

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Departamento de Ciências da Informação

Maria José Leivas Waquil

**OS *E-READERS*:
REPERCUSSÕES NO MERCADO EDITORIAL
GAÚCHO**

Porto Alegre

2010

Maria José Leivas Waquil

**OS *E-READERS*:
REPERCUSSÕES NO MERCADO EDITORIAL
GAÚCHO**

Trabalho de Conclusão do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, realizado durante o 2º semestre de 2010 e apresentado como requisito básico para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Profª Me. Marlise Giovanaz

Porto Alegre
2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretor: Prof. Bel. Ricardo Schneiders da Silva

Vice-diretor: Prof^a Dr^a Regina Helena Van der Laan

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Prof^a. Dr^a. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-substituta: Prof^a Dr^a Helen Beatriz Frota Rozados

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DA BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Prof^a Me. Glória Isabel Sattamini Ferreira

Coordenadora Substituta: Prof^a Me. Samile Andréa de Souza Vanz

CIP. Brasil. Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação

W111e Waquil, Maria José Leivas

E-readers: repercussões no mercado editorial gaúcho / Maria José Leivas Waquil; orientação Marlise Maria Giovanaz. – Porto Alegre, 2010. – Monografia (graduação). – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

1. *E-readers* 2. Livro 3. Livro eletrônico 4. *E-books* I. Giovanaz, Marlise Maria (orientadora) II. Título

CDU 665

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcellos, 2705, sala 507

CEP: 90.035-007 – Porto Alegre/RS

Tel: (51) 3308 5143

E-mail: dci@ufrgs

MARIA JOSÉ LEIVAS WAQUIL

**OS E-READERS:
REPERCUSSÕES NO MERCADO EDITORIAL GAÚCHO**

BANCA EXAMINADORA:

Profª Me. Marlise Maria Giovanaz
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

Prof. Dr. Valdir José Morigi
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

Profª. Drª. Lizete Dias de Oliveira
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

Meus agradecimentos

à banca, por ter, gentilmente, aceito o convite;
à professora Marlise Giovanaz, minha orientadora, pela ajuda, disponibilidade e
confiança sempre, ao longo de todo o trabalho;
à Monique Revillion, grande escritora e amiga maior ainda, pelos toques e conselhos
de grande valia;
à Fabrícia F., e ao Fernando P., pela amizade e parceria, nascida na Fabico, mas
que foi muito além dela;
e aos meus cinco pilares de sustentação: Fernando, Marina, Isabel, Gabriel e Elisa.
Sem eles, nada aconteceria.

*Os livros são objetos transcendentos
Mas podemos amá-los do amor tátil
Que votamos aos maços de cigarro
Domá-los, cultivá-los em aquários,
Em estantes, gaiolas, em fogueiras
Ou lançá-los pra fora das janelas
(Talvez isso nos livre de lançarmo-nos)
Ou, o que é muito pior, por odiarmo-los,
Podemos simplesmente escrever um:
Encher de vãs palavras muitas páginas
E de mais confusão as prateleiras.*

(Caetano Veloso)

Naquela época, quando era mesmo, 2005? Eu não sabia que, embora no futuro fosse migrar com rapidez para o universo do livro digital, sentiria falta para sempre do cheiro único que cada livro tem. Eu tentaria, na década seguinte, colocar até um esguicho de perfume com cheiro de papel no leitor de e-books, apenas para me frustrar com o fato de que todos os livros, a partir de então, passariam a ter o mesmo cheiro. Que crime! Em que universo doente Thomas Pynchon teria o mesmo odor que Jane Austen?

(Antônio Xerxenesky)

RESUMO

O advento dos *e-readers*, dispositivos eletrônicos de leitura de livros digitais suscitou especulações em torno do futuro do livro impresso. Há que diga quem o livro vai acabar, e alguns prevêem esse fim já para daqui cinco anos. Em vista disso, este trabalho tem como objetivo geral conhecer o que pensam editores do Rio Grande do Sul sobre os *e-readers* e as repercussões de sua popularização para o mercado editorial gaúcho. Para tanto, é feito, através de pesquisa bibliográfica, um mapeamento da trajetória do livro até os dias de hoje, seguido de um panorama da digitalização de conteúdos até o advento dos *e-readers*, com o detalhamento de alguns modelos disponíveis no mercado brasileiro. São ouvidos, por meio de entrevistas, quatro editores gaúchos, que falam sobre possíveis novos posicionamentos frente a essas mudanças anunciadas. A análise dos depoimentos permite concluir que, ao contrário das previsões pessimistas, o livro impresso não será substituído por *e-books* lidos em *e-readers* e que os novos dispositivos não representam ameaça ao mercado editorial. Ao contrário, podem representar uma nova opção de negócio.

Palavras-chave: *E-books*. *E-readers*. Livro. Livro digital. Editoras. Mercado editorial gaúcho.

RESUMEN

La aparición de los *e-readers*, dispositivos electrónicos de lectura de libros digitales, suscitó especulaciones alrededor del futuro del libro impreso. Hay los que dicen que el libro va a acabar, y algunos prevén ese fin ya para 5 años a partir de hoy. Considerando esto, este trabajo tiene como objetivo general conocer lo que piensan editores de Rio Grande do Sul sobre los *e-readers* y las repercusiones de su popularización para el mercado editorial del estado. Para tanto, se hace a través de investigación bibliográfica, un levantamiento de la trayectoria del libro hasta hoy en día, seguido de un panorama de la digitalización de contenidos hasta la aparición de los *e-readers*, detallando algunos modelos disponibles en el mercado brasileño. Se escucha, por medio de entrevistas, a cuatro editores *gaúchos* (de Rio Grande do Sul), que hablan sobre posibles nuevos posicionamientos con relación a estos cambios anunciados. El análisis de las declaraciones permite concluir que, al revés de las previsiones pesimistas, el libro impreso no será sustituido por *e-books* leídos en *e-readers* y que los nuevos dispositivos no representan amenaza al mercado editorial. Al revés, pueden representar una nueva opción de negocio.

Palavras clave: *E-books*. *E-readers*. Libro. Libro digital. Editoriales. Mercado editorial *gaúcho*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – KINDLE 3 / 30

FIGURA 2 – ALFA / 31

FIGURA 3 – COOL-ER / 32

FIGURA 4 – VISÃO HOLÍSTICA DO LIVRO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO / 44

LISTA DE QUADRO

QUADRO 1 – PRODUÇÃO E VENDAS DO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO / 53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO /13

1.1 DEFININDO OS TERMOS / 14

1.2 PROBLEMA, OBJETIVOS E MÉTODO / 15

2 UM POUCO DE HISTÓRIA / 17

2.1 PRIMEIRO, A ARGILA / 18

2.2 PAPIRO, PERGAMINHO E PAPEL / 19

2.3 A FORMA DEFINITIVA / 20

2.4 SOBRE O DESIGN / 21

3 GUTENBERG E A NOVA ERA / 22

4 AS RUPTURAS DO SÉCULO XX / 24

5 OS *E-READERS* / 27

5.1 MODELOS / 29

5.2 FORMATOS / 33

5.3 O DRM E SUAS IMPLICAÇÕES / 35

6 REPERCUSSÕES E INCERTEZAS / 37

6.1 O QUE JÁ FOI DITO / 37

6.2 O QUE ESTÁ SENDO DITO / 40

6.2.1 Um caminho sem volta / 41

6.2.2 Um caminho sem volta? / 42

6.3 PRIMEIROS MOVIMENTOS / 45

6.3.1 A DLD / 48

6.4 OS DIREITOS AUTORAIS E A PRECIFICAÇÃO DO LIVRO / 48

7 O MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO E A REALIDADE GAÚCHA / 53

8 OS EDITORES / 57

8.1 EDITORA LIBRETOS – CLÔ BARCELLOS / 57

8.2 EDITORA DUBLINENSE – RODRIGO ROSP / 58

8.3 ARQUIPÉLAGO EDITORIAL – TITO MONTENEGRO / 58

8.4 NÃO EDITORA – SAMIR MACHADO DE MACHADO / 58

8.5 ANÁLISE DOS DEPOIMENTOS / 59

8.5.1 As mudanças no negócio / 59

8.5.2 Problemas / 60

8.5.3 Os novos leitores / 61

8.5.4 Custos / 62

8.5.5 A opção da DLD / 63

8.5.6 O aspecto gráfico / 64

8.5.7 O e-book da Libretos / 65

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS / 66

REFERÊNCIAS / 68

**APÊNDICE A - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM OS
EDITORES / 74**

**APÊNDICE B - ENTREVISTA COM CLÔ BARCELLOS, SÓCIA
DA EDITORA LIBRETOS / 75**

**APÊNDICE C - ENTREVISTA COM RODRIGO ROSP, SÓCIO DA
EDITORIA DUBLINENSE / 79**

**APÊNDICE D - ENTREVISTA COM TITO MONTENEGRO,
SÓCIO DA ARQUIPÉLAGO EDITORIAL / 83**

**APÊNDICE E - ENTREVISTA COM SAMIR MACHADO DE
MACHADO, SÓCIO DA NÃO EDITORA / 86**

1 INTRODUÇÃO

Diz-se que o objeto livro encontra-se em plena reconfiguração. Inúmeras discussões têm se desenvolvido não apenas nos meios culturais, mas em vários segmentos da sociedade contemporânea a respeito do futuro do livro como objeto físico em si, tal como o conhecemos há milhares de anos. Esse tema toma vulto especialmente em 2010, ano em que inúmeros eventos, debates e lançamentos de novas plataformas e dispositivos ocorreram em todo mundo e principalmente no Brasil.

O advento dos aparelhos de leitura digital - os chamados *e-readers* ou leitores digitais - com o mesmo caráter portátil dos livros e que comportam bibliotecas inteiras, traz mais do que uma desestabilização nas estruturas tradicionais e convencionais de transmissão de conhecimento que utilizam o livro como ferramenta principal. Essa já assim chamada revolução vem provocando – talvez por estar ainda em pleno curso – principalmente dúvidas e incertezas entre leitores comuns, profissionais da educação, da informação e de todos aqueles envolvidos na indústria livreira. E não há como ignorar o novo cenário: enquanto 2009 foi considerado o ano dos *e-readers* no exterior, a mesma previsão foi feita por especialistas para o Brasil no ano de 2010.

Embora a questão primordial e subjetiva se imponha e permeie toda a discussão – estamos assistindo ao fim do livro impresso? - interrogações de ordem prática também se colocam e adquirem importância na medida em que essa nova forma do livro afeta, por exemplo, a comercialização das obras. Como se dá esse comércio e quais as regras que vão regê-lo são questões ainda em discussão e pouco esclarecidas.

Muitos pensadores traçam um paralelo entre o que estamos presenciando agora e a transformação provocada pela tipografia de Gutenberg no século XVI, quando, assim como agora, a informação e o conhecimento se disseminaram vertiginosamente, propiciando, entre outras coisas, o surgimento das universidades, da imprensa propriamente dita, de editoras e de toda uma cadeia produtiva. A partir daí, o livro se consagra como valioso objeto agente de transformação social, status que mantém até hoje.

Como disciplina, a Biblioteconomia é primordial e intrinsecamente ligada aos livros, embora sua prática também tenha sofrido adaptações na sociedade multifacetada na qual vivemos, cada vez mais digitalizada, complexa, em que noções de tempo e lugar se diluem, fazendo com que dados e informações estejam disponíveis em número muito maior à nossa capacidade de absorvê-los e/ou utilizá-los. É nesse cenário que bibliotecários observam o surgimento dos leitores digitais e se perguntam sobre os rumos dos livros (e das bibliotecas, conseqüentemente) neste novo contexto que se delinea.

1.1 DEFININDO OS TERMOS

É comum a utilização, tanto na imprensa como na literatura especializada, do termo *e-book* para designar tanto os conteúdos digitais (*bits* acumulados) como também os dispositivos eletrônicos de leitura – os *e-readers*. *E-book*, de acordo com Slowinski (2003 apud FURTADO 2006, p. 44)¹, é um conceito que tem sido discutido de modo impreciso, numa série de contextos em que se sublinha, por um lado, o conteúdo digital e por outro lado, o *medium* em que ele é apresentado:

[. . .] o entendimento do que é um **e-book** vai desde um simples **arquivo digital do conteúdo de um livro** até ao arquivo digital acompanhado pelo software que possibilita o acesso e a navegação do conteúdo. Outros referem-se ao *e-book* a partir do outro lado do espectro, fazendo referência apenas ao **hardware que vai conter os arquivos eletrônicos de livros**. (grifo nosso).

Acredita-se, para fim de melhor entendimento deste trabalho, que seja essencial diferenciar o livro digital (*e-book*) da ferramenta para a leitura destes conteúdos. Assim, aqui, o termo *e-book* estará se referindo somente ao conteúdo digital – seja ele nascido digital (*born digital*) ou convertido para forma eletrônica. O dispositivo específico para a leitura destes livros digitais será designado exclusivamente como *e-reader*.

¹ SLOWINSKI, F.H. *What consumers want in digital rights management (DRM) : making content as widely available as possible in ways that satisfy consumer preferences (white paper)*. Association of American Publishers Enabling Technologies Committee and American Library Association Office of Information Technology Policy, 2003.

1.2 PROBLEMA, OBJETIVOS E MÉTODO

A definição do problema desencadeador do trabalho partiu do princípio que transformações presumem novas atitudes. Nessa medida, procurou-se saber como o editor de livros do Rio Grande do Sul - estado reconhecidamente intelectualizado e que se destaca no contexto nacional pela sua grande produção cultural - se posiciona e se prepara no novo cenário em que o livro se desmaterializa e se torna virtual. As editoras gaúchas estão em processo de transformação? Será preciso se reinventar para permanecer no mercado?

Tendo em vista estas indagações, o objetivo geral determinado foi conhecer o que pensam editores do Rio Grande do Sul sobre os *e-readers* e suas repercussões para o mercado editorial gaúcho, traçando-se, para isso, os seguintes objetivos específicos:

- a) Mapear a trajetória do livro, desde seu aparecimento até os dias de hoje;
- b) Traçar um panorama da digitalização de conteúdos até o advento dos leitores digitais;
- c) Verificar, junto a editores gaúchos, possíveis novos posicionamentos do mercado editorial local frente às mudanças observadas;
- d) Identificar possíveis tendências de comportamento do mercado editorial e dos consumidores a partir das conclusões dos entrevistados.

Por força destes objetivos, portanto, este trabalho é de caráter qualitativo e caracteriza-se como uma análise especulativa. Foi realizado um estudo teórico-exploratório que contemplou, além de pesquisa bibliográfica, entrevistas com representantes de quatro editoras porto-alegrenses, escolhidas pelo seu perfil: enquanto uma já tem dez anos de mercado, as outras três são mais novas, entrando, portanto, no mercado, num momento de incontestáveis transformações. As quatro investem no apuro gráfico de suas publicações e mantêm catálogos criteriosos, privilegiando autores gaúchos consagrados e apostando em jovens escritores, muitos oriundos de oficinas literárias.

As entrevistas foram, de acordo com Lakatos (2010, p. 82), do tipo padronizada ou estruturada, em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido, com o objetivo de obter dos entrevistados respostas às mesmas

perguntas. Deste modo, pode-se fazer comparações estabelecer diferenças de opinião frente a uma mesma questão.

De acordo com Lodi (1991), as respostas de uma entrevista devem preencher requisitos como validade, relevância, especificidade e clareza, cobertura de área, profundidade e extensão. Tendo estes critérios por base, foi feita uma apreciação textual, em que as afirmações, previsões e opiniões dos sujeitos entrevistados foram confrontadas com as referências teóricas que fundamentam o trabalho buscando conhecer o posicionamento e as estratégias pensadas pelo mercado editorial gaúcho e prever os prováveis comportamentos do mercado consumidor num futuro próximo.

A estrutura deste trabalho está dividida em etapas que buscam abarcar todas as questões consideradas relevantes para o entendimento do tema e para a obtenção dos objetivos determinados. Assim, depois de descritos aqui, nesta primeira seção, a justificativa, os objetivos e a metodologia adotada, será apresentada a seguir, uma breve história do livro, seus primeiros suportes e sua forma. Adiante, serão abordadas as transformações desencadeadas, primeiro por Gutenberg, com a invenção da imprensa, depois pelas tecnologias de informação e seu espantoso desenvolvimento no século XX, culminando com o advento dos *e-readers*, os dispositivos de leitura digital. Na etapa seguinte, será apresentado o que já foi dito a respeito do livro impresso e o que está sendo feito e discutido no momento sobre seu futuro. Será feita também uma breve análise do mercado editorial brasileiro e gaúcho, culminando o trabalho com o perfil e a análise das entrevistas feitas com os editores gaúchos a partir da revisão bibliográfica realizada.

Acredita-se assim, colaborar para um melhor entendimento do que esta transformação – do livro impresso para o livro digital lido em *e-readers* - vai acarretar não só para profissionais envolvidos diretamente com a sua produção, organização, função e comercialização, mas também para o cidadão comum, consumidor de livros.

2 UM POUCO DE HISTÓRIA

Qualquer reflexão a respeito do livro – quer seja sobre sua importância ou sobre suas transformações - implica num retrospecto da sua evolução ao longo dos tempos e na constatação de que, sob diferentes formas, o livro esteve sempre presente na trajetória do homem no planeta. Oliveira (1995) é categórico: “[. . .] a biografia do livro permite uma visão global da história da cultura, que ele conserva, alimenta e difunde.” (OLIVEIRA, 1995, p.12).

O ato de registrar – seja o que for e com a finalidade que for – foi e continua sendo uma necessidade vital do ser humano. Homens pré-históricos, do Período Paleolítico, já faziam registros de figuras de animais em paredes de cavernas, conforme comprovam as de Altamira, na Espanha, primeiro conjunto pictórico de grande extensão descoberto. Também as cavernas de Lascaux, no sudoeste da França, receberam registros espetaculares feitos há 25 mil anos, extremamente elaborados, representando cenas possivelmente do cotidiano da época. De acordo com Oliveira (1995), além de representar tentativas de materializar os pensamentos, os primeiros registros humanos pareciam ter o objetivo de inventariar bens pessoais ou do grupo, determinando o *meu* e o *teu*, que é o princípio maior da vida social.

Posteriormente surge a linguagem, que, conforme explica Martins (2001), deriva da capacidade de abstração do homem e pode ser definida como um conjunto de sinais criados com a função suprema da comunicação, resultante dos contatos sociais. Em outras palavras, uma racionalidade se desenvolve pouco a pouco na mentalidade do homem primitivo e termina por predominar, determinando o surgimento da linguagem.

Em algum momento desta evolução, ainda não datado com precisão pelos historiadores, explica Martins (2001) que a linguagem se diversificou em idiomas e a linguagem auditiva se transformou em linguagem visual com a invenção dos primeiros sistemas de escrita, definida pelo autor como “[. . .] apenas um – provavelmente o mais perfeito e o menos obscuro – entre inúmeros outros sistemas de linguagem visual.” (MARTINS, 2001, p. 33). Para Oliveira (1995), a escrita surge como forma de imobilizar a linguagem oral, fugaz por natureza, tendo também um caráter pragmático, já que, nos seus primórdios, contribui para organizar a vida em sociedade.

2.1 PRIMEIRO, A ARGILA

Os primeiros registros desta linguagem inscrita (inicialmente pictórica, ideográfica e por fim fonética) são feitos em tabuletas de argila com uma espécie de cinzel em forma de cunha pelos sumérios, a primeira civilização referida na história. São chamadas, por isso, de tabuletas ou lajotas de escrita cuneiforme, e conforme explica CAMPOS (1994, p. 20),

Primitivamente ideográfica, a escrita daqueles mesopotâmicos das cidades-Estado de Ur, Larsa e Acad, entre outras, evoluiu para uma escrita fonética silábica, contando, no auge do seu aperfeiçoamento, com quatrocentos a quinhentos sinais.

Datadas desde o VI milênio A.C. as tabuletas de argila das bibliotecas mesopotâmicas são consideradas, portanto, os mais remotos ancestrais do livro.

De acordo com Campos (1994), as tabuletas serviram ao comércio para contratos, recibos e notas, e também eram usados como correspondências. O mais célebre, entretanto, dos documentos feitos em tabuletas de argila com escrita cuneiforme é o Código de Hammurabi, corpo de leis reunidas por Hammurabi, rei da Babilônia entre 1790 e 1750 A.C.. Embora não seja o mais antigo (outros escritos há 4 mil anos foram encontrados), Campos (1994) explica que o Código de Hammurabi, não só pela qualidade do texto, mas também pela abrangência de sua aplicação entre os povos da Babilônia, é, sem dúvida, o mais importante, sendo classificado por alguns estudiosos, dentro de uma concepção mais moderna, como obra literária. O exemplar mais importante do Código de Hammurabi – um diorito negro de 2,25 m de altura - foi encontrado no início do século XX na região da antiga Susa, atual Irã, e se encontra atualmente no Museu do Louvre, em Paris.

Outra obra importante gravada em lajotas de argila é A Epopéia de Gilgamesh, considerada o mais antigo épico da literatura universal. Segundo Campos (1994), a obra, incompleta, foi descoberta entre as ruínas da biblioteca de Nínive, em 12 lajotas quebradas, e conta a história do herói Gilgamesh que teria sido rei de Uruk. Hoje, as lajotas estão expostas no Museu Britânico, em Londres.

2.2 PAPIRO, PERGAMINHO E PAPEL

Depois das tabuletas de argila, o papiro, um caule do antigo Egito, foi o próximo suporte para os livros na Antiguidade. De acordo com Martins (2001), o texto era escrito em folhas coladas pelas extremidades formando fitas de longo comprimento, “[. . .] que constituíam os primeiros rolos, antepassados dos de pergaminho e, por consequência, do próprio livro.” (MARTINS, 2001, p. 62).

Na sequência, surge o pergaminho, material de escrita proveniente da pele de animais, criação dos habitantes de Pérgamo, de onde herda o nome. Este novo suporte resiste até a Idade Média, e segundo Martins (2001), na França, do século IX ao século XII é apenas o pergaminho que se emprega nos livros. Em ambos os suportes, conforme o autor, o instrumento da escrita era uma espécie de caniço, “[. . .] chamado comumente de *calamus*, antepassado direto da nossa pena”. (MARTINS, 2001, p. 68).

O suporte, entretanto, que viria a ser o definitivo, já havia sido criado mil anos antes, aproximadamente, na China: o papel. Sua invenção, segundo Campos (1994), teria se dado no ano 105 da era cristã pelo chinês Tsai Lun, em substituição à seda e ao bambu, os caros suportes chineses utilizados até então. Feito basicamente com refugos da seda, o papel chinês chega na Europa trazido pelos árabes e só começa a ser produzido na segunda metade do século XII inicialmente na Espanha, “O processo usado pelos europeus para conseguir o seu primeiro papel era, em linhas gerais, o mesmo dos chineses, mil anos antes.”(CAMPOS, 1994, p. 77). E este processo consistia em extrair a matéria-prima do papel – a celulose – de trapos de seda, linho e algodão, fragmentados e macerados sob a ação da água, até que se formasse uma “pasta”, que depois de seca e prensada viria a se tornar a folha de papel. Para Martins (2001), o surgimento do papel traz para a história do livro o personagem mais importante, o mais imperialista e dominador:

É tão grande o seu predomínio que ele começa por usurpar o nome do seu predecessor e deseja substituí-lo não somente na evolução histórica mas também na memória dos homens: com efeito, *papel* vem, etimologicamente, de papiro, que era *papyrus* em latim e *papuros* em grego. Mas, ainda uma vez, o nome poucas relações tem com a coisa, e o papel não é um derivado do papiro: é o seu rival vitorioso. O *papel do Egito*, tão caro aos escribas ancestrais, foi

derrotado por completo quando o papel se tornou conhecido no Ocidente. (MARTINS, 2001, p. 111).

Até os dias de hoje, a fabricação do papel parte do mesmo processo original que é o de colocar em suspensão na água as fibras da celulose, que se desintegram. A diferença é que hoje, a matéria-prima não é mais o trapo, mas a madeira de árvores como o pinheiro europeu e o eucalipto.

2.3 A FORMA DEFINITIVA

Ainda antes da transição do papiro e do pergaminho para o papel, outra importante e definitiva transformação acontece na Idade Média, desta vez na forma: o rolo vira códice (do latim *códex*). No códice, explica McMurtrie (1997. p. 95), “[. . .] as folhas, em vez de serem coladas pelas extremidades e depois enroladas, dobravam-se para formar duas, e as coleções ou grupos destas folhas dobradas ligavam-se pelos vincos.” Tratava-se, portanto, do ancestral do livro, tal como o conhecemos hoje.

De acordo com Escolar (1993), o rolo – ou *volumen* – apresentava inúmeros inconvenientes, que foram sendo superados com o novo formato. O códice, pela sua encadernação, garantia uma maior durabilidade ao manuscrito, era mais fácil de ser armazenado e transportado, ao mesmo tempo em que “[. . .] oferecia uma capacidade seis vezes superior (por ter mais páginas e colunas além de admitir escrituras nos dois lados da folha) facilitava a localização de alguma passagem e resultava num produto mais barato.” (ESCOLAR, 1993, p.178, tradução nossa). Para Turner (1977 apud Escolar, 1993, p.178)² os inventores do códice deveriam colocar-se ao lado dos grandes benfeitores da humanidade, como os que inventaram a roda ou o alfabeto, tamanha a vantagem do novo formato sobre o rolo.

A Idade Média foi, também por outras razões, um período importante na história do livro. Nesse período, a Igreja Católica torna-se poderosa e assume um papel fundamental na preservação do conhecimento. À exceção do alto clero e de alguns poucos clérigos, a população em geral vivia na mais absoluta ignorância intelectual, sem saber ler nem escrever. Assim, mosteiros e conventos se tornaram

² TURNER, Eric G. The typology of the early codex. Philadelphia, 1977.

verdadeiros centros de produção e confecção de manuscritos ricos em iluminuras, além de depósitos de livros e documentos. Escolher o que seria de conhecimento público conferia enorme poder ao clero, de modo que até os copistas, neste período eram religiosos.

Surgem bibliotecas monásticas e as primeiras universidades dando ao livro ainda manuscrito um status indissolúvelmente ligado aos estudos e ao diploma. Diz Martins (2001) que durante esse período, o livro é indústria eminentemente e exclusivamente monástica. Contrapondo a tese de época de trevas e obscurantismo que muitos historiadores atribuem à Idade Média, o autor diz que o livro medieval conservou os conhecimentos, guardou-os para a Renascença. “[. . .] que não teria sido possível, no que diz respeito às obras escritas. se a Idade Média não tivesse possuído esses enormes silos que foram suas bibliotecas monásticas, universitárias e particulares.” (MARTINS, 2001, p. 96).

2.4 SOBRE O DESIGN

As diferentes matérias-primas utilizadas como suporte para o livro determinaram seu design. Sabe-se que as tabuletas de argila, por exemplo, eram blocos quadrados, às vezes oblongos, de cerca de 7,5 centímetros de altura que cabiam confortavelmente na mão. Já os papiros, pergaminhos e papéis permitiram os rolos e depois as dobras, para formar o design atual – o códice – que se revelou o mais vantajoso para o transporte, conservação e manuseio.

Entretanto, há – e sempre houve – códices de diferentes tamanhos e com as mais diferentes concepções de capa e ilustração, elaboradas de acordo com a intenção ou objetivo imaginado para o livro. Hendel (2006) é categórico ao afirmar que não é somente o que o autor escreve que vai definir o assunto do livro. Sua forma física, assim como a sua tipografia também o definem. Portanto, segundo ele, as escolhas do designer vão causar algum efeito – radical ou sutil – sobre o leitor, havendo os que acham que o design do livro não deveria refletir uma época ou local particulares, e os que, ao contrário, pensam que o design deve refletir tendências contemporâneas. Para Hendel, cada uma destas atitudes tem seus méritos e seus problemas.

3 GUTENBERG E A NOVA ERA

A invenção atribuída a Gutenberg – a tipografia, ou a imprensa - muda o curso da história.

Apesar de ter tido uma vida obscura e misteriosa, sabe-se que o assim considerado inventor da tipografia no Ocidente, o alemão Johann Gensfleisch, (o sobrenome pelo qual torna-se conhecido é materno), nasceu por volta de 1400 na cidade de Mogúncia, na atual Alemanha.

Também as circunstâncias em que ocorreu a invenção da tipografia são confusas. Os primeiros registros sobre suas experiências tipográficas são de Estrasburgo, onde se exilou por questões políticas e onde em atas relativas a um processo a que foi submetido, encontra-se referências a uma prensa, chumbo e matrizes. De volta à sua cidade natal, teria dado continuidade, junto com dois sócios, à atividade de tipógrafo.

O nome de Gutenberg, como autor da invenção, entretanto, já foi violentamente contestado, conforme explica Martins:

Como todas as grandes invenções, a da tipografia “estava no ar” no momento em que ocorreu, e ainda como todas as grandes invenções, ela resulta mais do aperfeiçoamento gradativo de processos rudimentares e de uma idéia inicial do que, propriamente, de um ato consciente que a fizesse do primeiro golpe o que ela se tornou. (MARTINS, 2001, p. 141).

Convém salientar também que a invenção da tipografia é atribuída – por alguns estudiosos - a um contemporâneo de Gutenberg, Lourenço Coster, da cidade de Haarlem, na Holanda, ao passo que muitos historiadores lembram que os chineses, 300 anos antes de Gutenberg já utilizavam tipos móveis feitos de barro cozido, e que na Coréia, desde o início do século XV eram usados tipos móveis de cobre.

Apesar de tanta controvérsia, o fato absoluto é a revolução advinda da tipografia e da imprensa. A ponto de McMurtrie (1997) afirmar que na história da cultura humana não há acontecimento que tenha a importância do invento da impressão com tipos móveis:

Seria preciso um volumoso livro para apresentar, mesmo em esboço, as repercussões desta invenção em todos os campos da iniciativa e experiência humana ou para descrever os seus resultados na libertação do espírito da humanidade, dos grilhões da ignorância e da superstição. (McMURTRIE, 1997, p. 159).

Para o historiador Peter Burke (2003), a importância do novo meio foi além da difusão mais ampla do conhecimento: a imprensa permitiu a interação entre diferentes conhecimentos, padronizou conhecimentos, “[. . .] ao permitir que pessoas em lugares diferentes lessem os mesmos textos [. . .]”, ao mesmo tempo que estimulou o ceticismo, “[. . .] ao permitir que a mesma pessoa comparasse e contrastasse explicações alternativas e incompatíveis do mesmo fenômeno ou evento.” (BURKE, 2003, p. 19).

Dentro desta perspectiva, um dos exemplos mais emblemáticos e prova histórica irrefutável da força da imprensa, foi a rápida vitória religiosa de Martin Lutero em 1517. De acordo com Campos, pode-se supor que a Reforma não teria acontecido sem a tipografia, “[. . .] que possibilitou a impressão de milhares de panfletos e de opúsculos de propaganda das idéias reformistas a preço acessíveis ao público.” (CAMPOS, 1994, p. 187).

Como bem lembra Burke (2003), o conhecimento inclui outras formas, que não apenas o registro impresso. Imagens (mapas e ilustrações), objetos materiais e práticas não verbais (construir, tecer, curar, etc.) também fazem parte da definição de conhecimento. Mas o fato indiscutível é que, com o invento de Gutenberg, a informação alastra-se por todo o Velho Mundo, e o conhecimento deixa aos poucos de ser privilégio de minorias poderosas, difundindo-se na proliferação de universidades e centros de pesquisas. Junto com a introdução pólvora e do papel na Europa, a invenção da imprensa culmina na Renascença, período de grandes avanços em todas as áreas do desenvolvimento humano.

4 AS RUPTURAS DO SÉCULO XX

O chamado período Moderno, iniciado com o Renascimento alcança seu ápice com Iluminismo – início do século XVIII, quando as idéias deste movimento começam a se propagar em toda a Europa. Pode-se dizer que o Iluminismo foi o nascedouro de diversos eventos políticos que se revelariam de extrema importância para a constituição do mundo moderno, como a Revolução Francesa e os diversos movimentos de emancipação nacional ocorridos nas Américas. Muitos autores associam ao ideário iluminista o surgimento das principais correntes de pensamento que caracterizariam o século XIX, como o liberalismo, o socialismo e a social-democracia.

Neste contexto, o século XX nasce dando continuidade às transformações iniciadas anteriormente, firmando-se como um século de grandes acontecimentos sociais e políticos: duas guerras mundiais, guerra fria, guerra do Golfo, exacerbação dos conflitos entre árabes e judeus, queda do muro de Berlim, a *perestroika*, só para citar alguns. Mas, definitivamente e mais do que tudo, o século XX é o século das profundas transformações científicas e tecnológicas.

Depois de um período de relativa calma nestas áreas, o mundo é sacudido pelas chamadas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que acabam por eliminar fronteiras temporais e espaciais. É o século não só da globalização econômica mas também da mundialização de práticas sociais e culturais. Em resumo, o que acontece aqui e agora também pode ser percebido - e acompanhado em tempo real - por qualquer outro habitante do planeta que esteja conectado.

Cabe ao filósofo canadense Mashall McLuhan cunhar, ainda em meados do século passado - portanto, numa visão quase profética - a expressão “aldeia global” para explicar naquela época o ainda incipiente fenômeno da ausência de barreiras de qualquer ordem entre as sociedades urbanas no que diz respeito à disseminação da informação, fato que só viria a se consolidar definitivamente no início do segundo milênio. McLuhan utiliza inicialmente a expressão “aldeia global” em seu livro *A Galáxia de Gutenberg* escrito em 1962 em que tenta analisar o impacto da impressão por tipos móveis no comportamento do homem moderno. Segundo ele,

[. . .] as descobertas eletromagnéticas recriaram o “campo” simultâneo de todos os negócios humanos, de modo que a família humana existe agora sob as condições de uma aldeia global. Vivemos num único espaço compacto e restrito em que ressoam os tambores da tribo. (McLuhan, 1977, p. 58).

À época, o autor referia-se à televisão, o meio de comunicação de massa em nível internacional, que começava a ser integrado via satélite. Não imaginava, certamente, que seu conceito viria a se cristalizar ainda mais com o surgimento das tecnologias não mais eletrônicas ou eletromagnéticas, mas digitais.

O mundo assiste então, a partir da segunda metade do século XX, o que Lévy (1996) chama de um movimento geral de virtualização – um desprendimento do aqui e agora - que afeta “não apenas a informação e a comunicação mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência.” (LÉVY, 1996, p. 11). Para o autor, quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam “não-presentes”, se desterritorializam: “Uma espécie de desengate os separa do espaço físico ou geográfico ordinários e da temporalidade do relógio e do calendário.” (LÉVY, 1996, p. 21).

A evolução continua. Durante a Guerra Fria surge o embrião da Internet, quando computadores americanos são interligados para a troca de informações militares – e se desenvolve enormemente após o término deste período, a partir da década de 70. E é exatamente aí, a partir dos anos 70, que, segundo Williams (2007) avançam as teses sobre a evolução das sociedades capitalistas para o que viria a se chamar uma Sociedade da Informação. Desde então, a informação ganha novo estatuto a nível mundial.

A *World Wide Web* vem depois, na década de 90, quando Tim Berners-Lee, funcionário da Organização Europeia para o Desenvolvimento Nuclear - *CERN*, cria este sistema de comunicação global, em que as pessoas podem ler e escrever através de computadores conectados à Internet. A vida cotidiana definitivamente se digitaliza, os *bits* – os elementos atômicos da informação - substituem os átomos, conforme afirma Negroponte (1995), para explicitar a completa digitalização. Segundo ele, a informática hoje, não tem mais nada a ver com computadores, tem a ver com a vida das pessoas uma vez que as atividades mais prosaicas utilizam cada

vez mais *bits*, ao invés de átomos, numa mudança irrevogável, sem possibilidade de volta.

Um dos mais importantes filósofos da informação do século XX, Pierre Lévy já tinha, no início dos anos 90, a dimensão do que a informática e o mundo digital representariam para o homem contemporâneo. Para Lévy (1993, p.15), as tecnologias advindas trouxeram novas maneiras de pensar e de conviver, “(. . .) e hoje cada vez mais concebemos o social, os seres vivos ou os processo cognitivos através de uma matriz de leitura informática.”

Um claro defensor das técnicas como modos fundamentais de gestão social do conhecimento, Lévy é um adepto da evolução:

O cúmulo da cegueira é atingido quando as antigas técnicas são declaradas culturais e impregnadas de valores, enquanto que as novas são denunciadas como bárbaras e contrárias à vida. Alguém que condena a informática não pensaria nunca em criticar a impressão e menos ainda a escrita. Isto porque a impressão e a escrita (que são técnicas!) *o constituem* em demasia para que ele pense em apontá-las como estrangeiras. Não percebe que sua maneira de pensar, de comunicar-se com seus semelhantes [. . .] são condicionadas por processos materiais. (LÉVY, 1993, p. 15)

Assim, o século XX consagra a Sociedade da Informação, com computadores interligados, celulares, Internet e a Web instaurando definitivamente a aldeia global anunciada por McLuhan décadas antes.

5 OS E-READERS

A abrangência das transformações tecnológicas das últimas décadas vai alcançar também o texto impresso, que recebe como novo suporte o meio digital.

A história dos textos eletrônicos ou digitalizados, entretanto, não é nova e inicia em 1971, nos Estados Unidos, com o Projeto Gutenberg (PROJETO...2010, *online*), quando o americano Michael Hart decide digitalizar a Declaração de Independência dos Estados Unidos e disponibilizar o texto na rede ainda embrionária do que viria a ser depois a Internet. A iniciativa mantida até hoje por voluntários, disponibiliza mais de 30 mil livros em domínio público (livres de direitos autorais) para *download* gratuito nos formatos PDF³ e HTML⁴. A missão do Projeto, segundo seu idealizador, é simples: “Encorajar a criação e distribuição de livros eletrônicos.” (PROJETO... 2010, *online*). Portanto, o Projeto Gutenberg é considerado a mais antiga biblioteca digital do mundo e seu criador, o pai dos *e-books*.

Entretanto, a grande “mídiação” do livro eletrônico, conforme Furtado (2006. p. 37), vai se verificar em meados dos anos 90, tendo como marco emblemático a publicação digital da novela *Riding the bullet*, de Stephen King, em março de 2000. A partir daí, diz Furtado (2006), multiplicam-se os formatos, meios e canais de distribuição de conteúdos eletrônicos.

Até meados dos anos 2000, os textos digitalizados eram transportados em disquetes, CD-ROMs e mais recentemente, em *pen-drives*, para serem lidos nas telas dos computadores. Uma vez que computadores não podem ser carregados a qualquer lugar e que a leitura prolongada provoca desconforto até no leitor mais dedicado - pela luminosidade da tela, pela imobilidade imposta pela máquina, etc. - o livro impresso permanecia absoluto como suporte ideal para conteúdos textuais.

Entretanto, a enorme e crescente oferta de livros digitais, os *e-books* – acaba por criar a necessidade de um novo hardware. Assim, é o surgimento dos

³ *Portable Document Format* (ou PDF) é um formato de arquivo, desenvolvido pela Adobe Systems para representar documentos que contenham textos, gráficos e imagens de maneira independente do aplicativo, do *hardware* e do sistema operacional usados para criá-los. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/PDF>> Acesso em 04 ago. 2010.

⁴ *HyperText Markup Language*, que significa *Linguagem de Marcação de Hipertexto* é uma linguagem de marcação utilizada para produzir páginas na Web. Documentos HTML podem ser interpretados por navegadores. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/HTML>> Acesso em: 04 ago. 2010.

dispositivos portáteis dos livros digitais – os *e-readers* - portanto, que vai provocar um estranhamento e suscitar reflexões e discussões nos meios intelectuais acerca do futuro do livro de papel. É bem verdade, como lembra Furtado (2006, p. 35), que embora estes dispositivos sejam recentes enquanto verdadeiros produtos comerciais, a idéia do livro eletrônico portátil remonta a 1968, quando Alan Kay elaborou o conceito do Dynabook. Comercializado pela Toshiba em 1989, o Dynabook, próximo do que hoje é o *laptop*, deixou de ser fabricado em 1998 devido ao seu elevado preço e à sua dimensão, excessiva para um conceito de portátil.

A tecnologia avançou. E agora, na segunda metade dos anos 2000, já não se trata de ler textos ou livros na tela de um computador ou de um *laptop* pesado, com desconforto físico e cansaço visual. Os *e-readers* atuais são leves (em torno de 200 gramas), com as dimensões de um livro médio, a espessura de um lápis e a sensação de leitura similar a do papel, já que utilizam, na sua grande maioria, a tecnologia *e-Ink*, a chamada tinta eletrônica que traz mais conforto à leitura, pois tira a luminosidade comum dos monitores. Desenvolvida a partir de pesquisas realizadas no Massachusetts Institute of Technology (MIT), importante centro de pesquisa norte-americano, a tinta eletrônica, segundo sua fabricante – a E Ink Corporation⁵, é a base do Electronic Paper Display (EPD) tecnologia que permite ao usuário ter a experiência de uma leitura em papel, “[. . .] já que não requer luz frontal ou interna (*backlight*), tornando o texto legível em diferentes condições de luminosidade, incluindo luz solar direta.” (WHAT..., 2010, *online*, tradução nossa).

Considerada uma das grandes vantagens dos *e-readers*, a tinta eletrônica, entretanto, não é unanimidade. Segundo Wilson (2010, *online*), um artigo sobre tecnologias de display publicado no jornal norte-americano The New York Times revelou que, para especialistas do assunto, tanto a tela de LCD⁶ quanto a tinta eletrônica tem vantagens e desvantagens em relação ao papel dependendo das circunstâncias de visualização do texto. Reproduzindo afirmação de um técnico do MIT, Wilson informa que “atualmente, o *e-Ink* é ótimo para ler sob o sol, mas em certas situações, ler em papel pode ser muito melhor do que *e-Ink*. E em situações

⁵ Disponível em: <<http://www.eink.com/technology/index.html>>. Acesso em 04 jul. 2010.

⁶ *Liquid Crystal Display* é um painel fino usado para exibir informações por via eletrônica, como texto, imagens e vídeos. Seu uso inclui monitores para computadores, televisores, painéis de instrumentos e outros dispositivos e suas principais características são a sua leveza e portabilidade. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/LCD>>. Acesso em: 04 jul. 2010.

de pouca luminosidade, uma tela LCD pode ser a melhor opção de todas.” (WILSON, 2010, *online*).

5.1 MODELOS

Em 2006 a indústria japonesa Sony lança o leitor Sony Reader e em 2007, a empresa americana Amazon lança o leitor Kindle. Ambos, porém já tem, hoje, versões mais atualizadas, que apresentam maior capacidade de armazenamento, bateria com mais autonomia e utilizando *e-Ink*. Outras empresas e indústrias também já lançaram seus leitores, mas com menor abrangência mundial.

O *iPad*, mais recente aparelho digital da também gigante empresa americana Apple que apresenta também, entre suas inúmeras funções, a de leitor digital de livros, jornais e revistas, foi lançado nos Estados Unidos, com grande publicidade na mídia mundial, em abril de 2010. Conforme notícia do jornal Folha de São Paulo, antes do lançamento oficial, em 03 de abril, a fabricante já havia vendido 200 mil unidades e a expectativa é de que as vendas atinjam 5 milhões neste ano de 2010. Tamanho sucesso, de acordo com Fibe (2010, p. B5), é porque tanto a Apple como a maior parte da mídia norte-americana o “propagandearam como um artefato que privilegia a simplicidade e a relação intuitiva com o consumidor.”

No Brasil, entretanto, é só a partir da segunda metade de 2010 que aumenta a oferta no mercado nacional de aparelhos para leitura de livros digitais. O caderno ZH Digital do jornal gaúcho Zero Hora de 11 de agosto de 2010 noticia que até o final do ano, seis dispositivos estarão à disposição do consumidor (com preços variando de R\$ 500,00 a R\$ 1.000,00) “num claro sinal de que a leitura digital pode começar a emplacar por aqui.” (NEVES, 2010, capa). A reportagem afirma que o principal entrave para a popularização dos *e-readers* é a pouca oferta de *e-books* em língua portuguesa: até aquele momento, a Livraria Cultura, por exemplo, oferecia 500 títulos de *e-books* nacionais e 120 mil em outros idiomas. A previsão do jornalista é de que a oferta maior de *e-readers* deva gerar uma maior demanda de *e-books* nacionais, num ciclo que deve consolidar a leitura eletrônica.

Também em agosto, reportagem publicada no portal da revista Exame⁷ apresentava 14 modelos de leitores de *e-books*, alguns já a venda do Brasil, outros ainda importados (YANO, 2010, *online*):

- **Kindle 3** - Lançado em 2007, é um dos *e-readers* mais vendidos do mundo. A terceira versão do aparelho teve todo o primeiro lote esgotado apenas nos seis primeiros dias de pré-venda.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 241 gramas



Figura 1 - Kindle 3
Fonte: Divulgação/Amazon

- **Kindle DX** - Difere do Kindle original principalmente por conta do tamanho da tela, uma das maiores entre os *e-readers* mais conhecidos. É, por isso, mais pesado e, portanto, menos portátil do que a versão principal .

Tamanho da tela: 9,7"

Peso: 536 gramas

- **Alfa** - Apresentado na Bienal Internacional do Livro de São Paulo, o aparelho nacional mostra que pode competir com o Kindle, trazendo recursos mais avançados, como tela *touch-screen*⁸ e cartão de memória. Totalmente adaptado para o mercado brasileiro, tem menus em português e vem com o Dicionário Aurélio instalado de fábrica. As desvantagens são o preço, que

⁷ Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/compare-14-modelos-leitores-livros-digitais-590354.html?v=5#show>> Acesso em 04 set. 2010.

⁸ Tela sensível ao toque, que dispensa teclado.

chega a ser mais elevado que a importação do Kindle, e a falta de conectividade *Wi-Fi*⁹ ou 3G¹⁰.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 240 gramas

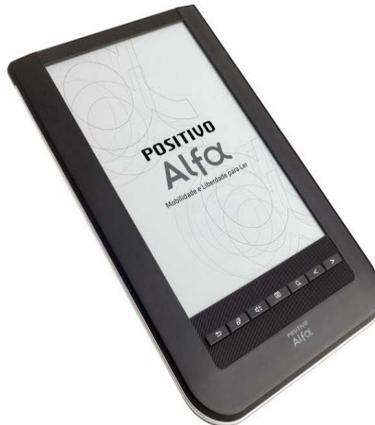


Figura 2 - Alfa.

Fonte: Divulgação/Positivo Informática

- **Leitor-D** – Também desenvolvido no Brasil, criado pela pernambucana Mix Tecnologia em parceria com a Carpe Diem Edições e Produções. Um grande diferencial do produto são as ferramentas voltadas para estudantes, que auxiliam no aprendizado.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 260 gramas

- **Story** – O modelo coreano iRiver Story começou a ser vendido no início de agosto pela rede de livrarias Saraiva. As características são bastante comuns a outros aparelhos.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 284 gramas

- **Cool-er** - Primeiro *e-reader* a entrar oficialmente no mercado brasileiro, por meio da livraria virtual Gato Sabido. Embora mais básico que o *Kindle*, é visto

⁹ Abreviação de *Wireless Fidelity*, Fidelidade sem fio [tradução nossa]. Tecnologia que permite utilização sem fio. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wifi>> Acesso em: 11 set. 2010.

¹⁰ Tecnologia móvel que permite ao usuário navegar na internet em alta velocidade e sem fio. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/3G>> Acesso em: 11 set. 2010.

como um forte concorrente no segmento pela compatibilidade com diversos formatos, o peso mínimo e a plataforma de livros digitais, uma das primeiras do Brasil, desenvolvida em parceria com o site de comércio eletrônico Submarino.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 178 gramas



Figura 3 - Cool-er
Fonte: Divulgação/Interead

- **Novel** - Fabricado pela norte-americana Pandigital, tem tela em LCD, que difere da tecnologia *e-ink* da maioria dos *e-readers*. Além de rodar livros, ele exibe imagens, reproduz arquivos de áudio e até vídeo.

Tamanho da tela: 7".

Peso: 538 gramas

- **Nook** - Principal concorrente do Kindle, foi desenvolvido pela Barnes & Noble, maior rede varejista de livros dos Estados Unidos, e lançado no fim de 2009. Apresenta dois *displays* diferentes: a tela de 6" de *e-ink* que exibe o conteúdo dos livros digitais, e um espaço menor, colorido e sensível ao toque que serve para mostrar menus. Foi o primeiro a trazer conectividade *Wi-Fi*, o que acabou forçando a Amazon a fazer o mesmo. Entretanto, a plataforma de venda de livros da Barnes & Noble não funciona em território nacional. Por isso, mesmo quem consegue comprar o aparelho em outro país, acaba não podendo utilizá-lo plenamente no Brasil.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 329 gramas (*Wi-Fi*) / 343 gramas (*Wi-Fi+3G*)

- **Sony Reader Pocket Edition** - Pioneira na indústria de *e-readers* com a tecnologia de tinta eletrônica (*e-ink*), ainda em 2006, a Sony mantém três

modelos da linha de leitores digitais à venda. O Pocket Edition é o menor e-reader e o mais básico.

Tamanho da tela: 5"

Peso: 220 gramas

- **Sony Reader Daily Edition** - Acessa uma plataforma de livros própria da Sony, que também é compartilhada pelos demais aparelhos da fabricante, mas também é capaz de ler diversos formatos de arquivos. Não é vendido oficialmente no Brasil.

Tamanho da tela: 7"

Peso: 361 gramas

- **Sony Reader Touch Edition** - Pode ser controlado por meio da tela *touch-screen*. Como os demais leitores da fabricante, não é comercializado oficialmente no Brasil.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 286 gramas

- **Kobo eReader** - Traz o essencial para um leitor de livros digitais. Pode se conectar por Bluetooth¹¹ para transferência de arquivos e lê cartões de memória. Por enquanto é vendido no Canadá, Austrália, Nova Zelândia e Estados Unidos.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 221 gramas

- **Neo** – Fabricado pela holandesa Bebook, que ainda fabrica os aparelhos *One* e *Mini*. É o equipamento mais rápido do mercado na realização de buscas e de operação. É controlado por uma caneta *touch-screen* ao invés de usar teclado ou o toque dos dedos.

Tamanho da tela: 6"

Peso: 298 gramas

5.2 FORMATOS DE E-BOOKS

¹¹ Especificação industrial para áreas de redes pessoais sem fio (*Wireless personal area networks – PANs*). O Bluetooth provê uma maneira de conectar e trocar informações entre dispositivos como telefones celulares, notebooks, computadores, impressoras, câmeras digitais e consoles de videogames digitais através de uma frequência de rádio de curto alcance globalmente não licenciada e segura. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>>. Acesso em: 11 set. 2010.

Embora haja *e-books* disponíveis em diferentes formatos (PDF e outros próprios do dispositivo como o do Kindle, por exemplo), o formato padrão internacional escolhido pelo mercado é o *ePub*. Desenvolvido pelo *International Digital Publishing Fórum - IDPF*, consórcio de empresas como Sony, Adobe, Microsoft, entre outras, o *ePub* é, segundo informa o próprio site do *IDPF*¹², uma extensão de arquivo do formato XML (formato padrão de linguagem de computador para intercâmbio de dados) que permite produzir e enviar arquivos de publicações digitais oferecendo ao consumidor interoperabilidade entre softwares e hardwares para livros ou outras publicações não criptografadas. (*IDPF*, 2010, *online*, tradução nossa).

Especialistas no assunto, como os criadores da Editora Plus¹³, uma editora brasileira virtual que publica e distribui *e-books* gratuitamente, apostam na superioridade deste formato frente aos outros:

Um livro feito em *ePub* permite que a leitura seja uma experiência boa em qualquer tipo de tela, independente do tamanho, ou do sistema. Pode-se aumentar ou reduzir o tamanho da fonte, alargar ou diminuir o tamanho da página. Mas o principal é o seguinte: dá para ler o mesmo arquivo em vários aparelhos. (*ePUB...2010, online*).

O *ePub*, em suma, é mais dinâmico, se rediagrama na tela do e-reader, o fluxo e o corpo do texto se adequam ao aparelho. O PDF, ao contrário, é mais restrito, já que além de não poder ser aberto em qualquer aparelho, não permite nenhuma alteração na formatação nem redimensionamento do texto, fatores que tornam a leitura menos agradável, uma vez que obriga o leitor a navegar pela página.

Estas inegáveis vantagens do *ePub* tem obrigado as várias livrarias virtuais brasileiras a converter seus livros para este formato padrão, numa tentativa de ampliar suas vendas de livros digitais e verdadeiramente deslanchar o mercado no Brasil.

¹² Disponível em: <<http://www.idpf.org/>> Acesso em 23 set. 2010.

¹³ Disponível em: <<http://editoraplus.org/blog/epub-conheca-o-padrao-internacional-para-e-books/>> Acesso em: 15 set. 2010

A tarefa, entretanto, não tem sido fácil. Conforme reportagem do jornal Folha de São Paulo (VICTOR, 2010, p E7), editoras como a Zahar e a Gato Sabido tem se valido de empresas na Índia e nas Filipinas, subcontratadas de firmas dos Estados Unidos para transformar em *ePubs* seus livros digitais. O processo, entretanto, nem sempre é bem sucedido, com perdas de formatação e conteúdo, obrigando o livro a retornar aos países asiáticos para as correções necessárias. A expectativa das livrarias e editoras é que num futuro próximo já haja maior número de mão de obra especializada para esta tarefa, considerada fundamental para o ainda incipiente mercado de *e-books* brasileiro.

5.3 O DRM E SUAS IMPLICAÇÕES

A produção de conteúdos digitais sempre suscitou preocupação na indústria, seja ela fonográfica, cinematográfica ou de jogos eletrônicos, uma vez que não sendo físicos, estes conteúdos são facilmente disseminados, copiados e duplicados. Inevitável, portanto que ela buscasse mecanismos para proteger esses conteúdos da livre cópia, que prejudicaria seus lucros. Assim, surge o *Digital Rights Management – DRM*, ou o Gerenciamento de Direitos Digitais (tradução nossa), que se trata de uma restrição à difusão por cópias de conteúdos digitais, criado para prevenir a cópia ilimitada de um arquivo eletrônico.

O *DRM* tem sido alvo de muitas críticas por parte de consumidores e até de criadores, por seu caráter restritivo e protecionista da produção artística em geral, embora venha sendo incluído em todos os tipos de conteúdos digitais – inclusive os *e-books* - algumas vezes sem que o consumidor seja informado a respeito de suas conseqüências.

De acordo com a Wikipedia¹⁴, existem diferentes mecanismos de *DRM*, planejados por empresas diferentes, mas, no geral, todos têm em comum algumas características: detectam quem acessa cada obra, quando e sob quais condições, e reportam essa informação ao provedor da obra; autorizam ou negam o acesso a obra, de acordo com condições que podem ser alteradas unilateralmente pelo provedor da obra; quando autorizam o acesso, fazem-no sob condições restritivas

¹⁴ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Gest%C3%A3o_de_direitos_digitais> Acesso em: 23 ago 2010.

que são fixadas unilateralmente pelo provedor da obra, independentemente dos direitos que a lei fornece ao autor ou ao público (*DRM...*, 2010, *online*).

A inclusão do *DRM* nos *e-books* é, portanto, alvo de muita polêmica entre especialistas da área. Conforme artigo publicado no blog da Editora Plus¹⁵, por exemplo, o *DRM* não favorece em nenhum sentido o consumidor e nem impede, garantidamente, a pirataria:

[. . .] o *DRM* não serve somente para impedir a circulação livre do conteúdo eletrônico que sai das editoras, ou para proteger *e-books* e arquivos eletrônicos contra usos não autorizados. Serve também para controlar como, quando e onde um determinado leitor poderá ler determinado *e-book*, colocando a experiência da leitura à mercê do que decidem vendedores, editoras e distribuidores *online* ; quando essas decisões devem estar nas mãos dos leitores que compram os livros.(*QUEM...*2010, *online*)

Outro complicador é o fato de que o *DRM* não permite que o *e-book* seja lido em qualquer *e-reader*. Um consumidor que tenha um Kindle, por exemplo, não pode adquirir um *e-book* na loja virtual Gato Sabido, cujos livros têm *DRM* e, por isso, não podem ser convertidos para leitura no Kindle nem para qualquer outro formato. Em suma, o *DRM* é impossível de ser removido e impede a conversão de formatos.

O site da livraria Cultura¹⁶ também informa que seus *e-books* são vendidos com a tecnologia *DRM*, e explica que, além de garantir que o *e-book* adquirido pertença somente a uma pessoa, não podendo ser copiado, o gerenciamento permite que as leis de proteção aos direitos autorais sejam respeitadas e os autores de editoras sejam devidamente compensados.

Em suma, o *DRM* impede a realização de *back-ups* em outro aparelho que não aquele no qual originalmente foi feita gravação original da obra, dando ao consumidor o atributo de dono da cópia para sempre, a menos que o exclua do seu *e-reader*.

¹⁵ Disponível em: <<http://editoraplus.org/blog/quem-ama-bloqueia-tudo-sobre-drm-em-e-books/>> Acesso em 23 ago. 2010.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/scripts/ebooks/tutorial/faq.asp?>> Acesso em: 24 ago. 2010.

6 REPERCUSSÕES E INCERTEZAS

Assim como a digitalização de livros não é uma coisa nova, as discussões e especulações sobre o fim do livro impresso também não são tão recentes quanto os lançamentos dos leitores digitais. Intelectuais de diversas áreas já se debruçavam sobre o assunto ainda na primeira metade da década de 90, quando a Internet ainda era para poucos e a Web ainda dava seus primeiros passos.

6.1 O QUE JÁ FOI DITO

De acordo com Bellei (2002), ainda em 1994 um simpósio realizado na Universidade de San Marino, na Itália, alcançou projeção internacional pela sua temática: a questão do futuro do livro impresso. Posteriormente, em 1996, os trabalhos apresentados neste simpósio foram publicados pela Editora da Universidade da Califórnia sob o título *The future of the book*. Àquela época, as preocupações já surgiam em virtude do aparecimento da informática e dos meios eletrônicos de acúmulo e fluxo de informação.

O desenvolvimento exponencial das novas tecnologias de informação e comunicação nas décadas seguintes trouxe ainda mais dúvidas quanto à estabilidade do livro impresso, uma vez que, como compara Castells (2001), a Galáxia de Gutenberg dá lugar à Galáxia da Internet, uma nova configuração de mundo que permite a comunicação - e a transmissão de informação e dados - de muitos para muitos em tempo real e numa escala verdadeiramente global.

Estas transformações nos permitiram testemunhar nos últimos anos uma notável ruptura no modo de consumo de cultura em geral: músicas, jogos, filmes e vídeos são “baixados” da Internet em poucos minutos. O suporte físico destes objetos culturais (CDs, DVDs) estão desaparecendo gradativamente. O receio, portanto, do fim do livro impresso – ou pelo menos de uma mudança radical da sua natureza parece legítimo.

Alguns autores, porém, relativizam a ameaça que paira sobre o impresso. Castells (2001), por exemplo, aponta duas vertentes para a questão. Por um lado, reconhece que obras de referência e enciclopédias tendem a desaparecer por causa

da Internet (principalmente pelas infinitas possibilidades que o hipertexto oferece na busca de determinada informação). Entretanto, no que diz respeito aos livros em geral, acredita que

[. . .] a Internet serve apenas como plataforma de publicidade e atração. E não parece que esteja a cair a procura do livro tradicional em forma impressa, que, no fundo, é um produto perfeitamente portátil e de uso fácil. O processo de geração, produção e publicação da matéria impressa está a ser transformado completamente pela Internet, mas o produto em si (o livro que tem nas suas mãos) não parece que vá mudar significativamente num futuro próximo [. . .] (CASTELLS, 2001, p. 235)

Bellei (2001) atribui ao livro três dimensões: a de objeto simbólico, a de instituição e ainda de tecnologia. Inicialmente, para ele, o livro é “sagrado e enfeitado, um fetiche [. . .] símbolo da dimensão espiritual, das idéias, das artes e do intelecto, [. . .] um repositório de tudo o que foi feito de melhor pelo homem nas artes e na ciência.” (BELLEI, 2001, p. 12). Considera-o também como instituição, porque envolve todo um circuito de produção e consumo (autores, editores, leitores, etc.), uma força que movimenta setores econômicos e estabelece interesses individuais e coletivos. Por fim, pensa o livro como tecnologia, “[. . .] uma certa forma de fazer as coisas utilizando determinado instrumental.” (BELLEI, 2001, p. 12). Portanto, acredita que a ameaça ao livro impresso significa uma ameaça a todo um conjunto de estruturas sociais e econômicas e de identidades pessoais e/ou grupais, “[. . .] que sob pressão, reagem diante do que lhes parece uma questão de sobrevivência.” (BELLEI, 2001, p. 13).

Chartier (1999), por sua vez, avalia a mudança no suporte – do papel para o digital – como um corte, uma fratura na história do livro, fato que segundo ele, ainda não havia sido observado. Para Chartier, as mudanças importantes ocorridas ao longo da história do livro – da argila para o papiro e do manuscrito para os tipos móveis, para citar as mais significativas – podem ser classificadas como deslizamentos ou sobreposições. Já o livro em meio eletrônico é um objeto que “[. . .] escapa à apreensão da história material tal como ela sabia, outrora, abordar e definir o livro”. (CHARTIER, 1999, p. 12).

Analisando estes novos tempos de comunicação à distância livre e imediata propiciada pelas redes eletrônicas e suas repercussões na história do livro, o autor é afirmativo:

Refletir sobre as revoluções do livro e, mais amplamente sobre os usos da escrita, é examinar a tensão fundamental que atravessa o mundo contemporâneo, dilacerado entre a afirmação das particularidades e o desejo de universal. (CHARTIER, 1999, p. 133)

Um dos mais célebres intelectuais envolvidos nessa discussão é o semiólogo, escritor e professor universitário italiano Umberto Eco. Em seu mais recente livro, em que reflete sobre todas as questões envolvidas nesta discussão, Eco é categórico: opinião pública e jornalistas em geral (numa influência mútua) apostam na morte do livro impresso. Ele, porém, acredita que ou o livro permanecerá o suporte da leitura ou, no máximo, existirá alguma coisa similar ao que o livro nunca deixou de ser, mesmo antes da invenção da tipografia:

As variações em torno do objeto livro não modificaram sua função, nem sua sintaxe, em mais de 500 anos. O livro é como a colher, o martelo, a roda ou a tesoura. Uma vez inventados, não podem ser aprimorados. (ECO, 2010, p.17)

A favor do impresso, Eco também comenta o quão efêmeros são os suportes eletrônicos, ao contrário do papel. A obsolescência dos suportes – fitas VHS, disquetes, CD-ROMs e de suas respectivas aparelhagens – reforça a importância do registro impresso. Para ilustrar, Eco faz o seguinte relato:

Procurei desesperadamente a primeira versão do meu Pêndulo de Foucault, que devo ter gravado em disquete nos anos 1984 ou 1985, sem sucesso. Se eu tivesse batido a máquina o meu romance, ele ainda estaria aqui. (ECO, 2010, p. 68)

Além disso, o autor salienta a incerteza de, no futuro, dispormos de energia suficiente para fazer funcionar os aparelhos eletrônicos. Segundo Eco, quando toda a herança audiovisual tiver desaparecido, ainda será possível ler livros durante o dia, ou à luz de velas, à noite.

6.2 O QUE ESTÁ SENDO DITO

Uma das mesas redondas da Feira do Livro de Porto Alegre de 2009 tinha o curioso e provocativo título “Quando sua mãe lê um *e-book*, é sinal que algo mudou.” Era a estréia dos *e-readers* nos debates da Feira. Também dentro da programação da Feira de 2009, aconteceu a 1ª Semana da Literatura Digital¹⁷, que incluiu diversas palestras abordando inclusive o futuro do livro.(INSCRIÇÕES...2009, *online*).

Esses acontecimentos, entretanto, foram preliminares. O ano de 2010, conforme já foi dito na introdução deste trabalho, parece marcar a entrada definitiva do Brasil no universo dos *e-books* e dos *e-readers* e das discussões que o tema suscita. O país foi palco, em março, do 1º Congresso Internacional do Livro Digital, que aconteceu em São Paulo durante o 36º Encontro de Editores e Livreiros¹⁸. O tema que esteve no centro dos debates intitulava-se “Brasil Discute o Livro Digital”.(BRASIL...2009, *online*).

No segundo semestre – de 12 a 22 de agosto - teve lugar a 21ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo¹⁹, a maior dentre todas as edições, terceira do mundo no setor e “significando o grande momento do livro no Brasil.”(A BIENAL..., 2010, *online*). A programação focou quatro temas principais, que foram Monteiro Lobato, Clarice Lispector, Lusofonia e *Livro Digital* [grifo nosso]. No evento, portanto, tecnologia e cultura digitais estiveram presentes em debates e no Espaço Digital da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, onde os visitantes puderam manipular cerca de 50 *e-readers*.

Especificamente tratando do tema, o acontecimento de maior relevância foi o Fórum do Livro Digital²⁰, que precedeu a Bienal, embora atrelado à sua programação oficial. Considerando que o mercado editorial está em transição, a proposta do Fórum foi “discutir processos de compra, de distribuição, alternativas de suporte, expectativas e comportamento do consumidor, que sofrerão transformações

¹⁷ Disponível em: <http://www.marcelospalding.com/?nid=1774&wd=&dt=0&titulo=Inscrições abertas para I Semana de Literatura Digital>. Acesso em: 15 ago. 2010

¹⁸ Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.org.br/>> Acesso em: 15 ago. 2010.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.bienaldolivrosp.com.br/A-Bienal/>> Acesso em: 15 ago. 2010.

²⁰ Disponível em: <<http://www.cbl.org.br/upload/forum/forumdigital.html>> Acesso em: 15 ago. 2010.

que ainda serão conhecidas.” (FÓRUM...2010, *online*). Para tanto, o Fórum trouxe três especialistas no assunto, a saber: o americano Mike Shatzkin, com mais de 40 anos de experiência no mercado editorial, fundador e diretor-presidente da consultoria editorial The Idea Logical Co, e autor do blog *The Shatzkin Files*²¹ em que fala do impacto da mudança digital no mercado de livros; o britânico John B. Thompson, autor do livro *Books in the Digital Age*; e o brasileiro Jean Paul Jacob, pesquisador emérito da IBM e cientista residente na Universidade da Califórnia, em Berkeley, nos Estados Unidos.

No âmbito estadual, estas discussões já vinham acontecendo nas programações culturais do Estado e também se destacaram em 2010. Em junho, o Clube do Editores do Rio Grande do Sul²², entidade com 19 associados, que tem entre seus objetivos “fomentar o desenvolvimento da indústria editorial do livro e defender o direito autoral.” (CLUBE..., 2010, *online*) promoveu a 2ª edição do Seminário “O Negócio do Livro” discutindo o livro eletrônico, programas de leitura, formação de preço e de catálogo.

6.2.1 Um caminho sem volta

Tanto Jacob como Shatzkin não hesitam em assegurar que o livro impresso está com os dias contados. O norte americano, inclusive estima que em 10 ou 15 anos, o livro impresso se tornará um objeto exótico. Em entrevista ao portal Exame,²³ Shatzkin afirma que, como vem se dedicando nos últimos 20 anos a estudar o futuro da editoração, sente-se seguro para assegurar que o papel ficará para trás de uma forma irreversível. De forma que, na sua opinião, a pergunta que se deve fazer no momento “não é ‘se’, mas ‘quando’ e ‘de que forma’ as coisas vão acontecer. Mas é uma via de mão única” (SHATZKIN, 2010, *online*). Nem as questões mais subjetivas que envolvem o livro e que tornam grande parte dos leitores comuns refratários à mudança ameaçam a popularização irrefreável dos *e-readers*, na opinião do especialista. Segundo ele, as empresas de tecnologia dedicam-se 24 horas por dia na pesquisa de equipamentos que mais cedo ou mais

²¹ Disponível em: <<http://www.idealog.com/blog/>> Acesso em: 25 ago 2010.

²² Disponível em: <<http://www.clubedoseditores.com.br/page1.aspx>> Acesso em: 26 ago. 2010.

²³ Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/15-anos-livros-papel-serao-objetos-exoticos-diz-mike-shatzkin-588236.html>> Acesso em 10 set 2010.

tarde resolverão problemas que hoje ainda são entaves, como textura ou manuseio, por exemplo. Afirmado que já não precisa mais de livros impressos porque já não os lê há três anos e que o advento dos *e-readers* estimula sim, as pessoas a lerem mais, pela sua portabilidade e capacidade de armazenamento, Shatzkin é pessimista com relação ao futuro da indústria editorial nos moldes em que se encontra hoje, tornando-se, juntamente com os livros, algo totalmente irreconhecível:

O que esse tipo de editora faz hoje? Ela pega o conteúdo, imprime e coloca nas prateleiras onde os leitores encontram os livros para comprar. É o serviço que ela oferece, dando assistência para os autores. Mas se não houver prateleiras, como será? Como as editoras conseguirão encontrar valor? São perguntas complicadas, que não tem respostas automáticas. (SHATZKIN, 2010, *online*).

De igual forma cético em relação à permanência do livro impresso, o especialista brasileiro Jean Paul Jacob atribui sua previsão de que o suporte não vai co-existir com o formato digital ao aspecto da interatividade. Também em entrevista ao Portal Exame²⁴, por ocasião do Fórum Internacional do Livro Digital, Jacob afirmou:

Queremos variar o tamanho dos caracteres, deixar anotações verbais e tudo isso é impossível no livro físico, que chamo de “tinta sobre árvore morta”. O livro digital mantém o conteúdo, que é o que importa, e permite todas essas coisas e muito mais. (JACOB, 2010, *online*).

6.2.2 Um caminho sem volta?

É muito provável que estas previsões tenham se baseado ou se fortalecido pelo anúncio feito pela Amazon²⁵, no dia 19 de julho último de que, no mês anterior, junho, suas vendas de *e-books* superaram as vendas de livros de capa dura, na proporção de dois para um. A informação provocou grande repercussão e certamente deve ter reforçado opiniões como a de Jacob e Shatzkin. Entretanto, estes dados foram rapidamente relativizados por vários jornalistas norte-americanos

²⁴ Documento eletrônico. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/livros-digitais-papel-nao-coexistirao-diz-cientista-585533.html>> Acesso em: 11 set 2010.

²⁵ Documento eletrônico. Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1449176&highlight=>>>. Acesso em 12 set. 2010.

especializados. Yarow, por exemplo, chamou a atenção para o que realmente significam os números divulgados pela Amazon. Segundo o jornalista, livros de capa dura correspondem a apenas 23% do total de livros “de árvores mortas” (YAROW, 2010...*online*, tradução nossa). Assim, partindo do pressuposto que os negócios editoriais da Amazon refletem o restante da indústria livreira, é possível afirmar que a empresa continua vendendo duas vezes mais livros em brochura dos que livros digitais para o Kindle. Analisando os números divulgados – 22 milhões de e-books vendidos até julho de 2010 - Yarow afirma que isso equivale a apenas 6% do mercado total de livros impressos, “[. . .] o que ainda é um percentual pequeno.” (YAROW, 2010...*online*, tradução nossa).

Outro destacado jornalista norte-americano, Christopher Mims, autor do *blog Mims's Bits*, num de seus posts analisa a afirmação de Nicholas Negroponte, de que pelos números da Amazon, o livro impresso desaparecerá em cinco anos. Mims (2010) garante que alguns especialistas no assunto estão exagerando nas suas previsões, superestimando estatísticas. “A Amazon não está mentindo, obviamente, mas seu anúncio de que a venda de *e-books* está superando os de capa dura era o que estes especialistas precisavam para confirmar suas expectativas.” (MIMS, 2010...*online*, tradução nossa). O jornalista afirma ainda que, ao contrário da mudança de CDs para MP3s, não é tão fácil converter nossos livros para *e-books*. “E, ao contrário da mudança de discos e fitas cassete para CDs, ainda não está comprovado completamente que um *e-book* é melhor, em todos os aspectos, do que o seu antecessor.” (MIMS, 2010...*online*, tradução nossa).

Ao lado de Umberto Eco, já citado anteriormente, o escritor, pesquisador e diretor da Biblioteca da Universidade de Harvard, Robert Darnton é outro nome de prestígio e respeitabilidade internacional para quem o livro impresso ainda é insubstituível. Sua mais recente publicação, *A questão do livro* (Companhia das Letras, 2010) é, como ele próprio define logo na introdução, “uma apologia descarada em favor da palavra impressa e seu passado, presente e futuro.” (DARNTON, 2010, p. 7).

Nessa antologia de ensaios, o autor aborda a velocidade das transformações do livro ao longo da história, apontando quatro mudanças fundamentais na tecnologia da informação desde que a humanidade aprendeu a falar:

- a) a invenção da escrita, considerada por muitos como o avanço tecnológico mais importante da humanidade;
- b) a substituição do pergaminho pelo códice;
- c) o códice transformado pela invenção da imprensa;
- d) a comunicação eletrônica.

Analisando o tempo transcorrido entre esses acontecimentos determinantes, Darnton (2010, p. 41) considera espantosa velocidade das mudanças:

[. . .] da escrita ao códice foram 4300 anos; do códice aos tipos móveis, 1150 anos; dos tipos móveis à internet, 524 anos; da internet aos buscadores, 17 anos; dos buscadores ao algoritmo de relevância do Google, sete anos; e quem pode imaginar o que está por vir no futuro próximo?

Robert Darnton acredita que a trajetória do livro é um dos campos mais vitais das ciências humanas, e seu estudo, como disciplina, permite compreender como a exposição à palavra impressa afetou o pensamento e a conduta da humanidade nos últimos 500 anos. Para o autor, a análise da história do livro não deve ser segmentada para permitir a perfeita compreensão de sua importância, “numa visão holística do livro como meio de comunicação.” (DARNTON, 2010, p. 194) Dentro dessa visão integralizada, o autor elaborou um modelo que poderia ser aplicado a todos os períodos da história do livro impresso, e que abarca todas as instâncias do objeto físico enquanto produto da indústria cultural:

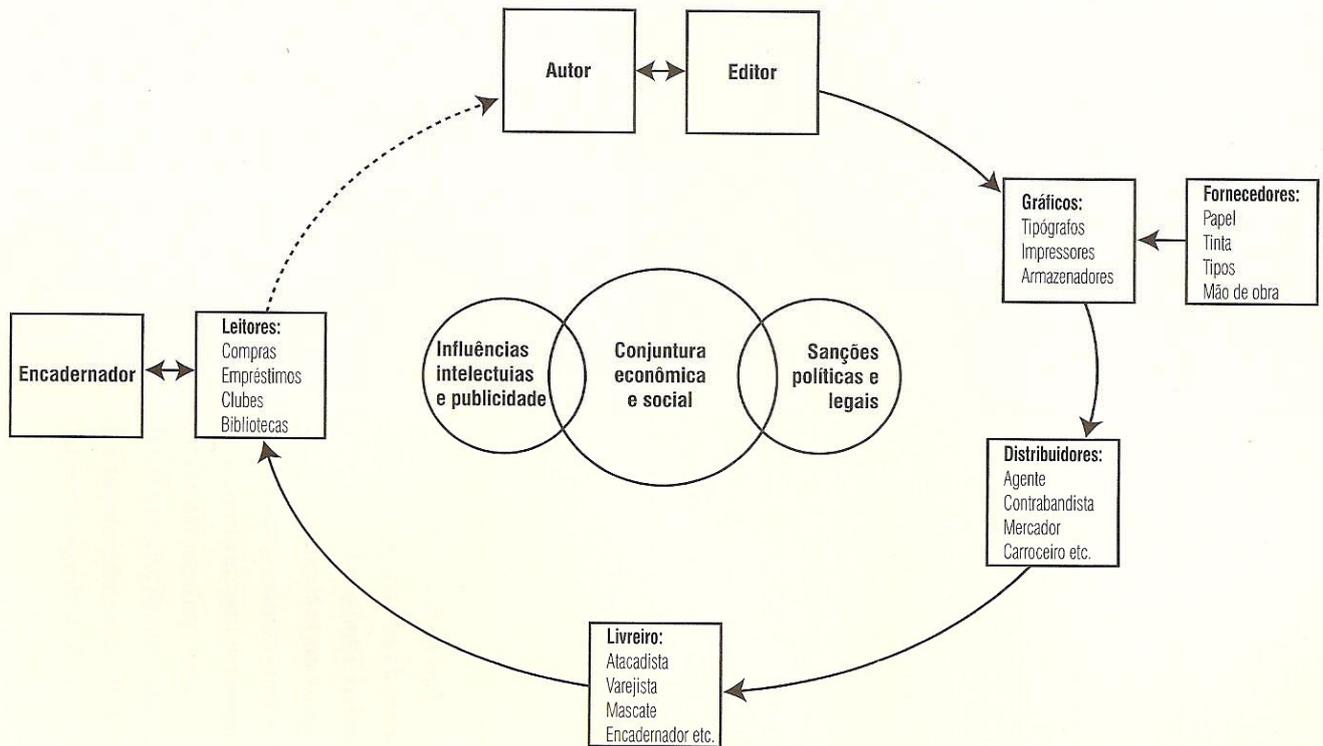


Figura 4 – Visão holística do livro como meio de comunicação elaborada por Darnton (2010, p. 195)

Resta saber até quando este modelo se mantém e quais serão suas reconfigurações no futuro próximo, já que para o próprio Darnton, o futuro, seja ele qual for, será digital, e o presente, um momento de transição. Longe de ser um retrógrado, o autor é a favor das novas tecnologias como ferramentas para a democratização do conhecimento e garantia de livre acesso à herança cultural, tornando realidade o sonho do Iluminismo e da sua imaginada República das Letras. Repositórios de acesso livre de textos digitalizados disponíveis gratuitamente permitem transformar a “República das Letras do século XVIII numa República do Saber profissional.” (DARNTON, 2010, p. 28)

6.3 PRIMEIROS MOVIMENTOS

Embora os passos mais significativos tenham acontecido em 2010, algumas iniciativas, vislumbrando as potencialidades de um mercado editorial digital, já vinham acontecendo.

No final de 2008, por exemplo, surge a Editora Plus²⁶, cuja sigla significa *Projeto para Livre Uso do Saber*, uma editora sem fins lucrativos, viabilizada por “[. . .] voluntários, profissionais e entusiastas do livro[, , ,].” (SOBRE...2010, *online*) que publica e distribui *e-books* de graça. A Plus – com sede no Rio Grande do Sul - foi a primeira a publicar livros em *ePub* no Brasil.

A partir de julho de 2010, os *e-books* da Editora Plus mudam de endereço e passam a ser disponibilizados na Simplíssimo Store²⁷, uma loja de *e-books* administrada por profissionais oriundos da Plus, com uma proposta de serviços bem abrangente: distribuição e comercialização com opções contra a pirataria e controle total nas mãos das editoras, conversão de catálogos para o formato *ePub*, consultorias para editoras que queiram produzir elas próprias seus *e-books* em *ePub* e desenvolvimento de aplicativos e *e-books* interativos para iPad e iPhone. Para as editoras, a Simplíssimo oferece a plataforma Stealth²⁸, um serviço que integra distribuidor, editor e vendedor num único ambiente tecnológico totalmente invisível para usuário final, “que navega e compra seus *e-books* sem nunca sair do ambiente online do editor ou do vendedor”. (A EDITORA..., 2010, *online*)

Já em 2009 surge a Gato Sabido²⁹, a primeira *e-book store* brasileira, com aproximadamente 200 títulos quando de seu lançamento, sendo à época, o maior acervo digital em língua portuguesa do mundo. Atualmente, a Gato Sabido firmou parceria com o site de compras Submarino, pelo qual o consumidor efetua suas aquisições.

Hoje as grandes redes livreas do país como a Livraria Cultura e Livraria Saraiva já comercializam *e-books* em suas lojas virtuais, sendo que a Saraiva, por exemplo, além de comercializar alguns modelos de *e-readers*, lançou em agosto, um aplicativo para compra e leitura de *e-books* exclusivamente para o iPhone e iPad (*tablet* da Apple cujo lançamento previsto no Brasil é para o final de 2010), numa clara aposta na rentabilidade deste tipo de comércio. Desde que começou a oferece

²⁶ Disponível em: <<http://editoraplus.org/>> Acesso em: 21 jun de 2010.

²⁷ Disponível em: <<http://www.simplissimo.com.br/store/>> Acesso em: 21 jun 2010.

²⁸ Disponível em: <<http://simplissimo.com.br/blog/a-editora-no-controle-conheca-a-plataforma-stealth/>> Acesso em: 22 jun 2010.

²⁹ Disponível em: <<http://www.linkedin.com/companies/gato-sabido>>. Acesso em 21 jun 2010.

e-books, em junho de 2010, a Saraiva já vendeu cerca de 20 mil obras no formato eletrônico.

Outra gigante do setor comercial de livros e *e-books*, a Livraria Cultura também aposta grande no novo filão: já vende dispositivos de leitura e em abril passou a vender em seu site mais de 120 mil títulos entre nacionais e importados.³⁰(ACERVO..., 2010, *online*).

Paradoxalmente, uma pesquisa realizada em maio de 2010 pela empresa de pesquisa de mercado GfK e divulgada no Portal Exame³¹ revela que o *e-book* ainda é desconhecido por 67% dos brasileiros. E a maior parte dos participantes da pesquisa – 71% - não acredita que sua chegada ao mercado seja uma ameaça ao livro tradicional.(BONATELLI, 2010, *online*).

A popularização dos livros eletrônicos e dos dispositivos de leitura, entretanto, a julgar pelas estratégias que vem sendo adotadas pelas grandes livrarias, é questão de tempo. E com vistas a esclarecer os interessados mas ainda iniciantes no assunto, inúmeros grupos de discussão, blogs e sites surgem na Internet visando a disseminação da informação à este respeito. E um dos fatos possivelmente mais representativos deste novo cenário é a criação, em julho de 2010, da *ebookpedia*³², a primeira *wiki* – enciclopédia virtual de criação coletiva – brasileira dedicada exclusivamente ao tema *e-book*.

Nos Estados Unidos, berço das grandes empresas do setor, a novidade já parece consolidada e com popularização crescente, pelo menos entre os consumidores ávidos por novidades tecnológicas. De acordo com Sage (2010) em reportagem publicada no Portal Exame³³, o Kindle continua a ser o produto mais vendido da Amazon, e por isso, se transformou no motor de crescimento da companhia. A terceira geração do dispositivo recebeu mais encomendas no primeiro mês do que seus antecessores.

³⁰ Disponível em:

<http://www.revistadacultura.com.br:8090/revista/rc33/inc_comum/revista_cultura_site_33.pdf >
Acesso em: 21 ago 2010.

³¹ Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/livro-digital-desconhecido-67-brasileiros-589158.html>>

Acesso em: 21 ago. 2010.

³² Disponível em: <http://ebookpedia.com.br/wiki/Uma_wiki_dedicada_aos_ebooks> Acesso em 25 ago 2010.

³³ Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/amazon-recebe-mais-encomendas-3a-geracao-kindle-591350.html>> Acesso em 26 ago 2010.

6.3.1 A DLD

Também o mercado editorial brasileiro começa a se organizar, em 2010, para este novo modelo de negócio. Em junho é criada a DLD – Distribuidora de Livros Digitais, plataforma de armazenamento e comercialização de livros digitais, formada por acervos de seis conglomerados editoriais: editoras Objetiva, Record, Rocco, Sextante, Planeta e Intrínseca. Trata-se de uma intermediária entre editoras e as redes de livrarias. O editor Sérgio Machado, da Record, em entrevista blog Mundo Livro³⁴, quando do lançamento da plataforma, afirmou que o livro impresso, e que a DLD pretende garantir aos autores um modelo de negócio em que os direitos autorais estejam protegidos e o conteúdo valorizado:

Entendemos que mais valioso que o aparelho de leitura (*e-reader*) é o conteúdo (*e-book*) que é o resultado da criação literária do autor. Assim, queremos garanti-lo contra a pirataria e contra a desvalorização da remuneração autoral. A DLD dará essa garantia aos autores e pretende ser a central de distribuição para todos os varejistas digitais, nacionais ou globais. (MACHADO, 2010, *online*).

Com relação ao custo do livro digital para o consumidor, Machado acha razoável que custem até 30% menos que o exemplar impresso, embora afirme que muitos dos custos de uma edição normal como tradução, composição, marketing e direitos autorais, não serão evitados.

Por outro lado, é importante lembrar que custos de gráfica, estocagem e transporte, normalmente incluídos no custo de produção de um livro impresso, deixam de existir na versão eletrônica da obra.

6.4 DIREITOS AUTORAIS E A PRECIFICAÇÃO DO LIVRO

Embora este trabalho não busque examinar o advento dos *e-books* e dos *e-readers* sob a ótica dos direitos autorais, não é possível ignorar essa questão ao se pensar os impactos destas novas tecnologias no mercado editorial.

³⁴ Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/mundolivro/tag/DLD/>> Acesso em 20 jun. 2010.

Como fica a propriedade intelectual literária no mundo digital? O exemplo da indústria fonográfica se repetirá no mercado editorial? Será realmente possível controlar as vendas dos livros digitais como garante a indústria? Indagações como essas permeiam as discussões sobre o tema e têm sido alvo de inúmeros artigos e pesquisas acadêmicas nos últimos anos.

O direito autoral, ou antes, a noção de propriedade intelectual surge no final da Idade Média, quando, de acordo com Burke (2003, p. 139), assiste-se a um crescimento na exploração do conhecimento e uma “necessidade de proteger os segredos do ofício como “propriedade intelectual valiosa”. Nessa época, segundo o autor, “papas, imperadores e reis concediam privilégios, em outras palavras, monopólios temporários ou permanentes para proteger certos textos [. . .].” Burke informa ainda que o primeiro direito autoral registrado de um livro foi concedido em 1486 ao humanista Marcantonio Sabellico, por uma obra em que contava a história de Veneza.

Entretanto, Korfmann e Faraon (2007, p. 16) afirmam que o pensamento europeu pré-moderno não concebia direito autoral individual ou de obras literárias, que eram vistas, até o início do século XVIII como bens comuns:

A esse conceito de literatura sem propriedade corresponde à prática, na Europa pré-moderna, da exclusão de exigências financeiras do autor pela sua obra. Até metade do século XVIII, o autor recebia apenas um *honorarium*, um reconhecimento simbólico e de livre vontade, sem ser necessariamente proporcional ao trabalho realizado. Esses regulamentos foram substituídos quando a expansão do mercado livreiro, em consequência da implantação da imprensa, trouxe consigo conflitos maiores, não mais resolvíveis com os princípios jurídicos existentes.

Esta situação desagradava os escritores, que, de acordo com Foucault (apud KORFMANN e FARAON, 2007 p. 16)³⁵, sentem-se prejudicados pelas reimpressões e impressões não autorizadas, reclamando então, para seus textos “uma originalidade de valor financeiro, à qual o discurso jurídico respondeu criando uma forma jurídica específica na concepção da propriedade intelectual.”

³⁵ FOUCAULT, Michel. “Was ist ein Autor?”. In: _____. *Schriften zur Literatur*. Frankfurt/M. : Suhrkamp, 1988.

A partir dessa “individualização” na figura do autor-criador de obras, a Europa, a começar pela Inglaterra, em 1710, começa a criar suas leis de direito autoral, os *copyright acts*.

No Brasil, segundo Brittes e Pereira (2007), no Século XIX, a Constituição Republicana reconhece o direito do autor, mas somente em 1973 o país passa a ter uma regulamentação específica sobre o assunto, com a Lei 5.988, que se atualiza em 1998, com a Lei 9.610, ainda em vigor. E desde 1996 o Brasil integra o grupo de países-membros da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), agência das Nações Unidas, criada em 1967.

Apesar de toda essa legislação ter sido criada na época da produção cultural analógica, as questões legais relacionadas com a divulgação de obras digitais, segundo Brittes e Pereira (2007, p. 171), seguem a tendência internacional que é a de exigir a prévia anuência do autor para qualquer forma de utilização que não consista em exceção legal, ou seja, aplica-se a lei existente aos chamados ciberdireitos:

Desde que a legislação foi concebida, não houve alteração significativa em sua filosofia, sustentada sob a lógica da propriedade intelectual exclusiva. Em outras palavras, a malha legislativa advoga a manutenção do monopólio da informação legado às editoras e aos demais elementos à elas ligados, na cadeia produtiva das obras protegidas.

Discussões sobre direitos autorais e publicações digitais se acirram quando do lançamento, em 2005, do projeto da empresa norte-americana Google, o Google Book Search: através de uma parceria inicial com cinco das principais bibliotecas dos Estados Unidos, a iniciativa busca digitalizar e tornar disponíveis cerca de 15 milhões de obras até 2015, tornando-se uma espécie de biblioteca universal acessível a qualquer pessoa. Apesar de respeitar os direitos autorais e disponibilizar integralmente apenas livros de domínio público (os demais tem apenas trechos disponíveis), a reação da indústria editorial foi grande, segundo Brittes e Pereira (2007). Além de questionar a legitimidade do projeto, editoras afirmam que obras protegidas por lei foram escaneadas sem prévia autorização dos autores ou dos detentores do *copyright*. O Google defende-se garantindo que qualquer obra que

tenha sido disponibilizada é imediatamente retirada do banco de dados, caso os titulares da propriedade intelectual assim determinem.

Tais discussões surgem, são inevitáveis e devem se aprofundar ainda mais na medida em que se está lidando com um produto imaterial, que é o produto digital, atributo complicador para as relações econômicas. Como bem lembram Lima e Santini (2008, *online*), os saberes e a informação – bens imateriais, e especificamente aqui digitais e não impressos – não possuem duas das características econômicas mais importantes dos bens materiais: a escassez e o desgaste pelo uso. Assim, as novas tecnologias estão revolucionando a economia da cultura, fenômeno já percebido na indústria da música:

Na atualidade, qualquer pessoa pode usar a Internet para distribuir seus trabalhos [. . .]. Desaparecem, nestas circunstâncias, os intermediários culturais. Torna-se mais imediata a relação criador-usuário. [. . .] O sistema de *copyright* parece não mais servir. (LIMA; SANTINI, 2010, *online*).

É no bojo destas discussões e desse novo contexto, em que usuários buscam o compartilhamento de informações, conhecimentos e conteúdos que surgem então o conceito de *copyleft* e as licenças criativas, as Creative Commons. O *copyleft*, termo cunhado pelo pesquisador norte-americano e defensor de softwares livres, Richard Stallman é uma licença que, em linhas gerais, de acordo com Lima e Santini (2010), permite aos produtores-autores conservar sua capacidade de reivindicar a autoria do seu trabalho - direito autoral moral – mas autorizando todos a copiar e usar livremente as informações segundo seus interesses e propósitos. Já as licenças Creative Commons, explicam Lima e Santini, criadas dentro da ideologia do *copyleft*, são instrumentos legais que permitem aos autores estabelecer os termos sob os quais querem compartilhar suas obras. Autores e artistas podem escolher como e o quanto desejam autorizar uso, cópia e recriação de suas obras. Para os autores, as licenças Creative Commons tocam um dos pontos mais sensíveis dos autores: sua relação, nem sempre pacífica, com as empresas que normalmente se apropriam das obras. As Creative Commons já foram adaptadas no Brasil.

Paralelamente, o Ministério da Cultura, deu início, em 2007, numa discussão em nível nacional para a reformulação da lei 9.610/1998, através do Fórum Nacional

de Direito Autoral³⁶, que teve como objetivo “[. . .] buscar subsídios para a formulação da política pública para a área, bem como a possível revisão da legislação existente sobre a matéria e a redefinição do papel do Estado no segmento.” (BRASIL, 2010, *online*). Em junho de 2010, disponibilizou consulta pública³⁷ sobre o assunto (BRASIL, 2010, *online*), que resultou em anteprojeto de lei, com as alterações propostas, que será encaminhada ao Congresso Nacional.

No Brasil, o pagamento do direito autoral aos escritores gira em torno de 10% do preço de capa. Um estudo de Earp e Kornis (2005, p. 24) revela que a distribuição percentual do preço de capa de um livro é feita da seguinte maneira:

- Direitos autorais – 10%
- Custos editoriais e manufatureiros – 25%
- Lucro da editora – 15%
- Distribuidor – 10%
- Livreiro – 40%

Fixado o preço de capa, os editores revendem o livro com desconto para distribuidoras e livrarias.

Para Brittes e Pereira (2007, p. 171), o autor é peça frágil neste sistema, pois além do fato de que “salvo exceções, a parte que lhe cabe na partilha dos rendimentos é quatro vezes menor que a do editor ou da livraria”, a prática editorial brasileira não oferece a ele meios de controlar as vendas de suas obras.

A título de ilustração, o site da Livraria Cultura, no dia 15 de outubro vendia o livro *Leite Derramado*, de Chico Buarque, na versão impressa por R\$ 39,00 (preço normal) e R\$ 35,10 (clientes *Mais Cultura*). O *e-book* da mesma obra custava R\$ 29,00, o que representa uma redução entre 25% e 19% no preço para o consumidor. Na mesma data, a Livraria Saraiva praticava os mesmos preços.

³⁶ Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2007/11/30/forum-nacional-de-direito-autoral/>> Acesso em: 04 out. 2010.

³⁷ Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/>> Acesso em: 04 out.2010.

7 O MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO E A REALIDADE

GAÚCHA

A democratização dos livros e da leitura não foi a única consequência da invenção de Gutenberg no século XV. A tipografia foi propulsora também da indústria livreira. Afinal, normalmente, o livro é resultado de um trabalho coletivo, fruto incontestável de uma cadeia produtiva muito clara e visível. Segundo Zilberman (2001), além do autor intelectual, um livro pronto para ser comercializado pressupõe o empresário e o editor, “[. . .] a que se somam revisores, capistas, ilustradores, tradutores, cada um convocado num dado momento da produção; depois de pronta a obra, interferem distribuidores e livreiros.” (ZILBERMAN, 2001, p. 109).

Os números que comprovam o crescimento do mercado editorial desde a invenção dos tipos móveis são impressionantes, como atestam Earp e Kornis (2005, p. 13). Em 1450, era publicado 0,2 título por milhão de habitantes do planeta. Em 1950, eram 100 títulos, e em 2000, a despeito da explosão audiovisual (TV, DVD, cinema, etc), chegou-se a 167 títulos por milhão de habitantes. Em níveis mundiais, são editados anualmente em torno de um milhão de novos livros, o que representa um título a cada 30 segundos.

Embora os números sejam impactantes, é senso comum que o brasileiro lê pouco para padrões de países não só de Primeiro Mundo, mas também em relação a sul-americanos como Argentina, Uruguai e Chile. Para Earp e Kornis (2005, p.14), esse é exatamente o problema básico da economia do livro no Brasil: “o descompasso entre a imensa oferta global e a limitadíssima capacidade de absorção do consumidor individual.” As causas disso, para os autores, pode ser resumida, primeiramente no fato de que o livro é um bem barato de se produzir, fato que gera um fluxo de novas pequenas editoras no mercado. Para muitas delas, ressaltam Earp e Kornis (2005, p. 15), a taxa de retorno financeiro, “[. . .] além de desconhecida, é secundária, sendo mais importante a satisfação pela importância cultural do catálogo e o prestígio daí decorrente.”

Outra razão apontada pelos autores refere-se ao comportamento do cidadão, do leitor propriamente dito. A maioria esmagadora de leitores é a dos que lêem no seu tempo livre, ou seja, por prazer. Num mundo cada vez mais se precisa trabalhar-

produzir, afirmam os autores, sobra pouco tempo para a leitura para o lazer, puro e simples:

[. . .] o principal obstáculo para a circulação do livro não é o preço, mas os diferentes interesses do autor e do leitor, as características do texto e as dificuldades da leitura e da escrita. O problema não é que milhões de pessoas tenham pouco ou nenhum poder de compra. Pode-se ter o dinheiro para comprar o livro mas não o interesse ou o treinamento para apreender seu conteúdo. (ZAID, 2004, p. 55-56 apud EARP; KORNIS, 2005, p. 16)³⁸.

A pesquisa³⁹ realizada semestralmente pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) que aponta a produção e vendas do setor editorial brasileiro revela que, na última década, esse mercado vem se mantendo relativamente aquecido:

<u>Ano</u>	<u>Títulos Editados</u>	<u>Exemplares Produzidos</u>	<u>Exemplares Vendidos</u>	<u>Faturamento (R\$)</u>
1990	22.479	239.392.000	212.206.449	901.503.687
1991	28.450	303.492.000	289.957.634	871.640.216
1992	27.561	189.892.128	159.678.277	803.271.282
1993	33.509	222.522.318	277.619.986	930.959.670
1994	38.253	245.986.312	267.004.691	1.261.373.858
1995	40.503	330.834.320	374.626.262	1.857.377.029
1996	43.315	376.747.137	389.151.085	1.896.211.487
1997	51.460	381.870.374	348.152.034	1.845.467.967
1998	49.746	369.186.474	410.334.641	2.083.338.907
1999	43.697	295.442.356	289.679.546	1.817.826.339
2000	45.111	329.519.650	334.235.160	2.060.386.759
2001	40.900	331.100.000	299.400.000	2.267.000.000
2002	39.800	338.700.000	320.600.000	2.181.000.000
2003	35.590	299.400.000	255.830.000	2.363.580.000
2004	34.858	320.094.027	288.675.136	2.477.031.850
2005	41.528	306.463.687	270.386.729	2.572.534.074
2006	46.026	320.636.824	310.374.033	2.880.450.427
2007	45.092	351.396.288	329.197.305	3.013.413.693

³⁸ ZAID, Gabriel. Livros demais : sobre ler, escrever e publicar. São Paulo: Summus, 2004.

³⁹ Disponível em: <<http://www.snel.org.br/ui/pesquisaMercado/diagnostico.aspx>> Acesso em 10 ago. 2010.

2008	51.129	340.274.195	333.264.519	3.305.957.488
2009	52.509	386.367.136	370.938.509	3.376.240.854

Quadro 1 – Produção e vendas do mercado editorial brasileiro
Fonte: Sindicato Nacional dos Editores de Livro

O quadro mostra variações significativas tanto na produção quanto nas vendas em determinados períodos, possivelmente causadas por variações cambiais e diferentes políticas governamentais e produção e aquisição de obras. Os dados mais reveladores dos números do SNEL, entretanto, são o índice de crescimento de 74,80% no número de exemplares vendidos de 1990 até 2009, e ao mesmo tempo, um faturamento quase cinco vezes maior, de 374,51%, no mesmo período.

Os dados do SNEL não detalham os números referentes a cada estado da Federação. Mas é sabido que o Rio Grande do Sul tem importante representatividade no contexto do mercado editorial brasileiro: Além de berço de consagrados escritores, o estado possuiu uma grande e histórica editora, que alcançou projeção nacional, principalmente nos anos 40: a Editora Globo – vendida em 1986 para a Rio Gráfica Editora, do Rio de Janeiro. Já parte da história do Rio Grande do Sul, a Editora Globo editou, no auge de suas atividades, os clássicos de Érico Veríssimo, além das obras de Marcel Proust.

Talvez sob inspiração dessa bem sucedida empreitada editorial ou talvez sob o estímulo de eventos consagrados como a Feira do Livro de Porto Alegre, outras grandes, médias e pequenas editoras surgiram no Rio Grande do Sul, nos últimos anos. Embora a Junta Comercial do Rio Grande do Sul não forneça gratuitamente ao cidadão comum ou a pesquisadores o número de editoras existentes hoje no Estado ou ao menos em Porto Alegre, a Câmara Rio-grandense do Livro, entidade sem fins lucrativos “que representa os interesses do setor editorial e livreiro gaúcho”⁴⁰ e que realiza anualmente a Feira do Livro de Porto Alegre, informa que conta com 59 editoras associadas. Já o Clube dos Editores do Rio Grande do Sul⁴¹, organização com dez anos de existência, contabiliza atualmente 19 editoras gaúchas no seu quadro de associados.

Resta saber se este setor bastante expressivo da economia e da cultura do Rio Grande do Sul está sendo afetado pelas turbulências provocadas pela

⁴⁰ Disponível em: <<http://www.camaradolivro.com.br/institucional.php>>. Acesso em 07 jun 2010.

⁴¹ Disponível em: <<http://www.clubedoseditores.com.br/page1.aspx>> Acesso em 07 jun. 2010.

popularização dos e-books, *iPads* e outros dispositivos de leitura. Iniciativas como a criação da DLD, por exemplo, parecem demonstrar, num primeiro momento, que este mercado está à procura de soluções para a revolução que já chegou.

8 OS EDITORES

Robert Darnton (2010) é enfático ao reafirmar a função essencial dos editores, principalmente nos dias de hoje. Além de considerá-los a fonte mais rica de todas para a história do livro, para o autor, editores são os responsáveis por controlar o fluxo do conhecimento, administrando uma variedade sem limites de conteúdo:

Os juízos dos editores, delineados por uma longa experiência no mercado das idéias, determinam aquilo que chega aos leitores, e numa era de sobrecarga de informação, os leitores precisam confiar mais do que nunca nesse julgamento. (DARNTON, 2010, p.16).

Dentro dessa perspectiva, e no intuito de atingir o objetivo geral deste trabalho, foram ouvidos quatro editores porto-alegrenses. Neste capítulo será apresentado um breve perfil das editoras e dos respectivos profissionais ouvidos, juntamente com uma análise das respostas às questões formuladas, relacionando-as com as opiniões dos autores utilizados no referencial teórico, sempre que possível. As transcrições literais das entrevistas estão nos Apêndices B, C, D e E. Conforme já mencionado na introdução deste trabalho, as editoras escolhidas são relativamente jovens no mercado, com uma linha editorial bem definida e mais conceitual.

8.1 EDITORA LIBRETOS - CLÔ BARCELLOS

A Libretos está há 10 anos no mercado gaúcho. Possui em seu catálogo 44 obras incluindo livros de ficção, não-ficção, infanto-juvenis e áudio-*books*. Segundo o site da Editora, vem se destacando por “empreender cuidado com a qualidade gráfica e contextual de suas publicações”. Está produzindo seu primeiro *e-book* (do livro infantil “O Livrão e o Jornalzinho”, publicação da própria Libretos, mas já fora de catálogo). Clô Barcellos é sócia da Libretos, tem formação na área de design editorial, e ocupa o cargo de secretária na atual diretoria do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

8.2 EDITORA DUBLINENSE – RODRIGO ROSP

Criada em agosto de 2009, uma das mais novas do mercado, a Editora Dublinense publica livros de diversas categorias (técnico-acadêmicos, autobiografias, contos, ensaios, guias, poesia, novelas, romances). O perfil da livraria disponível no Twitter⁴² diz que a “Dublinense é um projeto editorial eternamente em construção. Trata-se de livros. Legais. E bonitos” (BIO... 200?, *online*).. Em seu catálogo de 20 títulos a editora privilegia apenas autores gaúchos, ou radicados aqui há bastante tempo. A Dublinense não vende os livros *online*, apenas informa, no seu site, os pontos de venda de seus títulos. Rodrigo Rosp, é um dos diretores da Dublinense e também é escritor.

8.3 NÃO EDITORA – SAMIR MACHADO DE MACHADO

A Não Editora surgiu em 2008. Procura escapar do perfil convencional das demais, na medida em que propõe “fugir do que é estanque, dos conceitos pré-estabelecidos e da fórmula repetitiva”, conforme está explicitado na página inicial do seu site⁴³. Tem um catálogo com 16 obras de ficção, poesia e quadrinhos, de jovens autores na sua maioria absoluta gaúchos. A Editora vende seus livros *online* e publica também uma revista eletrônica chamada Cadernos de Não-ficção. Samir Machado de Machado é um dos fundadores da Não e também escreve.

8.4 ARQUIPÉLAGO EDITORIAL – TITO MONTENEGRO

A Arquipélago Editorial surgiu em agosto de 2006, com o propósito original de publicar obras de não-ficção, especialmente nas áreas de ensaio, biografias, crônicas e reportagens. A partir deste ano de 2010, iniciou também à publicação de literatura. Nos próximos meses, a editora pretende lançar uma série de novos títulos, “que, em conjunto, formarão um catálogo consistente, daqueles que não mudam de

⁴² Disponível em: <<http://twitter.com/dublinense>>. Acesso em: 30 set. 2010.

⁴³ Disponível em: <<http://www.naoeditora.com.br/sobre/>>. Acesso em: 30 set. 2010.

direção de acordo com os ventos do momento”⁴⁴. Tito Montenegro, além de sócio da Arquipélago, é vice-presidente do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

8.5 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Os editores gaúchos entrevistados estão tranquilos em relação às mudanças. Para os quatro, a situação do mercado editorial gaúcho é bastante estável ainda, em que pesem as previsões fatalistas que apontam para o desaparecimento do livro impresso e para uma transformação drástica no modelo de negócio do livro.

8.5.1 As mudanças no negócio

Perguntados objetivamente se os *e-readers* estão modificando o mercado, a ponto de provocar uma mudança no negócio (pergunta 1), todos eles manifestaram opiniões muito similares, considerando o momento ainda de “investigação” (Clô-Libretos), “em que nada está ainda muito definido, a mídia é que está apostando muito nessa tese [livros digitais substituindo os impressos]” (Rodrigo-Dublinense), com as modificações “se dando bastante lentamente” (Tito-Arquipelago) e que “ainda é cedo” (Samir-Não Editora) para um posicionamento mais definitivo.

As ideias expressas acima vão ao encontro de autores citados aqui anteriormente como Bellei (2001), Darnton (2010) e principalmente Eco (2010), para quem a aposta na morte do livro é propagada muito mais pela mídia especializada do que propriamente por leitores e editores. Para os entrevistados, não está havendo e não haverá rupturas, linha de pensamento esta compartilhada também por Furtado (2006, p.60) segundo o qual “os *e-books* podem ser melhor compreendidos se forem vistos como uma evolução e não como uma revolução.”

Rodrigo, da Dublinense, comenta a antecipação de algumas empresas em montar estratégias “pra não ter que correr atrás depois”, assinalando que isso é uma preocupação das grandes editoras nacionais, as grandes corporações do setor, que, por terem uma produção em grande escala, têm, em tese, maiores dificuldades em transformar todo seu catálogo em *e-books* num espaço relativamente curto de tempo, para atender as necessidades do mercado. Para a Dublinense, que hoje tem

⁴⁴ Disponível em: <http://arquipelagoeditorial.com.br/blog/?page_id=184> Acesso em 30 set.2010.

um catálogo de 15 livros, em pouco tempo será possível disponibilizar todas as obras em formato de e-books, se assim o mercado pedir, afirma Rodrigo. Portanto, o momento é de calma.

8.5.2 Problemas

Quanto aos problemas a serem enfrentados pelas editoras no novo modelo de negócio que se delineia (pergunta 2), as respostas variaram um pouco mais. Para Tito, da Arquipélago, a principal questão é identificar quem é o leitor que preferirá a leitura digital ao livro físico, e de que maneira ele fará essa leitura (via celular, via *e-readers*, com extras ou não, etc.). Essa indefinição, segundo Tito, está deixando as empresas um pouco perdidas. Para Samir (Não Editora), a inquietação será - ainda não é - “ter que pensar como manter uma editora enquanto negócio financeiramente viável”, fato que, na sua opinião, está levando algumas empresas a já lançarem vários *e-books* no mercado. Mas ainda não é o caso da Não Editora.

Clô Barcellos, da Libretos, é otimista. Não só não vê grandes problemas a serem enfrentados com o advento dos *e-books* e dos *e-readers*, como também enxerga um novo mercado se abrindo e sem grandes dificuldades para as editoras, já que segundo ela, é muito fácil e muito simples transformar um livro impresso num livro digital. O processo é praticamente igual, com as mesmas etapas sendo executadas (editoração, ilustração, registro de ISBN, ficha catalográfica, revisão, etc.). Se for impresso, vai para a gráfica. Se for digital, é escolher o formato (ePub ou pdf). Para Clô, a maior indefinição ainda é quanto à comercialização dos *e-books*. Segundo ela, as editoras precisam discutir mais entre si, para negociar com as livrarias (principalmente as mega stores), que estipularam percentagens muito altas de lucro, que tornam o negócio ainda desvantajoso para as editoras. Depois deste ajuste, que ela prevê para breve, o mercado de *e-books* se consolidará colaborando, na sua opinião, para uma “democratização da informação e do conhecimento.”

A digitalização de conteúdos – desde que de livre acesso - como forma de democratizar conhecimento é um pensamento compartilhado por autores como Darnton (2010, p. 28), para quem empreendimentos que disponibilizem conteúdos gratuitamente, tornam realidade o ideal do Iluminismo que imaginava a República das Letras como um reino sem desigualdades, bastando o cidadão exercer os dois

atributos principais da cidadania que é ler e escrever. Para Darnton, nos dias de hoje, “a democratização do conhecimento parece estar nas pontas dos nossos dedos.” Furtado (2006, p. 1), porém, alerta para o fato de que, se é certo que a edição eletrônica potencializa o intercâmbio do saber, por outro lado pode agravar, e não diminuir, as desigualdades:

É perfeitamente possível que nos deparemos com um novo tipo de literacia, que já não se caracteriza pelas competências de ler e escrever, mas pela facilidade de acesso e capacidade de manipulação das mídias digitais pelas quais a escrita é agora transmitida.

Rodrigo, da Dublinense, também não está vendo problemas para o seu negócio. Nem com relação à possível pirataria da obra digital. Para ele – que também é escritor – o objetivo do autor, antes de tudo, é ser lido, no que também concorda Samir (Não Editora). “Se me disserem que meu livro está sendo pirateado e que por isso 20 mil pessoas vão ter acesso a ele, eu vou achar ótimo”, garante Rodrigo. Até porque, ele acredita que, se um escritor tiver sua obra lançada na rede de forma pirata e alcançar muitos leitores, provavelmente seus próximos trabalhos vendam ainda mais graças a essa divulgação. Esse mesmo raciocínio – o livre acesso como divulgação – é expresso por Kelly (2007 apud Korfmann e Faraon, 2007, p. 25)⁴⁵, para quem cópias de obras podem ser encaradas como o “cartão de visitas” do autor, uma maneira de ele ser descoberto pelo público, podendo obter ganhos de subprodutos de sua literatura, como performances, palestras, patrocínios, etc.

8.4.3 Os novos leitores

Perguntados sobre quem vai adotar o novo formato (digital) e o novo suporte (o *e-reader*), se o consumidor tradicional de livros impressos ou uma nova geração de leitores (pergunta 3), Tito aposta em ambos. Embora considere um exercício de imaginação dizer o que ocorrerá precisamente, acredita que para o leitor contumaz de livros impressos, a leitura num *e-reader* será uma opção a mais, sem significar

⁴⁵ KELLY, Kevin. “Scan this book!”. Disponível em: <<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F30913FC3D5A0C778DDDAC0894DE404482>>.

um abandono do impresso. Para as gerações mais novas, com mais intimidade com a tecnologia, prevê que a adesão seja maior.

Samir (Não Editora), acha impossível fazer esta avaliação. Já Rodrigo, por sua vez, acha que o grande mercado consumidor dos *e-books* e *e-readers* será o dos estudantes, para ele, o segmento a ser inicialmente mais beneficiado com as novas tecnologias pela redução de peso e volume e pela navegabilidade rápida numa obra de referência, por exemplo. Por isso, acredita que os *e-books* acadêmicos terão maior aceitação e procura, num primeiro momento, do que as obras literárias. Também Castells (2001) faz essa previsão, citada no sub-capítulo 6.1, quando diz acreditar no desaparecimento de enciclopédias e obras de referência editadas em papel, face às infinitas possibilidades que o texto digital – com a utilização de hipertexto – oferece na busca de informações.

Sobre os novos leitores, Clô lembra o aspecto da posse: embora acredite que os livros digitais e os *e-readers* tenham vindo para ficar, e que vão conquistar leitores, haverá sempre aqueles que consumidores que gostam de ter o livro fisicamente, que privilegiam a posse do objeto. E para esses, o livro impresso será insubstituível.

8.4.4 Custos

A questão dos direitos autorais e dos custos, tão discutida quando se fala nas novas tecnologias e a distribuição dos custos no modelo digital (pergunta 4) também foi colocada aos editores entrevistados. Para Rodrigo, entretanto, essa discussão ainda é precipitada, pois ainda não se sabe com exatidão os custos de um livro digital de boa qualidade. Primeiro, na sua opinião, é necessário descobrir como o novo mercado vai se organizar, as novas formas de comercialização que serão praticadas, para depois pensar nas percentagens justas para cada setor envolvido. Por enquanto, essa discussão está muito “incipiente”.

Mais afirmativos, Clô e Tito acham possível e justo oferecer um percentual maior de direito autoral para os escritores (dos atuais 10% para 20% ou 25% do preço final), e um preço de capa mais baixo para o consumidor.

O problema, lembra Clô, é que as mega stores e sites como Submarino querem, hoje, um percentual de 50% o que é ainda muito alto para as editoras, ainda mais levando em conta que o preço final médio de um *e-book* tem sido 30% menor que o preço do impresso. Mas as negociações estão avançando e, para Clô, o equilíbrio está próximo. Tito faz um alerta: “engana-se quem pensa que o preço irá cair vertiginosamente, pois a maioria dos custos (produção editorial, revisão, capa, diagramação, divulgação, etc.) vai permanecer”, mesmo sem os custos de gráfica. Para ele, um modelo justo de distribuição dos recursos provenientes da venda de um *e-book* é “40% para a livraria, 40% para a editora e 20% para o autor”. Samir, por sua vez, não fala em distribuição de percentuais, mas salienta o papel da editora nesse processo todo. Segundo ele, quando o assunto é *e-books*, pensa-se sempre na redução de custos, “mas esquece-se de que o papel da editora é muito mais do que simplesmente servir de intermediária entre o autor e o leitor”. Esse papel, segundo Samir, é, antes de tudo, de seleção, de garantia, para o leitor, de um tipo de literatura, “um selo de qualidade”. Este ponto de vista vai de encontro ao pensamento de Shatzkin, expresso no sub-capítulo 6.2.1, para quem as editoras correm o risco de desaparecer na mesma medida em que desaparecerão as prateleiras, no comércio de livros digitais. Por outro lado, encontra eco na posição de Darnton (2010, p. 16), já colocada anteriormente, (capítulo 8), que afirma que numa era de sobrecarga de informação como a que vivemos, os editores tem papel fundamental:

Ao selecionar textos, editá-los, permitir sua legibilidade e trazê-los à atenção dos leitores, os profissionais do livro **fornecem serviços que sobreviverão a todas as mudanças tecnológicas** (grifo nosso).

8.4.5 A opção da DLD

Integrar iniciativas como a DLD (pergunta 5) ainda não está nos planos da Não Editora e da Dublinense. Enquanto Samir afirma que sua editora não tem planos concretos no momento para entrar no mercado digital, Rodrigo diz que iniciativas assim ainda estão muito longe da realidade da sua editora. Para ele, isso revela que o setor mais assustado com essas mudanças é o das grandes

livrarias, que temem perder dinheiro com os *e-books*, e por isso, estão praticando preços muito “questionáveis” no varejo. Rodrigo acredita que o mercado se ajustará naturalmente, pois o consumidor sabe avaliar custos e não pagará tão caro por um produto digital, cujos custos para ele [consumidor] parecem ser menos quantificáveis.

Clô afirma que vender *e-books* via DLD é uma possibilidade para a Libretos, já que a venda direta para as grandes livrarias hoje é quase inviável. Mas o momento é de espera, ainda, pois há negociações em curso entre algumas editoras gaúchas e a DLD, com resultados concretos previstos para 2011.

Tito, por sua vez, acredita que a DLD é importante para “proteger os interesses das editoras, que podem acabar sendo esmagadas pelas grandes redes de livrarias e pelos gigantes da tecnologia (por maior que seja uma editora brasileira, ela não é nada frente à Apple).” Entretanto, afirma que a Arquipélago ainda não definiu o formato de distribuição para seus *e-books*, quando os tiver. Mas imagina que será um modelo “que não passe pela DLD, mas sim por parcerias feitas diretamente com algumas redes de livrarias que são importantes para o nosso público”.

8.4.6 O aspecto gráfico

Perguntados a respeito da qualidade gráfica num projeto editorial para *e-books* (pergunta 6), os editores são unânimes em considerá-la fundamental, imprescindível, tanto quanto num livro impresso. A sedução pela capa, para Tito, seguirá ocorrendo no mundo digital: o leitor procura um trabalho graficamente bem feito, seja em papel seja em arquivos digitais. Para Rodrigo, a Dublinense, quando fizer seus *e-books*, pretende fazê-los tão bonitos quanto a obra impressa, “até para preservar a questão sensorial do livro impresso, que tanta gente considera imprescindível”. E Clô finaliza prevendo que possam surgir recursos que permitam ao e-book ser ainda mais atrativo visualmente que o livro impresso.

À esse respeito, cabe salientar a afirmação de Alberto Manguel, escritor argentino naturalizado canadense e um apaixonado pelo objeto livro, que confessa que julga um livro por sua capa, por sua forma. Sobre suas escolhas, ele explica que,

[. . .] dependendo da ocasião e do lugar que escolhi para ler, prefiro algo pequeno e cômodo, ou amplo e substancial. Em diferentes momentos e em diferentes lugares, acontece de eu esperar que certos livros tenham determinada aparência, e, como ocorre com todas as formas, esses traços cambiantes fixam uma qualidade precisa para a definição do livro. (MANGUEL, 2004, p. 149).

A afirmação de Manguel deixa claro o quanto, para alguns, o livro ainda é um objeto carregado de simbolismos e de conotações afetivas as mais variadas.

8.4.7 O e-book da Libretos

Das quatro editoras ouvidas, a Libretos é a única que já produziu seu primeiro *e-book*. A obra escolhida foi *O Livrão e o Jornalzinho*, primeiro livro de Rafael Guimaraens, o outro sócio da Libretos, lançado primeiramente em 1997. Clô afirma que ao lançar o *e-book* em formato pdf para *download* gratuito no site da editora, o interesse da Libretos, nessa fase inicial, não é financeiro. A intenção é através do número de *downloads*, e de quem está “baixando”, testar e entender mais o mercado. “Queremos é entrar nesse mundo dos livros digitais porque acreditamos nele como forma de divulgação não só de cultura e conhecimento. É um processo que eu chamo de “capilarização”, ou seja, vamos penetrando assim diferentes públicos e universos. Tenho planos inclusive de enviar o *e-book* para escolas, via e-mail e no formato ppt com o objetivo de disseminar mesmo. É um começo.”

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há poucos anos dizia-se que o futuro seria digital. Entretanto, esse futuro já chegou; o mundo, hoje, é digital, e mais do que isso, em rede.

Entre os inquestionáveis benefícios deste fenômeno na sociedade moderna e capitalista do século XXI, o principal talvez seja o livre trânsito da informação e do conhecimento, antes mais engessados e circunscritos. A Sociedade da Informação permite - aos incluídos - o acesso a tudo, desde aos bens de consumo à produção intelectual, com tudo o que isso pode trazer de vantagens e de desvantagens para as diferentes culturas do planeta.

Uma vez que a digitalização permitiu ir além dos limites impostos pelo papel, parte da mídia especializada e muitos pensadores da atualidade previram, entre outras coisas, o fim do livro impresso, num processo irreversível de substituição de tecnologias. Entretanto, as respostas dos entrevistados e a pesquisa bibliográfica realizada neste trabalho, incluindo publicações eletrônicas especializadas no assunto, propiciam novas reflexões e apontam possíveis caminhos para o livro impresso e a indústria editorial num futuro próximo.

A constatação primeira e mais evidente é a de que as previsões que apontam para o fim do livro impresso não se sustentam. Apesar de já consolidado de forma definitiva, pelas inúmeras vantagens que oferece, o conteúdo textual no formato digital e os dispositivos específicos para sua leitura não implicam na morte do livro no suporte papel, em função justamente – num aparente paradoxo - das vantagens incomparáveis que o suporte papel também apresenta.

Em outras palavras, se de um lado temos a portabilidade, a mobilidade, a interação, o acesso quase imediato às obras, fatores proporcionados pelas modernas tecnologias digitais, temos, por outro lado, a garantia de acesso permanente – independente de qualquer fonte de energia – e o caráter quase perene oferecido pelo suporte papel, que comprovadamente, resiste bem às vicissitudes do tempo. O aspecto subjetivo que o homem confere ao objeto livro, tão explicitamente exposto por autores como Umberto Eco, Robert Darnton e Alberto Manguel também contribuem para sua permanência.

Conforme já foi apontado no capítulo 8.5, os editores entrevistados reconhecem as transformações, mas apostam numa convivência pacífica entre o

impresso e o digital, indicando até uma complementaridade entre um e outro suporte. Ou seja, ao contrário do que alguns especialistas, a mídia e principalmente as grandes indústrias de *e-books e-readers* têm divulgado, os entrevistados não se sentem ameaçados em seu negócio. Antes, vislumbram um nicho maior de atuação, desde que sejam melhor definidos os aspectos de comercialização das obras.

Pode-se dizer, portanto, que mesmo as editoras mais novas, que se lançaram no mercado há pouco tempo, não acreditam que sua atividade está em risco, como o que foi visto recentemente na indústria fonográfica, quando muitas gravadoras sucumbiram devido principalmente à pirataria e aos diferentes formas de reprodução dos registros sonoros. Os entrevistados Clô, Rodrigo, Tito e Samir não acusam turbulências nas suas atividades. Apesar de certa expectativa quanto às demandas no mercado, há tranquilidade e até um certo otimismo com a possibilidade de ampliação da sua área de atuação.

Ao mapear a trajetória do livro, traçar um panorama da digitalização de conteúdos, questionar editores gaúchos, e identificar possíveis tendências de comportamento, procedimentos que se constituíram nos objetivos específicos traçados para este trabalho, foi possível concluir que, quando a tecnologia é perfeita, não há substituição, como nos mostrou a história ao longo dos séculos. Embora mais veloz e muito mais eficiente para longas distâncias, a invenção do automóvel não fez desaparecer a bicicleta, por exemplo. Nem a fotografia fez desaparecer a pintura: ao contrário, a fotografia propiciou aos artistas liberdade para a exploração de novas técnicas que não a reprodução perfeita da realidade. Essa tendência parece querer se repetir no que diz respeito ao livro, ao se conhecer o que pensam alguns editores do Rio Grande do Sul sobre os *e-readers* e suas repercussões para o mercado editorial gaúcho.

REFERÊNCIAS

ACERVO Portátil : a digitalização de livros é uma realidade e a formação de bibliotecas pessoais em leitores eletrônicos, o futuro. **Revista da Cultura**, São Paulo, n. 33, abr. 2010. Disponível em: <http://www.revistadacultura.com.br:8090/revista/rc33/inc_comum/revista_cultura_sit_e_33.pdf> Acesso em: 21 ago. 2010.

AMAZON.COM now selling more Kindle books than hardcover books. **News Releases.** Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1449176&highlight>> Acesso em: 12 set. 2010.

A EDITORA no controle : conheça a plataforma Stealth. **Simplíssimo E-books.** Porto Alegre, 25 mar. 2010. Disponível em: <<http://simplissimo.com.br/blog/a-editora-no-controle-conheca-a-plataforma-stealth/>> Acesso em: 22 jun. 2010.

BELLEI, Sérgio Luis Prado. **O livro, a literatura e o computador.** São Paulo: Educ, 2003.

BIO Editora Dublinense. **Twitter.** Disponível em: <<http://twitter.com/dublinense>> Acesso em: 30 set. 2010.

BLUETOOTH. In: **Wikipedia** [S.l. Wikipedia Foundation], 2010. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>>. Acesso em: 11 set. 2010

BONATELLI, Circe. **Livro digital é desconhecido por 67% dos brasileiros.** São Paulo, 18 ago. 2010. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/livro-digital-desconhecido-67-brasileiros-589158.html>> Acesso em 21 ago. 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura (MinC). **Fórum Nacional de Direito Autoral.** Brasília, DF, 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2007/11/30/forum-nacional-de-direito-autoral/>> Acesso em: 04 out. 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura (MinC). Consulta Pública para Modernização da Lei de Direito Autoral. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/>> Acesso em: 04 out. 2010.

BRASIL discute o livro digital. **1 Congresso Internacional do Livro Digital**. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.org.br/>> Acesso em: 15 set. 2010.

BRITTES, Juçara Gorski; PEREIRA, Joanicy Leandra. Tecnologias da Informação e da Comunicação e a polêmica sobre direito autoral : o caso Google Book Search. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, jan.-abr. 2007. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/910>> Acesso em: 10 set. 2010.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento** : de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CÂMARA Rio-grandense do Livro. **Site**. Disponível em: <<http://www.camaradolivro.com.br/institucional.php>> Acesso em: 07 jun. 2010.

CAMPOS, Arnaldo. **Breve história do livro**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet** : reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Fundação Calouste Gulbekian, 2003.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro do leitor ao navegador** : conversações com Jean Lebrun. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CLUBE dos Editores do Rio Grande do Sul. **Site**. Disponível em: <<http://www.clubedoseditores.com.br/page1.aspx>> Acesso em: 07 jun. 2010.

DARNTON. Robert. **A questão do livro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DRM. In: **Wikipedia**. [S.l. Wikipedia Foundation], 2010. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/DRM> > Acesso em 23 ago. 2010.

DUBLINENSE Editora. **Site**. Disponível em <<http://www.dublinense.com.br/>> Acesso em 15 abr. 2010.

EARP, Fabio Sá; KORNIS, George. **Cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, 2005.

Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/ebook/ebook.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2010.

EBOOKPEDIA. **Site**. Disponível em: <http://ebookpedia.com.br/wiki/Uma_wiki_dedicada_aos_ebooks> Acesso em 25 ago. 2010.

ECO, Humberto; CARRIÈRE, Jean-Claude. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro : Record, 2010.

ESCOLAR SOBRINO, Hipolito. **Historia universal del libro**. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1993.

ePUB : conheça o padrão internacional para e-books. **Editoraplus.org**, Porto Alegre, 26 jun. 2009. Disponível em: <<http://editoraplus.org/blog/epub-conheca-o-padrao-internacional-para-e-books/>> Acesso em: 15 set. 2010.

FIBE. Cristina. iPad testa relação intuitiva com o usuário. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 04 de abril de 2010. Caderno Dinheiro, p. B5.

FURTADO. José Afonso. **O Papel e o pixel** : do impresso ao digital : continuidades e transformações. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

GATO Sabido. **Empresas**. Disponível em: <http://www.linkedin.com/company/gato-sabido?goback=%2Ecps_1286722099072_1> Acesso em 21 jun. 2010.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. 2. ed. São Paulo: Ateliê, 2006.

HTML. In: **Wikipedia**. [S.l. Wikipedia Foundation], 2010. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/HTML>>. Acesso em 04 jul. 2010.

INTERNATIONAL Digital Publishing Fórum (IDPF). **Site**. Disponível em: <<http://www.idpf.org/>> Acesso em: 23 set. 2010.

INSCRIÇÕES abertas para a I Semana de Literatura Digital da Feira do Livro de POA. **Marcelo Spalding**. Disponível em: <<http://www.marcelospalding.com/?nid=1774&wd=&dt=0&titulo=Inscri%E7%F5es%20abertas%20para%20I%20Semana%20de%20Literatura%20Digital>>. Acesso em: 15 set. 2010.

KORFMANN, Michael; FARAON, Gustavo. A rede digital e as configurações do autor. **Fragmentos**, Florianópolis, n. 33, , jul. – dez. 2007. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/fragmentos/article/view/8402>> Acesso em: 04 set. 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa** : planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2010.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência** : o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Ed. 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LIBRETOS Editora. **Site**. Disponível em: <<http://www.libretos.com.br/>> Acesso em 04 maio 2010.

LIVRARIA Cultura. **Site**. Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/scripts/ebooks/tutorial/faq.asp>> Acesso em: 24 ago. 2010.

LIMA, Clóvis Montenegro de; SANTINI, Rose Marie. Copyleft e licenças criativas de uso de informação na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 1, Abr. 2008 . Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/924>>. Acesso em 13 set. 2010.

LODI, João Bosco. **A entrevista** : teoria e prática. São Paulo: Pioneira, 1991.

MCLUHAN, Herbert Marshall. **A galáxia de Gutenberg** : a formação do homem tipográfico. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

MACHADO, Sérgio. A primeira distribuidora digital em larga escala. **Blog Mundo Livro**. Porto Alegre, 14 jun. 2010. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/mundolivro/2010/06/14/a-primeira-distribuidora-digital-em-larga-escala/?topo=13,1,1,,13> > Acesso em 20 jun. 2010.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. 2. ed. São Paulo: Companhia da Letras, 2004.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita** : história do livro, da imprensa e da biblioteca. 3. ed. São Paulo: Ática, 1998.

MCMURTRIE, Douglas C. **O livro** : impressão e fabrico. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

MIMS, Christopher. *The death of the book has been greatly exaggerated*. **Mim's Bits**. [Cambridge], 21 set. 2010. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/blog/mimssbits/25783/>>. Acesso em: 17 out. 2010.

MOREIRA, Carlos André. A face do *e-book* no Brasil. **Zero Hora**, Porto Alegre, 14 jun. 2010. Segundo Caderno, Capa.

NÃO Editora. **Site**. Disponível em: <<http://www.naoeditora.com.br/>> Acesso em: 20 maio 2010.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NEVES, Guilherme. Novo capítulo para os e-readers brasileiros. **Zero Hora**, Porto Alegre, 11 ago. 2010. ZH Digital, Capa.

OLIVEIRA, José Teixeira de. **A fascinante história do livro**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1995.

PDF. In: **Wikipedia**. [S.I. Wikipedia Foundation], 2010. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/PDF>>. Acesso em: 04 jul. 2010.

PRODUÇÃO e vendas do setor editorial brasileiro. Sindicato Nacional dos Editores de Livros – **SNEL**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/ui/pesquisaMercado/diagnostico.aspx>> Acesso em: 10 ago. 2010.

PROJETO GUTENBERG. In: **Wikipedia**. [S.I. Wikipedia Foundation], 2010. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Projeto_gutenberg>. Acesso em 02 mai 2010.

QUEM ama bloqueia? Tudo sobre DRM em e-books. **Editoraplus.org**, Porto Alegre, 7 jan. 2010. Disponível em: <<http://editoraplus.org/blog/quem-ama-bloqueia-tudo-sobre-drm-em-e-books/>> Acesso em 18 set. 2010.

SAGE, Alexandria. **Amazon.com recebe mais encomendas por 3a geração do Kindle.** (São Paulo), 26 ago. 2010. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/amazon-recebe-mais-encomendas-3a-geracao-kindle-591350.html>> Acesso em: 26 ago. 2010.

SIMPLÍSSIMO. **Site.** Disponível em: <http://www.simplissimo.com.br/store/> Acesso em 21 jun. 2010.

SOBRE a Plus. **Editoraplus.org**, Porto Alegre, [2008]. Disponível em: <<http://editoraplus.org/about/>> Acesso em 21 jun. 2010.

VICTOR, Fábio. Formatos e direitos travam o *e-book*. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 abr. 2010. Ilustrada, p. E3.

WHAT is an EPD? **E Ink Corporation.** Cambridge, [200?]. Disponível em: <<http://www.eink.com/technology/index.html>>. Acesso em: 04 jul. 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave** : um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.

WILSON, Mark. **LCD ou e-Ink, qual é o pior para os seus olhos?** São Paulo, 12, fev. 2010. Disponível em: <<http://www.gizmodo.com.br/conteudo/lcd-ou-e-ink-qual-e-o-pior-para-os-seus-olhos>>. Acesso em 04 jul. 2010.

YANO, Célio. **Compare 14 modelos de leitores de livros digitais.** [São Paulo], 23, ago. 2010. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/compare-14-modelos-leitores-livros-digitais-590354.html?v=5#show>> Acesso em 04 set. 2010.

YAROW, Jay. *How many kindle books has Amazon sold? About 2 million this year.* **SAI: Silicon Alley Insider.** [S.L], 20 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/sorry-amazon-kindle-e-books-outselling-hardcovers-isnt-that-impressive-2010-7>>. Acesso em 17 out. 2010.

ZILBERMAN, Regina. **Fim do livro, fim dos leitores?** São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

APÊNDICE A - PERGUNTAS PARA A ENTREVISTA COM OS EDITORES

- 1) Em que medida o surgimento e a gradual popularização dos *e-readers* está modificando o livro como negócio?
- 2) Na sua opinião, qual é o maior problema a ser enfrentado pelas editoras nesse novo modelo de negócio?
- 3) Haverá uma migração natural dos leitores atuais para este modelo de leitura ou será uma nova geração a adotar este suporte?
- 4) Como você entende que a questão dos direitos autorais deverá ser tratada neste novo modelo de distribuição de textos? Aliás, como os custos devem se distribuir na cadeia de “produção” e distribuição em um modelo de negócios ideal – na sua opinião - para os livros digitais?
- 5) O que você pensa sobre iniciativas como a DLD, Distribuidora de Livros Digitais , um *pool* de grandes editoras nacionais criado para vender seus acervos digitais à livrarias?
- 6) Na visão de um editor, a qualidade gráfica de um projeto editorial continua sendo importante num *e-book*? Vai ser possível continuar a escolher os livros “pela capa”? Quais os outros pontos importantes para o *e-book* como produto?

APÊNDICE B - ENTREVISTA COM CLÔ BARCELLOS, SÓCIA DA EDITORA LIBRETOS

Segue abaixo a entrevista realizada com Clô Barcellos, realizada no dia 27 de setembro de 2010, na sede da Editora, em Porto Alegre.

1) Em que medida o surgimento e a gradual popularização dos e-books e e-readers está modificando o livro como negócio?

Estamos assistindo ao nascimento de um novo negócio, com os livros digitais. É um momento, eu diria, de investigação. Para todos, autores, livreiros, editores. Todos os envolvidos nesse processo estão descobrindo como as coisas estão e vão se organizar, daqui pra frente. Não sabemos ainda. Tudo é muito novo. Mas acho que devemos perder os medos. Eu, particularmente, acho que tudo é negócio, ou seja, o mercado vai achar suas próprias formas de se organizar e de trabalhar para tornar o comércio de *e-books* viável. Ainda não sabemos exatamente, com detalhes inclusive técnicos, como a coisa vai funcionar. Mas não tenho dúvida de que o livro digital e os dispositivos de leitura vieram para ficar e são um novo negócio que estamos começando a conhecer.

2) Na sua opinião, qual é o maior problema a ser enfrentado pelas editoras nesse novo modelo de negócio?

Não vejo barreiras, vejo um novo mercado. É muito fácil e muito simples transformar o livro impresso num livro digital. Até um certo ponto, fazemos as mesmas coisas, editoração, ilustração, registro de ISBN, ficha catalográfica, revisão, etc. Até aí, é tudo igual. Depois, é escolher o formato digital, e-Pub ou pdf, e está pronto. É muito rápido. Não sei exatamente como o e-Pub vai deixar a “cara” do livro, ainda não vi. Isso ainda é uma dúvida, não sei o que vai dar pra fazer nesse formato. Mas logo se saberá e certamente haverá recursos para se fazer a editoração que se quiser. Pirataria? Não acredito que seja uma ameaça maior do que já é para qualquer outra coisa. Não sei se sou muito tranquila ou otimista, mas acho que é uma coisa que vai se consolidar sem maiores problemas. A única coisa

até agora em aberto é a comercialização dos *e-books*. Isso ainda precisa ser melhor discutido por causa das porcentagens que as livrarias estipularam, ainda muito altas, que tornam o negócio ainda muito desvantajoso para as editoras. Mas depois que isso já estiver mais ou menos definido, que deverá ser em breve, haverá uma consolidação desse mercado. E eu acredito que isso vai na direção de uma democratização da informação e do conhecimento. Sou a favor de usar todos meios, livro impresso, áudio-livro, livro digital e qualquer outra ferramenta que democratize o acesso à cultura.

3) Haverá uma migração natural dos leitores atuais para este modelo de leitura ou será uma nova geração a adotar este suporte?

Acho que o livro digital e os *e-readers* vieram pra ficar, é um caminho sem volta. E co-existirão junto com o livro impresso. Tem muito essa questão de posse em relação ao livro, tem gente que gosta da posse, de ter, fisicamente, o livro e para esses ainda existirá o livro impresso, sempre.

4) Como você entende que a questão dos direitos autorais deverá ser tratada neste novo modelo de distribuição de textos? Aliás, como os custos devem se distribuir na cadeia de “produção” e distribuição em um modelo de negócios ideal – na sua opinião - para os livros digitais?

Acho justo, que uma vez desaparecendo os custos da impressão gráfica, os autores passem a receber um percentual de 25% do preço de capa, que é a reivindicação, e não os 10% atuais do livro impresso. O pretexto das editoras de que 10% era o percentual máximo possível por causa dos outros custos desapareceu. O problema é que as grandes livrarias, as mega-stores e sites como Submarino querem um percentual de 50% e isso inviabiliza o negócio para as editoras. Como os custos, para as livrarias, também são menores, e considerando-se que as estimativas das próprias livrarias são de que o *e-book* deva custar 30% menos que o livro impresso, este percentual é muito alto. Mas há negociações em andamento neste sentido, logo vai se chegar num equilíbrio que seja bom para todos.

5) *O que você pensa sobre iniciativas como a DLD, Distribuidora de Livros Digitais, um pool de grandes editoras nacionais criado para vender seus acervos digitais às livrarias? Como a sua editora pretende atuar (ou não) neste segmento?*

Nossa idéia, compartilhada por muitos membros do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul, é de vendermos nossos livros via DLD – pois assim se pensa conseguir um percentual menor que os 50% exigidos pelas grandes livrarias (Saraiva, Cultura, Submarino e principalmente). Há negociações sendo realizadas nesse sentido pela L&PM, que participa do *pool* como acionista, e que está, digamos assim, intermediando. Para nós, a venda direto para as livrarias não é vantajosa de jeito nenhum, como eu já falei, em função do percentual que eles cobram. Via DLD, esse percentual deverá ser menor e a expectativa é de que no início de 2011, já os enviemos modelos de contrato que sejam mais vantajosos pra nós, com um percentual chegando no máximo a 40%. Pela DLD nos enviamos os arquivos que serão criptografados por eles que então, farão a venda para as livrarias. É só uma questão de tempo.

6) *Na visão de um editor, a qualidade gráfica de um projeto editorial continua sendo importante num e-book? Vai ser possível continuar a escolher os livros “pela capa”? Quais os outros pontos importantes para o e-book como produto?*

Sem dúvida, a qualidade gráfica num *e-book* é extremamente importante! Tem que ser importante. E talvez surjam recursos – ainda não se sabe - que permitam coisas ainda mais atrativas visualmente. É imprescindível que seja assim.

7) *Como está sendo a experiência de lançar um e-book?*

Estamos lançando essa semana [entrevista feita em 27/09/2010] um livro digital – O Livrão e o Jornalzinho – do Rafael Guimaraens, escritor e sócio da Libretos. Foi o primeiro livro do Rafael e a mensagem, no final do livro é significativa: *O livrão e o jornalzinho foi o primeiro livro de Rafael Guimaraens, publicado em 1997, numa época em que o uso de computadores pessoais não era nada comum. Não deixa de ser uma ironia que este seja o primeiro e-book do autor, que marca também o ingresso da Editora Libretos no mundo dos e-Livros. É isso, estamos disponibilizando o livro para download gratuito, em pdf, no site da editora, pois*

queremos testar e entender mais este mercado. Queremos saber quantos downloads serão feitos e quem é esse público. Nosso interesse, nessa fase inicial não é financeiro. Queremos é entrar nesse mundo dos livros digitais porque acreditamos nele como forma de divulgação não só de cultura e conhecimento. É um processo que eu chamo de “capilarização”, ou seja, vamos penetrando assim diferentes públicos e universos. Tenho planos inclusive de enviar o *e-book* para escolas, via e-mail e no formato .ppt com o objetivo de disseminar mesmo. É um começo.

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM RODRIGO ROSP, SÓCIO DA EDITORA DUBLINENSE

Segue abaixo a entrevista realizada com Rodrigo Rosp, realizada no dia 29 de setembro de 2010, na sede da Editora, em Porto Alegre.

1) Em que medida o surgimento e a gradual popularização dos e-books e e-readers está modificando o livro como negócio?

Na verdade, eu acho que estamos numa fase de “achismos”. Tenho participado de debates e encontros em que sempre surgem perguntas sobre isso, mas não vejo nada ainda muito definido. Penso inclusive que a mídia está apostando muito nessa tese [*e-books substituindo livros impressos*], que é uma coisa que ainda não se confirma. Então, a postura da editora hoje, e em particular a minha como leitor é: vamos esperar pra ver o que vai acontecer. Sei que muita gente está se antecipando pra não ter que correr atrás depois, mas observo isso principalmente em editoras maiores, em grandes corporações, cuja produção é de maior vulto. Essas empresas, sim, acredito que estejam mais preocupadas, pois imagino que não deva ser fácil transformar um catálogo, por exemplo, de 2 mil livros em e-books. Com um catálogo de 15 livros, se amanhã o mercado pedir em formato de e-books, ok, em pouco tempo é possível disponibilizá-los. Quero deixar claro que não somos contra nem achamos que livros digitais sejam “do mal” ou prejudiciais ao negócio. A questão é a seguinte e é muito simples: não temos condições de avaliar ainda, no que isso vai dar. A única certeza que temos, como empresa é que a curto e médio prazo, *e-books* não vão substituir o livro. Eles deverão, isso sim, co-existir.

2) Na sua opinião, qual é o maior problema a ser enfrentado pelas editoras nesse novo modelo de negócio?

Não vejo, em princípio, nenhum problema. Com relação à pirataria, por exemplo, trabalhamos com autores que não tem na literatura sua principal fonte de renda, ou seja, não vivem disso. Então, o que eles querem é ser lidos. Eu mesmo, já lancei dois livros e estou preparando um terceiro. E na condição de autor, eu afirmo, que se me disserem que estão pirateando meu livro e que 20 mil pessoas vão lê-lo, eu vou achar ótimo, mesmo sem ganhar nada. Acho que essa é uma preocupação

para escritores como Paulo Coelho, por exemplo, ou seja, para escritores de larga escala, para quem a literatura um grande negócio. Não é o nosso caso. Se um escritor tiver seu livro lançado na rede de forma pirata e tiver muitos leitores, é muito provável que seu próximo livro venda ainda mais, pela divulgação que o trabalho já teve, mesmo que de forma pirata.

3) Haverá uma migração natural dos leitores atuais para este modelo de leitura ou será uma nova geração a adotar este suporte?

Acho que os *e-books* trazem um benefício bem interessante, que é o peso (ou a ausência de peso). E na medida que surgirem *e-readers* realmente bons, confortáveis e com recursos que facilitem a leitura, mais gente deve aderir. Neste sentido, acho que ele pode atrair o leitor principalmente do meio acadêmico. Me parece, a princípio que este segmento será o maior beneficiado. Ao invés de sair da biblioteca com um número enorme de livros, o estudante poderá ter todo o material de que necessita no seu dispositivo de leitura, fazer pesquisas por assunto, localizar rapidamente trechos específicos, etc. A navegabilidade que um livro acadêmico demanda é muito maior do que a de um livro de ficção. Acho que este é o grande mercado dos *e-books*. Acho que a primeira experiência forte dos *e-books* será no meio acadêmico, que, com eles tenho certeza de que terá um benefício tremendo. Depois que este mercado já estiver consolidado, será possível saber como isso dará na literatura.

4) Como você entende que a questão dos direitos autorais deverá ser tratada neste novo modelo de distribuição de textos? Aliás, como os custos devem se distribuir na cadeia de “produção” e distribuição em um modelo de negócios ideal – na sua opinião - para os livros digitais?

Acho essa discussão de percentuais meio sem sentido, nesse momento. Estou mais preocupado, agora, em saber como serão vendidos, como o mercado vai se organizar, do que pensar em percentagens. Acredito que, tendo receita, a percentagem se ajusta. Eu não sei por exemplo, quais são os custos de se fazer um livro digital de boa qualidade. O que eu sei hoje, é quanto custa um capista para fazer uma capa legal, um diagramador que faça um trabalho bacana, e uma gráfica que imprima num papel bom. Mas não existem ainda, que eu saiba, profissionais de

referência para fazer *e-books*. Os percentuais vão depender muito dos custos fixos envolvidos. E esses custos ainda estão se moldando. Está tudo muito incipiente ainda para termos uma postura mais definitiva.

5) O que você pensa sobre iniciativas como a DLD, Distribuidora de Livros Digitais, um pool de grandes editoras nacionais criado para vender seus acervos digitais à livrarias?

Li sobre isso. Mas isso ainda está muito longe pra nós [*da Dublinense*]. O que eu acho que isso demonstra que as livrarias estão assustadas. Elas estão vendendo *e-books* a preços muito questionáveis: um livro de R\$ 36,00, por exemplo, custando R\$ 25,00 em formato digital, como eu vi numa livraria estes dias. O meio eletrônico tem um complicador que é a atribuição de valor aos produtos. O consumidor – e isso é um conceito básico de marketing – precisa ver o valor das coisas. A pessoa até poderá fazer um esforço ou um sacrifício e comprar um livro de R\$ 36,00 se gostar muito daquele escritor porque consegue dimensionar, de uma certa maneira, o custo envolvido naquele livro. Mas no meio eletrônico isso é mais difícil. Por isso, acho difícil que pague R\$ 25,00 por um *e-book*, a não ser que ache houve um custo maior, um diferencial nele.

6) Na visão de um editor, a qualidade gráfica de um projeto editorial continua sendo importante num e-book? Vai ser possível continuar a escolher os livros “pela capa”, por exemplo?

A nossa editora tem uma grande preocupação com a qualidade gráfica. Nossos livros tem um apuro bastante grande. Então, essa é uma das razões pelas quais nós ainda não fizemos nenhum, temos medo que isso se perca. Queremos fazer um livro digital tão bonito quanto os impressos. Até para preservar a questão sensorial do livro impresso, que tanta gente diz que é imprescindível, impossível de ser atingida no digital. Acho possível ter isso num *e-book*, sim. Se os *e-readers* forem realmente bons, e houver cuidado na parte gráfica, acho que a leitura de um *e-book* pode ser realmente uma experiência interessante. E digo mais: eu quero que isso aconteça.

E gostaria muito, como autor, principalmente, de ter meus livros em *e-books* à venda. Mesmo que o consumidor pague R\$ 1,00. E também como editor, se isso (*a venda de e-books*) me trazer receita, se eu conseguir vender um pouco mais, com menos custo, ok.

APÊNDICE D - ENTREVISTA COM TITO MONTENEGRO, SÓCIO DA ARQUIPÉLAGO EDITORIAL

1) Em que medida o surgimento e a gradual popularização dos e-books e dos e-readers está modificando o livro como negócio?

Essa pergunta ainda não pode ser respondida completamente, pois neste momento estão sendo definidas as novas formas de comercialização e de produção dos livros eletrônicos. No Brasil, essa modificação está se dando bastante lentamente, especialmente porque não temos uma base de consumidores com *e-reader*. Para os próximos anos, imagino que a entrada dos *e-books* force editoras e livrarias a entender esse mercado e ser mais ativas na proposição de modelos de negócios.

2) Na sua opinião, quais os maiores problemas (pirataria, convergência de formatos, por exemplo) a serem enfrentados pelas editoras nesse novo modelo de negócio?

Acho que o principal problema será identificar como o leitor de *e-book* quer receber esse livro, se com extras ou não, se via celular ou no próprio *e-reader*. As empresas estão um pouco perdidas, na minha opinião, justamente porque ainda não conhecem essa pessoa, esse leitor que preferirá o *e-book* ao livro físico.

3) Haverá uma migração natural dos consumidores atuais de livro impresso para este modelo de leitura ou será uma nova geração a adotar este formato e suporte?

Acho que as duas coisas. Para as gerações que se acostumaram com o livro impresso, como a minha, o *e-book* será algo a mais. Não imagino algum leitor contumaz de livros passar a ler apenas nas telas dos *e-readers*. O desafio é o das gerações que já nascerão com o livro digital disseminado. Seria exercício de adivinhação dizer o que ocorrerá precisamente, mas é inegável que essas pessoas terão muito mais intimidade com a tecnologia.

4) O que você pensa sobre iniciativas como a DLD, Distribuidora de Livros Digitais, um pool de grandes editoras nacionais criado para vender seus acervos digitais à livrarias? Como a sua editora pretende atuar (ou não) neste segmento?

Ainda não definimos o formato de distribuição para os livros da Arquipélago. Acho que a criação da DLD é importante para proteger os interesses das editoras, que podem acabar sendo esmagadas pelas grandes redes de livrarias e pelos gigantes da tecnologia (por maior que seja uma editora brasileira, ela não é nada frente à Apple). Para a Arquipélago, imagino que o nosso modelo não passe pela DLD, mas sim por parcerias diretamente com algumas redes de livrarias que são importantes para o nosso público, como a Cultura, a Travessa e, claro, a Saraiva, que é hoje a maior rede do país em faturamento.

5) Como você entende que a questão dos direitos autorais deverá ser tratada neste novo modelo de distribuição de textos? Aliás, como os custos devem se distribuir na cadeia de “produção” e distribuição em um modelo de negócios ideal – na sua opinião - para os livros digitais?

Com a diminuição dos gastos com a produção e armazenamento físico dos livros, seja pelas editoras ou pelas livrarias, será possível oferecer percentuais maiores aos autores e/ou preços mais baixos. Mas se engana quem pensa que o preço irá cair vertiginosamente, pois a maioria dos custos (produção editorial, revisão, capa, diagramação, divulgação, etc) vai permanecer, mesmo que não tenhamos que imprimir os livros. Acho que um modelo justo de distribuição dos recursos provenientes da venda de um *e-book* é 40% para livraria, 40% para editora e 20% para autor.

6) Na visão de um editor, a qualidade gráfica de um projeto editorial continua sendo importante num e-book? Vai ser possível continuar a escolher os livros “pela capa”? Quais os outros pontos importantes para o e-book como produto?

Sim, sem dúvida o projeto gráfico e a capa continuarão sendo importantes. A capa é a primeira impressão de um livro, ela tem que fisgar o leitor para que ele, ao menos, leia a orelha ou as primeiras páginas. Isso seguirá ocorrendo no mundo digital. As pessoas preferem coisas bonitas do que feias (em geral, pelo menos), elas valorizam um trabalho bem feito, seja em papel seja em arquivos digitais.

7) Na sua opinião, e-readers recheados de e-books acabarão com o livro impresso a longo prazo, como afirmam alguns especialistas, ou co-existirão, como garantem outros?

Acho que coexistirão, pelo menos nas próximas décadas, enquanto nós, dinossauros, estivermos vivos. Depois, não faço idéia!

APÊNDICE E - ENTREVISTA COM SAMIR MACHADO DE MACHADO, SÓCIO DA NÃO EDITORA

1) Em que medida o surgimento e a gradual popularização dos e-books e dos e-readers está modificando o livro como negócio?

Não creio que no Brasil ainda seja uma parcela significativa de mercado para que esteja modificando algo. O que acontece é que algumas editoras já estão se antecipando, colocando algumas obras de seu catálogo disponíveis nesse formato, conforme algumas marcas de aparelho chegam ao mercado. Mas ainda é cedo.

2) Na sua opinião, quais os maiores problemas (pirataria, por exemplo) a serem enfrentados pelas editoras nesse novo modelo de negócio?

Pirataria é um problema, claro, muito mais para a editora do que para o autor, que no final das contas, quer mais é que o leiam. O grande problema, e o que está levando as editoras a se anteciparem, é ter que pensar como manter uma editora enquanto negócio financeiramente viável.

3) Haverá uma migração natural dos consumidores atuais de livro impresso para este modelo de leitura ou será uma nova geração a adotar este formato e suporte?

Só com uma bola de cristal pra se saber isso.

4) O que você pensa sobre iniciativas como a DLD, Distribuidora de Livros Digitais, um pool de grandes editoras nacionais criado para vender seus acervos digitais para livrarias? Como a sua editora pretende atuar (ou não) neste segmento

Não temos planos concretos, ainda, para entrar no mercado digital.

5) Como você entende que a questão dos direitos autorais deverá ser tratada neste novo modelo de distribuição de textos? Aliás, como os custos devem se distribuir na

cadeia de “produção” e distribuição em um modelo de negócios ideal – na sua opinião - para os livros digitais?

Quando se pensa no livro digital, se pensa antes de tudo na eliminação de custos, mas esquece-se de que o papel da editora é muito mais do que simplesmente servir de intermediário entre o autor e o leitor. Esse papel é, antes de tudo, o de seleção. Um selo editorial é não só um selo de qualidade, mas um indicativo para o leitor de um tipo de literatura e, de certa forma, uma garantia.

6) Na visão de um editor, a qualidade gráfica de um projeto editorial continua sendo importante num e-book? Vai ser possível continuar a escolher os livros “pela capa”?

Essa pergunta seria melhor respondida por um editor de *e-books*. O que posso dizer, enquanto editor de livros que existem fisicamente, é que o projeto gráfico e a capa são essenciais do ponto de vista comercial, pra dar visibilidade ao livro. A capa de um livro é sempre uma promessa feita ao leitor, ainda quando exposta na prateleira.