

IV SIMPÓSIO INTERNACIONAL E VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE LITERATURA E INFORMÁTICA

Literatura e internet: arte digital, escola experimental.

JORNADA EM AÇÃO

09 a 11 de novembro de 2016

UPF

Passo Fundo (RS), Brasil.

LIVROS DIGITAIS PARA CRIANÇAS NO FACEBOOK: NOVAS PERSPECTIVAS

Sabrina Caroline Bassani (UPF)¹

INTRODUÇÃO

Neste artigo, propomos a análise da iniciativa que disponibiliza livros digitais para crianças, idealizada pela Fundação Itaú social e pelo banco Itaú, objetivando de reforçar a campanha “Leia para uma criança”. Os livros foram desenvolvidos por meio da ferramenta Canvas, que oferece um formato de anúncio full-screen interativos para smartphones. Logo, oferecem a possibilidade de navegar nas imagens e ter som, objetivando que as crianças tenham uma experiência mais rica e diferenciada na hora da leitura.

A partir dos pressupostos de Santaella (2013), teceremos algumas considerações sobre a evolução dos suportes impressos até chegar aos digitais. Para tanto, buscaremos realizar uma retomada acerca dos primeiros suportes utilizados para o registro da escrita, a invenção da imprensa de tipos móveis, a confecção do papel produzido com fibras vegetais e a invenção do computador, trazendo com ele o reinado do universo digital.

Em seguida, Carrenho (2014) e Zilberman (2016), o contexto em que os livros digitais estão inseridos no Brasil, considerando os dados da 4ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil. Além de algumas considerações acerca dos livros digitais voltados para o público infantil como uma nova alternativa de leitura, capaz de contribuir para o rompimento da intolerância que opõe duas formas de comunicação, ambas importantes para a formação de leitores e para a disseminação da leitura de obras literárias.

Por fim, apresentaremos a campanha “Leia para uma criança” e a proposta de reforço digital que lhe foi atribuída, objetivando o aumentando da escala e a ampliação da experiência

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo.

lúdica do projeto. Bem como, a utilização da ferramenta Canvas no Facebook, uma novidade de recurso pós-clique que permite um design de tela cheia imersivo.

1 DO IMPRESSO AO DIGITAL

Assim como a sociedade evolui, não é diferente com os suportes informacionais. Eles evoluíram junto com a sociedade de modo a se adequar às necessidades do espaço e do tempo, dos registros das cavernas aos registros digitais muitos séculos se passaram. Os sumérios, por exemplo, utilizavam tijolos de barro para gravar a escrita; os indianos, folhas de palmeira; os maias e astecas, uma matéria prima encontrada entre a casca e a madeira das árvores, já os romanos faziam seus registros em tábuas de madeira cobertas com cera.

Os egípcios, acerca de 2.500 anos atrás, encontraram na medula do papiro, uma das plantas mais antigas conhecidas pelo homem, o suporte para a escrita hieroglífica. No entanto, foram os gregos que deram ao papiro um uso dirigido à literatura, servindo como o meio ideal para a propagação e perpetuação da poesia lírica, nascida no século VII a.C. O papiro era um suporte prático, por ser flexível e leve, mas também era a frágil, pois resistia pouco tempo à umidade e queimava facilmente.

Johannes Gutenberg, por volta de 1439, com a invenção da imprensa de tipos móveis, gerou uma revolução ampliando o acesso, facilitando o registro e a disseminação da escrita, pois, até então, a leitura era algo restrito a poucos e a produção de livros era uma arte cara e custosa. De modo que, até então, a maneira mais popular de comunicação era a oral. Entretanto, o papiro era duro, quebradiço e inconveniente para a impressão.

Em torno do ano 105 a.C., os chineses deram início à confecção do papel produzido com fibras vegetais. Sem esse papel, os tipos móveis de Gutenberg não teriam função, pois precisavam de uma superfície resistente para suportar o peso do chumbo e porosa para absorver a tinta. Essa união, entre prensa de tipos móveis e o papel, reinou absoluta durante quatro séculos. Do século XV ao XX o livro impresso em papel e a literatura protagonizaram uma união perfeita e aparentemente inabalável, até a invenção do computador, trazendo com ele o reinado do universo digital.

A eletrônica surgiu no início do século XX. Já o primeiro protótipo de um computador digital apareceu em 1937, criado por John V. Atanasoff, um engenheiro eletrônico norte-americano de origem búlgara. Em 1960, a partir dos fundamentos da ciência da computação, o termo “informática” apareceu. As novidades passaram a ser infinitamente mais significativas

no momento em que o computador deixou de ser uma caixa fechada para o processamento e arquivamento de dados e abriu suas portas para a comunicação máquina a máquina.

Segundo Santaella (2013), antes da digitalização, os suportes das diferentes linguagens eram incompatíveis, cada linguagem possuía o seu próprio suporte e mídia: papel-texto, película-fotografia ou filme, fita magnética- som ou vídeo. Enquanto a imagem e o som, no decorrer do século XX, deliciavam-se em uma multiplicidade de suportes à linguagem escrita continuava reservada apenas ao suporte tradicional do papel.

Com a digitalização, foram fundidas, em um único setor do todo digital as quatro formas principais da comunicação humana, inaugurando a passagem da escrita do papel para a tela eletrônica, trazendo uma linguagem híbrida que reúne, ao mesmo tempo, escrita, o desenho, diagramação, página, quadro, animação e sequência. Desde então, as transformações passaram a operar em vários níveis, que vão do mercado de livros digitais, ao acesso à literatura via redes e até o ato de criação literária.

2 LIVROS DIGITAIS

Embora haja diversos relatos acerca dos livros digitais já no século passado, o fato é que eles começaram a se popularizar só quando a Amazon lançou o leitor Kindle em novembro de 2007. É pertinente ressaltar que a Sony lançou o seu Sony Reader em 2006 e que a Stephen King já havia lançado um e-book comercial em 2000. No entanto, nenhuma das iniciativas vingou.

No começo, a iniciativa da Amazon era concentrada apenas ao mercado norte-americano, os livros digitais não estavam disponíveis aos leitores de outros países, mas em 2009 a empresa lançou uma versão internacional do Kindle e passou a oferecer e-books em suas lojas internacionais. Assim como nos Estados Unidos, foi a chegada da Amazon no Brasil que acelerou o crescimento do livro digital no mercado local, neste caso, com a contribuição de outras lojas internacionais.

De acordo com Carrenho (2014), os livros digitais ainda são pouco conhecidos, divulgados e comercializados no Brasil devido à falta de investimento das livrarias na divulgação de suas plataformas digitais. Em outras palavras, falta marketing e investimento das livrarias para divulgar seus dispositivos e lojas. Além disso, precisamos considerar o livro digital como uma tecnologia de adoção muito recente e ainda em seu estágio inicial, mas com um potencial enorme para impulsionar o crescimento da leitura em suporte digital e

eliminando barreiras para a leitura na medida em que amplia, de forma considerável, o acesso ao livro.

Portanto, a grande questão que o e-book traz não está na forma de leitura, mas no acesso. Dessa forma, ela é parecida com a invenção da imprensa, que revolucionou a indústria editorial e a literatura, democratizando o acesso aos textos. O advento dos livros digitais tem um efeito semelhante, seu grande triunfo é a ampliação do acesso à leitura. Segundo Carrenho (2004), tal acesso se amplia em três frentes, a primeira refere-se ao acesso geográfico. Ela parte do pressuposto de que o leitor não precisa dirigir-se até uma biblioteca ou livraria para obter o livro desejado, pois é o livro que vai até o tablet, computador ou e-reader do leitor.

A segunda frente que o livro digital traz é a economia. Afinal, apesar dos custos com o livro incluírem mais do que papel e tinta, o fato é que a impressão, a logística e o transporte diminuem, em partes, o faturamento dos editores. Com os livros digitais esses custos quase desaparecem ou diminuem, embora também seja necessário considerar o custo do aparelho de leitura.

De acordo com 4ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, entre os que já leram um livro digital, 56% fizeram isso no celular ou no smartphone, sendo este último o mais utilizado, portanto a leitura digital no Brasil não pode ignorar tais dispositivos. Uma vez que, os aparelhos de leitura, ainda que não sejam aqueles exclusivos para esta atividade, já fazem parte do cotidiano brasileiro e seus custos não anulariam o acesso econômico que o livro digital traz.

A terceira frente é tão relevante quanto às demais, mas não recebe muita ênfase. Ela refere-se ao acesso à leitura não só para os deficientes visuais, mas também para aqueles com dificuldades causadas por deficiências comuns, como a miopia e o astigmatismo. Afinal, além da leitura em áudio por computador, qualquer leitor digital ou aplicativo de leitura para celular e tablet permite o aumento do tamanho da letra.

De acordo com Carrenho (2014), a edição de 2015 da pesquisa Retratos da Leitura traz alguns dados que confirmam a necessidade de um acesso maior aos livros, a qual pode ser amplamente atendida por uma maior popularização dos livros digitais. São eles:

a) Entre os leitores, as razões apontadas para não lerem mais incluem:

- Falta de bibliotecas por perto, 8%.
- Alto preço dos livros, 7%.
- Falta de lugar onde comprar, 3%.

b) 17% da amostra apontam como dificuldade para a leitura problemas de visão ou outra limitação física.

c) 9% dos leitores baixam livros pela internet.

d) 15% dos compradores de livros adquirem seus livros pela internet.

e) Entre os compradores de livros, as três primeiras motivações para escolher o local de compra de livros incluem:

- Preço, 42%.
- Variedade, 21%.
- Comodidade ou proximidade, 20%.

A partir dos dados expostos, observa-se que os livros digitais podem atender as necessidades apresentadas, pois oferecem acesso econômico e geográfico e permitem o aumento da tipologia do texto, bem como a leitura por tecnologia TTS (*text-to-speech*). Também é conveniente ressaltar que já existe a predisposição, ainda que em pequena parcela, de buscar o acesso digital aos livros e para pesquisar o conteúdo em lojas virtuais.

Portanto, é possível concluir que os livros digitais não podem criar leitores, por mais sedutores que sejam os dispositivos de leitura. No entanto, uma vez que despertem o interesse pela leitura em alguém, eles proporcionam um acesso nunca visto antes na história do livro, diminuindo ou, até mesmo, dizimando as barreiras econômicas, geográficas ou fisiológicas para a sua concretização. Mais do que qualquer coisa, livro digital é acesso.

2.1 Livros digitais para crianças

De acordo com Zilberman (2016), diante da, até agora irreversível, expansão da cultura digital, pode parecer anacrônico falar do confronto entre dois suportes, o primeiro mais tradicional, o segundo mais recente e que passa continuamente por mutações. Em outros termos, é evidente que não há sentido em opor livros e ferramentas digitais, pois se tratam de linguagens distintas.

No caso da literatura para crianças, o emprego das ferramentas digitais pode, por sua vez, abrir caminho para propostas inovadoras. Os livros para crianças que são comercializados na versão impressa podem ser igualmente encontrados em pdf. A versão nesse formato é, porém, carente da dinamicidade da própria produção multimídia. O livro digital para criança pode ir bem mais longe, e talvez seja, dentre as formas possíveis, a que alcançou resultados mais produtivos.

Segundo Zilberman (2016), um livro digital para crianças se faz a partir de um aplicativo que facultará o acesso a texto e hipertexto, imagem, animação, música. Esse acesso, por seu turno, depende de ferramentas que estabelecem a mediação entre o suporte e as

palavras, figuras, sons. Desse modo, a tecnologia apresenta-se primeiro, a não ser que se opte pela transposição em multimídia de obras originalmente veiculadas em livros, sobretudo quando editadas há algum tempo.

Portanto, os livros em formato digital, não só os infantis, podem abrir caminho para novas alternativas de leitura, rompendo com a intolerância que opõe duas formas de comunicação, ambas importantes para a formação de leitores e para a disseminação da leitura de obras literárias. Afinal, os livros digitais não contradizem as possibilidades de leitura, mas ampliam os horizontes, aliando-se as propriedades que atribuímos aos livros impressos.

Segundo Santaella (2013), enquanto durar, a complementariedade entre o impresso e o digital enriquece e fortalece o ato de ler, dada a ampliação na difusão das obras e as distinções na manipulação do texto impresso e do digital. Enfim, em papel, no e-reader ou no tablet, o livro puramente verbal ou híbrido é sempre, no mínimo, um bom companheiro para crianças e adultos.

2.2 Livros digitais para crianças no Facebook

Desde 2010, durante o mês de outubro, o banco Itaú e a Fundação Itaú Social realizam a campanha “Leia para uma Criança”, na qual os adultos são convocados a ler para as crianças e, por meio da leitura e do compartilhamento de histórias, contribuírem para a ampliação do repertório cultural da criança, para o seu lazer, para a convivência familiar e para o fortalecimento dos vínculos afetivos.

Com o objetivo de apoiar esse convite, é oferecida à sociedade a Coleção Itaú Criança, que pode ser solicitada por qualquer pessoa através do site do banco Itaú. As coleções também podem ser solicitadas por organizações da sociedade civil e por secretarias municipais de educação que realizem projetos de leitura para crianças.

Cláudia Sintoni (apud REIS, 2016), coordenadora da área de Mobilização Social da Fundação Itaú Social, afirma:

Sempre procuramos um autor brasileiro e outro estrangeiro e variamos o tipo de texto, editora e temas. A variedade é importante para que se crie o gosto pela leitura. A leitura literária, ou seja, de literatura e não outros tipos de texto possibilita a construção de vínculo, a vivência de outras experiências e estreita o vínculo afetivo. Traz palavras novas, outro ritmo e uma estética diferente.

Desde o início deste movimento, a Fundação Itaú Social já distribuiu mais de 45 milhões de livros e vem colecionando histórias de pessoas que aderiram à causa. Em 2016, a

ação “Leia para uma Criança” distribuirá os livros “Selou e Maya”, de Lara Meana e María Pascual de la Torre; e o inédito “Poeminhas da Terra”, de Márcia Leite. Além dos 3.6 milhões de livros oferecidos à sociedade, o projeto ganhou reforço digital, aumentando a escala e ampliando a experiência lúdica do projeto.

Eduardo Tracanella², superintendente de marketing do Itaú Unibanco, expõe:

Acreditamos que o DNA tecnológico da marca Itaú deve permear não apenas nossa atividade core, com aplicativos e digital banking. Entendemos que todas as atitudes da marca, seja nos pilares de cultura, mobilidade urbana ou neste caso, do programa Leia para uma Criança, podem também ganhar escala e engajamento a partir das redes sociais e de experiências imersivas no ambiente mobile.

Desse modo, os livros digitais podem ser acessados por diversas plataformas, via redes sociais, como o Instagram e o Facebook. O projeto foi desenvolvido pela agência Africa para o Itaú por meio da ferramenta Canvas, que oferece um formato de anúncio full-screen interativo para smartphones. Desse modo, o livro pode ser lido em ambiente mobile e com a possibilidade de navegar nas imagens e na trilha sonora, objetivando que as crianças tenham uma experiência mais rica e diferenciada na hora da leitura.

No dia 18 de abril, em que é celebrado o Dia Nacional do Livro Infantil, o Itaú lançou o primeiro da série de livros infantis exclusivos para smartphones. O livro é a versão virtual da obra “Menino e o Foguete”, escrito por Marcelo Rubens Paiva e ilustrado por Alexandre Rampazo. A obra conta a história de um menino que gostava de dormir no escuro, mas com a janela aberta. Ele tinha essa mania porque adorava olhar para o céu à noite e ver as estrelas, a lua e os aviões que passavam pelo céu.

A obra “O Sétimo Gato” foi criada por Luis Fernando Verissimo, ilustrado por William Santiago e disponibilizada no mês de junho. O livro conta a história de um garoto apresentado com sete gatinhos, cada um deles com sua própria língua e personalidade. Um dos gatos pensa ser alemão e atende somente quando é chamado de “Hans”, e não pelo nome que recebeu: Chuchu. Cabe ressaltar que “O Sétimo Gato” é a primeira obra infantil do escritor gaúcho e foi produzida especialmente para o formato Facebook Canvas.

A terceira obra apresentada pela Fundação Itaú Social, “O Cabelo da Menina”, é assinado pela cantora Fernanda Takai, que se inspirou na filha Nina. As ilustrações são de Carolina Avelino, os arranjos e a trilha sonora foram produzidos pela autora em parceria com o marido John Ulhoa. O livro conta a história de uma menina que acorda e resolve ir para a

² PROJETO Leia para Uma Criança, do Itaú, conta com reforço da tecnologia para dar maior escala à causa. Disponível em: <<http://portaldapropaganda.com.br/noticias/8346/projeto-leia-para-uma-crianca-do-itaú-conta-com-reforco-da-tecnologia-para-dar-maior-escala-a-causa/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

escola sem pentear os cabelos. Lá ela percebe que os cabelos dos seus colegas pareciam aprisionados e tristes.

“Entre Sonhos e Dragões”, da jornalista Adriana Carranca e com ilustrações de Brunna Mancuso é a quarta obra da coleção. O enredo é baseado em três meninas afegãs que gostam de fazer coisas que são consideradas “de menino”. A autora possui uma vasta experiência profissional no Oriente Médio e na cobertura de conflitos, com olhar especial para a condição das mulheres e crianças. Para produzir este livro, ela se inspirou na história verídica de três meninas que conheceu no período que esteve no Afeganistão.

Já o quinto livro da coleção, a “Bicicleta Voadora”, tem estreia prevista para o dia 15 de outubro, e foi escrito por Antonio Prata e ilustrado por Caio Bucarechi. Na obra, Prata conta a história de amizade entre uma bicicleta e uma pipa e de como pode ser legal fazer o outro feliz. O autor trabalha como roteirista para a rede Globo e publica crônicas aos domingos na Folha de São Paulo. Além de ser autor de diversos livros para adultos e crianças.

As obras disponibilizadas só podem ser lidas no smartphone. O leitor pode navegar pelas páginas de forma diferenciada, recebendo indicações pra deslizar a tela para baixo ou para os lados, explorando as cenas em diferentes direções. Por vezes, as personagens parecem mover-se em relação ao cenário em que estão inseridos e com o passar das páginas a trilha sonora é alterada de acordo com o a sucessão de acontecimentos da história. Além do mais, é inegável que esta abordagem facilita muito o acesso ao conteúdo e elimina uma série de barreiras, como a necessidade de baixar arquivos ou instalar aplicativos para leitura.

3 CANVAS NO FACEBOOK

Com o aumento do acesso online via dispositivos móveis, o desafio dos anunciantes de contar uma história relevante é ainda maior. De acordo com a página oficial do Facebook, a partir disso, buscou-se desenvolver funcionalidades que proporcionem uma experiência positiva ao descobrir marcas e produtos no Facebook. O objetivo de entregar pluralidade nos formatos de anúncios é reforçado com a novidade do recurso pós-clique Canvas, que permite um design de tela cheia imersivo dentro da plataforma.

O Canvas oferece um espaço digital personalizável para desenvolver um conteúdo multimídia no Facebook. É a forma ideal para anunciantes que visam a promoção de uma marca ou produto de maneira criativa. Depois de clicar no anúncio, o novo recurso abre uma tela cheia onde vídeos, imagens estáticas, textos e botões de chamadas para ação podem ser explorados em dispositivos móveis.

Com um design imersivo, o formato permite que as pessoas conheçam múltiplas histórias com facilidade. No Canvas, elas podem deslizar por um carrossel de imagens, visualizar imagens panorâmicas ou dar zoom para explorar detalhes, tudo de modo envolvente ao impactado. O ponto principal é que a funcionalidade usa a mesma tecnologia de carregamento de fotos e vídeos no Facebook, que possibilita que os conteúdos sejam até dez vezes mais rápidos que na versão web dos dispositivos móveis.

Desse modo, quando o usuário clica em um anúncio, dentro do Facebook, ele se conecta ao Canvas e então o conteúdo é carregado na tela de um dispositivo móvel na hora, em tela cheia, oferecendo conteúdo multimídia e interativo. A ferramenta está disponível para todos os anunciantes da rede social e foi utilizada pela agência Africa, através do banco e da Fundação Itaú Social, de uma forma que difere, ao menos em partes, da proposta inicial. Eles criaram livros infantis digitais completos, utilizando somente o que o Canvas permite inserir como conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, propomos a análise da iniciativa que disponibiliza livros digitais para crianças, idealizada pela Fundação Itaú social e pelo banco Itaú. A partir dos pressupostos de Carrenho (2014), Santaella (2013) e Zilberman (2016), tecemos algumas considerações sobre a evolução dos suportes impressos até chegar aos digitais, bem como acerca dos livros digitais destinados ao público infantil. Por fim, realizamos uma abordagem a respeito da campanha de incentivo à leitura e a utilização da ferramenta Canvas no Facebook.

Através da análise proposta, concluímos que, inegavelmente, a campanha “Leia para uma Criança” promovida pelo banco Itaú e pela Fundação Itaú Social, é uma iniciativa louvável que já beneficiou milhares de leitores através da distribuição da coleção de livros e, recentemente, da disponibilização de livros digitais de qualidade para as crianças.

Porém, não é possível negar o fato de que a campanha faz parte de uma propaganda para promover o banco Itaú perante a sociedade brasileira. Esta, por sua vez, valida os discursos utilizados, passando a vislumbrar o Itaú como uma instituição financeira que se diferencia das demais por preocupar-se com a população e, especialmente, com a promoção do incentivo à leitura.

Também é importante salientar que, de acordo com a política do site Facebook, menores de 13 anos não podem criar páginas pessoais. Por isso, torna-se pertinente refletir se ele é um meio adequado para disponibilizar livros infantis. Entendemos que uma rede social

não se constitua como o ambiente mais adequado para crianças, bem como para oferecer conteúdos para essa faixa etária. No entanto, cabe ao adulto desempenhar o papel de mediador da leitura, sem “largar” o smartphone nas mãos da criança.

Conforme já mencionado anteriormente, de acordo com a pesquisa Retratos da Leitura, entre os que já leram um livro digital, 56% fizeram isso no celular ou no smartphone. Portanto, a iniciativa de lançar uma série de livros infantis para smartphones vem ao encontro dos dados apontados, uma vez que, revelam a boa receptividade do smartphone como dispositivo de leitura e, por isso, mostram mais uma vez que a leitura digital no Brasil não pode ignorar tais dispositivos.

Contudo, é conveniente enfatizar que, sem dúvida, tal iniciativa proporciona aos leitores uma oportunidade de acesso a livros digitais de qualidade e de forma gratuita, abrindo caminhos para novas alternativas de leitura. E, de forma indireta, contribui para a ruptura da intolerância que opõe os livros impressos e digitais, ambos importantes para a formação de leitores e para a disseminação da leitura de obras literárias.

Referências

CARRENHO, Carlo. *O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?* In: FAILLA, Zoara (Org.). Retratos da Leitura no Brasil 4. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 99-112.

FACEBOOK para Empresas. *Apresentamos um novo formato de anúncio em tela cheia no Facebook para dispositivos móveis.* Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/news/Apresentamos-um-novo-formato-de-anuncio-em-tela-cheia-no-Facebook-para-dispositivos-mveis>>. Acesso em: 01 out. 2016.

PROJETO Leia para Uma Criança, do Itaú, conta com reforço da tecnologia para dar maior escala à causa. Disponível em: <<http://portaldapropaganda.com.br/noticias/8346/projeto-leia-para-uma-crianca-do-itaú-conta-com-reforço-da-tecnologia-para-dar-maior-escala-a-causa/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

REIS, Bia. *Fundação Itaú Social distribui 3,6 milhões de livros gratuitamente.* Campanha Leia Para Uma Criança. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/estante-de-letrinhas/fundacao-itaú-social-distribuiu-36-milhoes-de-livros-gratuitamente/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

SANTAELLA, Lucia. *Literatura expandida.* In: SANTAELLA, Lucia. Comunicação ubíqua. Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus editora, 2013.p 187-218.

ZILBERMAN, Regina. *Livros digitais para crianças e práticas de leitura.* In: RÖSING, Tânia Mariza Kuchenbecker (Org.). Literatura e identidade na era da mobilidade. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2016. p. 13-30.