
TÉCNICO EM INFORMÁTICA

Matheus Maciel

Felipe Gregório

Paulo Hoinaski

ProDing

TÉCNICO EM INFORMÁTICA

Matheus Maciel

Felipe Gregório

Paulo Hoinaski

ProDing

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
aprovação no curso de Técnico de
Informática, sob orientação dos
Professores Anderson Oliveira, Sérgio
Montagner e Luciana Brandi.

RESUMO

Diante de dados observáveis através de estatísticas de pesquisas sobre a leitura de livros no Brasil, notamos que havia uma grande barreira entre a acessibilidade e os índices baixos desta realidade, buscamos implementar de maneira prática e usual, um incentivo através da tecnologia para atingir, estimular e ascender os dados decorrentes, propusemos o desenvolvimento de uma aplicação que funcionasse como uma biblioteca virtual, com livros diversos de determinadas categorias, sendo possível a leitura com e sem conexão com a internet e com atrativos derivados de táticas comuns entre os desenvolvedores de UI e UX para atingir a rentabilidade e a visibilidade desejada dos usuários. Recorrendo de uma pesquisa pudemos identificar o perfil dos usuários, o quão influente seríamos sobre a questão da leitura do usuário e aproveitando de recursos visuais e interativos, se conseguiríamos atrair todos os tipos de usuários. Através da mesma, obtivemos resultados relevantes que validam a nossa ideia principal, onde os usuários estavam dispostos a utilizá-lo e assim, influenciando a leitura e também por meio de feedbacks pós uso de nossa aplicação resultamos em uma grande satisfação interativa e visual para com o projeto e fácil de manusear suas ferramentas.

Palavras-chave: Leitura. Acessibilidade. Influência. Tecnologia.

ABSTRACT

In view of observable data through research statistics on book reading in Brazil, we noticed that there was a great barrier between accessibility and low indexes of this reality, we tried to implement in a practical and usual way, an incentive through technology to achieve, stimulate and to ascribe the resulting data, we proposed the development of an application that would function as a virtual library, with books of several categories, being possible to read with and without connection to the Internet and with the attractiveness derived from common tactics between UI and UX to achieve the profitability and the desired visibility of the users. Using a survey we were able to identify the profile of users, how influential we would be on the issue of reading the user and taking advantage of visual and interactive resources, if we could attract all types of users. Through it, we obtained relevant results that validate our main idea, where the users were willing to use it and thus, influencing the reading and also through feedbacks after use of our application resulted in a great interactive and visual satisfaction with design and easy to handle your tools.

Key words: Reading. Accessibility. Influence. Technology.

INTRODUÇÃO

Uma recente pesquisa da revista britânica "The Economist", mostrou dados equivalentes para afirmar que o Brasil é um país de não-leitores, a média de livros lidos no Brasil é de apenas 1.8 livros, ou seja, presenciamos uma carência enorme de leitores em geral. Muito se discute qual o real motivo deste "fenômeno", histórico, social, interesse ou financeiro, ainda não se obteve uma resposta concreta, pois visando de um modo individual, existem diversas circunstâncias para a tal. Nos últimos anos a porcentagem de leitores brasileiros variou tanto para cima como para baixo, atingindo até 55% das pesquisas. A leitura é um hábito que agrega muito ao leitor, além de ajudar no vocabulário, o intelecto também é estimulado, pois os escritos, poesias e a própria literatura são marcos da história e de toda a sociedade, contendo informações relevantes do cotidiano, da evolução do ser humano, a diferença de pensamentos e visões do mundo.

Outro fato recorrente da sociedade brasileira é que hoje 58% da população brasileira utiliza constantemente e diariamente a internet, o principal meio de acesso à internet é pelos smartphones, através destes dados e buscando soluções junto ao nosso conhecimento de desenvolvimento e programação, decidimos fazer algo para mudar a realidade, desenvolvendo um app que estimule a leitura e promova a inserção de novos escritores no Brasil.

A metodologia de pesquisa adotada foi determinada de acordo com pesquisas recentes de institutos brasileiros relacionados à leitura e pesquisas efetuadas por revistas renomadas que buscam trazer fatos sobre a nossa sociedade, além de um questionário online formulado pela equipe, na qual traçamos o perfil da maioria dos leitores e não leitores do Brasil, nelas buscamos índices, razões e um método de reverter e/ou estimular o hábito.

IMPORTÂNCIA DA LEITURA

A leitura tem um peso muito grande e importante na sociedade, na ampliação do conhecimento, na formação de opinião e na educação. Também devemos ressaltar a importância da leitura na sociedade atual e o peso que ela tem no nosso meio social e no cotidiano. Uma das maiores dificuldades da sociedade é o acesso a conteúdos culturais e a bibliotecas, por diversos motivos, como: Falta de tempo, distância, e muitos outros motivos.

Com base na pesquisa realizada pelo Ibope, por encomenda do Instituto Pró-Livro – IPL que é uma associação de caráter privado e sem fins lucrativos mantida com recursos constituídos, principalmente, por contribuições de entidades do mercado editorial, com o objetivo principal de fomento à leitura e à difusão do livro, que se concretiza num conjunto de estratégias destinadas a promover a competência leitora, os hábitos de leitura e o acesso aos livros, especialmente voltado à inclusão cultural de 70 % da população brasileira que não tem acesso ao livro e aos bens culturais. A pesquisa realizada pelo Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), que já vem sendo realizada desde 2001, e encontra-se na sua 4ª edição, Retratos da Leitura no Brasil: 1ª edição foi publicada em janeiro de 2001, 2ª edição em maio de 2008, 3ª edição em março de 2012 e sua 4ª edição em maio de 2016.

Essas pesquisas têm como principal objetivo, avaliar impactos e orientar políticas públicas do livro e da leitura, tendo por objetivo melhorar os indicadores de leitura do brasileiro, promover a reflexão e estudos sobre os hábitos de leitura do brasileiro para identificar ações mais efetivas voltadas ao fomento à leitura e o acesso ao livro, promover ampla divulgação sobre os resultados da pesquisa para informar e mobilizar toda a sociedade sobre a importância da leitura e sobre a necessidade de melhorar o “retrato” da leitura no Brasil. A pesquisa é realizada de forma objetiva, através de perguntas feitas à população, perguntas referentes à leitura de livros indicados pela escola ou lidos por iniciativa própria e livros lidos nos últimos 12 meses.

Foi constatado que 44% da população brasileira não tem o hábito de leitura ou não tem acesso a livros ou conteúdos culturais. As principais motivações para ler um livro foi: Gosto (25%), atualização cultural ou conhecimento geral (19%), distração (15%), crescimento pessoal (10%), motivos religiosos (11%), exigência escolar ou da faculdade (7%), atualização profissional ou exigência do trabalho (7%), outros (1%) e não sabe/não respondeu (5%). Quanto maior o nível de escolaridade do respondente, maiores são as menções a “atualização cultural ou conhecimento geral”. Por outro lado, menores são as

menções a motivações para leitura ligadas a “motivos religiosos” entre os respondentes com maior nível de escolaridade.

Foi constatado pelo Ibope, que quanto maior o grau de escolaridade de um indivíduo, maior é o interesse pela leitura. A maioria dos entrevistados relatam que já fizeram a leitura de livros digital: 56% já leu no celular ou smartphone, 59% no computador, 18% tablet ou Ipad, 4% leu em leitores digitais como o Kindle, Kobo e Lev. Chama a atenção o quanto os celulares ou smartphones despontam nesse cenário como principais dispositivos utilizados para a leitura digital e a baixa menção aos dispositivos específicos para esse tipo de leitura (os leitores digitais).

Foi perguntado aos entrevistados com que frequência vão a biblioteca e por qual motivo frequentam a biblioteca, muitos relataram que vão entre 3 a 5 vezes ao ano a bibliotecas, para fins de estudos e pesquisas, a fim de ampliar o conhecimento e aperfeiçoar a leitura em si. Livros religiosos (principalmente a bíblia), seguem sendo os tipos mais lidos pelos brasileiros, independente do fato de estarem estudando ou não, embora os estudantes tenham contato com tipos de materiais mais variados que os não estudantes. O mesmo ocorre com os mais escolarizados;

O tempo livre dos brasileiros está cada vez mais ocupado e curto por uma variedade de atividades, com destaque em 2015 para o uso da Internet e outras atividades no computador ou no telefone celular (como redes sociais, WhatsApp, entre outras). A falta de tempo por conta do trabalho e da escola, também é um dos motivos pelo qual as pessoas deixam de ler.

Por mais que 55% da população brasileira tem acesso a conteúdo culturais e a leitura, uma grande parcela da população ainda não tem, seja por falta de tempo, incentivo, escolaridade, classe social, Por esses motivos ou mais, necessita chamar a atenção da sociedade para a educação, principalmente para o nível de escolaridade, pois vem afeitando cada vez mais as pessoas.

A leitura é muito importante para o desenvolvimento do indivíduo, ajuda muito na hora de vestibulares, favorece muito na hora de uma entrevista de emprego e no currículo, ajuda na formação de argumentos, não podemos deixar a leitura se acabar.

Levando em consideração a era digital, devemos conciliar os dois assuntos, a tecnologia e a importância da leitura, que estão ao alcance de todos. Ressaltando que a leitura é muito importante para o desenvolvimento humano, mas que podemos tornar as tecnologias em bons instrumentos de estudo e leitura e que haja uma ligação entre os dois, de forma que os dois atinjam a mesma finalidade.

A ERA DIGITAL

Segundo Lima (2016), desde o início de toda a civilização o ser humano está sempre procurando maneiras de facilitar toda e qualquer tarefa que seja delegada a ele. Um ponto que deixa isso muito claro é a comunicação, por isso já foram inventadas inúmeras formas de se comunicar, uma delas são os celulares que foram criados por volta da década de 80 nos EUA, desde então não deixaram de evoluir. Uma dessas evoluções foi em 2007, quando os smartphone foram lançados pela Apple (Iphone) e em 2008 pela Google (Android). Smartphone é uma palavra inglesa que significa “telefone inteligente”, deu significado a um celular com tecnologias avançadas, conduzido por um sistema operacional. A partir de então esses celulares foram sendo aperfeiçoados e outras empresas também aderiram a esses aparelhos e em seu aprimoramento.

Com essa criação vieram os Apps, que de acordo com Guerreiro (2010) é uma abreviação de application, nada mais é do que uma aplicação para ser instalada em um telefone celular o qual possui um sistema operacional. Os aplicativos podem ser úteis de diversas maneiras. Ajudam realizar coisas simples do cotidiano como fazer uma conta, podem servir como fonte de pesquisa, procura de produtos, lojas, serviços e pessoas. As utilidades são imensuráveis.

De acordo com os dados da 28ª pesquisa anual de administração e uso de tecnologia e informação nas empresas, realizada pela fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), o Brasil terá um smartphone por habitante até o final de 2017, isso significa que o Brasil está conectado em massa à Internet e seus recursos. Porém o acesso à internet é muito restrito – por muitas partes – e isso acaba distanciando o usuário de informações corretas ou de relevante importância para o mesmo, fazendo-o desfocar de seus objetivos e aderindo ao mau uso dessa ferramenta.

A era digital veio não para acabar com as formas físicas de ensino, conhecimento, informação ou comunicação, mas como um acréscimo muito mais prático, já que pode usá-los quando e onde estiverem.

O reconhecimento da era digital como uma nova forma de categorizar o conhecimento não implica descartar todo o caminho trilhado pela linguagem oral e escrita, nem mistificar o uso indiscriminado de computadores no ensino, mas enfrentar com critério os recursos eletrônicos como ferramentas para construir processos metodológicos mais significativos para aprender. (MORAN, José; MASETTO, Marcos; BEHRENS Marilda, 2010, p.74)

O ambiente virtual fez aparecer novos meios de leitura e escrita, onde o autor e o leitor obtiveram mais liberdade na hora de ler ou escrever um livro.

O hipertexto é dinâmico, está perpetuamente em movimento. Com um ou dois cliques, obedecendo por assim dizer ao dedo e ao olho, ele mostra ao leitor uma de suas faces, depois outra, um certo detalhe ampliado, uma estrutura complexa esquematizada. Ele se redobra e desdobra à vontade, muda de forma, se multiplica, se corta e se cola outra vez de outra forma. Não é apenas uma rede de microtextos, mas sim um grande “metatexto”¹ de geometria variável, com gavetas, com dobras. Um parágrafo pode aparecer ou desaparecer sob uma palavra, três capítulos sob uma palavra ou parágrafo, um pequeno ensaio sob uma das palavras destes capítulos, e assim virtualmente sem fim, de fundo falso em fundo falso. [...] (LÉVY 1993, p. 40-41)

De acordo com a pesquisa “Digital in 2017: Global overview”, realizada pela empresa We Are Social (2017), mais da metade do mundo agora usa um smartphone, mais precisamente 4,2 bilhões de usuários móveis globais em 2017, igualando a penetração de 66% e mais da metade do tráfego da web mundial agora vem de telefones celulares, o que mostra um crescimento muito grande nos últimos anos, aproximadamente 30% ano-a-ano. Junto a esse crescimento, o mercado online também cresce, e através disso vem o uso de apps, que vem sendo cada vez mais utilizados através dos smartphones.

Segundo Dr. Michael Mandel e Elliott Long, as ferramentas smartphone se tornaram indispensáveis, visto que são usados para a interface das suas casas, suas viagens, seus entretenimentos, seus carros, suas escolas, seus provedores de saúde e seus governos estaduais e locais, ou seja, smartphones e suas ferramentas se tornaram essenciais para a vida do ser humano, já que muitas ações práticas do dia-a-dia podem ser efetuadas através do dispositivo.

Deseja-se implementar uma ferramenta – mais precisamente um app – capaz de motivar e direcionar o usuário à boa prática do uso da internet e aplicativos móveis, dando a ele maior conforto e usabilidade. Trata-se de uma biblioteca virtual, destinada ao estímulo da leitura e escrita.

Atualmente existem milhares de livros pela internet, porém é muito difícil um usuário comum chegar até eles, visto que estão espalhados e com difícil acesso à essas informações, além da dificuldade de novos escritores adentrarem a esse mercado. Pensando nisso, a união de todas essas informações em um só local é de mera importância para aqueles que não encontram informações necessárias, mas que querem desenvolver uma boa leitura e escrita, além de todos os benefícios e elas o trazem.

A biblioteca virtual funciona de forma simples objetiva facilitando o uso do usuário, com um design limpo e interativo, com a exibição de livros como se estivessem

¹ Texto literário em que se baseia uma crítica ou a criação de um novo texto.

em prateleiras, o que faz o mesmo familiarizar com o ambiente. É permitido ao usuário que personalize o seu próprio layout e também que faça download de seus livros favoritos para que os leiam onde quiserem sem conexão com a internet, além de alguns usuários – de uma versão paga – poderem expor seus livros.

Através disso, espera-se suprir todas as dificuldades dos usuários em relação ao acesso às informações, trazendo assim, um ambiente agradável e de conhecimento para aqueles que não encontravam meios para o mesmo.

TÉCNICAS DE INTERAÇÃO E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Para introduzir o conceito analisado mediante à implementação do método ao projeto, é necessário entender o significado do User Experience (UX). Unger e Chandler (2009, p. 3) definem o design da experiência do usuário da seguinte forma:

O design da experiência do usuário é a criação e a sincronização dos elementos que afetam a experiência dos usuários em uma empresa em particular, com a intenção de influenciar as suas percepções e seu comportamento. Esses elementos incluem as coisas que um usuário pode tocar (tais como produtos e pacotes tangíveis), ouvir (assinaturas comerciais e de áudio) e, até mesmo, sentir (o aroma do pão assado e fresco em uma loja de sanduíches). Isso inclui as coisas com que os usuários podem interagir de forma que vão além do físico, como interfaces digitais (sites na Web e aplicações em telefone celular) e, é claro, pessoas (representantes de serviço ao cliente, vendedores e amigos de família).

Os autores (2009, p. 6) dizem que o desafio para o projetista de UX é manter o equilíbrio entre a lógica e a emoção:

“[...] tanto quanto for humanamente possível, quando examino uma página Web ela deve ser evidente por si só autoexplicativa. Eu devo ser capaz de ‘entendê-la’ - o que é e como usá-la - sem desprender esforço nisso”. (KRUG, 2008, p. 11).

Seguindo esta fala, é necessário produzir um ambiente de fácil acesso na qual não exija do usuário um esforço para entender determinadas funções dentro da interface em que ele será sujeito a interagir.

O design da experiência do usuário é a criação e a sincronização dos elementos que afetam a experiência dos usuários em uma empresa em particular, com a intenção de influenciar as suas percepções e seu comportamento. Esses elementos incluem as coisas que um usuário pode tocar (tais como produtos e pacotes tangíveis), ouvir (assinaturas comerciais e de áudio) e, até mesmo, sentir (o aroma do pão assado e fresco em uma loja de sanduíches). Isso inclui as coisas com que os usuários podem interagir de forma que vão além do físico, como interfaces digitais (sites na Web e aplicações em telefone

celular) e, é claro, pessoas (representantes de serviço ao cliente, vendedores e amigos de família).

Existem alguns elementos que compõe a UX, que são totalmente alvos de atenção pelo desenvolvedor, são eles: Interface, Interatividade, Usabilidade, Acessibilidade, Design de interação e o Design visual. Todos estes elementos são considerados em conjunto, a base principal da interação visual e real do produto com o cliente, portanto tratar o produto com grande enfoque

Uma das técnicas conhecidas pelos desenvolvedores de aplicativos e as empresas que os possuem, é o “*User Onboarding*”, ou seja, Integração do Usuário, que visa tornar os usuários novos em ativos através de ferramentas que possibilitem a adaptação e uma melhor mecânica de uso, assim evitando o “esforço” em entender certas funcionalidades.

O princípio global do mesmo, parte de explorar o primeiro contato visual e funcional do usuário para atraí-lo novamente a utilizar aquele produto por diversas vezes, através de suas preferências pessoais e facilidades encontradas na hora de utilizar.

Não se trata apenas da parte visual ou facilidades, também parte da entrega fiel de recursos com funcionalidade proveitosa e que não deixe a desejar durante seu uso. Apesar desta prática ser relativamente “fácil” de se aplicar, é necessário analisar o mercado concorrente e o perfil do público alvo, buscando suas fraquezas e carências diante da realidade do mesmo e inovando em relação aos outros concorrentes, para ganhar espaço no cenário e atingir cada vez um público maior.

É necessário se atentar ao retorno do app diante dos usuários, existem algumas ferramentas que trazem informações desta natureza, como o console do Google, um painel que mantém atualizado informações úteis sobre o uso do aplicativo diante dos usuários, monitorando a satisfação do mesmo através de gráficos e estatísticas, se o aplicativo está sendo desinstalado pela maioria dos usuários. É preciso analisar os aspectos minuciosamente e encontrar o motivo na qual está levando o desagrado ao público.

A mudança e adaptação é feita através de feedbacks (respostas vindas dos próprios usuários) sobre o que gostam, o que precisam, o que acham interessante e caso haja insatisfação o real motivo dessa situação.

Uma das táticas do “*Onboarding*” é a criação de tutoriais interativos onde o usuário passa a ter familiaridade com a interface e pode adaptá-la à sua preferência (cor, fonte, notificações, atalhos), porém com a opção de pular os tutoriais caso o mesmo já saiba das funcionalidades ou queira descobrir sozinho.

No mercado competitivo é totalmente necessário estudar táticas para solucionar problemas já encontrados nos concorrentes, em vista de atrair mais público e sanar aquela determinada carência, e em cima disso trabalhar em sua interação com o usuário para não cometer os mesmos erros. Como Krug (2008, p.18) afirma, “Na internet, os competidores estão sempre a um clique de distância, de modo que, se você frustrar os usuários, eles irão para outro lugar”.

ESTUDO EMPIRICO

Através de uma ferramenta chamada Google Forms, criamos um formulário na qual questionávamos algumas pessoas sobre sua precedência e experiência com a leitura, através destas repostas obtivemos alguns resultados relacionados ao nosso projeto do trabalho de conclusão de curso. É importante ressaltar que a pesquisa foi divulgada e respondida por um círculo social na qual nós integrantes do projeto pertencemos, ou seja, as camadas mais distantes e quantitativas não foram atingidas, afinal não houve um investimento na pesquisa para que ela se tornasse grande. Portanto, algumas afirmações não servirão de uma maneira global, então decidiremos abordar somente as perguntas pertinentes que realmente trouxeram algum resultado eloquente para o projeto, visto que algumas ainda servem como uma proposta viável de “feedback” por não dependerem de uma grande quantidade de respostas para que saibamos a intenção.

A primeira questão, apesar de parecer negativa em resultados, condiz com a maioria da população brasileira, onde diz que a porcentagem de pessoas que preferem ler livros físicos é de 68,4%, enquanto somente 31,6% prefere ler online ou mediante alguma tecnologia. Partindo deste resultado e de nossas pesquisas sobre como atrair os leitores convencionais para a plataforma digital, conseguimos notar que é possível adquirir essa atenção dos leitores que já possuem a preferência por livros físicos com a inserção de atrativos, personalização e a facilidade em encontrar novas obras ou que estão procurando. Esta inserção de atrativos não visa somente atrair usuários leitores, buscamos também uma interação de outros usuários que não tenham contato com a leitura, mas sintam se confortáveis diante da usabilidade do app.

A segunda questão trata sobre se o entrevistado já conhecia algum app disponível que possibilitava a leitura e o download de livros gratuitamente. Obtivemos um percentual de 60% em pessoas que responderam negativamente, e 40% das respostas foram positivas. Através destes dados, já observamos uma quantidade relativa de pessoas que desconhecem dessas aplicações que forneçam tais funcionalidades e tecnologia,

possibilitando e facilitando o marketing que entorna nosso projeto, para atingirmos um público maior e apresentar algo novo aos mesmos.

A terceira questão rentável em resultados, indagava os entrevistados se eles baixariam um app que fornecesse o download e a leitura de livros de forma gratuita, obtivemos o resultado esmagador de repostas positivas ocupando 92,6% do total, enquanto somente 7,4% optaria por não baixar. O índice apresentado atingiu um patamar importante para o projeto, onde nos provou que conseguiríamos despertar a curiosidade dos usuários não-leitores e dos leitores mesmo que convencionais, significado das facilidades e funções oferecidas aos mesmos implementadas no projeto.

No formulário de pesquisa, havia uma seção totalmente separada para os não leitores, onde buscávamos entender a problemática e os fatores envolvidos aos mesmos, quando questionados sobre os principais motivos e/ou causas sobre não possuírem o hábito da leitura, três se sobressaíram das demais, são elas: falta de incentivo, falta de interesse e falta de tempo, com índices respectivamente em 44,4%, 44,4% e 40,7%, considerando que poderiam ser escolhidas mais de uma alternativa. Ainda nesta seção, os entrevistados respondiam à pergunta, que nos forneceu embasamento, junto da terceira questão, para a validação do nosso projeto, dentro de um ponto de vista popular, esta questão se resumia em se um app lhe influenciaria de algum modo, a estimular o hábito da leitura, os índices obtidos foram respectivamente, juntos aos seus resultados, Talvez (55,6%), Sim (40,7%) e não (3,7%). Apesar da maioria das respostas serem neutras, podemos considerar que os indecisos, tendem a ser influenciados, apenas pelo ato de pensarem se seria estimulado ou não através do app, ou seja, o simples pensar na possibilidade poderia mudar positivamente esta resposta.

CONCLUSÃO

Concluimos que cada dia mais as pessoas estão se tornando dependentes da tecnologia, ou seja, dependem da tecnologia para quase tudo, seja na escola, no trabalho, na faculdade ou até mesmo no dia-a-dia. A tecnologia vem facilitando muito a vida dos seres humanos, seja na hora de comunicar-se, fazer buscas na internet, na hora da diversão, ter acesso a notícias e atualidades, entre outras mídias. Os acessos a estas informações são feitos através de smartphones, desktops, tablet e outros aparelhos que tenham acesso à internet ou que seja compatível com determinados aplicativos.

Levando em consideração a preocupante pesquisa realizada pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), que diz a respeito à leitura no Brasil. O brasileiro vem deixando de lado o hábito a leitura, os motivos são os mais variados, alguns dos motivos são: falta de tempo, difícil acesso aos livros, falta de interesse, falta de motivação, não gosta de ler entre outros.

Tendo em vista estes dados da pesquisa realizada pelo IBOPE, tivemos a ideia de criar um aplicativo mobile, chamado ProDing (Provide Reading) ou traduzido para o português, “Promovendo a leitura” que ajudara os leitores a ter acesso a livros com mais facilidade, através de um smartphone Android, IOS e outras plataformas moveis.

O usuário terá duas opções de livre escolha, uma Free e uma Pro. A opção Free o usuário terá acesso a todos os livros gratuitamente, além de ter a opção para fazer download dos livros e fazer a leitura online e poderá baixar quantos livros desejar, sem nenhum custo ou cobrança adicional. Já a versão Pro é um pouco mais implementada e é aonde o escritor amador, terá a oportunidade de fazer a divulgação de seus livros, neste caso o usuário precisará realizar um cadastro e pagar uma taxa única de no máximo cinco reais, no qual ajudará na manutenção do aplicativo. A aplicação conta com a tela de cadastramento e login, opção para mudar de cor o aplicativo e deixa-lo mais parecido com você, isso torna o aplicativo mais interativo e atrativo.

O objetivo do aplicativo é despertar o interesse das pessoas pela leitura e facilitar o acesso a livros, o aplicativo não tem nenhum fim lucrativo. A leitura é um bem precioso e que traz muitos benefícios para as pessoas, não podemos deixar a leitura morrer, dentro de cada livro uma história para ser vivida e mundos para serem explorados.

REFERÊNCIAS

IBOPE INTELIGÊNCIA. 1ª Edição “Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil”.

Pesquisa encomendada pelo instituto pró-livro, patrocinada pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), pela Associação Brasileira de Editores de Livros (ABRELIVROS) e pela Associação Brasileira de Celulose e Papel (BRACELPA)." Disponível em:

<<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/pesquisa-de-2001/>>. Acesso em novembro de 2017.

MAURICIO GARCIA (Ibope Inteligência). 2ª Edição “Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil”. II Seminário Nacional Retratos da Leitura no Brasil - 28 de maio de 2008.

Disponível em:

<http://www.snel.org.br/wpcontent/uploads/2012/08/pesquisa_habito_de_leitura_2008.pdf>. Acesso em novembro de 2017.

IBOPE INTELIGÊNCIA. 3ª Edição “Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil”

Resenha e currículo dos Palestrantes no II Seminário Nacional Retratos da Leitura no Brasil, realizado em 28 de março de 2012, em Brasília. Disponível em:

<http://prolivro.org.br/home/images/relatorios_boletins/3_ed_pesquisa_retratos_leitura_IPL.pdf>. Acesso em novembro de 2017.

IBOPE INTELIGÊNCIA. 4ª Edição “Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil”. No

mês de maio de 2016 foram realizados dois Seminários de Lançamento da 4ª Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, no dia 18 de maio em São Paulo no Prédio Unibes Cultural e dia 31 de maio de 2016 no Auditório Machado de Assis na Fundação Biblioteca Nacional no centro do Rio de Janeiro. Disponível em:

<http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf – 2016>. Acesso em novembro de 2017.

LIMA, Carla Maria. Especialista em Gestão do Conhecimento. “O mundo do apps”.

Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/o-mundo-dos-apps/93426/>>. Acesso em dezembro de 2017.

MEIRELLES, Fernando. “Pesquisa Anual do Uso de TI”. Disponível em:

<<http://eaesp.fgvsp.br/ensinoeconhecimento/centros/cia/pesquisa>>. Acesso em dezembro de 2017.

KEMP, Simon. “Special reports, digital in 2017: Global overview”. Disponível em:

<<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>>. Acesso em dezembro de 2017.

LONG, Elliott. MANDEL, Michael. **“A economia de aplicativos no Brasil”**, fevereiro de 2017. Disponível em:

<http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf - 2016>. Acesso em dezembro de 2017.

UNGER, Russ, CHANDLER, Carolyn. **“O guia para projetar UX: A experiência do usuário (UX) para projetistas de conteúdo digital, aplicações e websites”**. Tradução de Elda Oliveira. Rio de Janeiro, Starlin Alta Com. Ltda., 2009.

KRUG, Steve. **“Não me faça pensar: Uma abordagem de bom senso à usabilidade na web”**. Tradução de Acauan Pereira Fernandes. Rio de Janeiro, Starlin Alta Com. Com. Ltda., 2006.