que sem ele, nada disso teria acontecido. À minha mãe, Marli Bortoleto, pelo apoio, carinho e muitas dicas ao longo da graduação. Minhas tias, Neide e Ivone Bortoleto, que acreditaram em mim desde o começo dessa grande jornada.

Sou muita grata a todos que participaram dessa jornada de quatro anos de faculdade comigo, aos professores e colegas. Todas as experiências que vivenciei dentro da Puc-Campinas, foram muito importantes para meu crescimento pessoal e profissional.

Juliane Bortoleto



“A leitura desafia, capacita, encanta e enriquece. Pequenas marcas pretas sobre a folha branca ou caracteres na tela do computador pessoal são capazes de nos levar ao pranto, abrir a nossa mente a novas ideias e entendimentos, inspirar, organizar nossa existência e nos conectar ao universo.”

Steven Roger Fischer

Resumo / Abstract

A leitura é responsável por desencadear ações e emoções no homem que são mais do que apenas meros gestos banais da vivência humana, são características que movem a nossa existência ao rumo da conexão com o todo e consigo mesmo e são fatores importantes para a nossa sobrevivência. Segundo a pesquisa realizada através do Instituto Pró-livro (IPL) com a execução do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística Inteligência (IBOPE), no ano de 2015 o Brasil teve 56% da população se declarando como leitora. Esse resultado é ainda longe de ser o ideal, mas é um avanço significativo em comparação ao ano anterior com 6% a menos (INSTITUTO PRÓ LIVRO, 2016). O resultado conta com seu maior peso nas crianças e adolescentes em fase escolar devido ao papel da escola em mediar a introdução à leitura. Com base nessa problemática e utilizando-se do método do *Design Thinking*, desenvolvemos o "Leiturê", no qual buscamos por meio do design digital incentivar a leitura de uma forma didática e saudável em crianças e pré-adolescentes.

Palavras-chave: Design; Leitura; Hábito; Democratização.

Reading is responsible for triggering actions and emotions that are more than just banal gestures of human experience, they are characteristics that move our existence towards the connection with the whole and with ourselves being important factors for our survival. According to a survey carried out through the Instituto Pró-livro (IPL) with the execution of the Brazilian Institute of Public Opinion and Intelligence Statistics (IBOPE), in 2015 56% of the population declared themselves as readers. This result is still far from ideal, but it is a significant advance compared to the previous year with 6% less (INSTITUTO PRÓ LIVRO, 2016). The result has its greatest weight in children and teenagers in school age due to the school's role in mediating the introduction to reading. Based on this issue and using the Design Thinking method, we developed "Leiturê", in which we seek, through digital design, to encourage reading in a didactic and healthy way in children and teenagers.

Keywords: Design; Reading, ; Habit; Democratization;



Lista de figuras

FIGURA 1. *Dynabook*. Ilustração original de Alan Kay, 1972

FIGURA 2. Alunos de escolas urbanas usuários de *internet*, 2019

FIGURA 3. Persona primária: Renan

FIGURA 4. Persona primária: Leticia

FIGURA 5. Persona secundária: Cida

FIGURA 6. Painel semântico: estilo de vida

FIGURA 7. Painel semântico: expressão do produto

FIGURA 8. Painel semântico: Tema visual

FIGURA 9. *Brainstorming* para geração de nomes

FIGURA 10. Tipografia *Boogaloo*

FIGURA 11. Grafia original e adaptação feita para o projeto

FIGURA 12. Logotipo e redução do logotipo com paleta de cores aplicada

FIGURA 13. Paleta de cores

FIGURA 14. Ilustrações *Open Doodles*

FIGURA 15. *Brainstorming* para geração de ideias e propostas

FIGURA 16. Canal no Youtube: Livros do Drii

FIGURA 17. *Sitemap* Leiturê

FIGURA 18. Fluxo de Registro e *Login*

FIGURA 19. Fluxo da *Home*

FIGURA 20. Fluxo do Catálogo

FIGURA 21. Fluxo de registrar leitura

FIGURA 22. Fluxo de Comunidades

FIGURA 23. Fluxo do Perfil

FIGURA 24. *Wireframe* da Home

FIGURA 25. *Wireframe* de Catálogo

FIGURA 26. *Wireframe* de Comunidades

FIGURA 27. *Wireframe* do Perfil

FIGURA 28. *Site* Institucional

FIGURA 29. Tipografia *Barlow*

FIGURA 30. Componentes e ícones

FIGURA 31. *Home*

FIGURA 32. Modal de registro de leitura (esquerda) e modal de sucesso de registro (direita)

FIGURA 33. Catálogo

FIGURA 34. Detalhes do livro (esquerda), leitura do livro (centro e direita)

FIGURA 35. Página da comunidade do livro

FIGURA 36. Comunidades

FIGURA 37. *Feedback* - Livro não disponível (esquerda) e *Download* concluído (direita)

FIGURA 38. Perfil - Metas (esquerda), Conquistas (centro e direita)

FIGURA 39. Espaço Leiturê

FIGURA 40. Espaço Leiturê, vista superior

FIGURA 41. Espaço Leiturê, vista lateral

FIGURA 42. Tabela de comparação dos resultados

FIGURA 43. Barra de navegação, versão 1

FIGURA 44. Barra de navegação, versão final

INTRODUÇÃO18

CAPÍTULO 1: PESQUISA TEÓRICA REFERENCIAL.....22

1.1. Lendo a história: como veio e para onde vai a leitura.....23

1.1.1 Leitura, empatia e poder.....23

1.1.2 Leitura Digital.....26

1.2. Leitura no Brasil: Uma discussão política.....29

1.2.1 A leitura enquanto direito.....31

1.2.2 Educação e conectividade no Brasil.....34

1.3. Design e leitura: o papel social do design.....37

1.3.1 O designer como agente mediador da relação livro-leitor.....38

CAPÍTULO 2: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL...42

2.1 Metodologia.....43

2.2. Público-alvo e personas.....43

2.2.1 Público-alvo primário.....44

2.2.2 Público-alvo secundário.....45

2.2.3 Personas.....45

2.3. Painéis semânticos.....50

2.3.1 Painel Semântico: estilo de vida.....52

2.3.2 Painel Semântico: expressão do produto.....54

2.3.3 Painel Semântico: tema visual.....56

2.4. Identidade visual57

2.4.1 Naming.....58

2.4.2 Tipografia.....59

2.4.3 Cores.....60

2.4.4 Ilustrações.....62

2.5. Proposta de ação projetual.....63

2.5.1 O porquê de mais um serviço digital: Reflexão e abordagem.....64

2.5.2 Plataforma Leiturê.....66

2.5.2.1 Arquitetura da informação.....67

2.5.2.1.1 Sitemap.....67

2.5.2.1.2 Fluxos de navegação.....68

2.5.2.1.3 Wireframes.....75

2.5.3 Site institucional.....77

2.5.3.1 Protótipo.....79

2.5.4 Espaço Leiturê.....86

CAPÍTULO 3: PROTOTIPAÇÃO E TESTES COM USUÁRIOS90

3.1 Prototipação.....91

3.2 Teste com usuários.....92

3.2.1 Objetivos do teste.....92

3.2.2 Resultados.....93

CONSIDERAÇÕES FINAIS96

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....100

INTRODUÇÃO

Tendo estabelecido em seu Plano Nacional de Educação (PNE), uma meta para elevar a taxa de alfabetização e erradicar o analfabetismo do país até 2024, o Brasil tem demonstrado um esforço constante para estimular a busca pela educação, principalmente entre crianças e adolescentes menores de 15 anos. Essa é a idade considerada pelo Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA) como limite padrão para a conclusão do ensino básico em todos os países pertencentes à Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Iniciado no ano de 2000 em Paris, o PISA é caracterizado como o maior estudo de educação no mundo. Ele avalia o desempenho nos campos da leitura, matemática e ciências de estudantes que estão prestes a concluir o ensino básico. Embora o Brasil venha se aproximando da meta estabelecida pelo PNE para 2024, seus resultados do PISA costumam não ser nada animadores em relação à qualidade da educação oferecida. Mesmo tendo avaliado todas as três áreas do conhecimento listadas anteriormente, o último PISA (realizado no ano de 2018) teve como foco a leitura. O Brasil foi o 59º colocado numa lista de 78 países. Essa posição no *ranking* mostra o que para os brasileiros não é novidade: quase 70% dos estudantes não possuem conhecimentos básicos suficientes, em pelo menos uma das áreas para exercerem sua cidadania em plenitude. Quando analisada apenas a habilidade de leitura, considerando a capacidade de se compreender o que foi lido, o número cai para 50%. Apesar de soar menos pior, quando comparado aos outros países sul americanos, o Brasil, empatado com a Colômbia, é o segundo pior colocado, perdendo apenas para Argentina e Peru, também empatados. Entre os estudantes da Finlândia, do Canadá e da Coreia do Sul (os três melhores colocados, respectivamente), menos de 15% demonstram inabilidades preocupantes com a leitura (BRASIL, 2020). Tal inabilidade, expressa pelos resultados dos estudantes brasileiros, não era algo desconhecido até 2018. A pontuação no exame, por exemplo, não tem avanço significativo desde a edição de 2009. A questão tem levantado debates desde antes de o país passar por seu período de redemocratização,



em 1988. Dez anos antes, em 1978, por exemplo, surgia o Congresso de Leitura do Brasil (COLE), realizado bianualmente na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), até os dias de hoje. Em congressos e eventos como este, que se propõem a discutir a leitura no país, discute-se também qual a importância da leitura. Na 3ª edição do COLE, o educador e filósofo Paulo Freire afirmou que, para ele, existiam dois tipos de leitura: a leitura do mundo e a leitura da escrita.

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto. [...] Primeiro, a 'leitura' do mundo, do pequeno mundo em que me movia; depois, a leitura da palavra que nem sempre, ao longo de minha escolarização, foi a leitura do 'palavramundo' (FREIRE, 1989, p.11 e 12).

Com isso em mente, compreendemos que para Freire (1989), a leitura estava diretamente ligada às vivências percebidas pelo leitor. Sem compreender o mundo, este não seria capaz de compreender em plenitude o que o escritor está lhe descrevendo. Para ele, é preciso que, no início de sua jornada como leitor, o indivíduo se identifique com o que está lendo.

O ponto de vista parece ir de encontro com a definição de leitura apresentada no PISA 2018. Segundo o Relatório do PISA 2018, a organização do exame define que “o letramento em Leitura refere-se a compreender, usar, avaliar, refletir sobre e envolver-se com textos, a fim de alcançar um objetivo, desenvolver seu conhecimento e seu potencial, e participar da sociedade.” (BRASIL, 2020).

Segundo o professor e filósofo Mário Sérgio Cortella (2016), a leitura é responsável por expandir os nossos conhecimentos múltiplos da vida através da exposição a outros cenários cotidianos diferentes aos nossos, sendo ele o passado, o presente ou a imaginação de futuro vinda de alguém que o registrou em páginas a serem lidas. Tudo isso é de grande contribuição para a formação do indivíduo desde os seus primeiros anos de vida, fazendo com que o mesmo se desenvolva como um componente não alienado na sociedade, mas como alguém que tenha o conhecimento de si e busque conhecer o outro (COELHO, 2000).

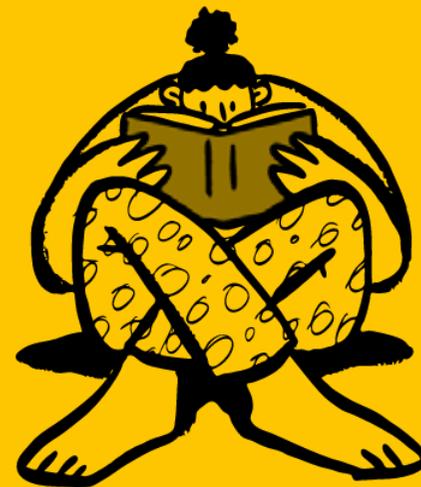
Partindo desta linha de raciocínio que leitura e *design* se conectam. Ambos possuem o mesmo propósito: comunicar. Abraham Moles (1986 apud ESTÊVÃO, 2009), por exemplo, entende o *design* gráfico como aquela atividade que proporciona a legibilidade do mundo. Indo mais além, o *design* pode ser comparado como uma necessidade humana que visa codificar o mundo visto pelo homem através da criação de símbolos e dar a ele sentido. É então a partir disto, onde a comunicação exerce seu potencial total e não natural ao homem como sendo a base que rege a imaginação e evolui o ser humano para um olhar infinito onde as possibilidades são infindáveis (FLUSSER, 2017).

O *design* aplicado ao mundo da literatura exerce uma ponte crucial entre o escritor-leitor. A participação do profissional de design nesse campo seria muito subjugada se fosse afirmada como baixa ou sequer nula. As atividades possíveis vão desde a elaboração de projetos gráficos até exploração de experiências para além da qual a leitura se encontra visando um momento de maior mergulho em seu conteúdo. A função do *designer*, assim como em qualquer das multifacetadas áreas possíveis de atuação, é reconhecer, entender, integrar e expor sempre que for avistada oportunidades, portanto, faz-se necessário um profissional de alma curiosa e livre (FARBIARZ e FARBIARZ, 2006).

A partir dessa conexão, o presente trabalho tem como objetivo não apenas estudar algumas das possíveis motivações para as dificuldades do público infantojuvenil brasileiro com a leitura, mas também investigar como o *design* pode ser utilizado para promovê-la em prol de um desenvolvimento democrático, econômico e persuasivo no ecossistema da leitura. E no tange a sua execução metodológica, não houve apenas um método buscado, mas sim um conjunto de ações exploratórias do ramo design como o *Design Thinking* (VIANNA et al., 2012).

CAPÍTULO 1

PESQUISA TEÓRICA REFERENCIAL



1.1. Lendo a história: como veio e para onde vai a leitura

Como elucidada o linguista neozelandês Steven Fischer (2006, p.7), a leitura é responsável por desencadear ações e emoções no homem que vão além de apenas serem fatores banais para sobrevivência mas características que movem a nossa existência ao rumo da conexão com o todo e com si mesmo.

1.1.1 Leitura, empatia e poder

Em meio a tantas espécies de seres vivos presentes na fauna e na flora terrestre, os seres humanos conseguiram um papel de destaque no planeta Terra. Mesmo não sendo os mais ferozes e poderosos no ecossistema, é fato que estes, ao longo de centenas de milhares de anos, parecem ter tomado para si o título de donos do mundo. Embora existam muitas teorias que tentem explicar como isso aconteceu, não existem registros que expliquem em detalhes essa história.

Nesse período os seres humanos primitivos ainda não haviam desenvolvido a escrita para registrar esse processo. O cérebro dos primeiros homosapiens estava em um processo de constante evolução, procurando ser capaz de funções essenciais para a sobrevivência humana. Os primeiros registros de comunicação não-verbal conhecidos pela ciência, são pinturas rupestres da Ilha de Bornéu, de quarenta mil anos atrás, mais de duzentos mil anos depois do que se especula ser o surgimento do *homosapiens*.

O que se especula é que o desenvolvimento da comunicação tenha se tornado possível somente quando já haviam sido desenvolvidas técnicas de caça e cultivo suficientes para garantir a sobrevivência humana.

Centenas de contornos de mãos desde o teto, dedos estendidos com rajadas de tinta vermelho-alaranjado. Agora, análises atualizadas das paredes da caverna sugerem que essas imagens estão entre os traços

mais antigos da criatividade humana, datando de 52 e 40 mil anos. Isso faz da pintura rupestre dezenas de milhares de anos mais antiga do que se pensava. [...] Continua desconhecido o motivo que provocou esse aparente movimento artístico global. Na Europa, a arte pareceu prosperar logo após a chegada dos humanos modernos, mas evidências de humanos no sudeste asiático pré-data os artistas antigos a duas ou três décadas. Como Aubert observa, os movimentos parecem crescer durante o último máximo glacial, e ele especula que essa mudança no clima de alguma forma forçou as pessoas a formarem grupos mais unidos, acelerando a inovação cultural (WEI-HAAS, 2018).

O fato é que com o tempo, além de terem se tornado animais ainda mais racionais e sociais, os humanos desenvolveram também o que os neurocientistas chamam de neuroplasticidade: um processo que, em resumo, permite a reorganização de neurônios que não estão sendo aproveitados para executar ações que sua biologia previu como importantes no passado, mas que agora seriam mais úteis para executar coisas novas. Graças a esse processo, cerca de 3500 anos antes de Cristo, na Mesopotâmia, surgiria a primeira forma de escrita propriamente dita.

Maryanne Wolf (2018, p. 09) relata que:

O ato de ler acrescentou um circuito inteiramente novo ao repertório do nosso cérebro de hominídeos. O longo processo evolutivo de aprender a ler bem e em profundidade mudou nada menos que a estrutura das conexões desse circuito, e isso fez com que mudassem as conexões do cérebro, com a consequência de transformar a natureza do pensamento humano.

Em um contexto histórico total, os seres humanos aprenderam a ler a muito pouco tempo. Estima-se que o homosapiens tenha surgido há trezentos mil anos e a escrita, há apenas seis mil anos. Sob efeito de comparação, se toda a existência da humanidade tivesse acontecido dentro de um ano, ela só teria elaborado a escrita, e conseqüentemente a leitura, apenas uma semana e oito horas antes do ano novo.

Isso significa que, mesmo que a prática da escrita e da leitura tenha se tornado comum entre a espécie, evolutivamente, os seres humanos ainda estão se adaptando a essa revolução. “Um novo circuito era necessário porque ler não é nem natural, nem inato; muito pelo contrário, é uma

invenção não natural e cultural que existe, se tanto há seis mil anos” (WOLF, 2018, p 26).

Maryanne Wolf (2018), explica que o exercício da leitura faz com que o cérebro ative uma série de novas ligações que envolvem diversas regiões do cérebro. No início dos milissegundos que envolvem a atividade da leitura de uma única palavra, utilizam-se as regiões da visão (para a identificação da grafia), da audição (para compreender os fonemas), das sensações e da afetividade (ao se recordar de outras vezes que aquela palavra apareceu) e até mesmo a região motora (quando há uma ação física envolvida).

Depois de compreender o processo necessário para surgimento da escrita e da leitura, percebe-se que a inexistência de registros escritos sobre a jornada da espécie humana ao poder reforça a teoria de que, se essa evolução neural não tivesse acontecido, os seres humanos dificilmente teriam alguma jornada para registrar.

Algumas outras espécies de animais, como os elefantes e as formigas, podem conviver em bandos e até mesmo formar pequenas sociedades entre iguais, mas por não serem capazes de se comunicar tão ricamente como os homosapiens, estes jamais puderam estar tão plenamente conectados. A leitura é uma das maiores conquistas evolutivas da nossa espécie.

Vista desse modo, a literatura aparece claramente como manifestação universal de todos os homens em todos os tempos. Não há povo e não há homem que possa viver sem ela, isto é, sem a possibilidade de entrar em contato com alguma espécie de fabulação. Assim como todos sonham todas as noites, ninguém é capaz de passar as vinte e quatro horas do dia sem alguns momentos de entrega ao universo fabulado. Ora, se ninguém pode passar vinte e quatro horas sem mergulhar no universo da ficção e da poesia, a literatura, concebida no sentido amplo a que me referi, parece corresponder a uma necessidade universal, que precisa ser satisfeita e cuja satisfação constitui um direito (CANDIDO, 2011, p. 176).

Por si só, a prática assume um papel ainda mais importante no âmbito das comunicações, visto que, assim como Proust (1987) destaca, é ela se trata de um “milagre fecundo de uma comunicação no seio da solidão”. Filosoficamente, a leitura permite ao leitor libertar-se de si e colocar-se no papel do outro, conectando-se com emoções e dúvidas que até então não

eram conhecidas.

Uma vez que uma ideia seja escrita, mesmo que seu autor mude de ideia, perca a memória ou venha a falecer, suas palavras ficarão registradas para que os leitores a consumam até que o último exemplar da inscrição se decomponha.

Ainda que a discussão sobre a empatia pareça estar reservada apenas ao campo da filosofia e da sociologia, Maryanne Wolf (2018, p. 64 - 65) destaca que a observação também pode ser feita no campo da neurociência:

A pesquisa em neurociências cognitivas indica que aquilo que chamamos de ‘adotar a perspectiva’ representa um misto complexo de processos cognitivos, sociais e emocionais que deixa fortes marcas nos circuitos do cérebro leitor. [...] A empatia envolve uma inteira rede de sentimentos e pensamentos que conecta a visão e a linguagem e a cognição com amplas redes subcorticais. [...] A teoria da mente faz alusão a uma capacidade humana essencial (frequentemente não desenvolvida em muitos indivíduos no espectro do autismo e perda numa condição patológica chamada alexitimia), que permite perceber, analisar e interpretar pensamentos e sentimentos de outros em nossas interações sociais com eles.

1.1.2 Leitura Digital

Milhares de anos depois do surgimento da leitura, com a tecnologia eletrônica dominando cada vez mais o dia-a-dia das pessoas, a leitura digital certamente vem sendo uma revolução no ato de ler, mas assim como a prensa de Gutenberg mudou a maneira como produzimos livros do século XV até a invenção do computador que passou a ser intermediário da produção de livros permitindo assim um aumento significativo na oferta e demanda desse mercado. Até este momento, em nada foi alterada a experiência do ato de ler, onde folheamos o livro do mesmo jeito e observamos suas estruturas internas como víamos nos livros pré-gutenberg (século XIV) onde os mesmos eram feitos à mão (CHARTIER, 1998). Isto é, apesar de grandes revoluções tecnológicas no modo de produzir, nada mudou no seu produto final até a chegada de livros digitais (SEHN, 2014, p. 62).

No texto eletrônico somos vislumbrados com um mundo totalmente novo e vasto, onde a não-linearidade narrativa se faz possível através de *links* no qual permite ao leitor

(...) a possibilidade de embaralhar, entrecruzar e reuni-los em memórias eletrônicas. (...) a leitura do texto eletrônico de um livro digital não deve ser avaliada sob a ótica de que o leitor está em busca de "um" caminho traçado pelo autor, mas sim, que é o leitor quem decide que caminho quer seguir, qual link quer percorrer e onde quer clicar." (CASSARO, 2015, p. 216).

A hipertextualidade é claramente muito bem vinda uma vez que amplia as possibilidades não-lineares de aprendizagem com a narrativa do que está sendo lido, entretanto é importante ressaltar que cuidados perante ao público alvo pelo qual se destina o estudo deste trabalho, crianças e adolescentes. Os agentes mediadores da leitura como os professores, familiares e cuidadores dessa criança ou adolescente em processo de letramento precisam estar atentos às inovações presentes no mundo digital uma vez que a gestão dessa mediação é feita através deles (FARBIARZ, 2008).

A leitura através de meios digitais, para além de oferecer uma experiência não linear e mais autônoma para o leitor, é também analisada como sendo a maneira que mais se assemelha com o fluxo natural de nossos pensamentos e conexões neurais para a formação de conhecimento e armazenamento de memórias que são associados como redes (SOARES, 2002).

Estamos chegando à forma de leitura e de escrita mais próxima do nosso próprio esquema mental: assim como pensamos em hipertexto, sem limites para a imaginação a cada novo sentido dado a uma palavra, também navegamos nas múltiplas vias que o novo texto nos abre, não mais em páginas, mas em dimensões superpostas que se interpenetram e que podemos compor e recompor a cada leitura (RAMAL, 2002, p.84).

Portanto, a estratégia presente na leitura digital aponta ser o caminho pelo qual vai a o ato da leitura. Nos dias atuais, apesar da leitura digital poder ser feita a partir de qualquer dispositivo eletrônico (*smartphone*,

tablet, *PCs* e outras telas), o desenvolvimento de dispositivos para leitura digital não é tão novo assim. Tido como um dos pioneiros, o aparelho *Dynabook* (1972) (Figura 1), desenvolvido por *Alan Kay* no qual descrevia o produto como "o computador pessoal para crianças de todas as idades", onde havia a premissa de ser um dispositivo portátil para fins educacionais (REIS, 2016).

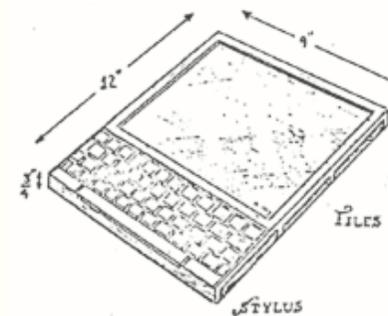


Figura 1. *Dynabook*. Ilustração original de Alan Kay, 1972.

Fonte: Alan Kay (1972)

Mas foi com o surgimento do *Kindle*, lançado em 2007 pela empresa estadunidense *Amazon*, que a difusão de e-readers teve um aumento significativo no consumo. Seu custo é mais baixo do que *tablets* (*Kindle*: a partir de R\$399,00. Outubro, 2021) e ele possui o formato maior do que o de *smartphones*, embora seja de um tamanho que possibilite carregá-lo para qualquer lugar, sendo similar a um livro impresso.

Apesar de não ser considerado um produto de alto valor aquisitivo, o preço representa cerca de 36% do total do salário mínimo brasileiro (OLIVEIRA, 2021) e somado ao valor da assinatura mensal do serviço que permite acessar os títulos do catálogo da *Amazon* (*Kindle Unlimited*: A partir de R\$19,90. Outubro, 2021) o custo de seu uso no ano da compra do aparelho, chega a representar 4,5% de um salário mínimo anual (soma de doze salários + décimo terceiro salário). Para as classes C, D, E e F, pode representar um investimento elevado, considerando que a média anual de leituras do brasileiro não chega a três títulos (TOKARNIA, 2020).

1.2. Leitura no Brasil: Uma discussão política

Segundo a pesquisa realizada através do Instituto Pró-livro (IPL) com a execução do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística Inteligência (IBOPE), no ano de 2015 o Brasil teve 56% da população se declarando como leitora. Esse resultado é ainda longe de ser o ideal, mas é um avanço significativo em comparação ao ano anterior com 6% a menos (INSTITUTO PRÓ LIVRO, 2016). Para além de ser um panorama nacional e de idade a partir de cinco anos, esse resultado conta com seu maior peso nas crianças e adolescentes em fase escolar devido a escola ser o mediador na introdução à leitura e mostra uma dura realidade brasileira de não haver um programa de incentivo em escala nacional.

Sabemos que nada disso é ao acaso, o Brasil como um país de extrema desigualdade, tem presente em seu berço a submissão colonial vinda dos portugueses no século XVI. No cenário colonial brasileiro do mesmo século, somente os portugueses eram letrados, mas foi em 1549 com a chegada dos padres jesuítas no estado da Bahia (BATISTA e OLIVEIRA, 2018), que começou a ser difundida a educação brasileira com a criação de escolas elementares, secundárias e seminários, que mais tarde sumiram do cenário nacional. Mas, vale ressaltar que, essa educação era restrita e tinha como norte evangelizar os nativos brasileiros como ferramenta de dominação religiosa e fortalecimento das estruturas hierárquicas que apaziguavam e até incumbiam a aceitação da exploração de uma classe sobre a outra, tratando a escravidão com normalidade e sendo uma ação necessária para o desenvolvimento da sociedade (CONCEIÇÃO, 2017).

Foi na Era Vargas (1930-1945) que o Ministério da Educação (MEC) foi criado, onde a educação passou a ganhar parâmetros nacionais pela primeira vez, mais apurados e institucionais, visto que antes cada estado era responsável pela implementação da educação. Porém, ao contrário da primeira leva brasileira de educação (jesuíta), essa não tinha o viés de dominação pois agora atingia apenas a elite brasileira, caracterizada por

fazendeiros, políticos e pessoas com profissões da alta sociedade como médicos, apesar de Vargas defender em campanha a educação como direito a todos os brasileiros (BATISTA e OLIVEIRA, 2018).

Sob o governo do presidente Juscelino Kubitschek (1956-1961) muito foi prometido como muito foi realizado a custos que o Brasil pagou por muito anos. A construção de Brasília e o famoso slogan de JK "Cinquenta anos em cinco", onde houve investimentos massivos nos setores da indústria, transporte, energia e educação, foram fatores comprometedores para as dívidas externas e inflação da moeda nacional, agravando ainda mais a desigualdade brasileira (PASINATO, 2013).

Essas influências políticas são geradas e desenvolvidas no seio do pós-guerra onde o cenário global era voltado para o desenvolvimento industrial e consequentemente humano. Houve então nesses governos populistas a pulsão por alfabetizar a população para fomentação e alocação dessa massa nos meios de produção consequentes da vinda de multinacionais americanas ao Brasil. Validando mais uma vez que o "jogo populista" dos presidentes brasileiros de 1945 até 1964 tinha sua base articular a massa populacional brasileira, constituída de aproximadamente 51 milhões de pessoas (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTÁTICA, 2000) na década de 1950, para a ocupação industrial. É certo afirmar que esse período serviu de grande desenvolvimento econômico para o país, mas a distribuição dessa mesma economia, fruto da estruturação do país, foi concentrada na camada minoritária de empresários internos e externos (PASINATO, 2013).

Jânio Quadros, vigésimo segundo presidente brasileiro, assumiu o poder em 1960, dando ao Brasil das massas uma nova esperança de futuro. No entanto, apenas alguns meses depois, Jânio renunciou ao cargo após o enfraquecimento eleitoral desfavorável a seu mandato, onde assumiria seu vice, João Goulart. O Brasil dos anos 1960, era um país dividido entre forte esquerda e conservadorismo exacerbado representado pelo público militar e fortemente religioso (PASINATO, 2013). Estes fatores causaram instabilidade política, que caminhou para a consolidação do maior golpe militar já visto no Brasil, que duraria vinte anos (1964 - 1985).

Apesar de contraditório a um período da história brasileira onde pessoas contra o regime militar eram torturadas e mortas, a escola pública expandiu suas unidades devido ao pensamento dos governos militares que se

sucederam nessa época. Os mesmo acreditavam que, para que o país se tornasse potência, como visto nos investimentos de governos anteriores ao golpe, a educação era considerada prioridade para que a população brasileira atingisse um nível de alfabetismo mínimo. A partir dessa expansão autoritária, a qualidade de ensino decaiu, juntamente a isso, os parâmetros de qualidade, apesar de existentes desde o Governo Vargas, eram ainda muito escassos, portanto a educação foi vista como controle de massas através do governo e ferramenta de repressão política (BITTAR; BITTAR, 2012). Foi em 1988 que nasceu a nova Constituição, que definiu como dever do Estado brasileiro um "ensino fundamental obrigatório e gratuito".

É impossível falar de educação, política e leitura no cenário brasileiro sem referir os devidos reconhecimentos ao pedagogo Paulo Freire, que sempre defendeu e buscou com a prática de professor, proporcionar uma educação democrática, pois para Freire (FRANCO, 2014) a educação é sinônimo de liberdade e para Freire esse era o norte a se levar a implementação de uma educação democrática e libertadora, a fim de proporcionar o povo brasileiro de ferramentas de interpretação do mundo em que vive (BITTAR; BITTAR, 2012).

1.2.1 A leitura enquanto direito

Em meio a este contexto confuso e mal planejado no qual a leitura passou a ser inserida no Brasil, pensadores brasileiros tentavam entender o papel da leitura enquanto transformador social. Encontram-se nas teses de Paulo Freire e Antonio Candido, talvez, os maiores argumentos em defesa da democratização da leitura.

Embora ambos entendessem a leitura como um importante agente político, comparado à Candido (2011), Freire (1989) poderia ser considerado um tanto quanto simplista. Enquanto este defendia que a leitura deveria ser amplamente ensinada e estimulada, Candido, questionava porque o acesso à literatura, além do aprendizado da leitura, não era assegurado pelos Direitos Humanos. Para ele, parecia óbvio que, uma vez que se aprende uma prática, é necessário praticá-la.

Por quê? Porque pensar em direitos humanos tem um pressuposto: reconhecer aquilo que consideramos indispensável para nós e também indispensável para o próximo. Esta me parece a essência do problema, inclusive no plano estritamente individual, pois é necessário um grande esforço de educação e autoeducação a fim de reconhecermos sinceramente este postulado. Na verdade, a tendência mais funda é achar que os nossos direitos são mais urgentes que os do próximo.[...] São bens incompressíveis certamente a alimentação, a moradia, o vestuário, a instrução, a saúde, a liberdade individual, o amparo da justiça pública, a resistência à opressão, etc.; e também o direito à crença, à opinião, ao lazer e, porque não, à arte e à literatura (CANDIDO, 2011, p. 174 e 176).

Mais do que um direito, o sociólogo acreditava que o acesso à literatura era na verdade uma necessidade psíquica dos seres humanos. Para ele, uma vez que o cérebro despense tempo e energia para criar um “universo fabulado” enquanto dormimos, por exemplo, torna-se evidente a necessidade cerebral de conectar-se com uma não-realidade.

Nessa linha de raciocínio, a leitura serviria como um caminho consciente para um universo imaginado, onde além de suprir suas próprias necessidades, o leitor tem a oportunidade de se enxergar em um outro ponto de vista, criado pelo escritor e acaba por suprir as necessidades sociais.

Vista desse modo, a literatura aparece claramente como manifestação universal de todos os homens em todos os tempos. Não há povo e não há homem que possa viver sem ela, isto é, sem a possibilidade de entrar em contato com alguma espécie de fabulação. Assim como todos sonham todas as noites, ninguém é capaz de passar as vinte e quatro horas do dia sem alguns momentos de entrega ao universo fabulado. Ora, se ninguém pode passar vinte e quatro horas sem mergulhar no universo da ficção e da poesia, a literatura, concebida no sentido amplo a que me referi, parece corresponder a uma necessidade universal, que precisa ser satisfeita e cuja satisfação constitui um direito. [...] Alterando um conceito de Otto Ranke sobre o mito, podemos dizer que a literatura é um sonho acordado das civilizações. Portanto, assim como não é possível haver equilíbrio psíquico sem o sonho durante o sono, talvez não haja equilíbrio social sem a literatura (CANDIDO, 2011, p. 176 e 177).

Embora coerente, a visão de Candido (2011) era diferente da visão apresentada pelos membros da Organização das Nações Unidas no momento em que foram escritos os Direitos Humanos. Esta parece ter esbarrado justamente no problema apontado pelo sociólogo em uma das citações já trazidas neste texto: a dificuldade de reconhecer o indispensável. Em três de seus trinta artigos, é verdade, a Declaração dos Direitos Humanos garante alguns direitos fundamentais para a dedicação dos indivíduos à prática da leitura, como o direito ao ócio, o acesso à cultura e o direito à educação, mas não cita o direito à literatura.

Artigo 24º — todo mundo tem direito ao descanso, ao lazer, a uma jornada de trabalho compatível com o descanso e a férias remuneradas periódicas. [...] Artigo 26º — tratando da educação, esse artigo diz que todas as pessoas têm o direito ao ensino elementar, universal e gratuito. Diz também que o ensino superior deve estar aberto a todos em igualdade, que a educação deve promover o respeito e os Direitos Humanos, e que cabe aos pais a escolha do tipo de educação que seus filhos vão receber.

Artigo 27º — todos têm o direito de participar e usufruir da cultura, das artes e da ciência produzidas em sua comunidade (ASSEMBLÉIA GERAL DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1948).

A ausência no documento não chama a atenção. Àqueles que têm um estilo de vida confortável, onde a situação econômica permite o acesso à livros, o apontamento pode parecer até mesmo um vazio e sem motivações pertinentes. No entanto, em países onde a desigualdade econômica é tão forte, como no Brasil, onde muitas vezes o faturamento mensal familiar não traz lucros, assegurar o direito à literatura significa assegurar que um indivíduo recém-alfabetizado não terá que deixar de se alimentar caso queira consumir um novo livro.

A existência de bibliotecas públicas obviamente não deve ser ignorada. Esta deveria ser a grande solução para esta questão, afinal as bibliotecas públicas disponibilizam diversas obras de maneira gratuita para a população. Entretanto, o despreparo e o descaso do poder público com estes ambientes, acaba tornando estes espaços pouco atrativos para a população jovem. Criase um ciclo vicioso: a biblioteca não atrai leitores por falta de investimento e não se investe nas bibliotecas por falta de leitores.

Para Moraes (1983 apud MASCHIETTO, 2016, p. 3.) “O descaso em que vivem as nossas bibliotecas resulta certamente do fato de não existir, ainda, no brasileiro, uma ‘mentalidade bibliotecária’”.

Apontar a falha na redação dos Direitos Humanos e na gestão das bibliotecas brasileiras como os únicos motivos para o distanciamento dos brasileiros da leitura, no entanto, seria apagar os fatos. No Brasil a própria educação, desde seu berço, foi usada como fator de dominação das massas. Houveram tentativas de apaziguar isso com a ampliação do acesso à escolaridade, mas ainda nos encontramos longe de estancar as disparidades em todos os setores da existência básica e digna do povo brasileiro.

1.2.2 Educação e conectividade no Brasil

No país, contamos com a pesquisa sobre o uso da *internet* por crianças e adolescentes no Brasil (TIC *Kids Online* Brasil) e através dela é possível observar as oportunidades e riscos deste público em relação ao uso da internet. A pesquisa coleta dados do público infantojuvenil brasileiro de 9 a 17 anos, bem como seus mediadores de uso como pais ou responsáveis. No ano de 2019, 87% do público alvo da TIC *Kids* afirmou ser usuária de internet, o equivalente a 24 milhões de pessoas (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020). Mas, nem sempre esse acesso a *internet* é qualitativo, no mesmo estudo é possível observar que 68% desse mesmo grupo de crianças e adolescentes no Brasil, possuem condições limitadas de acesso, sendo considerados inexistentes e abaixo do padrão estabelecido pela Comissão Econômica para América Latina e o Caribe (CEPAL) (2020 apud COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020, p.3)

Seguindo os mesmos critérios de qualidade do Comitê Gestor da *Internet* no Brasil, outro estudo atual que mostra a conectividade e acesso à internet entre crianças e adolescentes, é o TIC Educação. Segundo a última pesquisa realizada em 2019, 93% dos alunos de escolas públicas e particulares entrevistados afirmaram ter acessado a internet para a realização de pesquisa para fins de trabalhos escolares, em contrapartida, 63% das escolas públicas contavam com disponibilidade para acesso à internet em sala de aula. Como mostra a figura 2, dentre os mesmo alunos de escolas urbanas atuantes no 8ª série/9º ano do Ensino Fundamental de todo o país, 90%

se consideram usuários de *internet*.

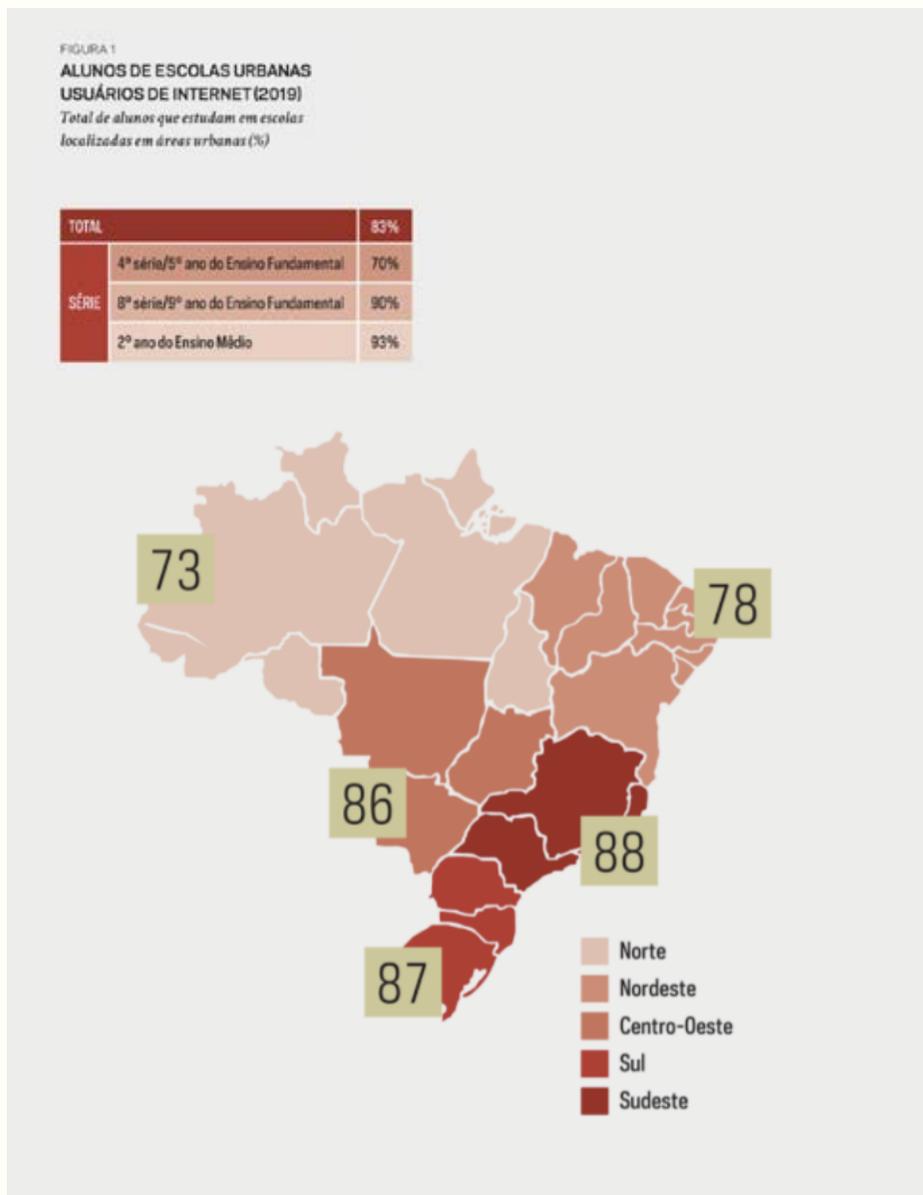


Figura 2. lunos de escolas urbanas usuários de *internet*, 2019

Fonte: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. TIC Educação 2019: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras. São Paulo, 2020

Embora os dados sinalizem que a internet está sendo bem recebida pelos jovens em território nacional, as estratégias conectadas na educação ainda são tímidas e escassas. Muitas vezes sendo um reflexo da falta de conhecimento em tecnologia nessa área.

Incorporar esse instrumental mediático em seus novos projetos de Educação e Ensino é, sem dúvida, um dos grandes desafios enfrentados pela Reforma Educacional. Desafio que resulta do ainda precário sistema de interação existente entre o objeto básico de ensino (Língua e Literatura) e o novo instrumental (*Internet*). E obviamente uma nova formação docente. Sabe-se que a Crise do Ensino não será solucionada apenas com a inclusão do Computador na sala de aula, conectado à Internet. Faz-se urgente, uma nova reestruturação do Saber. É a nova Esfinge que desafia educadores e técnicos programadores: “Decifra-me! Ou eu te anulo!” (COELHO, 2008).

Diante desse cenário, é questionável a falta de esforços para profissionalizar esses educadores ou inserir profissionais de tecnologia na área da educação, dado o crescimento das mídias digitais e seu potencial de atingimento entre os jovens.

“Ora, na Grécia antiga, por exemplo, teria sido impossível pensar numa distribuição equitativa dos bens materiais, porque a técnica ainda não permitia superar as formas brutais de exploração do homem, nem criar abundância para todos. Mas em nosso tempo é possível pensar nisso, e no entanto pensamos relativamente pouco. [...] Durante muito tempo acreditou-se que, removidos uns tantos obstáculos, como a ignorância e os sistemas despóticos de governo, as conquistas do progresso seriam canalizadas no rumo imaginado pelos utopistas, porque a instrução, o saber e a técnica levariam necessariamente à felicidade coletiva. No entanto, mesmo onde estes obstáculos foram removidos a barbárie continuou entre os homens” (CANDIDO, 2011, p.171 e 172).

1.3. Design e leitura: o papel social do design

"Diante do tamanho esforço necessário para dimensionar um problema em toda sua complexidade, qualquer um pode se sentir pequeno. É bom que seja assim, pois os designers precisam se libertar do legado profissional que os estimula a trabalhar isoladamente, de modo autoral, como se um bom designer fosse capaz de resolver tudo sozinho. No mundo complexo que vivemos, as melhores soluções costumam vir do trabalho em equipe e em redes." (CARDOSO, 2016, p.23).

Visando o encontro entre *design*, leitura e sociedade, é primordial entender as conexões que são estabelecidas entre eles. Levando isso em conta, o ato da leitura como importante ação para a construção do ser humano livre e íntegro, entrelaçada com o papel do *designer* como um dos principais contribuidores no processo da concepção dos materiais, seja ele impresso ou digital, são atributos de uma longa discussão acerca das responsabilidades do design para a construção de uma sociedade justa dentro da discussão que se motiva esse trabalho.

No âmbito que se apresenta a atuação dos *designers*, há grande abrangência entre clientes, usuários e mercados distintos. Conceituar o papel do *design* é uma tarefa árdua desde o surgimento do termo no século XIX, auge da revolução industrial. Apesar disso, a atividade de designar e orientar sua significação se torna cada vez mais difícil onde, nas últimas décadas, a palavra em si, ganha cada vez mais destaque e valor econômico. Segundo o *designer* e sociólogo alemão Bernd Löbach (2000), o "*Design Industrial* é um processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupo de usuários" (LOBACH, 2000, p. 22). Lobach abre caminho para explorarmos o entendimento de "necessidades físicas e psíquicas dos usuários" aplicado ao conceito que os autores Manzini e Vezzoli exploram no livro "O desenvolvimento de produtos sustentáveis". Os requisitos ambientais dos produtos industriais" (2002) onde defendem que design industrial:

[...] deve ser entendido no seu significado mais amplo e atual, que não se aplica somente a um produto físico (definido por material, forma e função) mas que se estende ao sistema-produto. Isto é, ao conjunto integrado de produto, serviço e comunicação com que as empresas se apresentam ao mercado (MANZINI; VEZZOLI, 2002, p. 19).

Com a exacerbada demanda do capitalismo, o consumo de produtos é alicerçado pelo desejo humano de consumir gerado pelas abordagens e persuasões de uma indústria que visa somente o lucro. Com isso, é deixado de lado do processo, grande parte dos seus impactos pré e pós aquisição por parte da indústria. Segundo Rafael Cardoso Denis, os *designers* como atores centrais desse processo:

[...] do, o que pode ajudar a enfrentar os dilemas ideológicos gerados pelo declínio dos dogmas modernistas ao longo das duas últimas décadas e pela ascensão paralela da informática (DENIS, 1998, p.26).

Publicado em 1971 pelo designer Victor Papanek, *Design for the Real World* (*Design para o Mundo Real*), propõe uma mudança de olhar para essa sociedade de pessoas que estava à frente das demandas e produções para o mercado: os designers (CARDOSO, 2016). Visto que, desde a formação e atuação dos *designers* até então, se voltava apenas para a concepção de produtos para o mercado, onde a preocupação não tinha como centro o intuito social de solucionar, melhorar ou oferecer novas formas de conforto, dignidade e humanidade às pessoas (MANGOLIN; MANGOLIN, 2004). A função social não ganhava espaço para discussão e nem execução, o que na visão de Papanek, só leva o mundo ao fracasso e ao esgotamento de uma sociedade que não consegue se auto sustentar socialmente e ecologicamente.

1.3.10 designer como agente mediador da relação livro-leitor

Com os avanços da tecnologia na área do *design* gráfico, permitindo a ampliação do potencial de inserção da ilustração ao longo das páginas dos livros, os ilustradores passaram a atuar como realizadores de qualquer recurso de produção de imagem. Os ilustradores, ao passar do tempo, começaram a carregar grande importância e responsabilidade no processo

de produção e percepção dos conteúdos. É importante ressaltar que as ilustrações carregam interpretações que o leitor não possui acesso diretamente do texto contido no livro, logo o ilustrador é responsável por somar sentidos ao conteúdo verbal (FARBIARZ, 2008).

Além disso, a ilustração é resultado da produção de sentidos do ilustrador, de seus pensamentos e sensações, e de sua preocupação com para quem o livro está sendo escrito. É a colocação de seu repertório cultural em diálogo com o repertório do escritor, do designer gráfico, do editor e do possível leitor modelo (usuário final) entre outros." (FARBIARZ, 2008, p. 43).

Indo além, o *designer* como profissional, age como agente mediador de concepção e aprendizagem no "(...) processo de ampliação da experiência visual e da configuração de artefatos educacionais mediadores de conhecimento." (COUTINHO; LOPES, 2011). Pois, desde seus primeiros passos, os indivíduos em formação pedagógica que são estimulados para o desenvolvimento das capacidades visuais, tendem a se alfabetizar de forma mais íntegra, e mesmo cada um com a sua especificidade, estimular o poder da "imaginação, percepção, pensamento criativo, cultura visual, senso estético e senso crítico" (COSTA; COUTINHO, 2009), são fatores que auxiliam no trajeto de edificação do próprio ser.

Portanto, a mediação dos *designers*, juntamente com os profissionais paralelos ao processo de concepção como: editores, autores e ilustradores, é de suma importância no planejamento, concepção e execução desses conteúdos informacionais que, ao final, serão mediados por outros agentes formadores, como professores e familiares (FARBIARZ et al., 2008).



CAPÍTULO 2

PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL



2.1 Metodologia

O desenvolvimento do presente projeto aconteceu através da imersão, análise, síntese, ideação e prototipação de uma solução em *design* baseada em uma problemática prévia. À esse método é dado o nome de *Design Thinking*, que "que vê na multidisciplinaridade, colaboração e tangibilização de pensamentos e processos, caminhos que levam a soluções inovadoras para negócios (VIANNA et al., 2013, p.12).

Esse método, além de focado em inovação de serviços, visa ampliar o olhar de quem busca criar soluções com o objetivo de se observar e aprender com todo o ecossistema da problemática (1996 apud SIMON, p. 164; FERRO, 2018, p. 43) para que a sua resolução seja voltada para pessoas e não apenas para criar novas necessidades de consumo. Ou seja, pensar como um *designer* neste sentido, é ir além, mergulhando nas causas e as consequências e trabalhar com o usuário constantemente durante esse processo de busca para uma solução assertiva e duradoura.

2.2. Público-alvo e personas

A definição de público alvo deste projeto foi concebida através da Imersão no tema usando o método de *Pesquisa Desk* proposto por Vianna et al. (2013). Em um primeiro momento, foram listadas algumas estratégias governamentais na área da educação e teorias que buscassem explicar o distanciamento dos brasileiros com a leitura. Através das informações coletadas, compreendemos para quem se destinaria nosso projeto.

[A *Pesquisa Desk*] É uma busca de informações sobre o tema do projeto em fontes diversas (*websites*, livros, revistas, *blogs*, artigos, entre outros). O nome *Desk* origina-se de *desktop*, e é utilizado porque a maior parte da pesquisa secundária realizada atualmente tem como base referências seguras da internet. Usada para obter informações de outras fontes que não os usuários e os atores envolvidos diretamente com o

2.2.1 Público-alvo primário

O grupo definiu previamente que iria focar em indivíduos na fase escolar, uma vez que as pesquisas sobre o distanciamento com a leitura consideradas no primeiro capítulo deste texto aconteceram com crianças e adolescentes.

Para definir com precisão a faixa etária a ser trabalhada, foi preciso chegar ao consenso de que o projeto não teria como objetivo participar do processo de alfabetização dessas crianças. Logo, foi considerada a quinta meta da lei nº13.005/2014, mais conhecida como Plano Nacional de Educação (PNE), para elucidar que o ano letivo limite para a alfabetização em território nacional é o terceiro ano do ensino fundamental I (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2014).

Considerando também que o grupo não pretende oferecer qualquer tipo de solução voltada para o incentivo da leitura dos chamados “livros pré-vestibular”, recomendados por boa parte das escolas durante o ensino médio, foi definida que a faixa etária ideal para ser trabalhada é de 11 à 14 anos, uma vez que esta é a faixa regular entre os alunos do ensino fundamental II.

Este público geralmente ainda não iniciou uma rotina de leitura, embora já tenha passado pela fase de alfabetização. Fica a critério dos pais e dos educadores, incentivar ou não a leitura entre esses. Ao chegar no ensino médio, no entanto, passam a ter a leitura de livros clássicos como critério de avaliação em boa parte das escolas, uma vez que essas estão comprometidas com a sua preparação para os vestibulares, mesmo sem tê-los preparado para essa frequência de leitura previamente.

Como a solução idealizada pelo grupo, desenvolvida no capítulo 2.5, é dependente do acesso à *internet*, acatou-se também o dado citado anteriormente, que foi apurado pelo TIC *Kids* 2019, de que 87% das crianças e adolescentes em escolas urbanas, o equivalente a 24 milhões de pessoas, consideram-se usuários de internet (COMITÊ GESTOR DA *INTERNET* NO BRASIL, 2020).

2.2.2 Público-alvo secundário

O público-alvo secundário são indivíduos que estão ligados diretamente com o público-alvo primário defendido anteriormente. Como defendido anteriormente, os pais e educadores são os principais responsáveis pelo incentivo à leitura entre o público-alvo primário selecionado.

Mesmo este trabalho não tendo como foco principal a atuação dentro de escolas devido à difícil penetração, os professores são apontados como sendo o centro da discussão quando se trata de incentivo ao ato da leitura. Segundo o Plano Nacional de Livro e Leitura (PNLL) que é estruturado em quatro eixos, a formação de mediadores da leitura, que nesse contexto escolar são os professores, é de suma importância para o despertar da prática de leitura (AMORIM, 2009).

A família tem como dever social educar e prover assistência para os seres dependentes do lar (BOCK, FURTADO e TEIXEIRA, 1999). Indo além, espera-se que essa desenvolva um trabalho conjunto com a escola, ajudando não somente a tornar público infantojuvenil mais leitor e engajado e acompanhando seu desenvolvimento escolar, sendo isso de suma importância para o progresso desses indivíduos. Segundo Reali e Tancredi (2005, p.240) escola-família “compartilham a tarefa de preparar as crianças e os jovens para a inserção crítica, participativa e produtiva na sociedade”.

2.2.3 Personas

Uma vez definidas, analisadas e sintetizadas as características dos públicos-alvos primário e secundário, desenvolvemos as personas do projeto.

Personas são arquétipos, personagens ficcionais, concebidos a partir da síntese de comportamentos observados entre consumidores com perfis extremos. Representam as motivações, desejos, expectativas e necessidades, reunindo características significativas de um grupo mais abrangente. [...] Elas auxiliam no processo de design porque direcionam as soluções para o sentido dos usuários, orientando o olhar sob as informações e, assim, apoiando as tomadas de decisão. [...] Deve-se atribuir um nome e criar histórias e necessidades que ajudem na "personificação" deste arquétipo (VIANNA et al, 2013, p. 80).

Foram criadas três personas, sendo duas baseadas no público-alvo primário e a outra baseada no secundário. As duas primeiras personas, Renan e Leticia, variam principalmente em idade e classe social e possuem perfis sociais opostos. A terceira, Cida, representa uma mediadora da leitura.



Renan, 11

Solteiro
Classe social: C2
Escola pública estadual.
Estudante.

Hábito de leitura:
Alto - 5 livros por ano.

Biorafia

Morador de Campinas/SP, Renan é filho único e vive com a mãe e o pai em um apartamento. Tem o melhor estilo de vida entre os colegas de classe.

Por influência do pai, Renan aprendeu a gostar de jogar videogames e de ler histórias em quadrinhos e mangás.

Cresceu em um ambiente bastante regrado e disciplinado. Sempre foi estimulado a ler pelos pais e recebia muitos livros de presente. Não gosta muito de ler livros em formato de narrativa e dá preferência aos quadrinhos em sua escolha.



Acesso ao digital



Engajamento social



Interesse pela leitura



Só consegue ser extrovertido online e muitas vezes nem na escola.

Não tem muito amigos para conversar sobre as leituras.

Perde a concentração em livros muito longos facilmente.



Letícia, 14

Solteira
Classe social: D1
Escola pública estadual.
Estudante

Hábito de leitura
Médio - 2 livros ao ano

Biorafia

Moradora de Recife/PE, Letícia vive com a mãe e os irmãos na periferia da cidade.

Sempre gostou de se maquiar e, desde que ganhou seu celular, têm postado alguns vídeos sobre o assunto nas redes sociais.

Acredita que se fizer tutoriais e challenges de maquiagem inspirados em personagens de livros, pode aumentar o alcance de seus vídeos.



Acesso ao digital



Engajamento social



Interesse pela leitura



Não tem acesso aos livros por conta da baixa renda familiar

Não tem acesso aos livros por conta da baixa renda familiar

Prefere assistir filmes ou séries do que ler.



Cida, 36

Solteira.
Classe social: C3
Mãe de 2 filhos.
Enfermeira

Hábito de leitura:
Altíssimo - 24 livros ao ano

Biorafia

Moradora de Araxá-MG, Maria Aparecida é enfermeira e mãe de dois meninos (8 e 13 anos).

Sempre tem um livro consigo para poder ler nas horas vagas. Costuma conversar sobre as suas leituras com as colegas de trabalho.

É rigorosa com o desempenho escolar dos filhos e espera que eles ingressem em uma universidade gratuita futuramente.

Tem o sonho de que os filhos leiam tanto quanto ela. Lê para o filho mais novo antes de dormir.



Acesso ao digital



Engajamento social



Interesse pela leitura



Queria que os filhos tivessem contato com outros jovens leitores, para formarem sua própria roda de leitura.

Não consegue matricular os filhos em uma escola que estimule a leitura.

Não acha que filhos de conhecidos sejam boa influência para os filhos em relação aos hábitos.

2.3. Painéis semânticos

Além das definições demográficas estabelecidas para o público alvo, é essencial levantar informações relacionados aos hábitos, rotina, lugares onde frequenta, hobbies e outros fatores que cercam a vida das pessoas para qual o produto irá se destinar. Para criar todo contexto e enriquecer a criação, os painéis semânticos ajudam na visualização de todos esses dados e cargas estéticas (BAXTER, 2000).

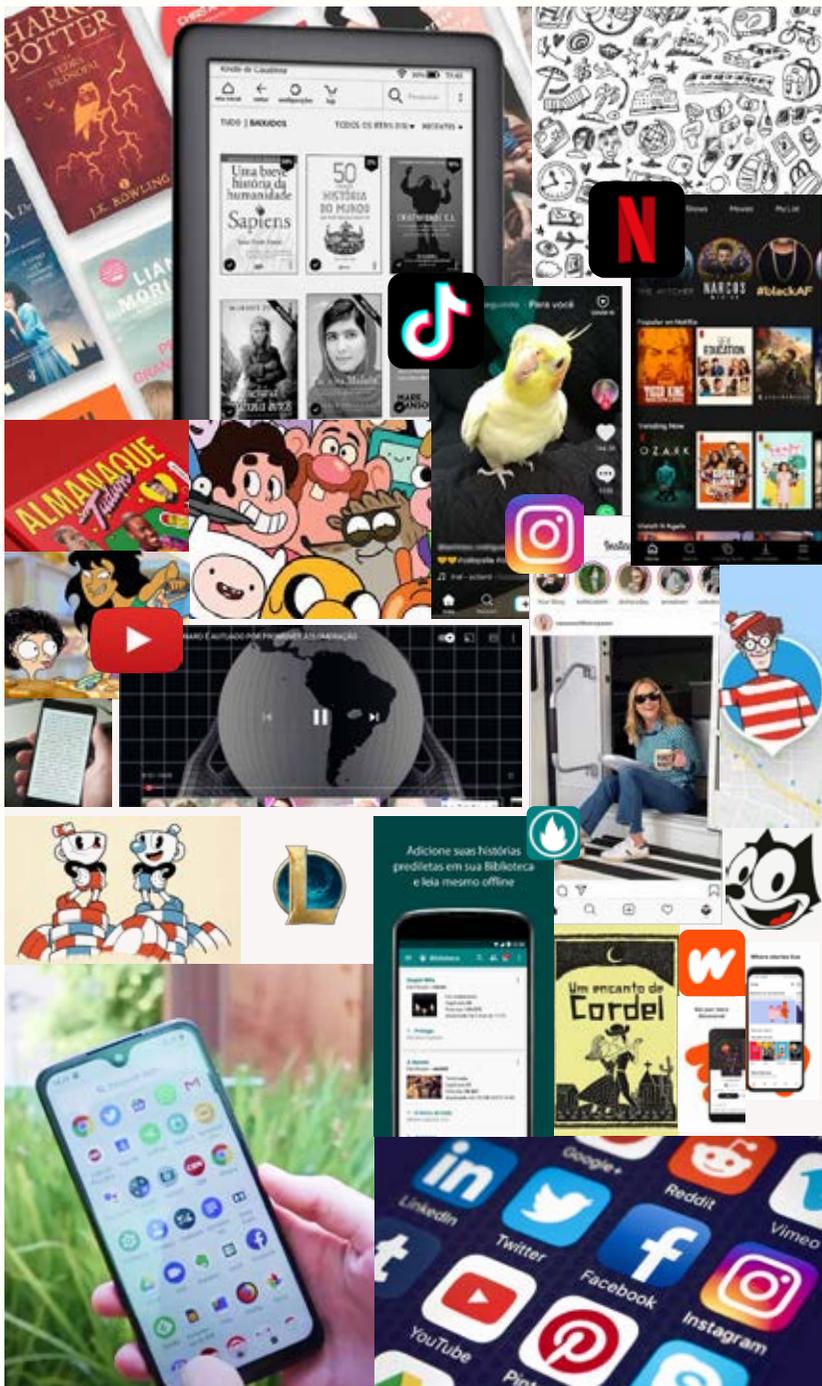
Chamados também de moodboards, os painéis semânticos são um aglomerado de imagens que tem como objetivo representar visualmente uma ideia, um conceito e valores sobre o produto. E isso, auxilia no processo de idealização e criação de um projeto. Através desse recurso de composição de imagens, é possível aumentar o nível de alinhamento em criação com todos os membros criativos do grupo, já que a criação consegue frequentemente ser um processo abstrato e as imagens se expressam de maneira mais eficiente, pois permite uma visualização de aspectos subjetivos sobre a realidade do usuário (PAZMINO, 2010).



2.3.1 Painel Semântico: estilo de vida

Segundo Baxter (2000, p. 190), o painel semântico para estilo de vida deve retratar o dia-a-dia dos futuros usuários do produto que está sendo desenvolvido. Para que possa haver uma correspondência futura entre consumidor-produto, é importante que haja uma completa representação visual acerca do cotidiano do mesmo público.

Portanto, o esboço da vida dos público a qual este projeto se destina, está presente em escolas e lares brasileiros, adentrando-se mais profundamente o estilo de vida do público-alvo primário: crianças e adolescentes de 11 a 14 anos, assim como seus familiares e outros mediadores da leitura como os professores e outros membros formadores do ambiente escolar.



2.3.3 Painel Semântico: tema visual

“juntando-se imagens de produtos que estejam de acordo com o espírito pretendido para o novo produto. (...) Esses estilos representam uma rica fonte de formas visuais e servem de inspiração para o novo produto. Eles podem ser adaptados, combinados ou refinados para o desenvolvimento do estilo do novo produto.” (BAXTER, 2000, p. 191)

É nessa etapa que o processo de criação pode ser melhor identificado, aqui, já são importados valores criativos que a equipe enxerga como possibilidade para a conceituação e composição do produto. Conceitos abstratos ganham forma e cor com componentes presentes na vida cotidiana do público alvo.

Pelo grupo presente, a ideia de conexão foi primordial. No mundo plural que vivemos, entendemos que cada vez mais a conexão entre as pessoas podem ser enriquecedora, e sabendo que nosso público já está imerso nessa realidade, enxergamos que esse fator pode ser de grande valor atrativo para esses futuros usuários, podendo servir como ponte para os princípios de incentivo a leitura dos jovens brasileiros.

2. 4. Identidade visual

Dando seguimento à fase de ideação do projeto, uma vez que a definição do público alvo e a criação das personas foi finalizada, iniciou-se o processo de elaboração da identidade da marca seguindo as definições de Wheeler (2019). Foram desenvolvidos naming, tipografia, paleta de cores, logotipo e a iconografia do projeto.

A identidade da marca é tangível e faz um apelo para os sentidos. Você pode vê-la, tocá-la, agarrá-la, ouvi-la, observá-la se mover. A identidade da marca alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação e torna grandes ideias e significados mais acessíveis (WHEELER, 2019, p. 4).

Desenvolvendo a identidade visual para a marca, o grupo se esforçou para que ela despertasse o interesse dos pré-adolescentes que fazem parte do público-alvo primário, mas que também se tornasse digna da atenção dos mediadores destes com a leitura.

A marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. As pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas (...) é como a escrita manual. Ela representa alguma coisa (WHEELER, 2008, p. 12)

Wheeler reforça a importância de uma marca que traga significado para as pessoas, e para além disso, que marca e usuário reflitam um ao outro através da confiança. Ao que tange a proposta deste projeto, a implementação de algo jovial e acessível aos jovens se faz primordial. Para a persuasão desse público, buscamos entender seu dia-a-dia, com quais marcas esse público interage e qual a melhor maneira de oferecer estratégias de incentivo à leitura.

Analisado por Sandra Cameira (2013, p. 52) através de grandes designers que marcaram presença na construção de marcas que, todo processo de criação se inicia em fases de investigação, para que haja um entendimento

do público da marca e logo a seguir o desenvolvimento da solução, que permite com que cada designer coloque em prática suas habilidades criativas e técnicas, finalizando com a fazer de implementação da marca dentro do contexto para onde a mesma foi idealizada.

2.4.1 Naming

Para a definição do nome do projeto, o grupo iniciou um *brainstorming* que gerou um total de 16 opções (Figura 9). A escolha baseou-se em critérios apresentados no livro de Alina Wheeler, “*Design de Identidade de Marca*” e na facilidade da pronúncia.

Wheeler (2019) define uma boa escolha de naming, quando se suprem sete carências da marca: 1) ser significativo; 2) ter potencial diferenciador; 3) orientar para o futuro; 4) ser modular; 5) poder ser protegido; 6) ser positivo; e 7) ser visível.

O nome certo é atemporal, não cansa, é fácil de dizer e lembrar; ele representa alguma coisa e facilita as extensões da marca. Seu tom tem ritmo. Ele é fantástico no texto de um e-mail e no logotipo. Um nome bem escolhido é um ativo de marca fundamental e está sempre trabalhando (WHEELER, 2019, p. 26)

BrasilLê	Celulivros	Lê+	IReader
Brasilendo	BiblioTech	LivrOn	Livreiro
Brasillivreiro	Leiturê	Literaê	Jovens Leitores
Brasileitores	LivrarApp	LeiturOn	Lendo mais

Figura 9. *Brainstorming* para geração de nomes

Fonte: Produção autoral

Tendo isso em mente o grupo optou pelo nome “Leiturê”. Bastante sonoro, ele faz referência à palavra “leitura” e evoca a brasilidade de uma das linguagens nativas do Brasil, o tenetehára, onde a palavra “ure” significa “nós” (ACÁCIO, 2016, p. 26).

O nome exprime perfeitamente o conceito por trás do projeto, que busca aproximar os jovens da leitura através da socialização. Além de significativo, facilmente reconhecível, e positivo, este é um nome exclusivo.

2.4.2 Tipografia

Outro elemento da identidade visual bastante importante e que se relaciona diretamente ao nome do projeto é a tipografia. Ambrose e Harris (2012) explicam que a personalidade que uma fonte carrega tem o potencial de refletir ou se opor aos valores da mensagem que se pretende transmitir.

Sanders e McCormick (1993 apud AMBROSE; HARRIS, 2012) categorizam as fontes em quatro tipos: romana (*sans-serif*), gótica (*serif*), cursiva e medieval (*handwriting/script*). As que não se adaptam a nenhuma das quatro classificações, geralmente são denominadas “decorativas (*display*)”.

Em termos gerais, romana é a classe em que encontramos todas as fontes com serifa; as fontes góticas são sem serifa; a categoria cursiva descreve as fontes que simulam a caligrafia; e a medieval designa as fontes baseadas na caligrafia manuscrita alemã (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 96).

A família tipográfica escolhida, Boogaloo (figura 10), pode ser classificada como decorativa, uma vez que simula a caligrafia humana de uma fonte gótica. A família tipográfica foi escolhida para o projeto visando transmitir diversão, ousadia e parecer pouco pretensiosa. Para isso, foram feitas algumas modificações para trazer personalidade ao logotipo do projeto (figura 11).

- A letra “L” foi alargada e abriga a letra “e” sobre o traço horizontal;
- As letras “T” e “R” foram conectadas, tendo se tornado um algarismo único, que atravessa o espaço da letra “u”;
- As letras ambas as letras “e” foram grafadas minúsculas;
- A letra “u” foi horizontalmente encurtada para dar espaço ao símbolo “TR”;

- O acento circunflexo (“^”) foi substituído por um ícone de marca-páginas e que pode ser alongado e usado como um elemento gráfico individual para representar a marca (figura 12).



Figura 10. Tipografia Boogaloo

Fonte: Produção autoral

grafia original

LEITURÊ

adaptação para o projeto

LEITURÊ

Figura 11. Grafia original (esquerda) e adaptação feita para o projeto (direita)

Fonte: Produção autoral

2.4.3 Cores

Assim como a tipografia, as cores são determinantes na percepção do público sobre um projeto. Elas têm o poder de diferenciar, conectar, ressaltar e esconder informações, codificando-as e exprimindo uma atmosfera particular (LUPTON; PHILLIPS, 2008).

O conceito por trás da escolha deste projeto são as cores do Brasil. A paleta de cores é composta por cinco tons, dos quais dois, amarelo e azul, fazem parte da identidade visual da marca de maneira mais presente, tendo sido aplicados no logotipo e na sua redução. Os demais, marron, rosa e azul, foram acrescidos à paleta para servir de apoio em materiais oficiais, stands, ilustrações e na interface do usuário.



Figura 12. Logotipo (esquerda) e redução do logotipo (direita) com paleta de cores aplicada

Fonte: Produção autoral



Figura 13. Paleta de cores

Fonte: Produção autoral

2.4.4 Ilustrações

As ilustrações escolhidas para compor este projeto fazem parte dos projetos *Open Doodles* e *Open Peeps* do designer, ilustrador, músico e escritor de histórias em quadrinhos, Pablo Stanley e foram disponibilizadas gratuitamente no site blush.design.

A coleção *Open Doodles* foi escolhida para compor os materiais de divulgação do projeto, espaços físicos e as redes sociais, enquanto alguns *Open Peeps* serão disponibilizados como opção de ícone de perfil para os usuários.



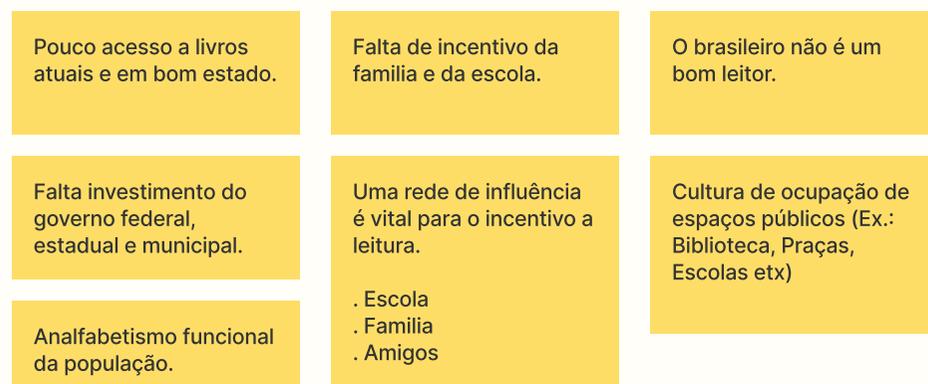
Figura 14. Ilustrações *Open Doodles*

Fonte: Pablo Stanley em blush.design

2.5. Proposta de ação projetual

Seguindo a etapa de Ideação, a realização da técnica de *Brainstorming* (VIANNA et al., 2012) foi essencial para a geração de ideias e propostas com base em toda pesquisa previamente estabelecida de acordo com a problemática.

PROBLEMAS



IDEIAS E PROPOSTAS



Figura 15. *Brainstorming* para geração de ideias e propostas

Fonte: Produção autoral

Nesse processo, trouxemos três pilares principais que amaram a ação projetual. Com a finalidade de exercer presença na vida desses personagens principais do projeto, as três ações são: Aplicativo Leiturê (2.5.2), Site Institucional (2.5.3) e o Espaço Leiturê (2.5.4). Juntas, as propostas de ação projetual visam incentivar a leitura dos jovens brasileiros, democratizar o acesso à informação e a leitura, além de aproximar as médias e grandes editoras do público leitor através de um espaço imersivo para leitura e troca de conhecimento.

2.5.10 porquê de mais um serviço digital: Reflexão e abordagem

Depois de compreender as discussões propostas em torno do papel da leitura na construção da sociedade, observar como sua difusão vem acontecendo no Brasil e como se comporta o público alvo selecionado para este projeto, o grupo estabelece como objetivo propor uma iniciativa que auxilie o público infantojuvenil brasileiro a desenvolver uma leitura consistente e duradoura.

Na faixa etária em que o público-alvo primário está inserido, as crianças e adolescentes começam a perceber e experimentar novos traços de sua própria personalidade. O esforço para o autoconhecimento se choca com a busca pelo pertencimento nas chamadas “tribos pós-modernas” (MAFFESOLI, 2010, p. 08). A necessidade de se relacionar com outros indivíduos acaba refletindo em suas características individuais.

Percebemos que a construção da identidade está intimamente ligada ao ambiente em que o sujeito está inserido, ao sentimento de pertencimento, aos hábitos, às visões e aos posicionamentos perante as situações do dia a dia. Assim, as questões culturais, religiosas, históricas e geográficas se tornam extremamente importantes, fazendo com que o sujeito se sinta pertencente (ou não) ao ambiente e que construa um senso crítico diante das questões cotidianas. Quando discutimos o pertencimento, estamos levando em conta as identidades culturais de cada sujeito (VAZ; ANDRÉ, 2015, p. 03).

Sendo assim, compreende-se que a criação do hábito da leitura em crianças e adolescentes, por exemplo, vai além do incentivo dado em sala de

aula, podendo ser estimulado ou inibido pelo seu círculo social. E isso acontece pois, como seres sociais, somos extremamente influenciáveis pelas pessoas que nos cercam e nossas escolhas são consequência dessas convivências, segundo Jonah Berger (2017, p. 17) em seu livro "O Poder da Influência".

... (a) ciência social decide tudo, desde seu nome até o modo como você escolheu este livro para ler. A influência social, contudo, faz mais do que nos levar a fazer o mesmo que os outros. Como um imã, os outros podem atrair, mas também podem repelir (BERGER, 2017, p.17).

Levando em consideração a importância das redes sociais para a interação social das gerações Z e *Alpha*, o grupo buscou por ambientes online onde o debate sobre a leitura estivesse acontecendo e constatou que entre as poucas redes sociais que tem a leitura como foco, como *Skoob* e *Goodreads*, nenhuma delas tem o público infantojuvenil como foco. Isso faz com que esses leitores criem comunidades de nicho dentro de outras plataformas como o *TikTok*, *Instagram* e *YouTube*.



Figura 16. Canal no Youtube: Livros do Drii

Fonte: Youtube

O adolescente de 13 anos, Adriel Oliveira (Livros do Drii), mais conhecido como Dri, é exemplo desse cenário de influência promovido com a sua própria figura através de suas redes sociais. Dri, compartilha com seus quase 600 mil seguidores no *Instagram* e 15 mil inscritos no canal do *Youtube*, resenhas de livros, indicações de leitura, dicas de filmes e séries, além de contar suas atividades cotidianas. (PINHO, 2020)

Explorando essa lacuna mercadológica, o grupo propõe o uso das “tribos pós modernas” observadas por Maffesoli (2010) e o poder da influência social por Jonah Berger (2017) para estruturar estratégias de incentivo à leitura. Apontado isso, através de um projeto baseado na criação de ambientes de interação social, sendo eles uma rede social *online* e ambientes físicos, o objetivo é aproximar jovens com interesse pela leitura, a fim de potencializar a criação do hábito.

2.5.2 Plataforma Leiturê

O aplicativo móvel é a proposta com a profundidade mais individual e que visa estabelecer uma conexão mais próxima com o público-alvo do Leiturê. O intuito dessa aplicação é servir de:

- catálogo para livros em domínio público;
- catálogo de livros concedidos através de parcerias com editoras;
- diário pessoal de metas de leitura;
- troca de conhecimento entre os leitores através de comunidades;

Utilizamos de estratégias de elaboração que levam em consideração a experiência do usuário (*UX Design*) ao longo da jornada proposta pelo aplicativo. Isso é importante pois reflete ativamente na adoção do usuário. Segundo Steve Krug (2000, p. 19), o propósito das coisas precisa ser o mais óbvio possível, tornar as ações óbvias gera confiança com o produto, então, quanto mais entendemos como esse usuário pensa, mais conseguiremos traduzir a interface.

2.5.2.1 Arquitetura da informação

De acordo com Garrett (2010, p.88) "A arquitetura da informação implica em escolhas sobre como estruturar a informação de maneira que as pessoas compreendam e usem a mesma - estruturar conteúdo." Portanto, criar um fluxo intuitivo para os usuários requer empatizar-se com o mesmo e buscar soluções que se aprofundem com a maneira pela qual esse usuário executa as tarefas, levando o bom *design* de uma interface ser aquele que os usuários não se deram conta, mas alcançaram seus objetivos através da usabilidade oferecida pelos fluxos dessas atividades.

Pensando nisso, concebemos a estrutura e esqueleto (*wireframe*) do Leiturê em 3 etapas: *sitemap*, fluxos de navegação e *wireframe*.

2.5.2.1.1 Sitemap

Com o propósito de comunicar hierarquicamente as seções e conteúdos de um produto digital, os sitemaps servem para a definição, em visão geral, quais serão as principais funcionalidades. (PEREIRA, 2018, p. 89) e no contexto do Leiturê, temos:

- Registro e/ou *Login*
- *Home*
- Catálogo
- Registro de leitura
- Comunidades
- Perfil

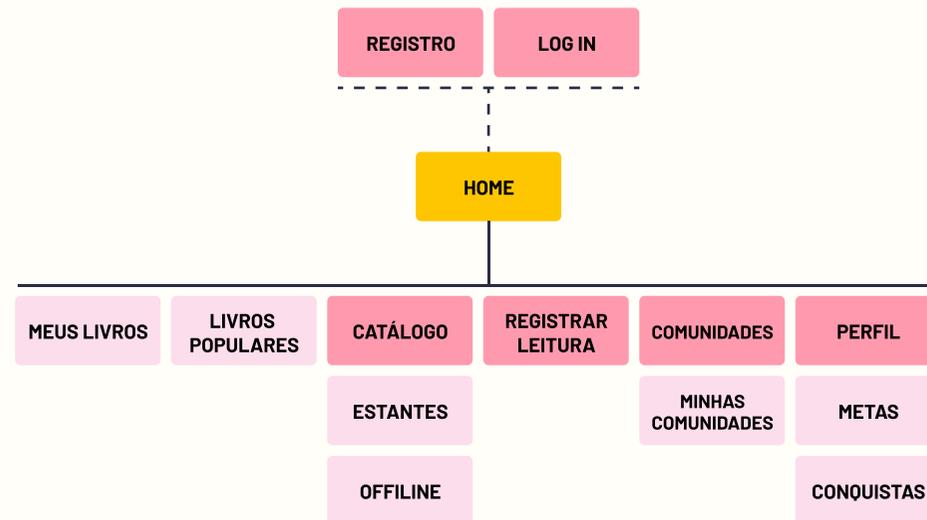


Figura 17. Hierarquia de navegação

Fonte: Produção autoral

2.5.2.1.2 Fluxos de navegação

Os fluxos são importantes para a tangibilização objetiva de quais são as ações possíveis dentro de determinada funcionalidade. Essa etapa é importante, pois serve como base para o desenvolvimento das interfaces da plataforma. (TEIXEIRA, 2011). E os fluxos abaixo, representam os fluxos presentes e possíveis dentro do Leiturê.

• Registro e *Log in*

O fluxo de registro (Figura 18) tem como objetivo a criação da conta do usuário interessado em acessar o Leiturê. Por contar com recursos de personalização, o Leiturê não permite que os usuários acessem os conteúdos internos sem registro e/ou *login*.



Figura 18. Fluxo de Registro e Log In
Fonte: Produção autoral

• Home

A *Home* ou menu principal (Figura 19) é a seção de início da plataforma Leiturê. É nela que o usuário exerce e avança para outras funcionalidades dentro do aplicativo.

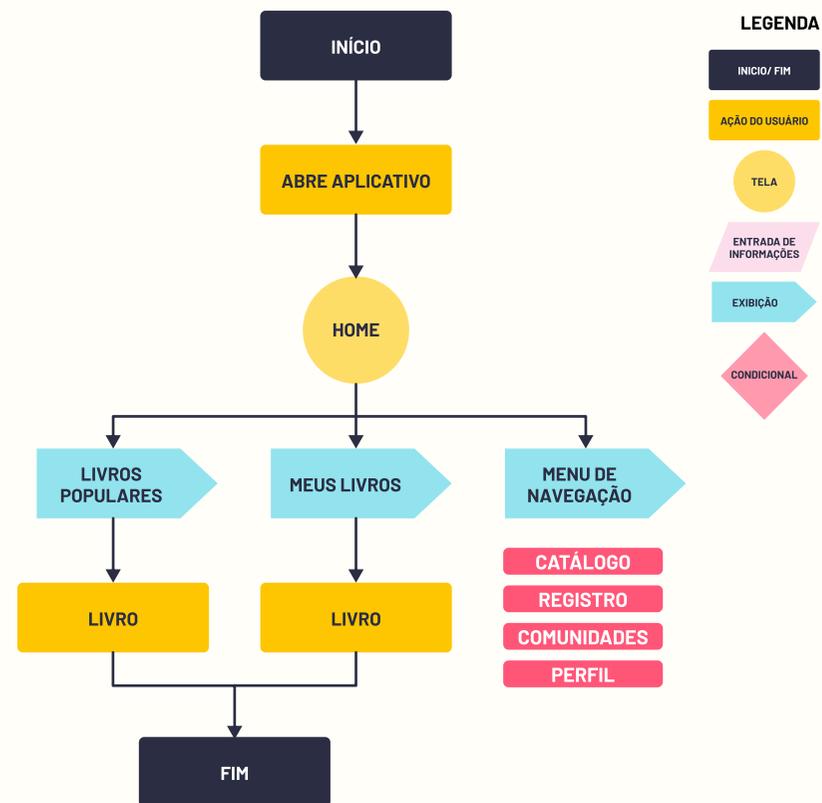


Figura 19. Fluxo da Home
Fonte: Produção autoral

• Catálogo

O Catálogo (Figura 20) tem o objetivo de dar ao usuário o poder de fazer pesquisas além de comportar a criação das "Estantes" que são as seleções feitas e salvas pelos usuários além de também possuir a seção "*Online*", onde os usuários conseguem acessar os livros que foram salvos para realização de leitura *offline*.

LEGENDA

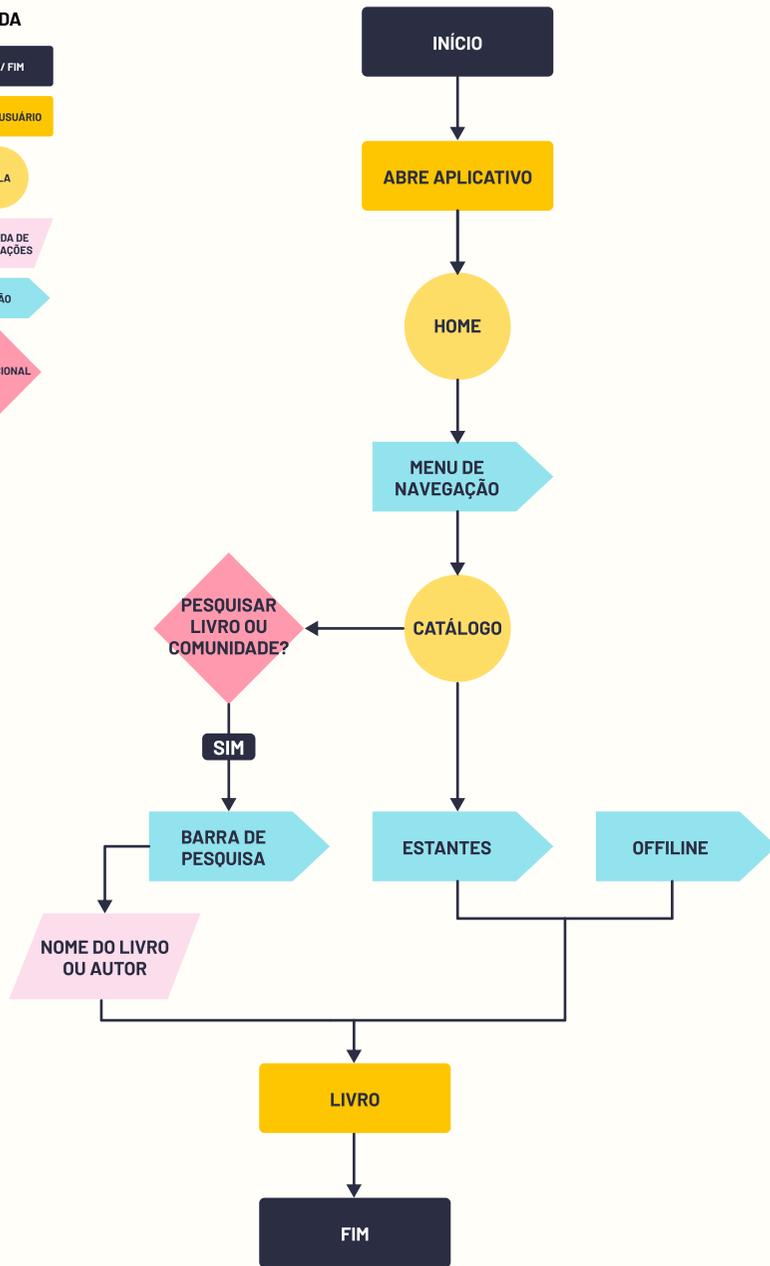


Figura 20. Fluxo do Catálogo

Fonte: Produção autoral

• Registrar Leitura

A funcionalidade de registrar a leitura (Figura 21) tem como objetivo alimentar as metas estabelecidas pelo usuário leitor. A estratégia dessa funcionalidade é uma das principais desenvolvidas para o engajamento dos usuários do Leiturê.



LEGENDA



Figura 21. Fluxo de registrar leitura

Fonte: Produção autoral

• Comunidades

Comunidades (Figura 22) é a seção na qual os usuários conseguem contato com outros usuários da plataforma. O objetivo principal dessa funcionalidade é de conter as discussões coletivas entre os usuários sobre os títulos contidos dentro da plataforma.

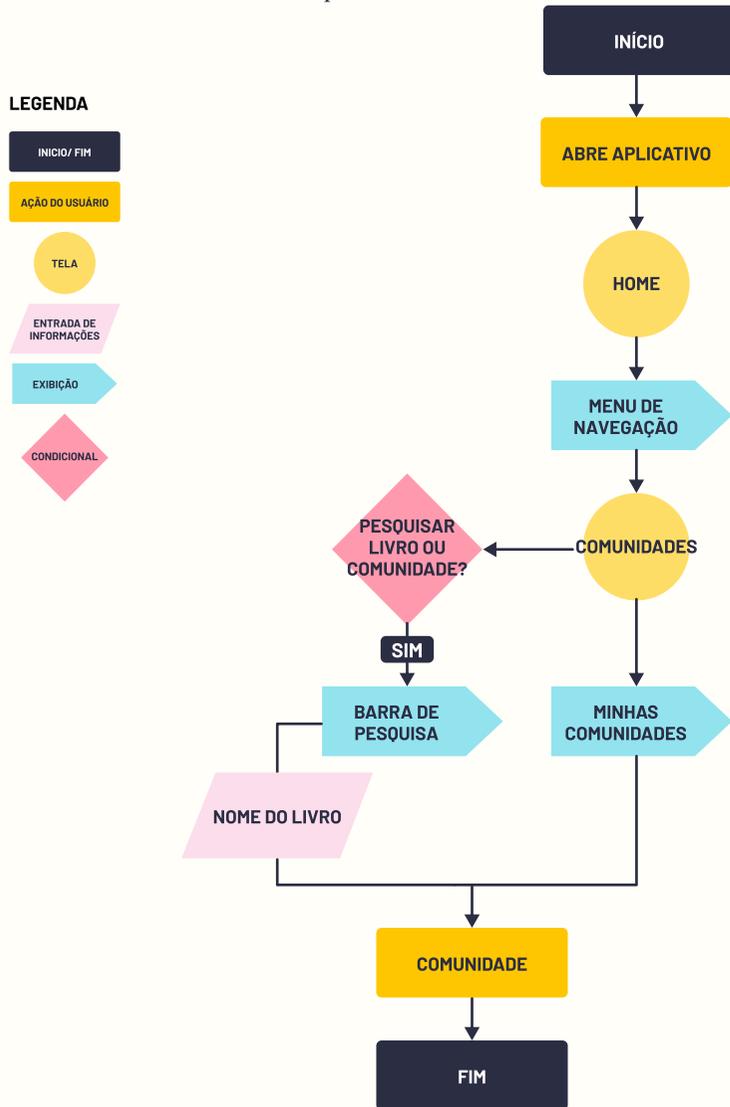


Figura 22. Fluxo de Comunidades

Fonte: Produção autoral

• Perfil

O Perfil (Figura 23) tem como objetivo ser o ponto focal para o engajamento dos usuários dentro da plataforma. Essa seção conta com a aba de "Metas", que é onde o usuário consegue acompanhar e editar as suas metas de leitura e também a aba de "Conquistas", onde é disponibilizado para o usuário as conquistas do mesmo através do atingimento das metas propostas pela plataforma.

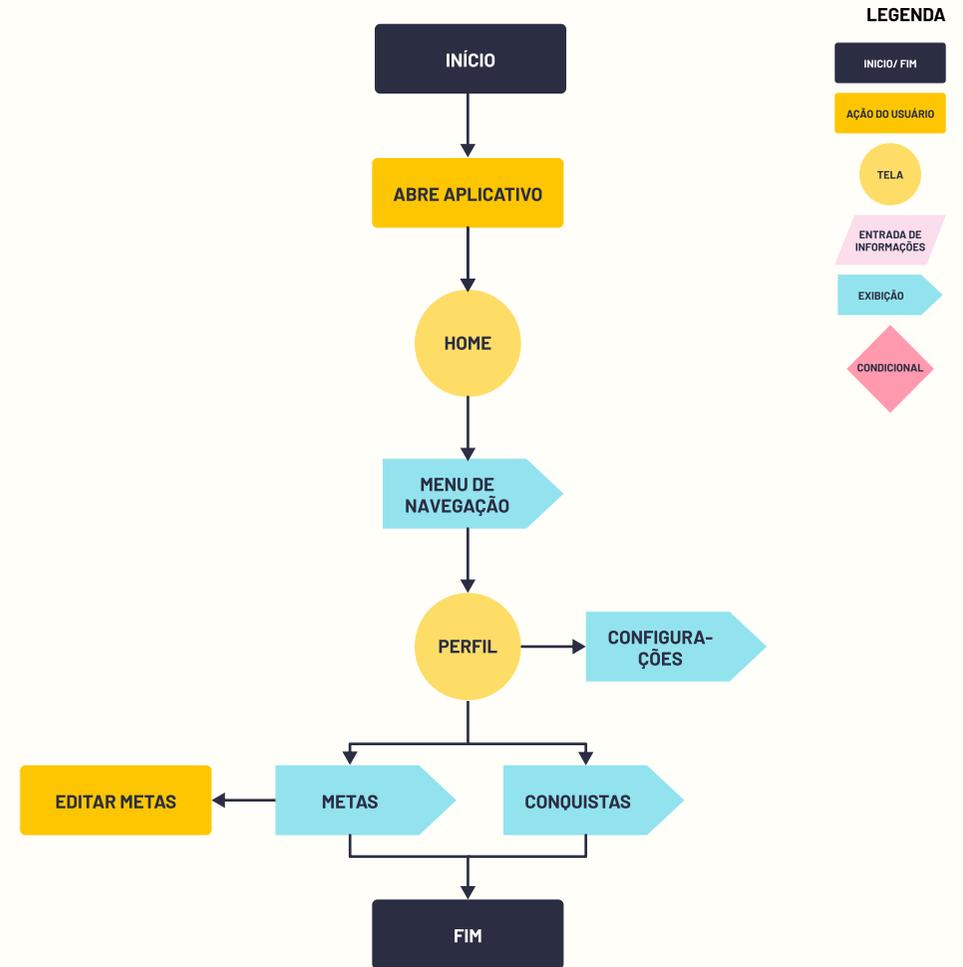


Figura 23. Fluxo do Perfil

Fonte: Produção autoral

2.5.2.1.3 Wireframes

Após a concretização dos fluxos de navegação, a estruturação vem através dos *wireframes* que, de acordo com Garrett (2010, p.108), que o chama de "plano esqueleto", serve para definir a forma da funcionalidade das telas através das hierarquias definidas anteriormente a essa etapa (fluxo de navegação). O autor reforça que o *design* das interfaces são essenciais, pois dá o poder aos usuários de executar as tarefas desejadas, e os wireframes servem de guia para o esboço de ideias para manter o usuário no centro da discussão de forma visual, porém antes do protótipo final, onde mais esforço e tempo serão requeridos para a prototipação em alta fidelidade.

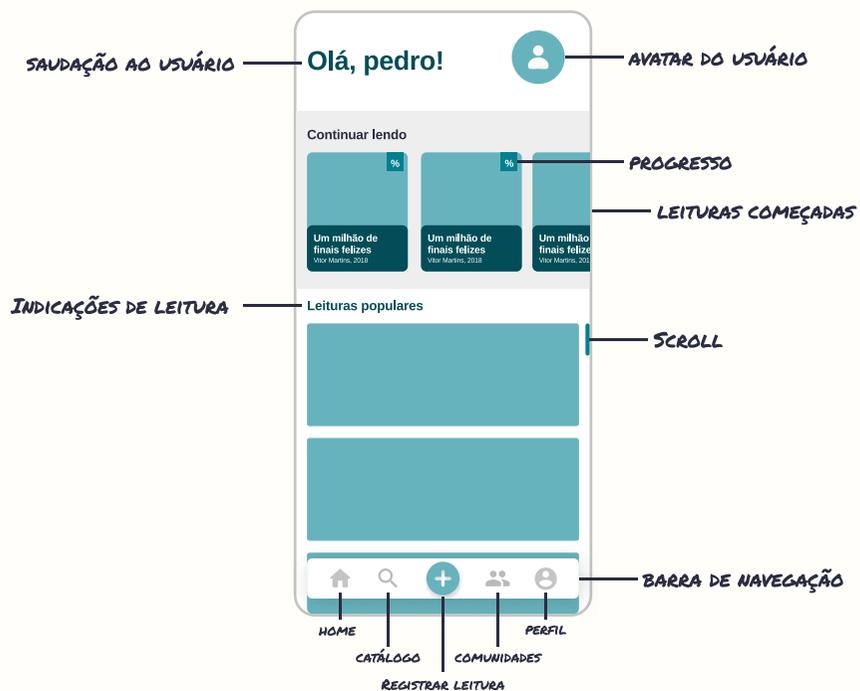


Figura 24. Wireframe da Home
Fonte: Produção autoral

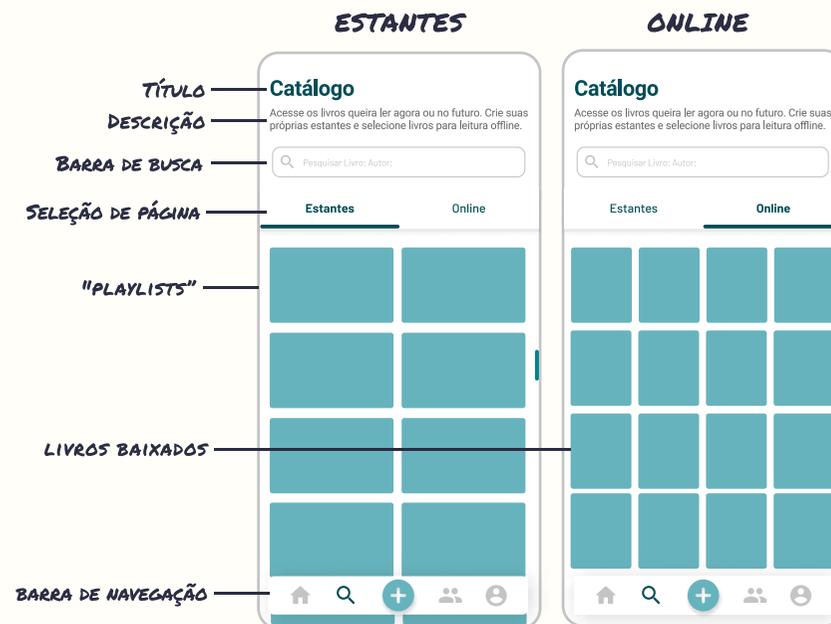


Figura 25. Wireframe de Catálogo
Fonte: Produção autoral

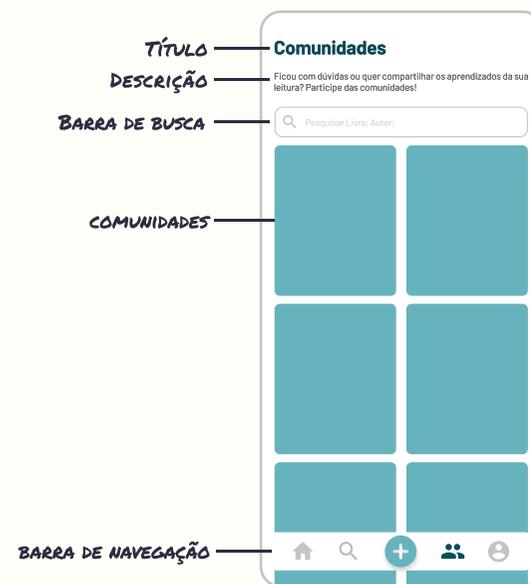


Figura 26. Wireframe de Comunidades
Fonte: Produção autoral

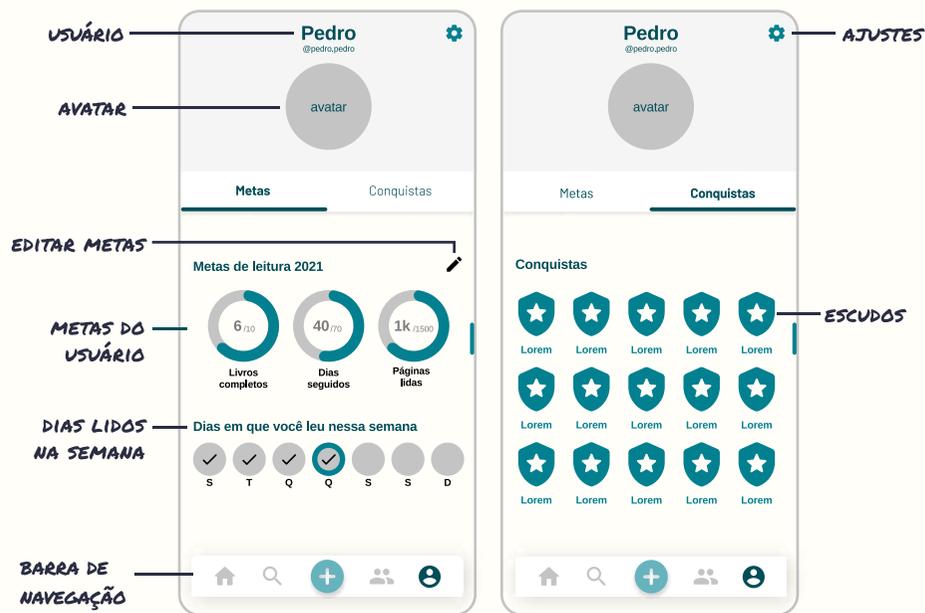


Figura 27. Wireframe de Perfil

Fonte: Produção autoral

2.5.3 Site institucional

Não apenas com o intuito de divulgação aos nossos usuários finais, o site institucional surge com a necessidade de atrair possíveis editoras para parcerias. Com um dos pilares de sendo a democratização do acesso à leitura e informação, o Leiturê precisa contar com a ajuda das editoras dominantes do mercado não apenas para investimentos mas para permeabilização nesse mercado alcançando assim os usuários finais.

O site é dividido em 5 partes: Quem Somos, onde é possível contar a história do Leiturê; Aplicativo, onde o usuário é direcionado ao download do aplicativo; Blog, sessão pela qual é possível ler artigos relacionados à leitura; Editoras Parceiras, são as editoras no qual o Leiturê está trabalhando; Espaço Leiturê, é onde disponibilizamos um mapa onde é possível filtrar por cidade e ver os espaços disponíveis naquela localização.

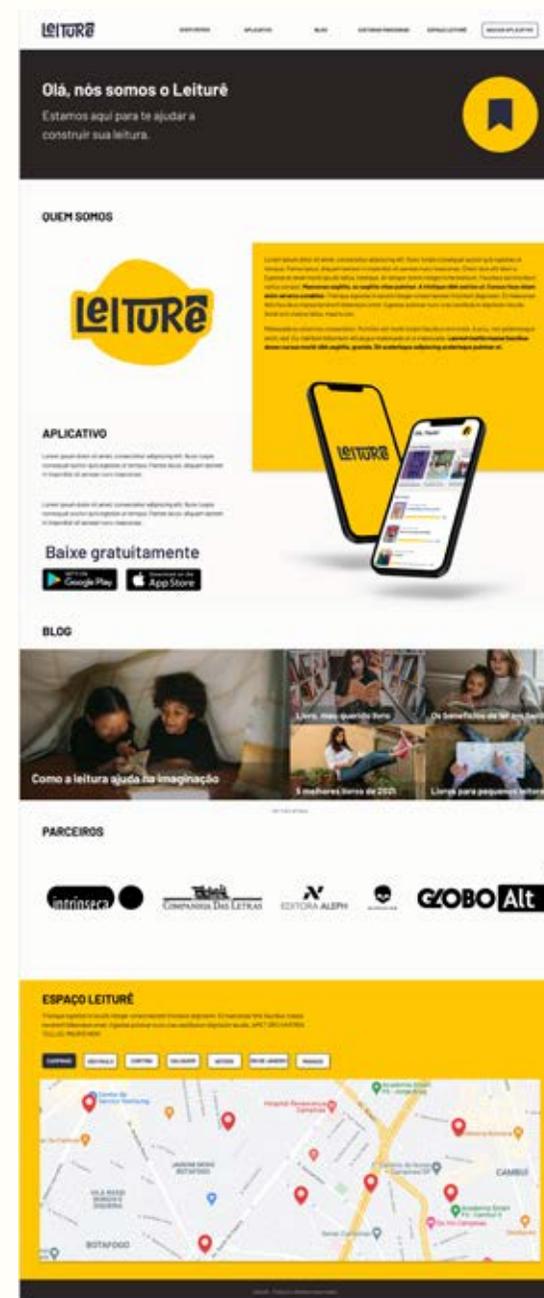


Figura 28. Site institucional

Fonte: Produção autoral

2.5.3.1 Protótipo

Como descreveria Bruno Munari (1981), que chama o protótipo de "modelo", esta fase consiste em reunir todo o processo que levou os articuladores da solução até aqui, a apresentarem o que possuem de mais real ao produto final possível. Dentro do contexto de produtos digitais tal qual estamos propondo, o modelo é chamado de protótipo, onde consiste em uma amostra de uma interface de aplicativo. Idealizado nos fluxos e no wireframe, o protótipo em alta fidelidade segue os mesmos padrões para consistência e padrão.

Para uma navegação e exploração do protótipo do Leiturê, acesse www.leiture.app.

• Tipografia

Barlow Bold 32pt

Barlow Bold 21pt

Barlow Bold 16pt

Barlow Bold 14pt

Barlow Regular 12pt

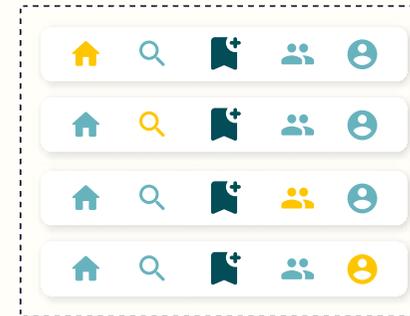
Figura 29. Tipografia Barlow

Fonte: Google Fonts

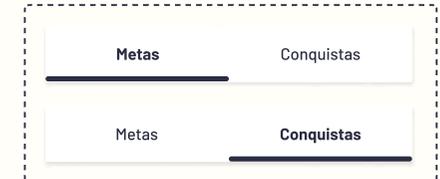
• Ícones e componentes

Na busca da construção consistente da interface do usuário, usamos ícones e componentes do Google Material, que se qualifica como um *Design System*¹.

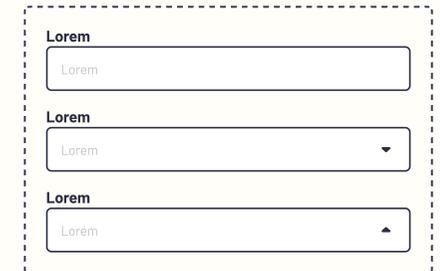
Barra de navegação



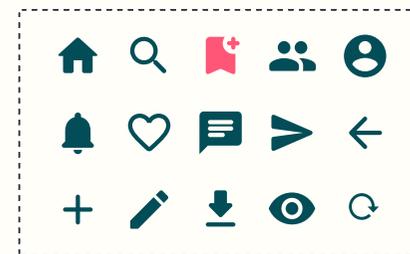
Navegação superior



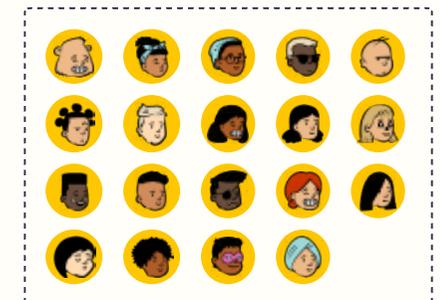
Input do usuário



Ícones



Avatar



Botões

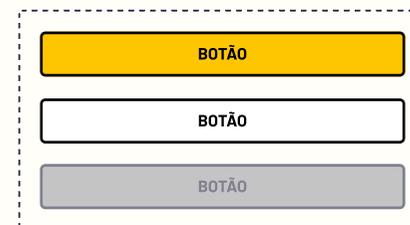


Figura 30. Componentes e ícones

Fonte: Google Fonts

¹*Design System* é um conjunto de ícones, componentes e regras que formam uma biblioteca para construção de interfaces digitais. Um DS pode ser de um produto específico ou para produtos em larga escala com o objetivo de manter consistência e padrão (FESSENDEN, 2021)

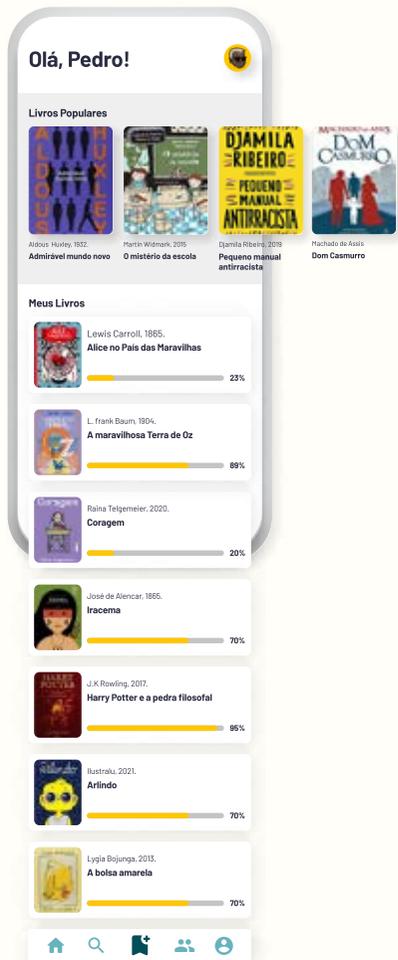


Figura 31. Home

Fonte: Produção autoral

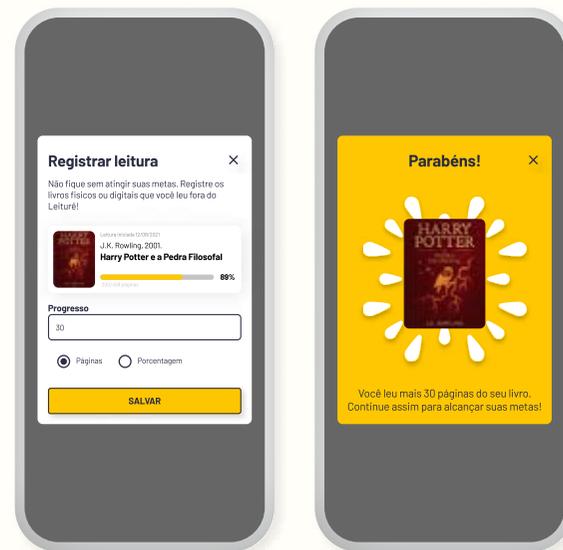


Figura 32. Modal de registro de leitura (esquerda) e modal de sucesso de registro (direita)

Fonte: Produção autoral

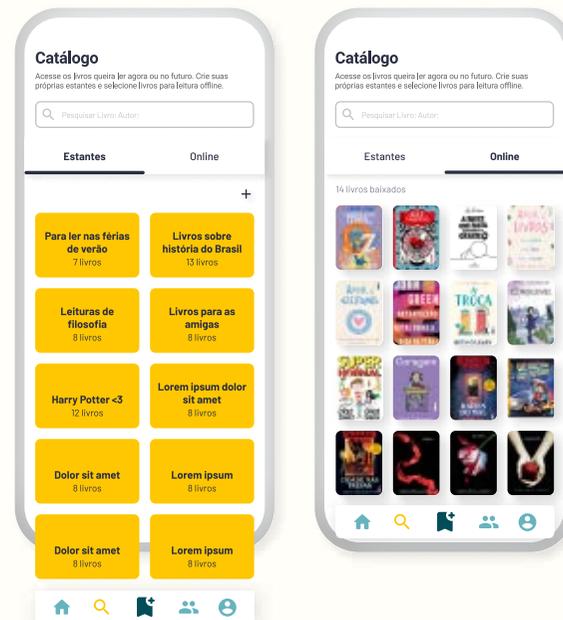


Figura 33. Catálogo - Estantes (esquerda) e Online (direita)

Fonte: Produção autoral

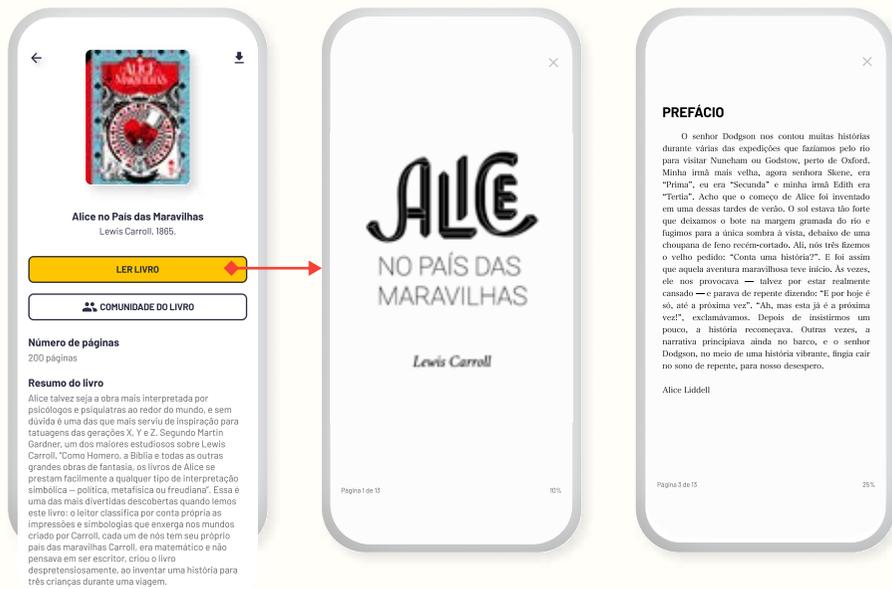


Figura 34. Detalhes do livro (esquerda), leitura do livro (centro e direita).

Fonte: Produção autoral

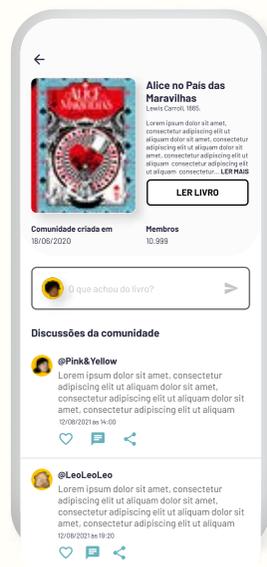


Figura 35. Página da comunidade do livro

Fonte: Produção autoral



Figura 36. Comunidades

Fonte: Produção autoral

2.5.4 Espaço Leiturê

O Espaço Leiturê foi pensado para servir como um espaço imersivo para leitura, onde seja possível abrigar leitores e discussões sobre leitura além de ser um ponte importante entre o aplicativo Leiturê e editoras parceiras com o foco de custear as despesas de implementações desses espaços e ainda ajudar na democratização ao acesso desses livros pagos através de descontos ou distribuição gratuita, a depender da editora parceira.

As imagens tridimensionais para este projeto, foram realizadas pelo grupo através do *software Floor Planner*.

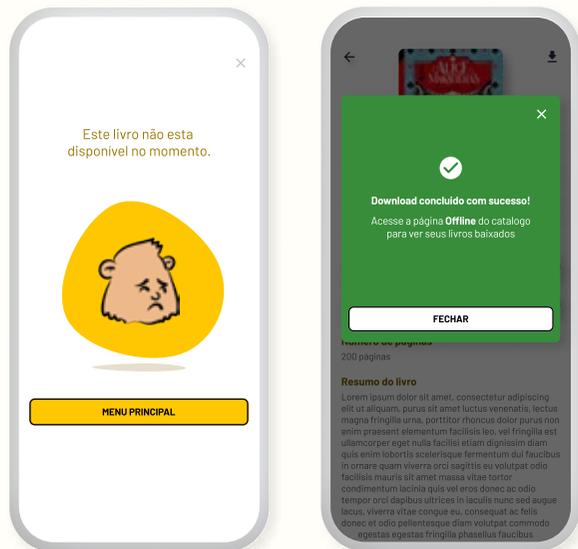


Figura 37. Feedback - Livro não disponível (esquerda) e Download concluído (direita)

Fonte: Produção autoral

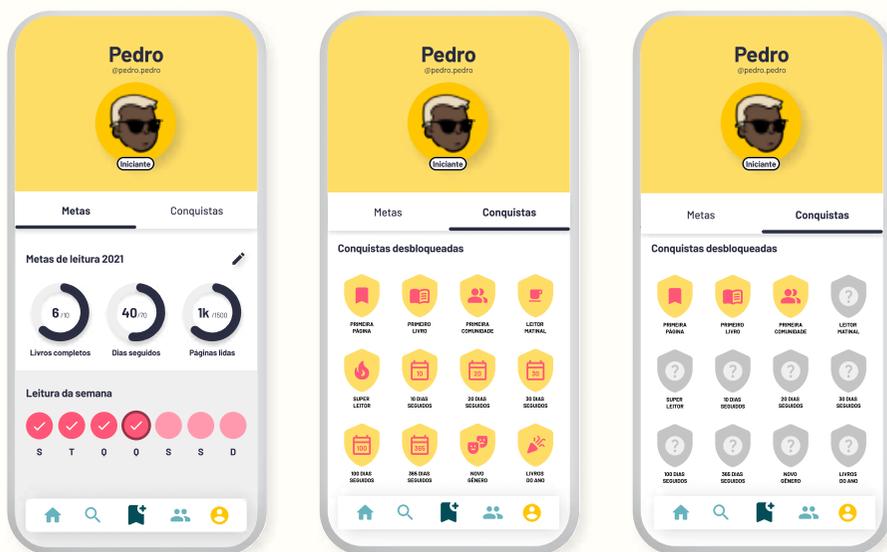


Figura 38. Perfil - Metas (esquerda), Conquistas (centro e direita).

Fonte: Produção autoral

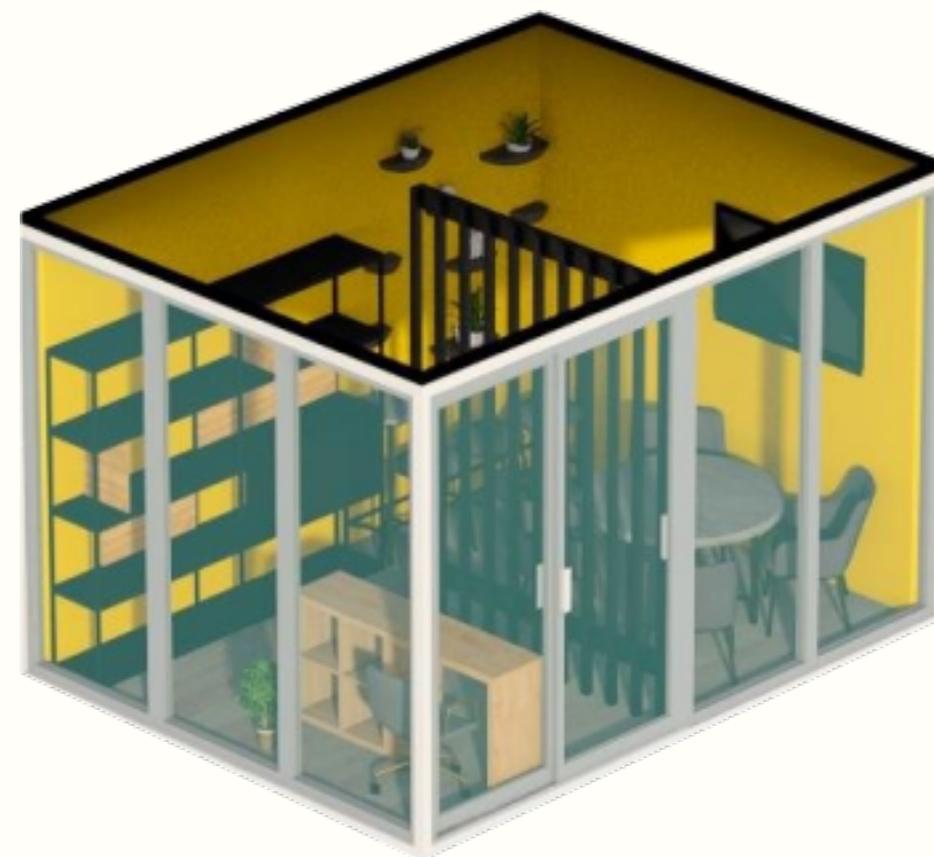


Figura 39. Espaço Leiturê

Fonte: Produção autoral

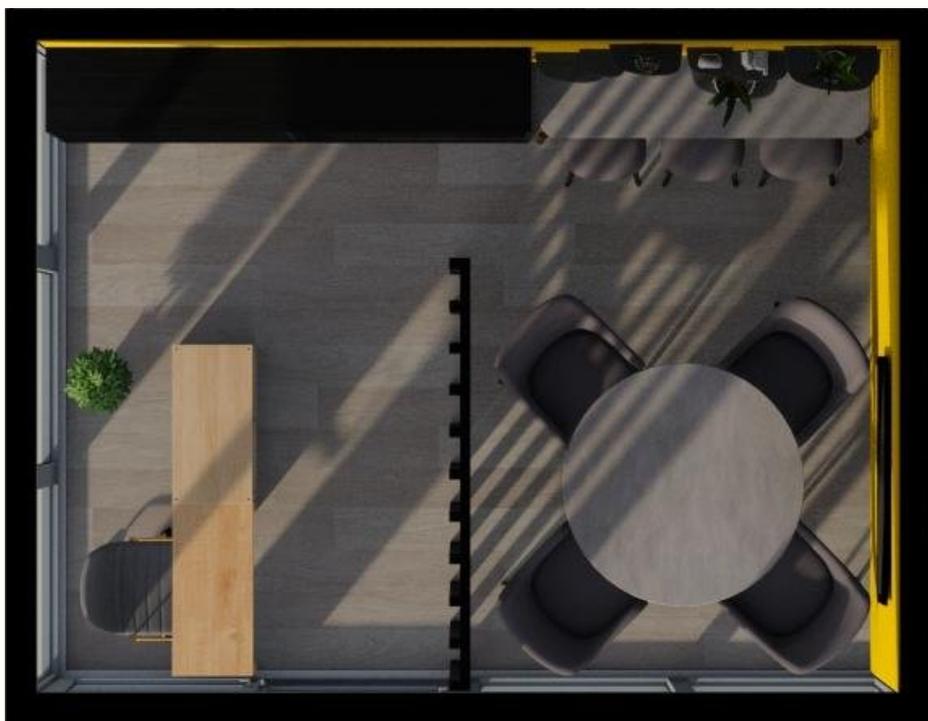


Figura 40. Espaço Leiturê, vista superior

Fonte: Produção autoral



Figura 41. Espaço Leiturê, vista lateral

Fonte: Produção autoral

A etapa de prototipação e testes com os usuários é parte essencial para a concretização de produtos digitais. Com ela, é possível desenvolver soluções com acuracidade que ajudarão na recepção dos produtos pelo seu respectivo público. Neste momento, o produto e toda experiência é colocada a prova com o intuito de ouvir seus usuários e iterar² o produto com os pareceres desses selecionados na fase de testagem.

3.1 Prototipação

Segundo Vianna et al. (2013), " protótipo é a tangibilização de uma ideia, a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade - mesmo que simplificada - e propiciar validações" e essa etapa é fundamental para o sucesso do produto, pois garante que os usuários estejam envolvidos no processo e com isso contribuam no processo de iteração.

Para a realização dos protótipos Leiturê, foi utilizado o *software Figma* assim como a sua utilização para os testes com usuários possibilitado através de espelhamento das telas através da aplicação móvel do próprio software Figma.

A prototipação é versátil e pode ser usada em qualquer etapa do *Design Thinking*. A construção dos testes deve ser baseada nas certezas da equipe do projeto sobre os usuários como começo e após as realizações dos primeiros testes, esses resultados serão usados para novos ajustes (VIANNA et al., 2013, pág. 122).

²Iterar ou Iteração é o ato de edificar algo após o teste. Esse procedimento é comum e importante no desenvolvimento de *softwares*, pois ajuda na assertividade e no funcionamento da solução. Para o *designer*, significa ir aos usuários e voltar com ideias de melhoria e otimização com os resultados obtidos através de entrevistas ou testes de usabilidade (STICKDORN & SCHNEIDER, 2014).

3.2 Teste com usuários

Devido a pandemia do Coronavírus, a etapa da realização de testes com o público alvo foi parcialmente comprometida. Sendo os nossos usuários crianças e adolescentes de 11 à 14 anos foi decidido que a realização dos testes seria presencial por se tratar mais fácil a validação e registro dos testes dentro do protótipo (Plataforma Leiturê, 2.5.1). Sendo assim, a testagem foi realizada na contextualidade total (VIANNA et. al., 2013, p. 123), com o usuário final e no ambiente final sendo esse através de um aparelho móvel com o aplicativo Leiturê com a prototipação em alta fidelidade e como ação complementar, testamos também na contextualidade geral, onde usamos usuários de outras faixas etárias, 20 à 50 anos, porém usando o ambiente final como base, assim como fizemos para o público principal. Essa estratégia foi usada para que pudéssemos analisar mais a fundo e com mais indivíduos a usabilidade da plataforma.

3.2.1 Objetivos do teste

Para a realização do teste, desenvolvemos um roteiro base para testes que permitiu com que os usuários passassem pelas funcionalidades principais da plataforma, como:

1. Criação de conta de usuário;
2. Registro de leitura;
3. Leitura de um título;
4. Participação e interação nas Comunidades;
5. Acompanhamento de metas e conquistas;

Criação de conta de usuário: Espera-se que o usuário consiga passar pelas etapas e preencher os campos requisitados para a criação da conta na plataforma.

Registro de leitura: Espera-se que o usuário consiga lançar seus dados de leitura para a plataforma com o objetivo de alimentar as metas e desbloquear conquistas no *app*.

Leitura de um título: Espera-se que o usuário consiga encontrar o título que procura e/ou continuar a leitura de um título já começado.

Participação e interação nas Comunidades: Espera-se que o usuário consiga entender a dinâmica das comunidades e como interagir com outros usuários em prol da construção de discussões acerca dos títulos.

Acompanhamento de metas e conquistas: Espera-se que o usuário seja incentivado a alimentar e acompanhar as metas estabelecidas em seu perfil na plataforma.

3.2.2 Resultados

Após a realização dos testes, compilamos os resultados em uma tabela para melhor visualização e comparação entre os resultados.

Essa ação foi importante para percebermos que, numa visão geral, a primeira versão do protótipo apresentada para os usuários finais foi facilmente entendida e os objetivos previamente estabelecidos pelo grupo foram cumpridos.

LEGENDA
Executou com facilidade ✓
Executou, mas pediu por ajuda ?
Não conseguiu executar ✗

	Usuário 1	Usuário 2	Usuário 3	Usuário 4
Criação de conta de usuário	✓	✓	✓	✓
Registro de leitura	?	?	✓	✓
Leitura de um título	?	✓	✓	✓
Participação e interação nas Comunidades	✓	?	✓	✓
Acompanhamento de metas e conquistas	✓	✓	✓	✓

Figura 42. Tabela de comparação dos resultados

Fonte: Produção autoral

A funcionalidade de registrar leitura localizada na barra de navegação (Figura 43) pareceu ser uma pequena dificuldade para os usuários, segundo *feedbacks*, dos mesmos, a dificuldade foi entender o conceito de leitura digital dentro e fora da plataforma e leitura física fora da plataforma.



Figura 43. Barra de navegação, versão 1.

Fonte: Produção autoral

A aproximação do grupo para resolver o problema foi a troca do ícone para registro de leitura que, antes era simbolizado por um "+", e agora toma a forma de um marcador de livros com o ícone "+" junto. (Figura 44).



Figura 44. Barra de navegação, versão final

Fonte: Produção autoral

Considerações finais

A partir deste projeto, foi possível compreender a importância das ferramentas do *design* digital no desenvolvimento de um produto ou serviço, pois podem gerar mudanças de hábitos e conseqüentemente gerar impactos positivos na vida das pessoas.

Compreendeu-se também a importância da prática da leitura, mesmo com que com a tecnologia eletrônica venha dominando cada vez mais o dia-a-dia das pessoas, a leitura digital certamente vem sendo uma revolução no ato de ler, mas assim como a prensa de Gutenberg mudou a maneira como produzimos livros do século XV até a invenção do computador que passou a ser intermediário da produção de livros permitindo assim um aumento significativo na oferta e demanda desse mercado. Até este momento, em nada foi alterada a experiência do ato de ler, onde folheamos o livro do mesmo jeito e observamos suas estruturas internas como víamos nos livros pré-gutenberg (século XIV) onde os mesmos eram feitos à mão (CHARTIER, 1998). Isto é, apesar de grandes revoluções tecnológicas no modo de produzir, nada foi alterado no seu produto final até a chegada de livros digitais (SEHN, 2014, p. 62).

Com os avanços da tecnologia na área do *design* gráfico, permitindo a ampliação do potencial de inserção da ilustração ao longo das páginas dos livros, os ilustradores passaram a atuar como realizadores de qualquer recurso de produção de imagem. Os ilustradores, ao passar do tempo, começaram a carregar grande importância e responsabilidade no processo de produção e percepção dos conteúdos. É importante ressaltar que as ilustrações carregam interpretações que o leitor não possui acesso diretamente do texto contido no livro, logo o ilustrador é responsável por somar sentidos ao conteúdo verbal (FARBIARZ, 2008).

Logo, a mediação dos *designers*, juntamente com os profissionais paralelos ao processo de concepção como: editores, autores e ilustradores, é de suma importância no planejamento, concepção e execução desses

conteúdos informacionais que, ao final, serão mediados por outros agentes formadores, como professores e familiares (FARBIARZ et al., 2008).

Para conseguirmos obter os impactos positivos esperados, é de suma importância que, em qualquer uso do design, seja compreendido o contexto em que o público alvo se insere, juntamente com os "pontos de dor", a fim de criar a melhor experiência possível para os usuários.

Desta forma, mantendo os usuários no centro do projeto, foram realizados testes de usabilidade e pesquisas, a fim de validar a melhor experiência possível, que atenda todas as necessidades destes usuários. É importante citar que os processos do design thinking foram essenciais para obter todos estes resultados, desde a ideação do projeto até a construção do protótipo final.

Acreditamos que o Leiturê possui grande potencial de auxílio para o incentivo da leitura no público infantojuvenil brasileiro, para além do que se pode atingir com este trabalho acadêmico. Precisamos levar em conta, que o projeto é de caráter experimental acadêmico e que todas as pesquisas deste trabalho de conclusão de curso, foram feitas ao longo de dois semestres e que para termos dados mais precisos, a fim de executar este projeto no dia a dia, precisaríamos desenvolver outras pesquisas em um período maior de testes.

Por fim, concluímos que o projeto realizado, além de ser caráter experimental acadêmico, contribuiu para a reflexão do quanto design, leitura e mudanças de hábitos são importantes possuem potencial para impactar a sociedade positivamente.

**Saiba mais em
LEITURE.APP**



Referências bibliográficas

ACÁCIO, M. S. J. Análise pragmática do uso do pronome de segunda pessoa e das formas de tratamento no português falado por indígenas Tembé do Rio Guamá, em Cotejo com as ocorrências na língua Tenetehára e no português falado em Belém do Pará. Ribanceira - Revista do Curso de Letras da UEPA. v. 6 n. 1, p. 21-35, 2016. 15p. Artigo (Letras) Disponível em: <https://periodicos.uepa.br/index.php/ribanceira/article/view/879>. Acesso em 05 jun 2021.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos do Design Criativo. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 190 p.

AMORIM, Simone Rodrigues. A abordagem da cidadania cultural na formulação do Plano Nacional do Livro e Leitura-PNLL. 2009. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2697/CPDOC2009SimoneRodriguesAmorim.pdf> >. Acesso em: 4 abril 2021.

ASSEMBLEIA GERAL DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Paris, 1948. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em: 03 jun 2021.

BATISTA, Geisa Mara; OLIVEIRA, Mônica Luiza Lages. Breve história da leitura escolar no Brasil: a formação de leitores. Papéis: Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens-UFMS, v. 22, n. 44, p. 64-85, 2018. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/papeis/article/view/3148>. Acesso em: 15 maio 2021.

BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. Editora Blucher, 2000.

BERGER, Jonah. O poder da influência: as forças invisíveis que moldam nosso comportamento. Alta Books, 2020.

BITTAR, Marisa; BITTAR, Mariluce. História da Educação no Brasil: a escola pública no processo de democratização da sociedade. Acta Scientiarum. Education, v. 34, n. 2, p. 157-168, 2012.

BOCK, A. M. B.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. L. T. (1999). Psicologias: uma introdução ao estudo da psicologia. São Paulo: Saraiva.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). Brasil no Pisa 2018. 2020. Disponível em: <https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/avaliacoes_e_exames_da_educacao_basica/relatorio_brasil_no_pisa_2018.pdf>. Acesso em: 10 mar 2021.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). PISA 2018 revela baixo desempenho escolar em leitura, matemática e ciências no Brasil. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/pisa-2018-revela-baixo-desempenho-escolar-em-leitura-matematica-e-ciencias-no-brasil/>. Acesso em: 20 mar 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica, 2013. Disponível em: < http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=13448-diretrizes-curriculares-nacionais-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 01 abril 2021.

BRASIL. Planalto. Plano Nacional de Educação - PNE. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113005.htm>. Acesso em: 28 mar 2021.

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. O branding e a metodologia de sistemas de identidade visual. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-branding-e-a-metodologia-de-sistemas-de-identidade-visual-branding-and-methodology-of-visual-identity-s-12683>. Acesso em: 1 jun 2021.

CANDIDO, Antonio. Vários escritos. Rio de Janeiro: Editora Ouro Sobre Azul, 2011. PDF. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3327587/mod_resource/content/1/Candido%20O%20Direito%20C3%A0%20Literatura.pdf. Acesso em: 10 mai 2021.

CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Ubu Editora, 2016. 264p.

CASSARO, Juliana; LANA, Sebastiana LB; REZENDE, Edson JC. Educação e e-book: um novo olhar do design sobre esse suporte. Colóquio Internacional de Design, 2015. Disponível em: <https://cefor.ifes.edu.br/images/stories/CGPE/Artigos/Educa%C3%A7%C3%A3o_e_e-book_um_novo_olhar_do_design_sobre_esse_suporte.pdf>. Acesso em: 8 maio 2021.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. TIC Kids Online Brasil 2019: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2020. Disponível em: <<https://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2019/>>. Acesso em: 25 mai 2021.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. TIC Educação 2019: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2020. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123090444/tic_edu_2019_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 27 mai 2021.

CHARTIER, R. A aventura do livro: do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun. São Paulo: UNESP/ IMESP, 1998. 160 p.

COELHO. N. N. Literatura infantil: teoria, análise, didática. São Paulo: Moderna, 2000.

COELHO, Nelly Novaes. Literatura e leitura em tempos de Internet. Via Atlântica, n. 14, p. 75-80, 2008.

CONCEIÇÃO, J. L. M. Jesuítas na educação brasileira: dos objetivos e métodos até a sua expulsão. Rio de Janeiro; Revista Educação Pública, 2017. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/17/3/jesutas-na-educacao-brasileira-dos-objetivos-e-mtodos-at-a-sua-expulso>>. Acesso em: 15 maio 2021.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. Ministério da Educação. Reexame do Parecer CNE/CEB nº 23/2008. 2010. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=5061-parecercne-seb6-2010&Itemid=30192>. Acesso em: 30 mar 2021.

CORTELLA, Mário Sérgio. Importância da Literatura. Instituto Natura, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Enj0I4N31oo>>. Acesso em: 5 abril 2021.

COSTA, Elizabeth Pereira; COUTINHO, Solange Galvão. A cultura visual paralela: o design do livro infantil paradidático. In: IV Congresso Internacional de Design da Informação e III InfoDesign Brasil–Congresso Brasileiro de Design da Informação. Rio de Janeiro: SBDI (Sociedade Brasileira de Design da Informação). 2009.

COUTINHO, Solange Galvão; LOPES, Maria Teresa. Design para educação: uma possível contribuição para o ensino fundamental brasileiro. O Papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Editora SENAC, p. 137-162, 2011

DA SILVEIRA, F. Z., ALVAREZ, B.R. BRODBECK, F. C., DONADEL, B.D.A, RIETH, J.L.S. A experiência do projeto-desafio no ensino-aprendizagem da metodologia duplo diamante no curso de design. Revista Saberes Pedagógicos, 3 (1), 103-116. 2018. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/pedag/article/view/4568>>. Acesso em: 07 set. 2021.

DENIPOTI, Cláudio. Apontamentos sobre a história da leitura. História & Ensino, v. 2, p. 81-91, 1996. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/histensino/article/view/12770/0>>. Acesso em: 29 Abril 2021.

DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. Revista Arcos, v. 1, p. 14-39, 1998.

DESIGN COUNCIL. What is the framework for innovation? Design Council 's evolved Double Diamond. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>>. Acesso em: 13 set. 2021.

ESTÊVÃO, Sara Velez. Design, Comunicação e Mediação: Contribuição de Vilém Flusser para uma sociologia do design. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/2488>>. Acesso em 28 mar 2021.

FARBIARZ, Alexandre. Entre o linear e o não linear do texto impresso ao eletrônico. Os lugares do design na leitura. Rio de Janeiro: Editora Novas Ideias, p. 103, 2008.

FARBIARZ, Alexandre et al. Agentes mediadores da leitura: identidade e interação. Os lugares do design na leitura. Rio de Janeiro: Editora Novas Ideias, p. 17, 2008.

FARBIARZ, Jackeline Lima. Ilustração e autoria: o encontro com a responsabilidade social. Os lugares do design na leitura. Rio de Janeiro: Editora Novas Ideias, p. 41, 2008.

FESSENDE, Therese. Design Systems 101. NN Group, 2021. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/design-systems-101/>>. Acesso em 16 outubro 2021.

FERRO, G. D. S. Design thinking como processo para estruturação de negócios. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná. Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-Graduação em Design. Curitiba, 2018.

FISCHER, Steven Roger. História da leitura. Editora UNESP, 2006.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Editora Ubu, 2017.

FRANCO, Dalva de Souza. A gestão de Paulo Freire à frente da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo (1989-1991) e suas consequências. Pro-Posições, p. 103-121, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pp/a/DstDxKRdPqn98qwyMxLYn5p/?lang=pt>>. Acesso em: 18 maio 2021.

FREIRE, Paulo. A importância do ato de ler em três artigos que se completam. 1 ed. São Paulo: Editora Autores Associados: Cortez, 1989. 49p. PDF. Disponível em: https://educacaointegral.org.br/wp-content/uploads/2014/10/importancia_ato_ler.pdf. Acesso em: 13 mar 2021

GARRETT, Jesse James. The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond. Pearson Education, 2010.

HELLER, Eva. A psicologia das cores. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013. 311p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTÁTICA. Brasil: 500 anos de povoamento. Rio de Janeiro, 2000. p. 221. Disponível em: <<https://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/evolucao-da-populacao-brasileira.html>>. Acesso em: 16 maio 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTÁTICA. Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das condições de vida da população brasileira. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101760.pdf>>. Acesso em: 29 mai 2021.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO; FAILLA, Zoara (org.). Retratos da Leitura no Brasil. 4ª ed. Rio de Janeiro. Editora Sextante, 2016.

KRUG, Steve. Don't make me think. A Common Sense Approach to Web Usability, New Riders, Indianapolis, trad. it. Don't make me think, 2000.

LOBACH, Bernd. Design Industrial. Rio de Janeiro: Edgard Blucher, 2000.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos Fundamentos do Design. 1ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008. 248 p.

MAFFESOLI, Michel. A barbárie em face do humano: as tribos pós-modernas. 2010. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/6870>. Acesso em 08 jun 2021.

MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. Um modelo social de design: questões de prática e pesquisa. Revista Design em Foco, v. 1, n. 1, p. 43-48, 2004.

MARTINS, Darlan. Classe média 'encolhe' na pandemia e já tem mesmo 'tamanho' da classe baixa. In: G1 Economia. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/04/17/classe-media-encolhe-na-pandemia-e-ja-tem-mesmo-tamanho-da-classe-baixa.ghtml>. Acesso em 04 jun 2021.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EDUSP, 2002.

MASCHIETTO, Marina Luiza. Análise da Obra “O problema das bibliotecas brasileiras” aplicada ao Sistema Municipal de Bibliotecas de São Paulo. 2016. Disponível em: https://www.fespsp.org.br/seminarios/anaisVI/GT_05/Marina_Maschietto_GT05.pdf. Acesso em: 03 jun 2021

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Plano Nacional de Educação - Lei Nº 13.005/2014. 2014. Disponível em: <http://pne.mec.gov.br/18-planos-subnacionais-de-educacao/543-plano-nacional-de-educacao-lei-n-13-005-2014>. Acesso em: 30 mar 2021.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. Lisboa: Editora Edições 70, 1981.

NORMAN, Donald A. O design do dia a dia. Editora Anfitheatro, 2002.

OLIVEIRA, Kelly. Salário mínimo passa a valer R\$1,1 mil a partir desta sexta-feira. Agência Brasil de Comunicação, ECM, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-01/salario-minimo-passa-valer-r-1100-partir-desta-sexta-feira>>. Acesso em: 1 jun 2021.

PAZMINO, Ana Veronica. Modelo de Ensino de Métodos de Design de Produtos. Rio de Janeiro, 2010. Tese de Doutorado - Departamento de Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.eed.emnuvens.com.br/design/article/view/73>>. Acesso em: 01 jun. 2021.

PASINATO, Darciel. Educação no período populista brasileiro (1945-1964). Semina-Revista dos Pós-Graduandos em História da UPF, v. 12, n. 1, 2013. Disponível em: <http://seer.upf.br/index.php/ph/article/view/3647>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PEREIRA, Rogério. User Experience Design: Como criar produtos digitais com foco nas pessoas. Editora Casa do Código, 2018.

PINHO, Luzara. Fenômeno na web, aos 13 anos, Adriel, do "Livros do Drii", já leu mais de 100 obras e revela: "A leitura faz a diferença na minha vida". UOL, 16 de setembro de 2020. Glamurama. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/notas/aos-13-anos-adriel-do-livros-do-drii-ja-leu-mais-de-100-obras-e-arrebatou-a-web-com-sua-desenvoltura-a-leitura-faz-toda-a-diferenca-na-minha-vida/>>. Acesso em 10 de outubro de 2021.

PROUST, Marcel. Sobre a leitura. Tradução: Carlos Vogt. 4ª ed. Campinas: Pontes, 2003. 60p.

REALI, A. M. M. R.; TANCREDI, R. M. S. P. A importância do que se aprende na escola: a parceria escola-famílias em perspectiva. Paidéia, 2005, p. 239-247.

REIS, Juliani Menezes dos; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. O livro digital: histórico, definições, vantagens e desvantagens. Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (19.: 2016 out. 15-21: Manaus, AM). Anais. Manaus, AM: UFAM, 2016., 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/151235/001009111.pdf?sequen>>. Acesso em: 7 maio 2021.

SEHN, T. C. M. As possíveis configurações do livro nos suportes digitais. 2014. 272 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/97246/000921116.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 10 maio 2021.

SOARES, Magda. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. Educ. Soc., Campinas, v. 23, n. 81, p. 143-160, Dez. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002008100008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 10 maio 2021.

STICKDORN, M. SCHNEIDER, J. Isto é design thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos. Bookman Editora, 2014.

TEIXEIRA, Fabricio. Os entregáveis da Arquitetura de Informação. Medium, 2011. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/os-entreg%C3%A1veis-da-arquitetura-de-informa%C3%A7%C3%A3o-ff03baf3ba45>>. Acesso em: 20 out 2021.

TOKARNIA, Mariana. Brasil perde 4,6 milhões de leitores em quatro anos. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>. Acesso em Out, 2021

TONETTO, Leandro Miletto; XAVIER DA COSTA, Filipe Campelo. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. Strategic Design Research Journal, v. 4, n. 3, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Filipe-Costa-9/publication/273862410_Design_Emocional_conceitos_abordagens_e_perspectivas_de_pesquisa/links/55c9f94208aeb975674a10b4/Design-Emocional-conceitos-abordagens-e-perspectivas-de-pesquisa.pdf>. Acesso em: 29 mai 2021.

VAZ, Ana Carolina de Souza; ANDRÉ, Bianka Pires. Construindo identidades no espaço escolar: percepções de professores sobre o sentimento de pertencimento dos seus alunos e a construção da cidadania, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/11082>. Acesso em: 08 jun 2021.

VIANNA, Maurício et al. Design thinking: inovação em negócios. Design Thinking, 4a edição, 2013.

WEI-HAAS, Maya. Pintura rupestre de 40 mil anos pode ser o desenho mais antigo do mundo de um animal. In: National Geographic, 2018. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2018/11/pintura-rupestre-de-40-mil-anos-pode-ser-o-desenho-mais-antigo-do-mundo-de-um>. Acesso em: 30 abr 2021.

WHEELER, Alina. Design de Identidade de Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. 2ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2008.

WHEELER, Alina. Design de Identidade de Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

WOLF, Maryanne. O cérebro no mundo digital: os desafios da leitura na nossa época. 1ª ed. Rio de Janeiro: Editora Contexto, 2018. 250 p.

WORLD BANK. Distribution of income or consumption. In: World development indicators. Washington, DC, 2020. tab. 1.3. Disponível em: <http://wdi.worldbank.org/table>. Acesso em: 01 jun 2021.

Leiturê

O DESIGN DIGITAL COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À
LEITURA PARA O PÚBLICO INFANTO-JUVENIL.

A leitura é responsável por desencadear ações e emoções no homem que são mais do que apenas meros gestos banais da vivência humana, são características que movem a nossa existência ao rumo da conexão com o todo e consigo mesmo e são fatores importantes para a nossa sobrevivência. Segundo a pesquisa realizada através do Instituto Pró-livro (IPL) com a execução do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística Inteligência (IBOPE), no ano de 2015 o Brasil teve 56% da população se declarando como leitora. Esse resultado é ainda longe de ser o ideal, mas é um avanço significativo em comparação ao ano anterior com 6% a menos (INSTITUTO PRÓ LIVRO, 2016). O resultado conta com seu maior peso nas crianças e adolescentes em fase escolar devido ao papel da escola em mediar a introdução à leitura. Com base nessa problemática e utilizando-se do método do *Design Thinking*, desenvolvemos o "Leiturê", no qual buscamos por meio do design digital incentivar a leitura de uma forma didática e saudável em crianças e pré-adolescentes.



Have a nice day