

## Leitores eletrônicos dividem opiniões

*Neila Baldi*

No consultório médico, em vez de publicações em papel, você encontra uma porção de aparelhinhos do tamanho de uma revista e a grossura de um lápis que permitem leitura de diferentes títulos. A cena pode parecer futurista, mas é nela em que muitos especialistas em comunicação depositam suas fichas. O pequeno objeto se chama Kindle DX e foi lançado na semana passada pela Amazon, nos Estados Unidos. Trata-se de um modelo maior que os anteriores e, por isso, seria mais adequado para a leitura de jornais e revistas, argumentam seus criadores. Mas ainda assim cabe a pergunta: leitores eletrônicos como o Kindle DX poderão ser uma alternativa viável econômica e culturalmente para as publicações impressas diante do avanço da internet?

Assim como ocorreu com o iPhone, quando muitos brasileiros o tinham antes do lançamento oficial no País, o mesmo acontece com o Kindle e similares. Esses leitores tentam reproduzir da maneira mais próxima possível a experiência da leitura que é possível em livros, revistas, jornais.

Há quem aposte que sua chegada informal ao mercado force uma estratégia oficial da ferramenta no País. Da parte da Amazon, ainda não existem notícias da venda no Brasil. O mesmo se pode dizer da Sony, que produz o Sony Reader PRS 505.

O agrônomo Miguel Cavalcanti, que se diz viciado em tecnologia, espera ansioso pelo lançamento oficial do produto, uma vez que 95% do conteúdo de seu Kindle DX - adquirido em abril do ano passado nos Estados Unidos - hoje é em inglês. Ele quer ter a oportunidade de ler na sua língua e, mais que isso, quem sabe até folhear sua revista ou jornal preferido no aparelhinho. "O futuro é esse", diz. Nos Estados Unidos, o The New York Times e o The Washington Post pretendem fazer testes com o aparelho a partir de julho. Por aqui, representantes de instituições ligadas aos veículos e alguns especialistas de mídia acreditam que a inovação dê certo primeiro no mercado de livros. E que, por mais que seja uma alternativa ecológica, não substituiria totalmente o papel.

"Pela primeira vez ouvi revisteiros do mundo admitindo que o suporte pode evoluir e que estão pensando em como se beneficiar disso", diz o presidente da Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner), Roberto Muylaert. Mas ele lembra que o Kindle ainda é preto e branco e que a Amazon cobra uma comissão para liberar a colocação do conteúdo no equipamento. "Estamos em fase de transição. Antes nem se imaginava esta mudança. Agora já se começa pensar em sua viabilidade", diz.

O professor do programa de pós-graduação da Cásper Libero, Walter Lima, acredita que suportes como o Kindle DX sejam tendência. No entanto, acrescenta que não é uma tecnologia barata, pois custa US\$ 489. Para ele, os grupos de mídia devem construir suas plataformas, como anunciou o presidente da News Corp., Rupert Murdoch. Mas não acredita que isso ocorra brevemente no País, assim como tem a expectativa de que comece pelo mercado de livros.

Gilson Schwartz, professor de economia da informação e novas mídias da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), tem a expectativa de que a tecnologia não deve demorar, pois o Brasil é um território de pessoas ansiosas por novas mídias. Ele observa, porém, que o mercado brasileiro ainda vive uma expansão do livro de papel.

"Por mais que o Brasil tenha a tendência de adesão em massa por novidades tecnológicas, não há a possibilidade de as empresas não esperarem que a novidade se firme lá fora", diz Eugênio Trivinho, professor do programa de estudos pós-graduados em comunicação e semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Ele avalia ainda que existe uma "cultura do papel" - fazer anotações, por exemplo, na margem do livro - e que pelo preço do Kindle DX é possível comprar um notebook e acessar as informações pela web.

Mas Cavalcanti, adepto de todas essas tecnologias, ainda prefere seu Kindle exatamente por não precisar se conectar e por levá-lo para qualquer lugar. "Muitas coisas que antes eu imprimia, agora leio no meu Kindle. A sensação é de ler no papel, pois não brilha no sol".

### **Mercados diferentes**

Lima lembra que existe uma diferença entre a mídia brasileira e a americana. "Eles (americanos) sabem que têm que ir para algum lugar por causa da crise". Naquele país, segundo os dados mais recentes, enquanto a leitura dos jornais na web aumentou 10,5%, a circulação impressa caiu 7%. No Brasil, de acordo com os dados do Instituto de Verificação de Circulação (IVC), o aumento foi de 5% no ano passado. A diferença de dados nesses países reforça a tese de que talvez nos Estados Unidos a mudança ou uma alternativa ao suporte papel seja mais urgente.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 15, 16 e 17 maio 2009, Empresas & Negócios, p. C8.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais