

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

WESLEY AUGUSTO NOGUEIRA

O LIVRO NO FIM DO LIVRO:  
PERSPECTIVAS PARA O LEITOR, AUTOR E EDITOR BRASILEIRO  
SOB A ÓTICA DA POPULARIZAÇÃO DOS NOVOS DISPOSITIVOS DE  
LEITURA DIGITAL

São Paulo  
2013

WESLEY AUGUSTO NOGUEIRA

O LIVRO NO FIM DO LIVRO:  
PERSPECTIVAS PARA O LEITOR, AUTOR E EDITOR BRASILEIRO  
SOB A ÓTICA DA POPULARIZAÇÃO DOS NOVOS DISPOSITIVOS DE  
LEITURA DIGITAL

Dissertação apresentada à Escola de  
Comunicação e Artes da Universidade  
de São Paulo para obtenção do título  
de Mestre em Ciência da Informação

Área de Concentração: Cultura e  
Informação

Orientadora: Profa. Dra. Giulia Crippa

São Paulo  
2013

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

**Catálogo da Publicação**  
**Serviço de Biblioteca e Documentação**  
**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

N71L Nogueira, Wesley Augusto  
O livro no fim do livro: perspectivas para o leitor, autor e editor brasileiro sob a ótica da popularização dos novos dispositivos de leitura digital/ Wesley Augusto Nogueira. – São Paulo, 2013  
164 p. : il.

Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, 2013  
Orientadora: Profa. Dra. Giulia Crippa

Bibliografia

1. Livro digital. 2. Dispositivos digitais de leitura. 3. Mercado editorial. 4. Mercado editorial brasileiro. Título.

CDD 070.209

Nome: NOGUEIRA, Wesley Augusto

Título: O livro no fim do livro: perspectivas para o leitor, autor e editor brasileiro sob a ótica da popularização dos novos dispositivos de leitura digital

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Banca Examinadora

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

## DEDICATÓRIA

À minha mãe, sem a qual nada disso seria possível.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Giulia Crippa, pelo acompanhamento durante o percurso de elaboração deste estudo, indispensável para o resultado que se apresenta ter sido atingido.

Agradeço aos membros que gentilmente se dispuseram a compor a banca, Prof. Dr. Marco Antônio de Almeida e Prof. Dr. Nelson Shapochnick, pelas oportunas sugestões que tanto contribuíram para o aperfeiçoamento deste trabalho.

Agradeço aos meus amigos e colegas do Programa, pelos bons momentos que pudemos passar ao longo dos últimos anos e pelo auxílio que prestaram para o desenvolvimento do projeto.

Agradeço à minha família, pela paciência e apoio de sempre.

Maus descobridores são os que creem que não há terra onde não se vê outra coisa além do mar.

Francis Bacon

## RESUMO

NOGUEIRA Wesley Augusto. **O livro no fim do livro:** perspectivas para o leitor, autor e editor brasileiro sob a ótica da popularização dos novos dispositivos de leitura digital. 2013. 164 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

O presente estudo procurará examinar a relação entre o livro e seus principais atores sociais, o leitor, o autor e o editor, no âmbito da popularização dos *ereaders*, através da investigação sobre as circunstâncias em que a introdução do livro digital pode afetar as estruturas de produção, circulação e apropriação da informação bibliográfica. Utilizamos, para isso, um extenso levantamento de obras e documentos sobre a história editorial e do livro no Brasil, além de referencial teórico concernente ao livro digital, editoria, práticas de leitura e direitos autorais, corroborado por dados estatísticos de mercado, sob a perspectiva de sua produção e circulação, e da penetração social da leitura e dos dispositivos. Compreendemos, como resultado, que os papéis dos agentes da cadeia produtiva do livro podem ser dinamizados através dos recursos proporcionados pelo livro e redes digitais.

Palavras-chave: Livro digital. Dispositivos digitais de leitura. Mercado editorial. Mercado editorial brasileiro.

## ABSTRACT

NOGUEIRA Wesley Augusto. **The book at the end of the book:** Prospects for the brazilian reader, author and publisher from the perspective of the popularization of the new digital reading devices. 2013. 164 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

This study aims to examine the relationship between the book and its main social actors, the reader, the author and the publisher, in scope of the popularization of ereaders, by research on the circumstances in which the introduction of the digital book can affect the structures of production, circulation and appropriation of biographical information. We used to do this, an extensive survey of works and documents about the story of book publishing in Brazil, as well as theoretical references for the digital book publishing, reading practices and copyright, supported by statistical data market, about the perspective of its production and circulation, and social penetration of reading and devices. We understand, as a result, that the roles of the productive circuit of the book can be streamlined by the resources provided by the book and digital networks.

Keywords: Digital Book. Digital reading devices. Publishing market. Brazilian publishing Market.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Esquema de funcionamento das telas e-Ink .....	67
<b>Figura 2:</b> Ampliação de uma tela e-Ink, onde podem ser vistas as partículas que compõem a imagem.....	67
<b>Figura 3:</b> Principal motivo pelo qual editores adiam a entrada no mercado de livros digitais.....	92
<b>Figura 4:</b> Projeto de fusão entre livro impresso e ereader.....	124
<b>Figura 5:</b> Imagens do livro interativo A Menina do Narizinho Arrebitado.....	132
<b>Figura 6:</b> Disco com capacidade de 360Tb.....	141

# SUMÁRIO

Introdução.....	10
Capítulo 1 - A formação do mercado editorial brasileiro no século XX .....	14
1.1 Os primeiros anos: comércio incipiente.....	14
1.2 Monteiro Lobato e as primeiras iniciativas de construção de um mercado editorial .....	17
1.3 Crescimento e diversificação do mercado editorial brasileiro.....	32
1.4 Industrialização e modernização.....	40
1.5 Um novo modelo para o comércio de livros .....	47
Capítulo 2 - O livro eletrônico .....	62
2.1 Origens e conceitos da informação em meio digital: o <i>ebook</i> e o <i>ereader</i> .....	62
2.2 Formatos de arquivo e dispositivos de leitura .....	66
2.3 Comprar, vender, emprestar.....	78
Capítulo 3 - Edição, autores e livros.....	89
3.1 Edições digitais .....	89
3.2 O dilema do editor .....	94
3.3 Autor e o autor-editor.....	103
3.4 Direitos autorais na esfera digital: problemas e possíveis soluções.....	111
3.5 Impresso ou digital? .....	118
Capítulo 4 - Leitura, sociedade e informação .....	125
4.1 O livro .....	125
4.2 O leitor.....	129
4.3 Acesso irrestrito? .....	133
4.4 Permanência, obsolescência e fixação.....	136
CONSIDERAÇÕES FINAIS: O LUGAR DO LIVRO NO FIM DO LIVRO .....	144
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	149
ANEXO A - CARTA ABERTA DA ANL SOBRE O LIVRO DIGITAL NO BRASIL .....	156
ANEXO B - E-READER PRIVACY CHART, 2012 EDITION.....	158

## Introdução

Há dezessete anos, em um artigo para a revista de tecnologia Wired, Nicholas Negroponte (1996) anunciou o fim do livro. Ainda que fosse um renomado cientista, pesquisador no MIT (Massachusetts Institute of Technology) e cofundador do Laboratório de Mídia Digital da mesma universidade, à época pouco se considerou seu prenúncio para além de ensaio de futurologia, entre tantos outros comuns desde muitos anos antes e que, vistos à luz da atualidade, representam quase obras de ficção científica. O lançamento de dois aparelhos, o Sony Reader, no final de 2006, e o Kindle, em novembro do ano seguinte, modificariam, entretanto, o panorama que parecia certo: os *e-readers*, ou leitores digitais de livros, não passariam de uma promessa que nunca alcançaria números significativos de adeptos.

Especialmente o Kindle, resultado de três anos de pesquisas da gigante livraria americana Amazon, mostrou-se bem-sucedido. Os números de venda do aparelho impressionaram e a compra de livros digitais, antes um negócio embrionário, passou a ter renovada visão por parte dos responsáveis pelos segmentos da cadeia produtiva do livro. A divulgação da mesma Amazon de que em sua loja virtual a venda de *e-books* ultrapassou a de todos os livros impressos<sup>1</sup> em 2011 e, mais recentemente, o anúncio de pesquisa realizada pela Association of American Publishers e Book Industry Study Group indicando que os livros digitais representaram aproximadamente 23% do mercado americano de livros em 2012, ante 17% em 2011<sup>2</sup>, certificam o que já não se pode negar: o livro digital deverá, em

---

<sup>1</sup> SITE da Amazon já vende mais livros digitais que impressos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 mai. 2011. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/05/19/site-da-amazon-ja-vende-mais-livros-digitais-que-impressos.jhtm>>. Acesso em: 17 jul. 2012

<sup>2</sup>EBOOKS made up 23 percent of US publisher sales in 2012, says the AAP. Disponível em: <<http://paidcontent.org/2013/04/11/ebooks-made-up-23-percent-of-us-publisher-sales-in-2012-says-the-aap/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

um futuro próximo, ser tão ou mais representativo para o mercado editorial americano que o livro impresso.

Apesar de referirem-se à indústria estadunidense, os dados nacionais concernentes às vendas do livro digital são promissores: em abril de 2013 calcula-se em 25 mil o número de *ebooks* disponíveis no Brasil, quantia que deve chegar a 40 mil no final do ano<sup>3</sup>, valor que se deve à entrada de importantes empresas multinacionais no mercado de livros digitais brasileiro, como a Amazon, Apple e Google, bem como o início das vendas de *ereaders* dedicados e a popularização de *tablets* e *smatphones* no país.

Assim, de prognóstico apocalíptico a centro das discussões no meio editorial, o livro digital deslocou-se de mera possibilidade em um futuro distante para realidade incômoda aos editores nacionais. A resistência observada em se investir, no Brasil, em projetos que envolvam *e-books*, tem caído, com muitos profissionais procurando se informar sobre o tema, embora o conservadorismo ainda seja predominante no setor, o que pode surtir efeito contrário ao pretendido: ao invés de proteger o mercado, entregá-lo a multinacionais, como a Amazon, que dispõe de ferramenta de autopublicação.

Apresentado o cenário, propõe-se discutir de que forma a adoção do livro digital no Brasil pode alterar a configuração dos elos componentes da cadeia de produção editorial, composta pelo autor, o editor de livros<sup>4</sup>, e leitor, tratando ainda da situação das livrarias nacionais. Para isso, utilizaremos bibliografia e documentos sobre a história editorial e do livro no Brasil, além de referencial teórico relativo ao livro digital, editoria, práticas de leitura e direitos autorais, corroborado por dados estatísticos acerca do livro digital, no âmbito de sua produção e circulação.

O estudo é composto de quatro capítulos que se inter-relacionam para explicar, a partir do desenvolvimento do mercado editorial brasileiro, no século XX, de que forma o advento do livro digital modificará o setor através de renovações, rompendo com barreiras históricas à expansão da produção de livros e da leitura no país, e inovações, proporcionadas pelas perspectivas de produção, circulação e

---

<sup>3</sup> **EXCLUSIVO:** Brasil ultrapassou marca de 25 mil ebooks em português. Disponível em: <<http://revolucaoebook.com.br/brasil-ultrapassou-marca-25-mil-ebooks-portugues/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

<sup>4</sup> Trata-se, para os objetivos do trabalho, do editor em seu sentido amplo, que engloba tanto o conceito de casa editorial como o de profissional responsável pela edição nessas empresas. Quando necessária a diferenciação, será indicada no texto.

apropriação da informação que o suporte impresso não atende.

O primeiro capítulo trata do mercado editorial de livros impressos no século XX, a partir da análise de seus desafios, representados pelos inúmeros problemas estruturais de produção e distribuição, bem como a limitação do público leitor, o que refreou seu crescimento durante um longo período. O setor de livros, a partir de seu crescimento e entrada de capital estrangeiro perdeu parte de suas características históricas, mas em determinados aspectos, permanece associado a práticas do passado.

No Capítulo 2, serão abordados conceitos técnicos sobre os livros digitais, seus principais modelos, funções e recursos, tratando, ainda, dos formatos de arquivo de maior popularidade e usados pelos dispositivos para a reprodução dos arquivos, concluindo com uma análise sobre as condições de circulação dos *ebooks*, através da compra, venda e empréstimo de obras digitais.

Segue-se, no capítulo 3, o exame do que se pode considerar como uma reconciliação do livro impresso com as demandas contemporâneas de disponibilidade, velocidade, instantaneidade e segmentação, através da digitalização de seu processo de produção e impressão, que o tornam digital até o momento de sua impressão. Serão revistas os papéis do editor, a partir das novas possibilidades dos suportes digital e impresso, bem como a figura do autor, reestruturada através das perspectivas proporcionadas pelos *ebooks*. Por fim, tratar-se-á da questão dos direitos autorais, que relaciona autor e editor em questões comuns.

O trabalho encerra-se, no quarto capítulo, com a investigação acerca do conceito e atribuições do livro, postos em questão a partir da expansão das redes digitais, junto à análise da condição do leitor sob a ótica das novas práticas inauguradas pela produção de *ebooks* interativos e hipermidiáticos. Será abordado, em seguida, o panorama da circulação social dos livros, sob a concepção não apenas do acesso, mas da capacidade de apropriação dos discursos neles contidos, observando se, de fato, a digitalização pode torná-los irrestritos à população. Por fim, apresentam-se os aspectos de permanência, obsolescência e fixação, que, frágeis nos *ebooks*, têm função importante nas publicações impressas por comportar a memória dos livros.

Assim, o que se pretendemos durante este estudo não é realizar trabalhos de prospecção futura sobre livro impresso ou digital, o que resultaria em um conjunto de especulações de pouco valor, mas sim compreender o que é o livro e porque se fala em fim do livro, sob o ponto de vista de sua convergência ao digital, perscrutando seu significado em nossa sociedade e o que seu novo suporte representa em termos de produção, circulação e apropriação da informação registrada.

## Capítulo 1

### A formação do mercado editorial brasileiro no século XX

Mas este capítulo não é sério.

Machado de Assis, Memórias Póstumas de Brás Cubas.

#### 1.1 Os primeiros anos: comércio incipiente

Até o final dos anos 1920, o Brasil possuía um perfil econômico eminentemente rural. Desde o fim da exploração do Pau Brasil, a base da economia nacional pautou-se pela produção agrícola extensivista e de monocultura, alternada pelos ciclos da cana-de-açúcar e café, onde, no intervalo, floresceu o extrativismo de minérios nas Minas Gerais. Foi apenas a partir da Revolução de 1930<sup>5</sup> que se observou alguma alteração no quadro. Para o governo revolucionário comandado por Getúlio Vargas, ainda que a manutenção da base agrícola fosse importante, a industrialização do país mostrou-se essencial, principalmente após a experiência de carestia presenciada durante as duas Guerras Mundiais. Conforme Boris Fausto,

em 1920, a agricultura detinha 79% do valor da produção total e a indústria 21%. Em 1940, as proporções correspondiam a 57% e 43% respectivamente, como resultado de taxas anuais de crescimento da indústria bem superiores às da agricultura. (2001, p. 216)

A derrota do setor oligárquico em 1930 é resultado de uma série de revoltas anteriores que já o vinham desestabilizando. Como consequência observou-se o processo de adoção do sistema capitalista industrial, que elevou o contingente urbano, invertendo a razão entre habitantes das cidades e do campo. A esse aspecto soma-se o significativo aumento populacional que, em razão da política,

---

<sup>5</sup> Já havia, entretanto, desde o final da década de 1910 um embrionário processo de industrialização no país.

ainda que tímida, de investimento em educação, ampliou o número de alfabetizados no país.

Em um cenário como esse, de profundas mudanças políticas, econômicas e sociais, a perspectiva para a produção de livros no Brasil não era favorável. A estrutura de transporte para longas distâncias era precária, encarecendo a circulação nacional de impressos e concentrando em São Paulo e Rio de Janeiro o comércio das edições. Há de se considerar que o livro é delicado em sua conservação, sendo que umidade, calor e luz excessivos são grandes infortúnios com que o transporte a longas distâncias teria de lidar. Taxas de analfabetismo muito altas e distribuição limitada reduziam o número de leitores potenciais para cada título, resultando em edições de tiragens baixas<sup>6</sup> que, por sua vez, refletiam no alto preço de cada exemplar.

O parque gráfico brasileiro contribuía para a situação rudimentar do livro nacional. Seus equipamentos, além de obsoletos, não eram voltados à impressão de livros, mas sim de periódicos e até a década de 1920, como se abordará posteriormente neste estudo, não havia qualquer gráfica no Brasil com esse nível de especialização.

Apenas as condições estruturais já seriam suficientes para reprimir o desenvolvimento de uma indústria editorial nacional, mas, nesse período inicial, havia ainda fatores culturais que impediam o florescimento do livro brasileiro. A posição de destaque que a Europa, mais especificamente a França, exercia culturalmente sobre as elites nacionais, consumidoras de livros, refreava o surgimento de novos autores e o desenvolvimento de uma literatura menos dependente da influência estrangeira. Condição que muito contribuiu para a reverência à cultura alóctone foi o processo educacional corrente no país, baseado em livros escolares importados ou produzidos com o mesmo conteúdo dos estrangeiros. Como resultado, havia a preponderância no mercado de livros importados, impressos fora do país e em língua estrangeira.

Na sociedade oitocentista e do início dos novecentos, o círculo dos literatos era fechado e dificilmente algum novo escritor sem filiação conseguia obter sucesso

---

<sup>6</sup> Há exceções, como o título “O Aborto”, de Figueiredo Pimentel, publicado pela editora Quaresma, de Pedro Quaresma, que anunciava em um jornal de junho de 1893, conforme Alessandra El Far (2006) ter esgotado a primeira edição da obra em três meses, já havendo outra no prelo.

entre seus poucos leitores. Reduzidas a edição e o consumo de obras literárias e devido à baixa tiragem e alto custo de produção dos livros nacionais, qualquer editor, naquele momento, estaria impedido de arriscar a publicação de um autor desconhecido, engendrando, assim, efeito cascata para o fracasso do aspirante: não poderia publicar por ser desconhecido e não poderia ser conhecido sem publicar. Para novos autores desprovidos de relacionamentos, a única forma de contornar a barreira da edição era iniciar-se entre os leitores contribuindo com artigos e crônicas para periódicos, mais propensos a aceitar o autor estreante. Fazendo seu nome no circuito dos jornais e revistas o novo autor teria, se não o caminho aberto para publicação, a possibilidade de se auto editar sem permanecer com toda a tiragem nas mãos ou ter de distribuí-la aos amigos. Monteiro Lobato soube trabalhar efetivamente com esse recurso, como será demonstrado à frente, ainda que seu sucesso editorial não esteja vinculado apenas a esse artifício.

Convém notar, porém, que, em vista de a edição de livros ser reduzida e concentrada às capitais e grandes cidades, os periódicos, gozando de maior difusão, eram o meio utilizado até por aqueles autores já editados para levar sua produção a mais pontos do território nacional.

Compreende-se melhor a situação do escritor brasileiro no final do século XIX e início do seguinte ao observar-se que mesmo escritores reconhecidos ainda em vida não conseguiam grandes acordos de edição para suas obras. Machado de Assis, por exemplo, já consagrado, vendeu os direitos de edição de seus primeiros quinze livros para Hippolyte Garnier por apenas oito contos de réis (Koshima, 2006, p. 50).

Tais condições encerram-se sobre o autor e editor brasileiro nos primeiros anos do século XX. A produção de literatura nacional era mínima, composta predominantemente por livros técnicos e didáticos, estes dominados por Francisco Alves desde o final do século anterior. A situação começaria a mudar nos anos 1920, com destacada atuação de Monteiro Lobato, que durante duas décadas atuando como autor e editor promoveu inovações fundamentais para o desenvolvimento da indústria editorial brasileira, especialmente no campo literário e acadêmico.

## 1.2 Monteiro Lobato e as primeiras iniciativas de construção de um mercado editorial

A atividade editorial no Brasil sempre esteve vinculada primeiro à venda de livros. O editor nacional era antes livreiro que editor e do lucro que obtivesse com seu comércio era que poderia pensar em investir em obras por sua conta, sempre atento a evitar qualquer risco. Por isso, conforme se observou, autores desconhecidos não tinham espaço para publicação na sociedade oitocentista e do início do novecentos. Uma edição encalhada representaria sério golpe na economia de grande parte dos livreiros de então e não havia quem se dispusesse a publicar sem a certeza de, no mínimo, custear com as vendas a produção. Por esse motivo, apenas a partir dos anos 1920 e 1930, como refere Escorel (1974), foi iniciada no país a produção regular de livros, que até então eram na sua maioria importados, mesmo os de autores nacionais, cujos textos eram impressos no exterior.

Ainda muito ligado à economia rural, manuais técnicos alcançavam números consideráveis no Brasil, tanto que as maiores tiragens do ano de 1920 em São Paulo, conforme Del Fiorentino (1982, p. 12), são de dois livros dessa área, o *Almanaque Agrícola Brasileiro*, com uma tiragem de 40000 exemplares, e o pitoresco *Vademecum do Criador de Porcos*, saído com 10000 exemplares, ambos da Empresa Editora “Chácaras e Quintais”. O título literário melhor posicionado era a reedição de *Urupês*, de Monteiro Lobato, pela editora Monteiro Lobato e Cia, com 8000 exemplares.

Lobato ingressou na Faculdade de Direito de São Paulo em 1900, ocasião na qual se mudou de sua cidade natal, Taubaté, para a capital paulista, onde tomou parte do florescente circuito cultural da cidade. Reunido em uma república apelidada de Minarete, inicia amizade com vários colegas de curso, alguns dos quais serão posteriormente seus editados, como José Antônio Nogueira, Ricardo Gonçalves e Godofredo Rangel, este último de quem se tornaria companheiro epistolar durante longos anos.

Formado, retorna a Taubaté, sendo posteriormente transferido para a cidade de Areias como promotor público, onde não permanece muito tempo, devido à morte

do avô e a herança de suas terras, da qual se torna proprietário. Tornando-se fazendeiro pelo espólio do avô, não se afasta da vida intelectual contribuindo inicialmente com o *Jornal de Taubaté* e posteriormente com os jornais *A Tribuna*, de Santos, *Revista Parahyba*, de Caçapava, *O Estado de São Paulo* e a *Revista do Brasil*, sendo que os artigos que escreve para estes dois últimos periódicos, de maior circulação, tornam-no conhecido entre os leitores paulistas. É no Estado de São Paulo, que em dezembro de 1917 publica o polêmico artigo “A Propósito da Exposição Malfatti”, criticando a arte moderna de Anita Malfatti, situação que o indisporá com os modernistas.

Apesar de já possuir relativa reputação entre o meio literário devido aos artigos publicados na imprensa, Lobato obtém reconhecimento e ampla popularidade a partir da publicação da série de artigos sanitaristas para o Estado, entre os quais apresenta pela primeira vez, no intitulado “Urupês”, a figura do Jeca Tatu, caboclo que já havia definido em “Velha Praga” como “[...] funesto parasita da terra [...], espécie de homem baldio, semi-nomade, inadaptável à civilização, mas que vive à beira della, na penumbra das zonas fronteiriças (1919, p.179)”. Reconheceu<sup>7</sup>, depois de tomar conhecimento das ideias dos sanitaristas Arthur Neiva e Belisário Pena, que o Jeca não era culpado de sua prostração, visto que sua condição advinha da crônica infestação por diversas pragas:

Eu ignorava que eras assim, meu caro Tatú, por motivo de doenças tremendas. Está provado que tens no sangue e nas tripas um jardim zoológico da pior espécie. É essa bicharia cruel que te faz papudo, feio, mollenga, inerte. Tens culpa disso? Claro que não.

Assim, é com piedade infinita que te encara hoje o ignorantão que outr’ora só via em ti mamparra e ruindade.

Perdoa-me, pois, pobre opilado, e crê no que te digo ao ouvido: és tudo isso sem tirar uma vírgula, mas inda és a melhor coisa que há no país. Os outros, que falam francez, dançam o tango, pitam havanas e, senhores de tudo, te mantem neste gehenna infernal para que possam a seu salvo viver vida folgada à custa do teu penoso trabalho, esses, Jeca, têm n’alma todas as verminoses que tu tens no corpo<sup>8</sup>. (1919, p. X-XI)

Os artigos publicados n’O Estado de São Paulo foram base do primeiro livro lançado pelo autor, *Urupês*, de 1918, que em sua segunda edição contou também

<sup>7</sup> Seu pedido de perdão ao caboclo foi responsável, junto a outros ditos atos de rebeldia, pela fama de comunista que o autor viria a ter posteriormente.

<sup>8</sup> Optamos por manter a ortografia original e possíveis erros tipográficos das fontes consultadas.

com “Velha Praga”. “O Sacy-pererê: Resultado de um Inquerito”, coletânea de opiniões publicadas n’O Estado sobre o personagem folclórico havia saído meses antes, mas sem a assinatura de Lobato<sup>9</sup>, que dele participava como organizador. Impressa nas gráficas do próprio jornal, a primeira edição de *Urupês*, de mil exemplares, esgotou-se em um mês, demandando outra rapidamente. Apesar de bem-sucedida, a obra alcançaria o estado de fenômeno editorial quando foi citada por Ruy Barbosa em sua excursão eleitoral no ano de 1919. Lobato reconhece a importância da indicação do grande político:

O discurso do Ruy foi um pé de vento que deu nos *Urupês*. Não ficou um pra remédio, dos 7.000! Estou apressando a quarta edição, que irá do oitavo ao décimo segundo milheiro. Tiro-as agora aos quatro mil. E isto antes de um ano, hein? O livro assanhou a taba – e agora, com o discurso do Cacique-Mór, vai subir que nem foguete (1944, p. 391).

Antes mesmo da publicação de *Urupês*, o escritor havia ingressado no ramo editorial, mas de periódicos, com a compra da Revista do Brasil, em maio de 1918, a partir da receita proveniente da venda de sua fazenda. Deficitária, embora de grande prestígio entre o meio intelectual, a Revista, sob a nova direção, teve ampliado seu número de assinantes através da expansão de sua circulação. Para isso, Lobato criou, conforme Luca (1999), uma rede nacional de distribuidores, que incluíam diretores estaduais recrutados entre figuras literárias reconhecidas em sua região e utilizou o recurso de oferecer uma assinatura gratuita a quem amanhasse quatro novos assinantes.

O sucesso de *Urupês* anima Lobato a investir na atividade editorial e publicar novos nomes da literatura, então sem espaço nas editoras tradicionais. Em carta datada de 24 de março de 1917 a Godofredo Rangel, o autor condiciona seu futuro como editor à aceitação dos três livros que então publicava pela Revista do Brasil: “Começo publicando os contos do Valdomiro Silveira, outros do Agenor Idem<sup>10</sup> e o *Saci-Pererê*. Faço a experiência com esses três livros e, conforme correrem as coisas, ou continuo ou vou tocar outra sanfona”. (Lobato, 1944, p. 359).

---

<sup>9</sup> Monteiro Lobato assina suas contribuições, que se restringem à organização, comentários, prefácios, prólogos e epílogos, como *Demonólogo Amador*.

<sup>10</sup> O Idem refere-se ao sobrenome idêntico ao de Valdomiro Silveira, sendo, portanto, seu nome completo Agenor Silveira.

A experimentação é uma característica de Lobato e a utilização da Revista do Brasil como laboratório de inovações literárias, comerciais e de distribuição é importante para o sucesso das práticas que adotou em sua editora. Dentre os experimentos que realiza no periódico, os mais relevantes são os de textos, envolvendo experiências com linguagem e temas até então inéditos. Frequentemente um novo autor aparecia primeiro entre as páginas da Revista, onde poderia tornar-se conhecido entre o público e então ser publicado em livro, pela editora. Sobre esse aspecto, o próprio Lobato demonstra a importância da Revista como órgão embrionário de futuras publicações. Planejando um livro, o autor compreende que antes de arriscar qualquer valor em sua edição, vale pô-lo à prova:

“Quanto ao meu livro, espero completar aí uns quinze contos que me agradem; publico-os na *Revista do Brasil* e depois de impressos dou-lhes a forma definitiva. Só então arriscarei nos quinze contos os dois contos de réis que me custará a edição”. (LOBATO, 1944, p. 356)

O experimentalismo da Revista do Brasil e dos livros por seu selo publicados, serão transferidos à nova editora de Monteiro Lobato, consequência natural das atividades editoriais levadas a cabo no periódico, fundando, em março de 1919, numa parceria com Octalles Marcondes Ferreira, jovem funcionário da editora da Revista do Brasil a quem Lobato, impressionado com sua capacidade de trabalho, deu a sociedade, a Monteiro Lobato e Cia.

O que mais se destaca na análise da carreira literária e editorial de Lobato é seu talento e visão comercial, inéditos para o segmento em sua época. Trabalhou sem receber para O Estado de São Paulo por considerar a circulação ampla do jornal oportuna para a fixação de seu nome entre os leitores, aspecto importante para quem almejava publicar um livro, como declarou ainda em 1915 (ibid., p. 265-268).

Preocupa-se, desde o início, com a linguagem de seus textos, a fim de formar um público consumidor de sua literatura, ou ao menos aproximar-se do que julgava ser o gosto comum, antes mesmo de produzi-la. Adiantou-se em muitos anos à psicologia editorial contemporânea, procurando sempre compreender a recepção das obras junto ao público. Um exemplo é a repreensão que faz a seu amigo Godofredo Rangel pelo título inadequado que este dá a uma de suas obras:

“Você nunca soube batizar o que escreve. *Filha!*... Quem no mundo comprará um livro com esse nome? Filha tem-se; não se compra. Na velha

companhia mudei muito título. Punha de preferência um nome feminino porque, em cheirando a mulher lá dentro, os leitores concupiscentes compram 'pra ver'. Editar é fazer psicologia comercial" (ibid., 1944, p. 472)

Embora partidário fiel do planejamento e estudo de mercado e público leitor, Lobato foi surpreendido com o próprio sucesso de seus primeiros livros, *Urupês* e *Ideias de Jeca Tatu*:

"Tirei de ambos 8 mil e antes que os jornais falassem vendi 4.500!... Já estou promovendo nova tiragem. Vendo-me como pinhão cosido ou pipoca em noite de 'escavalinho' [...] Por que gosta o público de mim dessa maneira? Ando intrigado. Tudo que imprimo vôa. A 5.<sup>a</sup> edição dos *Urupês*, como se retardasse no prelo, foi vendida antes de sair. Os pedidos das livrarias estavam tão acumulados que depois de feita a entrega bem pouco sobrou. Tenho de pensar já na sexta..." (ibid., 1944, p. 400)

Os livros nacionais tinham baixa venda porque o contingente de alfabetizados era composto fundamentalmente por setores da elite, que se interessavam apenas pela literatura europeia, primordialmente a francesa, considerada, então, sinônimo de refinamento. Inundar o país de livros, como propunha Lobato, individualmente não resolveria o problema da falta de público para o livro nacional. A questão, naquele momento, era de como incentivar o público leitor elitizado a consumir literatura autóctone, junto ao incremento, por meio da alfabetização, de outras classes que também pudessem consumi-la. Sobre o primeiro ponto, a mediação de Rui Barbosa<sup>11</sup>, conceituado entre a elite, que possuía alguns membros posicionados a favor de um projeto literário nacionalista, foi crucial para as altas tiragens que *Urupês* alcança logo no primeiro ano de sua publicação. Embora não haja dados sobre a circulação e consumo da obra, pode-se compreender que a figura do Jeca, homem do interior, campesino, pitoresco brasileiro contrastante do refinamento francês do habitante comum das capitais, como Rio de Janeiro e São Paulo, tenha atraído olhares curiosos e interessados. Com relação ao segundo aspecto, os esforços governamentais para o letramento mais amplo puderam produzir, ainda que precariamente, uma nova parcela de leitores que, tomando contato já em suas primeiras letras com livros de Lobato, considerados pelo próprio como atrativos às crianças, o fez autor referência para a literatura infantil. Este novo público, que naquele momento aprendia a ler, deveria utilizar-se de obras onde as histórias o

---

<sup>11</sup> Devido à reação nacionalista contra a figura do Jeca identificada por Lobato, Rui Barbosa recorreu ao autor para inteirar-se da discussão. Citou-o, então, em seu discurso "A Questão Social e Política no Brasil", pronunciado no Teatro Lírico do Rio de Janeiro, em 20 de março de 1919, e muito repercutido posteriormente.

incentivassem a criar o hábito, e não a repulsa à leitura, que de outra forma deixaria de ser exercida de forma não instrumental após os primeiros anos letivos.

Assim, mesmo que a venda de Urupês tenha sido positivamente influenciada por Rui Barbosa, o público leitor dos livros publicados posteriormente pela Monteiro Lobato e Cia., bem como de outras editoras de literatura nacional, não era, de fato, composto pela elite, ao menos não pelo que se considerava a elite financeira e intelectual do país. Lobato sabia que seus leitores procuravam não grandes obras de reflexão, estética ou moral, mas sim livros de entretenimento, dirigindo-lhes, em determinados momentos, severas críticas ao seu gosto, pois “[...] a ‘quantidade’ sempre desprezou a ‘qualidade’” (LOBATO, 1944, p. 420). Identificava em um romance por ele editado, *Amor Imortal*, de José Antônio Nogueira, o defeito de “ser muito alto para a mediania do público” (ibid., p. 406), o mesmo “[...] respeitável público dos circos de cavalinhos [...]” (ibid, p. 404), que comprou toda a primeira edição de *Ideias de Jeca Tatu*, impressa com diversos erros tipográficos em uma gráfica em mudança. Dizia respeitá-los por “[...] marcha[rem] com os cobres”, alinhando-se à visão de que ele próprio não era um literato, não aspirando a “[...] louros acadêmicos, glórias, bobagens”, produzindo e comercializando livros como quem “[...] faz vassouras e vende-as, [...] faz chouriços e vende-os” (ibid., p. 403). Suas tentativas frustradas de ingressar na Academia Brasileira de Letras demonstram que seu discurso, endereçado a Rangel, não correspondia a sua real interpretação da própria obra. Igualmente não era verdade que mantivesse com os livros apenas uma relação mercantilista, embora para o autor, de fato, um livro que não encontrasse leitores, conseqüentemente, que não vendesse, não era justificável de ser editado, visão condizente com um escritor que era também editor.

O aspecto da linguagem, tendo em conta o julgamento que faz do público, mostra-se central para Lobato, ciente de que é aspecto indispensável na boa aceitação das obras. A questão estendia-se até as traduções da editora, voltadas mais à recepção do leitor que à fidedignidade ou qualidade artística. Lobato chega a recomendar a Godofredo Rangel, após receber sua versão de *A Tempestade*, que “[...] vá traduzindo os outros contos shakespearianos, em linguagem bem simples, sempre na ordem direta e com total liberdade [...] [não se atendo] ao original em matéria de forma – só em matéria de fundo”, ao mesmo tempo em que criticava

como “problema” da maior parte dos livros o fato de possuir “[...] excesso de ‘literatura’” (LOBATO, 1944, p. 418-419).

Os livros editados por Lobato também se destacavam pela modernidade estética de suas capas, tipos e composição, pensados para seduzir e tornar agradável o ato da leitura. Entre as inovações propostas estavam o uso de novos tipos; introdução de um formato menor para os livros (16,5 X 12 cm), que permitiu além de melhor portabilidade a redução do custo de impressão; entrelinhas generosas; manchas gráficas agradáveis; o uso de bom papel importado; capas coloridas e, assim como o interior das obras, ilustradas por artistas renomados, como José Wasth Rodrigues, Anita Malfatti, J. Prado, Di Cavalcanti e Voltolino. Um exemplo desses aspectos pode ser conferido na figura 1.

Alguns aspectos da renovação estética do livro nacional têm início antes de Lobato, mas é a partir dele que começam a vigorar de maneira mais ampla. O mais relevante item dessa reforma editorial são as capas de livros, grande trunfo para atingir ao consumidor. Hallewell (2005, p. 326) informa que “a capa típica por volta de 1920 era apenas a reprodução, em papel cinza ou amarelo, dos caracteres tipográficos da página de rosto”, sendo “[...] sobretudo na década de 1920, e em especial em países de menor tradição tipográfica, como os Estados Unidos e o Brasil, que surge uma cultura forte de ilustração de capas (CARDOSO, 2005, p. 165)”, embora tenham havido capas ilustradas nos anos finais do século anterior. Vale ressaltar, ainda, que na capital federal, sua editora mais importante, a Leite Ribeiro, também utilizou capas ilustradas em alguns volumes. Em suas próprias palavras, Lobato posiciona a capa de suas edições em contraste com aquelas então produzidas por outras editoras:

Nós mudamos tudo. Arranjamos desenhistas para substituir as monotonas “capas tipograficas” pelas capas desenhadas – moda que pegou e ainda perdura. Os balcões das livrarias encheram-se de livros com capas berrantes, vivamente coloridas, em contraste com a monotonia das eternas capas amarelas das brochuras francesas (LOBATO, 1955, P. 255).

Renovadas as condições editoriais, Lobato estava ciente de que precisaria vencer as dimensões geográficas e os problemas estruturais do Brasil, libertando-se dos limites impostos pelo contingente de leitores das capitais para prosseguir em seu ambicioso projeto de ampliar a circulação dos livros de sua editora. Para isso, redige a já famosa carta-proposta onde oferece a comerciantes de todo país,

independente de seu ramo de atuação, a possibilidade de vender suas publicações em consignação. Reproduz-se, a seguir, a lembrança que o autor tem do fato:

A mercadoria que produzíamos – “livro” – era uma mercadoria sem bocas de escoamento. Não havia pelo país inteiro mais que umas 40 ou 50 livrarias. Ora, como pensar numa indústria assim, sem saída para os seus produtos? E a Grande Ideia veio: romper aquela barragem, rasgar seteiras na muralha, levar os livros até onde houvesse um grupo de fregueses potenciais. [...] Com uma circular que eu redigi – e que hoje eu dava um bom dinheiro para te-la em meu arquivo. Essa circular marcou a virada de esquina da nossa cultura. Mandamo-la a uns 1300 negociantes cujos endereços com algum esforço obtivemos: 1300 negociantes de 1300 cidades e vilas do Brasil dotadas de serviço postal – donos de pequenas papelarias, donos de bazar, de farmácias, de lojas de armarinho ou de fazendas e até de padarias... A circular propunha-lhes um negócio novo: a venda dum coisa chamada “livro”, que eles receberiam em consignação e, pois, sem empatar dinheiro nenhum. Vendida que fosse a tal misteriosa mercadoria, o negociante descontava a sua comissão de 30% e nos enviava o saldo. [...] Nenhum dos nomes convidados pela circular recusou o bom negocio – e passamos de 40 ou 50 vendedores de livros a 1300... (LOBATO, 1955, P. 253-254)

Bignotto (2007) estuda a fundo a rede de distribuição de Lobato, formada, segundo ela, por intelectuais atuantes em cada Estado e que tinham por função administrar a distribuição regional das obras. Esses intelectuais, ao menos em um primeiro momento, eram conhecidos de Lobato, o que não inova, mas reproduz um sistema de distribuição existente desde ao menos o início do século XX, em que escritores contavam com o auxílio de amigos para distribuir e divulgar suas obras. O que Lobato por certo fez foi utilizar este velho esquema de forma comercial para circular por todo país a produção de sua editora.

Lobato estabelece então o que chama de “máquina” que teria por função “[...] obrigar este país a ler à força”, ao não “[...] esperar que o leitor venha [...]”, mas ir “[...] onde ele está, como o caçador [...], [fazendo] [...] o livro cair no nariz de todos os possíveis leitores desta terra”, num processo de distribuição que não se atinha “[...] como os velhos editores [faziam] [...]”, aos limites das capitais do sudeste, “[...] [chegando a] quanta biboca [existir]”. Ao final de 1921, conforme relata, o romance *Vida Ociosa*, de Godofredo Rangel já se encontrava “[...] à venda em 400 localidades do Brasil” (LOBATO, 1944, p. 424).

É importante notar que no revolucionário sistema de distribuição criado por Lobato havia a base do antigo sistema por ele adotado para a venda de assinaturas da *Revista do Brasil*, que novamente aparece como incubadora da editora. A grande estratégia para ampliação e desconcentração do mercado consumidor, entretanto,

revelou também seu caráter negativo: os calotes. Em carta a Godofredo Rangel, Lobato reclama que não são honrados os acordos feitos e que decidira endurecer sua política de crédito, oferecendo-o “[...] só para turco ou italiano [...], [pois] quem o abre ao nacional, está perdido. Todos os nossos calotes, até aqui, foram nacionais” (LOBATO, 1944, p. 408). Entretanto, sabia que “a consignação é algo muito arriscado”, o que havia afastado os editores tradicionais da tentativa de algo próximo ao que fez, e mais de suas décadas depois, parece convencido de que o sistema valeu a pena pela sua benéfica herança à indústria editorial brasileira, mesmo que tenha lhe trazido prejuízos:

[...] como o dilema era ou fazer aquilo, ainda que rebentássemos, ou perpetuar-nos sem indústria editora por falta de vendedores, nós nos arrojamos, num “vai ou racha” que foi e rachou a velha impenetrabilidade do Brasil ao livro e deu surto ao que você vê hoje: centenas de casas editoras, grandes e pequenas – e todas vendendo a enorme massa de livros editados. (LOBATO, 1955, p. 254)

Somadas ao processo de edição e distribuição, têm-se dois fundamentos indispensáveis para que se realizasse efetivamente o plano de Lobato de levar o livro a todo o país: a impressão de tiragens significativas e a divulgação dos livros.

Ciente de que precisaria de uma gráfica especializada em produzir livros em grande volume, o que não existia no país naquele momento, Monteiro Lobato inicia em 1924 a importação de modernas máquinas e instala uma grande oficina para realizar as produções de sua editora, imprimindo também livros para outras casas. O parque gráfico nacional era ultrapassado e o fato de Lobato ter trazido ao país novos equipamentos, embora sua própria gráfica não tenha resistido a problemas conjunturais que levaram a editora à falência pouco depois, foi uma exceção que se demonstrou fundamental para o desenvolvimento do setor editorial nos anos seguintes. Ainda que grande parte do maquinário nacional permanecesse obsoleto até a década de 1960, os equipamentos gráficos da Monteiro Lobato e Cia, adquiridos posteriormente pela Empresa Gráfica da Revista dos Tribunais e pela São Paulo Editora foram essenciais para essas duas empresas que especializaram-se em imprimir livros.

A São Paulo Editora surgiu de uma sociedade entre Natal Daiuto, antigo funcionário da gráfica de Lobato, e Savério D’Agostino. Tornou-se impressora das obras da Companhia Editora Nacional e graças ao talento de Daiuto, estabeleceu

uma série de inovações que constituíram, conforme Hallewell (2005, p. 349), base para “[...] todo o desenvolvimento posterior da aparência física do livro brasileiro, influência tão significativa no século XX quanto a de Plancher no século XIX”.

Inaugurada em 1927, a Empresa Gráfica da Revista dos Tribunais foi responsável entre as décadas de 1930 e 1940 “[...] por cerca de 60% da produção brasileira de livros, ou seja, praticamente todos que não eram produzidos em gráfica pertencente ou associada a uma editora” (HALLEWELL, 2005, p.350). Sua constituição em grande empresa produtora de livros se deu, conforme relato de seu gerente, Nelson Palma Travassos, em um golpe fortuito, permitido pela iminência da Segunda Guerra Mundial. Travassos conseguiu comprar de alemães seis impressoras planas e dezesseis componedoras linotipo a preços muito baixos, devido à necessidade alemã de recursos para a Guerra. Os equipamentos, somados aos que já possuía a editora, formaram um dos maiores parques gráficos do Brasil, responsável pela revolução no processo de produção do livro nacional. Assim resume o próprio Travassos a negociação e os passos ainda necessários para a finalização do audacioso projeto:

Somadas as seis novas grandes impressoras com as outras dez do mesmo tipo que tínhamos em funcionamento e acrescentando às vinte linotipos que já possuíamos as dezesseis novas componedoras, tudo instalado num prédio especialmente construído para a indústria gráfica, faltava-me ainda adquirir 600 toneladas de metal-composição e dezenas de máquinas complementares para o fabrico em série ininterrupta de livros. Jamais alguém no Brasil possuía tanta matéria-prima de composição e planejava empreendimento com tal envergadura. Propunha-me imprimir livro em grande escala, em linha de montagem, negócio que ninguém se lembrara ainda de fazer (TRAVASSOS, 1978, p. 41).

O papel central da Empresa Gráfica na indústria editorial brasileira demonstrado por Travassos demonstra como foi importante a iniciativa particular da empresa naquele momento, pois

durante perto de vinte e cinco anos, a começar pela década de 40, foi a Empresa Gráfica da Revista dos Tribunais, com a organização industrial e inovações técnicas que lhe emprestamos e a abundância de maquinário que reunimos, a maior ou senão a única tipografia aparelhada para a produção em massa de livros, imprimindo, sozinha, acredito, perto de 60% de todas as edições nacionais, trabalhando com três turmas de operários, vinte e quatro horas por dia. Permitiu ela como condição essencial de progresso a fundação e a consolidação de uma infinidade de novas casas editoras e a impressão de vultosas obras até então impossíveis de serem editadas no Brasil (Ibid, p. 43)

Outro ponto chave para o sucesso de Monteiro Lobato como editor foi a importância que deu à propaganda de seus autores e edições, algo então pouco comum. Embora, conforme Hallewell (2005), os anúncios em jornais fossem usuais no século XIX<sup>12</sup>, sua utilidade como forma de divulgação havia perdido espaço e Lobato é atacado, por ter se utilizado desse meio, que, para os literatos e eruditos, significava macular a imagem deificada do livro, que jamais deveria ser aproximada a uma rele mercadoria anunciável. Lobato causou indignações ao mostrar “[...] que o livro devia ser escrito e lido por toda gente, vendido em toda parte e devia circular tanto como qualquer jornal”. (TRAVASSOS, 1964, P. 131)

A grande tiragem de boa parte das obras da editora demandava ampla divulgação ao público para que pudesse ser vendida. Lobato compreende a propaganda como fator chave em sua técnica editorial e sua importância para tornar os livros recém-saídos parte do cotidiano da população, de tal forma que os leitores se vissem impelidos a adquiri-las: “Anos atrás, na velha companhia, quando tirávamos duma obra 3.000 todo mundo achava arrojo de loucos. Pois hoje começamos muitas com 10.000; e se a obra tem qualidades excepcionais, começamos logo com 20.000, como o *Nassau* do Setubal. O meu *O Raio Louro* ou *O Choque das Raças* ou *O Presidente Negro* (ainda não o batizei definitivamente) vai sair com 20.000 no mínimo. E soltamos a avalanche de papel sobre o público como se fosse uma droga de farmácia, um Biotônico. Anúncios, circulares, cartazes, o diabo. O público tonteia, sente-se asfixiado e engole tudo” (LOBATO, 1944, p. 471)

Faz, ainda, experiências editoriais, além das literárias: “Lanço meu agora um verdadeiro filhote de livro – *Negrinha*, para fazer uma experiência: se vale mais a pena lançar ‘livros inteiros’ a 4 mil reis, ou ‘meios livros’ a 2\$500. A simples lógica do raciocínio não vale em casos desses; temos de experimentar”. (LOBATO, 1944, p. 410). Mesmo enfrentando problemas creditícios, não desiste das ações grandiloquentes, como se pode observar em sua audaciosa experiência com a tiragem de *A Menina do Narizinho Arrebitado*. Seus 50 500 exemplares, foram considerados por Lobato como “[...] a maior edição do mundo [...]”, sendo acompanhada de um “[...] anúncio de página inteira em jornal [...]” de São Paulo ao

---

<sup>12</sup> Aluísio Azevedo no final do século XIX já compreendia o valor da propaganda, divulgando de maneira insólita seu romance *O Homem* ao colocar etiquetas sobre a obra dentro de pães e discursar sobre ela quando alguém encontrava o pedaço de papel no alimento, conforme indica Maurício Silva (2004).

custo de quatro contos de réis, uma ousadia ímpar para o período e ainda hoje cifra a que estão sujeitos poucos títulos produzidos no Brasil. Sem receio de sua ação, restava “[...] vender, fazer com que o público absorva a torrente de narizes”. Determinado, Lobato sabia que, mesmo se não fosse bem-sucedida, a experiência era válida ao menos como aprendizado, pois “fora do processo do *trial and error*, como adquirir conhecimento positivos?” (LOBATO, 1944, p. 417)

Lançou, inclusive, várias coleções, como a Brasília, para divulgação de literatura brasileira a preços populares; a Biblioteca da Rainha Mab, composta de obras nacionais e estrangeiras traduzidas, em pequeno formato (8 X 12 cm) e encadernadas com couro importado; e a Coleção Popular, de histórias célebres e em domínio público, com linguagem modernizada para facilitar a compreensão do leitor contemporâneo.

Junto aos aspectos técnicos da edição, produção e comércio dos livros, Lobato possuía uma concepção moderna de como se deveria constituir o campo literário nacional. Introduz o livro (e a literatura, em segunda instância) em uma dinâmica comercial, onde a legitimação se efetiva a partir do sucesso obtido nas vendas. Reestrutura as relações entre autor e editor ao pagar a seus editados direitos autorais até então raros, em geral na faixa de 10%, que chegavam, em alguns casos, a bônus generosos, conforme Hallewell (2005).

Lobato esteve entre os primeiros autores no Brasil a fazer literatura infantil, escrevendo histórias dedicadas a crianças em linguagem atrativa e fazendo uso de temas nacionais, distanciando o gênero das temáticas tradicionais dos livros importados, ao mesmo tempo em que o desenvolveu no país como lucrativo nicho de mercado, ainda hoje entre os setores mais importantes da indústria editorial.

Não menos relevante é o aspecto simbólico presente na linha editorial lobatiana. Ciente da importância de se construir condições não apenas materiais, mas também ideológicas para a prosperidade de sua editora, trabalha pontos específicos de seu catálogo de forma a torná-lo consistente, representativo e moderno, buscando através de escolhas inusitadas naquele momento surpreender e divulgar, através dos comentários delas advindas, a produção de sua casa.

Pode-se, como exemplo, observar o relato de Travassos (1978, p. 75) sobre a ocasião em que Monteiro Lobato foi interpelado por um autor negro que desejava ter

sua coletânea de contos editada pela Monteiro Lobato e Cia. Para a surpresa do autor, seu livro foi aceito imediatamente, sem que sequer fosse realizada uma análise do texto. Incrédulo na facilidade com que foi acolhida sua obra, pergunta ao editor o motivo de publicar um livro que sequer lera, ao que Lobato respondeu: “Estou precisando de um preto na minha coleção de editados. Se os contos não prestarem, eu os conserto. De você só quero o nome e uma fotografia bem preta, sem chapéu, de gaforinha. Garanto que venderei três mil exemplares”. Vendeu o dobro, conforme Travassos, que infelizmente não identifica o autor em questão.

A partir dessa passagem pode-se notar a maneira como Lobato fora moderno ao pensar uma linha editorial sob aspectos não meramente qualitativos ou comerciais. Em um país recém-saído da escravidão, ter como editado um negro, “com uma fotografia bem preta”, não um mestiço ou mulato, como foram Machado e Lima Barreto, revelou-se importante capital simbólico ao atrair a atenção e curiosidade do público, alavancar comentários e o desejo de aquisição da obra, além de tornar o catálogo da editora inovador, por conter um autor com perfil incomum no cenário da literatura nacional.

Em outro âmbito, as obras de Lobato estão entre as primeiras a serem adaptadas para outra mídia, no caso, o cinema, fenômeno comum aos livros de sucesso atualmente. Impressionado com o êxito que então alcançava, escreve a Godofredo Rangel, em 5 de novembro de 1919, informando o amigo de que “até para o Cinema vão [...] [seus] contos entrar. Duas empresas rivais querem fazer *Os Faroleiros*, *O Estigma*, *Bocatorta* e *O Comprador de Fazendas* (LOBATO, 1944, p. 399)”. Conforme dados da Cinemateca Brasileira<sup>13</sup>, *Os Faroleiros* foi efetivamente filmado já em 1920; *Boca Torta*, em 1924, mesmo que não tenha sido acabado; *Estigma* permaneceu inédito nas telas; e *O Comprador de Fazendas* foi realizado apenas em 1954, seis anos após a morte do autor.

O projeto de Lobato de criar uma editora ao seu gosto, seguindo seu idealismo a partir de diretrizes que considerava adequadas, e da forma como compreendia o comércio editorial, modificaram definitivamente o panorama do livro no Brasil do início do século XX. Infelizmente, encerrou-se por uma confluência de fatores que, embora pesasse a inexperiência administrativa do autor, impediram que

---

<sup>13</sup> [www.cinemateca.gov.br](http://www.cinemateca.gov.br)

se sustentasse por um período maior. As dívidas feitas para a compra do prédio e das máquinas constituintes de sua gráfica, com pagamento em curto prazo, sobrecarregaram a empresa, tornando-a refém de um grande passivo mensal que não permitiria quaisquer sobressaltos, que vieram em profusão. Elencados por Hallewell (2005), o primeiro foi a Revolução de 1924, revolta tenentista iniciada em julho de 1924 e que parou a cidade de São Paulo por 23 dias, mas, devido à ausência de Lobato, refletiu em três meses de atividades paradas na gráfica da editora, um golpe duro para uma companhia endividada. Em dezembro, outro contratempo: uma grande seca atinge a capital paulista ocasionando cortes de energia para garantir um suprimento mínimo. Por fim, houve o término do desconto de duplicatas ou títulos nos bancos do país, decretado por Arthur Bernardes, com o objetivo de vencer a inflação, e que deixou Lobato sem crédito em curto prazo. Ainda, o presidente, revidando as críticas a ele feitas pelo autor, rompe todas as compras governamentais de obras da editora. Sem alternativas, é aberta a falência da empresa gráfica e editora em agosto de 1925, que, concluída em setembro, põe fim a uma das mais importantes iniciativas a favor do livro nacional e lança o gérmen de outra grande casa editorial: a Companhia Editora Nacional.

Até 1918, Francisco de Paula Brito era o único brasileiro a editar e imprimir livros no país<sup>14</sup>. A Monteiro Lobato e Cia. Talvez tenha sido a primeira editora nacional de obras gerais a cobrir boa parte do território brasileiro, com obras circulando por vários Estados, rompendo a tradição de comércio centralizado nas capitais do sudeste.

Lobato inova ao classificar o livro como mercadoria dentro de uma estrutura comercial, que, portanto, deveria guiar-se por regras inerentes às leis de mercado de um sistema capitalista, perspectiva alinhada ao que hoje é compreendido como indústria cultural. Em 1909, lamentava-se que a “[...] literatura não seja mercadoria aqui entre nós [brasileiros], porque nós [os literatos] que não sabemos cavar com a enxada, nem temos balcão, vemos [sic] a única produção de que somos capaz [sic], dar menos resultado pecuniário do que o arroz, o milho, o toucinho”. Por essa declaração, pode-se notar que, quase uma década antes de começar a editar livros,

---

<sup>14</sup> Oswaldo de Camargo (2010, p. 16) informa ter sido Francisco de Paula Brito o “primeiro editor brasileiro, precursor do conto em nossa literatura [e o] [...] primeiro empresário negro de que possuímos registro [...]”.

Lobato já vislumbrava a possibilidade de profissionalização do escritor, que poderia se sustentar com seu talento. Remodelar o sistema de venda dos livros para que se rompesse a dependência do autor de outras fontes de renda, alinhava-se com o projeto de nação lobatiano, sempre pautado por ideias audaciosas, como a defesa de perfurações para prospecção de campos petrolíferos e o incentivo à mineração como sustentáculo de um país industrializado.

Dentro de seu projeto de industrialização do setor editorial brasileiro, paga ao escritor valores justos pelo direito das autorais; importa equipamento gráfico moderno, constitui uma gráfica especializada em imprimir livros e nacionaliza a produção editorial; remodela aspectos formais e estéticos do livro; divulga as obras de sua editora por todos os meios possíveis, entre os quais reclames em jornais e nos próprios livros e panfletos em pontos de venda; implanta um audacioso sistema de distribuição, com a inclusão canais alternativos, como mercados, farmácias e armazéns, além de representantes regionais responsáveis pelo controle da circulação das publicações; procura traduzir em linguagem acessível clássicos estrangeiros, bem como investe na publicação de autores nacionais em países sul-americanos; luta pela ampliação do número de leitores, especialmente com sua obra infantil; e reestrutura, por fim, o campo literário nacional, preparando-o para o crescimento do mercado e o sucesso de grandes editores que o procederão.

Monteiro Lobato foi criticado por contemporâneos devido a seu posicionamento reificante em relação à literatura e, atualmente, por alguns de seus textos, que por vezes se demonstram racistas, como no caso do livro *Negrinha*<sup>15</sup> e de um polêmico fragmento na obra *Caçadas de Pedrinho*<sup>16</sup>, distribuídos a escolas públicas pelo Governo Federal através do Programa Nacional Biblioteca na Escola (PNBE), mas, independente da posição que se assuma, deve-se reconhecer que sua mentalidade empreendedora tornou-o muito próximo, senão o primeiro, dos editores modernos brasileiros. Seu legado é considerável por ter o que não era comum em seu tempo e, ainda hoje, é raro: coragem para arriscar e criatividade para inovar.

---

<sup>15</sup> No livro de contos *Negrinha*, a personagem principal homônima é frequentemente vítima de maus-tratos.

<sup>16</sup> Trecho em questão: "[...] Tia Nastácia, esquecida dos seus numerosos reumatismos, trepou que nem uma macaca de carvão[...]". *In.*: LOBATO, Monteiro. *Caçadas de Pedrinho*. São Paulo: Globo, 2009. p.

### 1.3 Crescimento e diversificação do mercado editorial brasileiro

Dedicou-se até aqui espaço maior a tratar de Monteiro Lobato, porque sua importância para a formação do mercado editorial brasileiro é patente. Após o fim de sua editora, Lobato paulatinamente abandona a figura de editor e dá lugar a do autor, distinguindo-se por sua literatura infantil, e do polemista, quase panfletário, de causas da industrialização nacional. Sua participação como editor nos anos 1930 é pequena, dando lugar a novos atores e ao seu sócio, Octalles Marcondes Ferreira, responsável pela editora que sucedeu a Empresa Gráfica Monteiro Lobato, a Companhia Editora Nacional, principal responsável pela publicação de livros didáticos nas décadas seguintes.

Ainda nos anos 1920, junto à Monteiro Lobato e Cia., a Editora Leite Ribeiro, posteriormente denominada Freitas Bastos, assumiu importante papel no cenário editorial carioca. Diferenciava-se da editora paulista, especializada em literatura nacional, pelo catálogo abrangente, que incluía “[...] jurídicos, didáticos, de ciência, medicina, espiritualismo, literatura brasileira e livros para crianças (HALLEWELL, 2005, p. 417)”, tendo sido, conforme dito, uma das primeiras editoras a utilizar capas ilustradas. Lobato reconhecia a importância da casa, tanto que tentou a ela fundir sua editora, em 1922, em negócio frustrado.

Nesse período distingue-se também a editora Benjamin Costallat e Miccolis, parceria entre o autor Benjamin Costallat com José Miccolis, empresário italiano, dono de uma gráfica responsável pela impressão de obras para diversas editoras cariocas à época, inclusive a Leite Ribeiro, associação que permitiu à editora imprimir em oficina própria, procedimento então incomum. A editora dedicou-se a livros populares, polêmicos e com enredos sensacionalistas, sempre de grande sucesso comercial, destacando-se os do próprio Costallat, que de seu *Mademoiselle Cinema* vendeu 25 mil exemplares em 10 meses, segundo El Far (2006, p. 57)

Investiu em propaganda utilizando como principal meio as páginas dos próprios livros, aproveitando-se, também, da polêmica que algumas obras suscitavam para divulgá-las. Distribuiu sua produção por todo país através dos Correios e de parcerias com comerciantes locais e investiu o bom aspecto das obras

infantis, procurando atrair os jovens leitores (FRANÇA, 2011), estratégias semelhantes ao que já fizera Monteiro Lobato.

A década de 1930 foi um período de intensas mudanças políticas, econômicas, culturais e sociais no Brasil, sendo que

politicamente, representou o fim da 'República Velha', a fachada erguida para ocultar a oligarquia dos fazendeiros por trás da aparência de uma democracia liberal moderna. Economicamente, proclamou o fim da escravização do país à agricultura dominada pela exportação, que sustentara aquela república. Socialmente, viu a elite francófila do café, que controlava a velha ordem, ser obrigada a ceder espaço a uma classe média em ascensão. Intelectualmente, significou o fim da antiga e tradicional adoração da Europa e do consequente desprezo por tudo quanto fosse brasileiro (HALLEWELL, 2005, p.421).

No aspecto físico do livro, os anos 1930 representam a definitiva mudança na encadernação típica do livro para a brochura, comum apenas às edições populares, ao invés da tradicional capa dura. Até a década de 1920, conforme Hallewell (2005) a maioria dos livros nacionais eram encadernados em capa dura. Com o aumento de preços para os materiais de encadernação, as brochuras, mais baratas, tornaram-se padrão para a maioria dos livros.

O tratamento gráfico mais cuidadoso tornou-se então instrumento empregado pelos editores para compensar a deficiência do material utilizado, como papel e encadernação de baixa qualidade, embora tenha havido edições de maior valor que souberam conciliar a qualidade do suporte e da impressão com desenho editorial de alto nível.

Destacam-se, a partir dos anos 1930 editoras como a Schmidt, Pongetti, Ariel, Companhia Editora Nacional, José Olympio, Martins, Globo e Civilização Brasileira, fundamentais na constituição do mercado editorial de obras de interesse geral até meados da década de 1970. Junto ao grande número de novas editoras nacionais, tem-se a importante criação do Instituto Nacional do Livro (INL) em 21 de dezembro de 1937, dirigido pelo poeta Augusto Meyer. Esse órgão federal foi responsável por criar bibliografias nacionais, publicar obras raras, auxiliar na implantação de bibliotecas públicas e incentivar a produção literária nacional.

Em um cenário que começava a desenhar-se favorável, a Livraria Schmidt Editora, concebida do poeta Augusto Frederico Schmidt, em 1930, inicialmente funcionando como parte de sua Livraria Católica, congregou grandes artistas em

seus quadros e pôde publicar pela primeira vez, fora edições dos próprios autores, muitos dos renomados literatos nacionais, como Marques Rebelo, Jorge Amado, Lúcio Cardoso, Rachel de Queiroz e Graciliano Ramos, além do clássico Casa Grande e Senzala, de Gilberto Freyre, dando impulso inicial ao movimento que viria a ser conhecido como neorrealismo (também como romance de 30 ou romance regionalista).

Figura proeminente na edição de romances nacionais, com ênfase nos autores do movimento neorrealista, José Olympio, junto a Ênio Silveira, da Civilização Brasileira, José Martins, da Editora Martins e Henrique Bertasso, da Editora Globo, é um dos editores mais importantes do Brasil entre os anos 1930 e 1960, período no qual a literatura nacional evidenciou-se e estabeleceu-se entre as preferências do leitor e transformou-se em importante setor do mercado editorial.

Afora suas contribuições para a literatura, José Olympio, preocupado em atrair leitores para seus editados, inaugurou, conforme Antônio Carlos Villaça (2001), seu biógrafo, uma prática desde então em voga. Em 23 de junho de 1934, fez José Lins do Rego, ao lançar sua obra Banguê e a segunda edição de Menino de Engenho, estar presente para autografar cada exemplar vendido, no que se constituiu como a primeira sessão de autógrafos ocorrida no Brasil.

Produz, além disso, a Coleção Documentos Brasileiros, iniciada em 1936, sob a direção de Gilberto Freyre, marco na história da publicação de obras de ciências humanas no país. Embora precedida em sua temática pelas coleções Brasiliana, da Companhia Editora Nacional, e Azul, da Editora Schimidt, foi uma das primeiras a editar livros sobre o Brasil, incluindo literatura, geografia, história, sociologia, antropologia, cultura popular e outros temas afins.

O sucesso revela-se já em 1936, ano em que Olympio publica 66 títulos, cifra que o tornou “o maior editor nacional’ no campo das edições literárias e livros não-didáticos” de então (Hallewell, 2005, p. 443). Junto à qualidade dos textos, a José Olympio valorizou o projeto gráfico de suas publicações, contratando Tomás Santa Rosa para dedicar-se ao desenho editorial, incluindo capas, ilustração e diagramação. Santa Rosa surge como destaque entre os artistas do livro desse período, sendo responsável pela renovação estética dos livros brasileiros nos anos 1930/1940, quando trabalhou, além da José Olympio, para as editoras Ariel e Schmidt e publicações do governo federal. Além de Santa Rosa, outros artistas de

renome como Eugênio Hirsch, Darel Valença Lins, Cyro del Nero e Poty foram empregados pela José Olympio, que, durante seus mais de cinquenta anos de atividade, sempre esteve preocupada com o aspecto estético de suas obras.

José Olympio manteve boas relações com o governo Vargas, o que lhe garantiu segurança para editar, diferente de Ênio Silveira, embora não se conheça qualquer concessão partidária que tenha feito, publicando desde *O Governo Trabalhista no Brasil*, de Getúlio Vargas, a obras de Graciliano Ramos e Jorge Amado, militantes do Partido Comunista, inclusive empregando este último no setor de publicidade da editora.

Ainda nos anos 1930 constitui-se outra editora de grande importância para o mercado editorial brasileiro, a Civilização Brasileira, dirigida por Ênio Silveira. Fundada em 1929 em uma parceria de Ribeiro Couto, Getúlio M. Costa e Gustavo Barroso, foi adquirida por Octalles Marcondes Ferreira em 1932, quando se tornou selo de obras adultas da Companhia Editora Nacional (HALLEWELL, 2005). Genro de Octalles, Ênio passa a dirigir a Civilização a partir de 1951, que irá tornar-se independente em 1963, devido a divergências com o sogro em relação à política editorial. A importância da editora ultrapassa os limites da qualidade de seus autores e obras, renovando e influenciando práticas editoriais e a estética dos livros a partir dos anos 1950.

Entre as inovações propostas por Ênio Silveira está a de contratar, em 1959, uma agência de publicidade para divulgar o romance *Lolita*, de Vladimir Nabokov. Concentrando a campanha em cinco capitais (Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Salvador e Recife), a obra, que saiu em uma tiragem de 60 mil exemplares, chegou a ser vendida até em bancas de jornal nessas cidades (Ibid).

A propaganda sempre foi valorizada pela editora, que se utilizou dos mais diversos meios para divulgar seus lançamentos, independente de opiniões contrárias, como também ocorreu com Monteiro Lobato, conforme foi demonstrado. Nas palavras Ênio: “‘Fiz também pela primeira vez propaganda agressiva de livros. Usei out-door, numa época em que era muito incipiente aqui. E as pessoas ficavam chocadas. ‘Mas você está transformando o livro num objeto vulgar!’, declarou certa vez José Olympio, fazendo o balanço de meu trabalho (MIRA, 1996, p. 127)’”. É importante notar que, não obstante os esforços de Lobato em fazer compreender o livro como parte de um sistema capitalista, que deve, portanto, obedecer a regras de

mercado, quatro décadas depois ainda pendia sobre ele certa visão idílica, de objeto de culto, que se materializa nas palavras de Olympio.

Atento também a novas formas de distribuição, a editora passa a utilizar-se de outros meios para atender a seus leitores. Em 1976 o serviço de reembolso postal oferecido pelos Correios, inaugurado em 1933, foi reformulado de maneira que pudesse facilitar as transações, decorrendo daí um considerável aumento na sua utilização para o comércio de livros. A Civilização Brasileira, sob constante censura do governo militar, encontrou nele um canal para a circulação de suas edições, especialmente aquelas que devido ao conteúdo contrário à ideologia estatal não encontravam espaço nas livrarias. As Edições de Ouro (Ediouro) utilizaram também com grande sucesso o sistema.

Ênio criou, como forma de divulgação e comércio de suas publicações, o Clube dos Amigos da Cultura, que oferecia descontos entre 10% e 20% nos livros da editora, a partir de uma pequena taxa de associação (HALLEWELL, 2005). Sob fundamental colaboração de Eugênio Hirsch, renovou o aspecto gráfico do livro brasileiro, dando

[...] início a uma revolução que, desde então, se estendeu à indústria editorial brasileira como um todo. O aspecto do moderno livro brasileiro, qualquer que seja a editora, ajusta-se basicamente ao estilo adotado pela Civilização Brasileira em meados da década de 1960. As capas passaram a usar desenhos que ocupavam toda a altura e largura do volume, em quatro cores, quase sempre com o registro do devido crédito ao artista no verso da página de rosto. O projeto tipográfico finalmente atualizou-se segundo o melhor costume moderno: particularmente os espaços em branco passaram a ser utilizados mais generosa e atraentemente do que até então, e um esforço real foi dedicado à elaboração do leiaute, pelo menos da página de rosto. (ibid., p. 545)

Quanto ao caráter formal das obras impressas, Silveira tem “seu nome [...] associado ao uso da brochura aparada (antes, em geral, as folhas dos livros precisavam ser abertas com espátula) (MIRA, 1996, p. 127)” Foi inclusive um dos fundadores da Câmara Brasileira do Livro (CBL), em setembro de 1946, que permitiu aos editores unirem-se em busca de interesses comuns, tendo em sua intervenção boa parte dos avanços conseguidos na indústria nos anos posteriores. Presidiu também o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), outro importante órgão de fomento a produção editorial no país.

O mercado de livros brasileiro vinha aquecido desde meados dos anos 1920, em boa parte devido à política de substituição de importações advinda já da Primeira Guerra Mundial, quando a situação de crise na Europa dificultou a impressão ou compra de livros estrangeiros. Durante a Segunda Guerra Mundial, conforme HALLEWELL (2005, p. 490-494), o bloqueio naval inglês sobre territórios dominados pela Alemanha, diminuiu a importação de livros franceses e aqueceu a importação de livros vindos da América Latina. Entretanto, os países hispano-americanos não se mostraram capazes de responder à demanda devido à “[...] escassez de papel, de tinta e de equipamento gráfico [...]”, que se somava à “[...] carência de transporte marítimo [...]”.

Favorecidas pelo cenário positivo, novas editoras brasileiras surgiram, refletindo-se em considerável aumento da produção, ao ponto de o mercado ver-se saturado de novas casas. Produzidas sem critério pelas novas companhias, eram impressas obras de baixa qualidade, seja no aspecto gráfico, textual (incluindo traduções) ou material, com circulação e divulgação inadequada, e que, portanto, não possuíam compradores. Sob tais circunstâncias, editoras neófitas não demoraram a fecharem as portas em massa, num processo que se refletiu nitidamente nos dados apresentados: reduziram-se de 280, em 1948, para 144, em 1953, o número de editoras nacionais, valor menor que o alcançado em 1936. Das editoras fundadas nesse período, sobreviveram apenas as mais bem estruturadas (Ibid.)

Sob o panorama pouco amigável às novas companhias, destaca-se mais uma editora tradicional. Periférica, deslocada do eixo Rio-São Paulo, que abrigou todas as grandes editoras do período, a Editora Globo pôde lançar importantes romancistas brasileiros e produzir algumas das melhores, senão as melhores, traduções de obras estrangeiras naquele momento, versões até hoje consideradas primazes por especialistas.

Quando Henrique Bertaso assume as edições da Livraria do Globo, propriedade de seu pai, José Bertaso, já há muito estabelecida na capital gaúcha, e vislumbra ampliar suas atividades, não poderia dele esperar reação outra senão a desaprovação de um negócio onde não havia garantias de retorno do investimento. Ainda hoje o problema da liquidez é importante no setor editorial, especialmente devido aos altos custos fixos que o negócio envolve. Nesse sentido, novas

tecnologias podem reduzir riscos e estimular o aparecimento de novos livros, especialmente em pequenas editoras iniciantes, como era a Livraria do Globo naquela ocasião.

O escritor gaúcho Érico Veríssimo conheceu Henrique Bertaso quando assumiu o cargo de diretor da Revista do Globo, publicação da Livraria, onde iniciaram amizade e o autor tornou-se, além de editado, importante colaborador da editora. Falando sobre os desafios dessa experiência, deixa clara a situação no mercado editorial nos anos 1930: “Havia o problema da distribuição, o da prestação de contas de remotas livrarias, e a fatal devolução dos livros consignados, quase sempre em mau estado de conservação (VERISSIMO, 1973 p. 26)”. Comercialmente, outro problema revelava-se de difícil equação para os parceiros, conforme relata Bertasso a Veríssimo: a propaganda quando feita aumenta custos da edição e o preço final do livro, mas se não for feita, o leitor não poderá tomar conhecimento do autor e da obra lançada (Ibid, p. 38), dilema para o qual nenhum deles apresenta solução.

Se para a divulgação Bertaso não tinha qualquer solução, para a questão da distribuição implantou um importante sistema que permitiu à editora, apesar da sede na então distante capital do Rio Grande do Sul, chegar “ao cabo de alguns anos” a ser “[...] conhecida em todo o país”, sendo “[...] vistos em quase todos os recantos do Brasil” (Ibid, p. 46). Entre esse livros estavam as renomadas traduções da editora, que permitiram “[...] ao leitor médio brasileiro [...]” o acesso a “[...] autores europeus de línguas anglo-saxônicas e germânicas [...]”, antes restrito praticamente a obras francesas.

Valorizando a tradução, a Globo chegou a ter, a partir do início dos anos 1940, tradutores com salário fixo e que dispunham de uma biblioteca oferecida pela editora com dicionários e enciclopédias em diversas línguas. Veríssimo descreve a minúcia com que se tratava o processo de verter obras estrangeiras ao português:

Depois que o tradutor dava por terminado o seu trabalho, os respectivos originais eram entregues a um especialista da língua de que o livro fora traduzido, para que ele os confrontasse, linha por linha, com o original, procurando verificar a fidelidade da versão. Mas o processo não terminava aí. Havia uma terceira etapa, a em que um especialista examinava o estilo do livro, discutindo-o com o tradutor, cujo nome ia aparecer sozinho no pórtico do volume. Em caso de divergência havia uma arbitragem (ibid., p. 50-51).

O método cuidadoso a que estavam sujeitas as traduções durou por volta de cinco anos e aquelas feitas nesse período são excelentes, conforme Veríssimo. Entretanto, como se pode prever, os custos para a feitura de cada obra assustavam José Bertaso, ao primeiro sinal de crise, impediu que tamanho cuidado editorial se estendesse por mais tempo.

Desse período dourado, destaca-se a monumental tradução de *A Comédia Humana*, de Balzac, sob coordenação de Paulo Rónai, publicada em 18 volumes, cada um acompanhado de estudo crítico. Incluídos na coleção *Biblioteca dos Séculos*, a mesma da obra balzaquiana, vieram autores do porte de Stendhal, Tchekhov, Edgar Allan Poe, Guy de Maupassant, Shakespeare, Henry Fielding, Nietzsche, Montaigne, Tolstói, Ibsen, Charles Dickens, Platão, Choderlos de Laclos, entre outros que hoje compõem o cânone da literatura universal, todos vertidos diretamente de sua língua. Apesar de o processo minucioso ter sido abandonado em 1947, o cuidado em fornecer as melhores traduções continuou nos anos seguintes e na década de 1950 mais um trabalho de peso foi executado pela Globo: a versão em português de *Em Busca do Tempo Perdido*, de Marcel Proust. Na década de 1940, segundo Hallewell (2005), as editoras José Olympio (publicando traduções de autores famosos, embora com versão direta praticamente só em inglês e francês), Nacional, Civilização Brasileira e Melhoramentos também se destacaram no campo da tradução. A Globo permaneceu publicando literatura nacional e estrangeira de qualidade até ser adquirida em 1986 pela Rio Gráfica, subsidiária das Organizações Globo, do Rio de Janeiro, e posteriormente fundida à Editora Globo, da mesma empresa.

Outra importante editora, a Martins, instituída em 1940 por José de Barros Martins, recebeu parte dos autores nacionais que já haviam obtido sucesso em outras casas. Destacou-se ao publicar várias coleções de sucesso, como *Biblioteca Histórica Brasileira*, que trouxe de volta às livrarias diversas obras clássicas sobre o Brasil já há muito esgotadas; *Biblioteca Histórica Paulista*, com obras sobre São Paulo; *Biblioteca de Literatura Brasileira*, reeditando clássicos da literatura nacional em volumes ilustrados; *Biblioteca do Pensamento Vivo*, antologia de grandes pensadores compilada por escritores famosos, como Thomas Mann, André Gide e André Maurois; e *Biblioteca de Ciências Sociais*, lançando no país autores inéditos do campo. Desenvolveu também a *Coleção Mosaico*, constituída em grande parte

por obras de crítica literárias, cujo formato pequeno (17 cm de altura) e fino parece não ter tido boa aceitação por parte dos livreiros, devido ao baixo preço final dos exemplares, somado a pouca popularidade do gênero entre os leitores brasileiros.

Produziu tiragens enormes com seu principal editado, Jorge Amado, cujo romance *Gabriela Cravo e Canela* vendeu em duas semanas 20 mil exemplares e atingiu, somente três anos depois, mais de vinte edições com 160 mil exemplares vendidos. Elaborou sempre edições com notável preocupação estética, utilizando os melhores tipos e diagramação, além de contratar grandes artistas para a produção de suas capas, pagando a eles bem acima do valor de mercado pelo trabalho (HALLEWELL, 2005). Entre seus quadros, “traduzindo, dirigindo coleções ou simplesmente aconselhando [...]” estiveram presente nomes como “[...] Rubens Borba de Moraes, Sérgio Milliet, Mário de Andrade, João Cruz da Costa, Eurípedes Simões de Paula, Herbert Baldus, Pierre Monbei e Donald Pierson [...]” (BRITO, 1967, p. XXIII)”

#### **1.4 Industrialização e modernização**

Apesar do crescimento editorial dos anos 1930, havia ainda uma série de problemas que impediam um melhor desenvolvimento da indústria do livro no Brasil. Os insumos para produção eram caros e de baixa qualidade. Entre eles, o papel, com muita pasta de madeira (75% ou mais) e pouca celulose; a tinta, improvisada, feita a base de óleo usado de automóvel e carvão de lenha; e a matriz de linotipo, que alcançou valores muito altos após a guerra (TRAVASSOS, 1964, p. 48). O papel muito ruim, além do resultado estético e de durabilidade precários, ocasionava constantes erros pela diferença de formato das folhas, afora o dano que seu processamento causava às máquinas (Ibid, p. 185-189).

O cenário pareceu melhorar em meados dos anos 1940, quando Nelson Palma Travassos (ibid, p. 193), informa que apenas naquele momento (agosto de 1944, data em que o artigo foi publicado em *O Estado de São Paulo*) o negócio do livro havia atingido certo desenvolvimento no país. Entretanto, não se podia imprimir pocket books à época, por exemplo, porque havia dificuldade em importar máquinas

especiais dos EUA e o papel ruim comum no Brasil impedia o uso de impressoras rápidas de bobina.

A situação melhorou quando Eurico Gaspar Dutra, no final dos anos 1940, liberou a importação de papel estrangeiro, de melhor qualidade que o nacional, embora o Cruzeiro, a moeda corrente de então, sofresse importante desvalorização. O mercado editorial pôde apresentar novo impulso de crescimento a partir do governo de Juscelino Kubitschek de Oliveira. O novo presidente reformou as taxas tributárias que incidiam sobre o livro nacional, “[...] isentando o setor livreiro (e a indústria de papel para livros) de quase todos os impostos, com exceção do imposto de renda [...]” (HALLEWELL, 2005, p. 533)”. Ao contrário da política de seus antecessores, o governo Kubitschek optou não pela taxa excessiva do papel estrangeiro, visando proteger o mercado interno, mas pelo subsídio às indústrias de papel nacional, tornando-o competitivo. Em sua administração foi criado, ainda, o GEIL (Grupo Executivo da Indústria do Livro), em 1959, órgão que “[...] teve papel na solução de pendências tributárias e de câmbio que envolviam a produção e importação de papel e do livro estrangeiro (LINDOSO, 2004, p. 174)”

Os anos iniciais de 1970 foram caracterizados por um processo de amplo crescimento da economia nacional, iniciado já em 1969, que viria a ser denominado *milagre econômico*. A partir de um panorama mundial de ampla disponibilidade de recursos monetários, o que favorecia o desenvolvimento, aliado à [massiva] introdução de capital estrangeiro no país, e incentivo do governo ao [desenvolvimento] da indústria nacional, com especial destaque para o setor automobilístico, o produto interno bruto do país crescia a uma média de 11,2% ao ano, atingindo 13% em 1973, com inflação anual controlada em 18% (FAUSTO, 2001, p. 268).

A crise por que passou o Brasil após o Milagre Econômico, complicada pela crise internacional do petróleo, em 1973, obrigou os editores a recorrerem a métodos mais econômicos para a produção dos livros. Conforme Hallewell

“um seminário organizado na época pela Fundação Getúlio Vargas recomendava o uso de corpos menores na composição, eliminação de páginas supérfluas, inclusive as ‘orelhas’, uso de papel mais leve, margens menores, além da adoção de novo sistema de acabamento (presumivelmente, o chamado erroneamente *perfect binding*, que no fundo não passa da substituição da costura pela cola). A busca da economia também deu maior impulso à passagem para o sistema *offset* [...]” (2005, p. 589-590)

Houve sem dúvida retrocessos associados ao crescimento econômico, como a concentração de renda e o endividamento externo, além dos aspectos condenáveis comumente vinculados ao Regime Militar, como a censura prévia, os Atos Institucionais e conseguinte cerceamento de direitos e as perseguições políticas, mas para o campo da edição o período foi particularmente prolífico.

Foram nos anos do *milagre* que o mercado editorial brasileiro profissionalizou-se, ao importar novas máquinas para modernizar os obsoletos parques gráficos, adotar novas estratégias editoriais, investir em propaganda, ampliar a fabricação nacional de papel para livros<sup>17</sup>, enfim, padronizar, otimizar e serializar a produção livresca, em busca de uma eficiência até então desconhecida, que o aproximou da qualidade e custos dos países de maior tradição no trabalho com livros.

Tal avanço só foi possível devido à ampla assistência governamental, sob a forma de subsídios diretos ao setor e o “[...] investimento em áreas geradoras de infraestrutura para a indústria, como transportes e comunicações” (PAIXÃO, 1998, p. 143). Os incentivos começaram já em 1966, com “o Decreto-lei no. 46, de 18 de novembro [...], [que] isentava de taxas alfandegárias a importação de máquinas para a produção de livros, e em três anos haviam sido concedidas autorizações para importações no valor total de US\$40 000 000” (HALLEWELL, p. 555). Na Constituição de 1967, as isenções ampliaram-se aos impostos que incidiam sobre toda a cadeia produtiva, alcançando “[...] todos os estágios da produção e venda do livro, inclusive à fabricação do papel de impressão [...]” (Ibid., p. 553). Ainda que os estímulos ocorressem já nos primeiros anos do regime e em 1969 a indústria editorial se encontrasse entre as que mais cresciam no país, “ao lado da automobilística, naval e petroquímica” (VEJA, 1972a, p. 83), o setor apresentaria reação apenas a partir de 1970.

Em uma situação propícia, e com a reorganização do mercado brasileiro de livros, em seus aspectos editoriais, estratégicos e industriais, o custo de produção do livro no Brasil era, por volta de 1975, igual ao dos Estados Unidos. Mesmo assim, a sensação do consumidor era a de que o livro ainda era caro, devido, segundo Vieira (1975), ao reduzido poder aquisitivo da população, que não poderia dispor de

---

<sup>17</sup> O volume de papel produzido no Brasil apresentou agudo crescimento, embora Vieira (1975) afirme que as fábricas eram ineficientes. Ainda assim, o Brasil passa de importador a importante exportador de papel.

recursos extras para a compra de quaisquer bens além dos de subsistência. Somava-se a isso, negativamente, a baixa escolaridade, que reduzia o número potencial de leitor e não impulsionava as tiragens, aumentando o custo unitário dos volumes.

Mesmo limitados a segmentos da população, houve avanços nas estatísticas de escolarização e renda durante a década de 1970. A industrialização crescente aumentou a demanda por profissionais qualificados, que, por sua escassez, elevou os vencimentos dos trabalhadores das indústrias. Em compensação, grande parte da classe trabalhadora sofria com o arrocho salarial, ocasionado, em grande parte, pelo excesso de mão de obra pouco qualificada, repressão a greves e sindicatos e uma política econômica de contenção do salário mínimo. A queda do rendimento do proletariado, por sua vez, tornou possíveis folgas nas folhas de pagamento das empresas para que melhor remunerassem o que Singer (1981, p. 173-185) denominou como “a ‘nova’ classe média”, composta por funcionários assalariados de alta renda, aos quais se incluem “[...] técnicos, gerentes, assistentes etc [...]”, beneficiando, em consequência, autônomos e profissionais liberais, que passaram a dispor de uma clientela abastada, estes últimos, inclusive, beneficiados do incremento de vagas no ensino superior que lhes permitiu graduarem-se.

O expressivo desenvolvimento da economia nacional, portanto, ampliou e enriqueceu a classe média no Brasil, bem como alterou seu mecanismo de ascensão após o Regime Militar, tendo sido determinante para a demanda crescente por educação que se observou nos primeiros anos da década de 1970. Se antes, conforme Romanelli (1991), a promoção social ocorria através de poupança, investimento em pequena empresa ou negócio próprio, reprodução do capital e nova poupança, passou, a partir do modelo econômico então adotado, a acontecer através da ascensão dos funcionários nas hierarquias empresariais. O deslocamento entre níveis hierárquicos requeria empregados qualificados para ocuparem funções que deles cada vez mais se exigia, bem como o próprio acesso às organizações tornava-se difícil sem que se alcançassem níveis mais altos de educação formal.

Buscando atender a nova demanda das empresas por profissionais com melhor qualificação, o governo militar ampliou o número de vagas no ensino superior, profissionalizou e estendeu de quatro para oito anos a educação básica e

buscou, através do projeto MOBRAL (Movimento Brasileiro de Alfabetização), reduzir o percentual de analfabetos jovens ou adultos no país.

Executou-se, a partir dessas ações, uma reforma, que comportava aspectos positivos e negativos, no sistema de ensino nacional. Houve crescimento da educação superior, porém abaixo da demanda do país. A elevação limitada do quadro de ingressantes no terceiro grau é resultado de uma política de contenção do processo de expansão nesse nível de ensino<sup>18</sup>, com o objetivo de não formar mais profissionais que a capacidade do mercado em absorvê-los, evitando, assim, que se criasse um contingente de especialistas desempregados ou subempregados. O ensino básico profissionalizante, por sua vez, não foi capaz de preparar os alunos adequadamente para ingressarem nas corporações. Ao invés de técnicas industriais, os alunos aprendiam artesanatos, entre eles “trabalhos com madeira, metal cerâmica e outros materiais [...] para produzir pequenas peças” (Cunha, 1988, p. 63). Finalmente, as políticas voltadas à educação de massa, com destaque para o MOBRAL, que até 1973 já havia alfabetizado mais de seis milhões de pessoas, reduziram o número de analfabetos em 8,2%, de 33,6% da população de quinze anos ou mais, em 1970, para 25,4%, em 1980, ainda que, por conta do crescimento demográfico do período, o número absoluto de iletrados fosse, ao fim da década, maior que o de dez anos antes (*ibid*, p. 59-60).

Assim, mesmo que a educação pós-64 seja de cunho instrumentalista, voltada aos interesses do desenvolvimento econômico, coincidindo, conforme Severino (1986), os anos do “milagre” às reformas educacionais desse período, o surgimento de novas necessidades em uma classe média ascendente cria uma massa de novos leitores, ou, ao menos, de novos compradores de livros.

A classe média, seja para apoio aos estudos ou como forma de distinção, passa a buscar no livro instrumentos para a ascensão social ou manutenção de seu estado. Somado a isso, tem-se também o fenômeno do consumismo desenfreado, financiado pela concentração do capital, que atingiu as “camadas de renda mais elevadas” e fomentou o crescimento econômico pela produção industrial acelerada (Ghirardelli Jr., 1992, p. 181), da qual a indústria cultural também tomou parte.

---

<sup>18</sup> Sobre a política de liberação e contenção durante o Governo Militar, conferir Cunha (1985) p. 233-285.

Propiciou-se, assim, o surgimento de produtos culturais que viessem suprir a demanda positiva por educação, a partir de duas vertentes: a simbólica, satisfazendo a necessidade de distinção, e a psicológica, atendendo o desejo por consumir. No âmbito editorial, restava serem planejadas obras que atendessem a um grande mercado, oferecendo preço atraente, qualidade de produção e facilidade de acesso. Nenhum desses aspectos era plenamente satisfeito, até a Editora Abril constatar a precariedade do comércio de livros no Brasil e inovar o mercado, oferecendo em todo território nacional, nos centros e periferias, volumes colecionáveis de qualidade e a excelente custo, fidelizando os compradores pelo desejo de completar suas coleções.

A conjunção entre um momento econômico propício e a valorização da posse de livros, seja para uso instrumental ou simbólico ou como fenômeno consumista, fez surgir no início dos anos 1970 um grande mercado latente que esperava ser atendido. Supri-lo, porém, esbarrava em problemas históricos e sistêmicos no Brasil: a baixa tiragem e qualidade das edições e a falta de livrarias.

O primeiro obstáculo ocorria devido à precária condição em que se encontrava o parque gráfico nacional até a década de 1970, composto, em sua maioria, por equipamentos ultrapassados e inadequados às suas funções, embora houvesse desde os incentivos governamentais acima expostos, iniciativas para a renovação dos equipamentos para produção editorial. Neste ponto a Editora Abril, sediada na capital paulista desde 1950 e especializada na impressão de revistas, estava à frente de suas concorrentes, ao ter inaugurado, dois anos antes da isenção de impostos de 1966, modernas instalações que viriam a se tornar o maior parque gráfico da América Latina. Enquanto a Abril investia alto na qualidade e eficiência de suas impressões, a idade média das máquinas na indústria editorial brasileira, segundo Hallewell (2005), era de 35 a 40 anos, não parecendo ter havido grande avanço desde Monteiro Lobato.

Já o problema da escassez de pontos de venda era representativo da elitização do hábito de se comprar livros. Segundo dados do SNEL, mencionados por Hallewell (ibid), havia em 1972, concentradas nas regiões Sul e Sudeste, economicamente mais representativas, apenas 600 livrarias no país, que, ademais, mostravam-se despreparadas para receber o leitor (VIEIRA, 1975). Em contrapartida, as bancas de jornal estavam presentes em maior número e em todo

território nacional, colocando-se como ponto de venda ideal a edições populares de grande tiragem, tendo Benjamin Costallat e Monteiro Lobato investido nesse canal de distribuição. As livrarias tornavam-se impedimento à grande parcela da população, que composta por indivíduos historicamente excluídos do hábito de a elas frequentarem, privavam-se, por conseguinte, do acesso aos livros.

A Abril possuía grande vantagem em relação às outras editoras, por ter superado os dois problemas apresentados. Além de um parque gráfico moderno, contava com duas décadas de experiência no mercado, desde a publicação de O Pato Donald, em 1950, o que lhe proporcionou significativo contingente de pontos de venda para suas edições, representado pelas cerca de dezoito mil bancas<sup>19</sup>, conforme Hallewell (2005), que já eram parceiras da editora na venda dos oitenta diferentes periódicos que compunham seu catálogo no início dos anos 1970. Percebendo a importância de se ampliar os pontos de venda, chegou a comprar dos fabricantes estruturas para bancas e financiá-las aos jornaleiros, bem como promover treinamentos e incentivar a abertura de concorrência para novos pontos na cidade de São Paulo, iniciativa esta que, em menos de um ano faria surgirem mais de mil novas bancas (ABRIL, 2000, p.23).

Afora a questão da disponibilidade de pontos de venda e da estrutura gráfica, o país ainda carecia de um sistema de distribuição adequado. O problema de logística era notavelmente crítico no mercado editorial, a ponto de Dessauer (1979, p. 49) considerar a “distribuição inadequada” um dos principais entraves ao setor, que havia apenas começado a ser resolvido nos EUA, país que havia desenvolvido e industrializado seu o ramo editorial há mais tempo. A estrutura de transporte nacional era crítica, apesar das iniciativas governamentais em melhorá-la, o que, somado à dimensão do país, implicava em um deslocamento para longas distâncias complexo, demorado e caro, especialmente se fossem transportadas pequenas quantidades de produtos.

Para atender às dificuldades em se distribuir tamanha gama de publicações, a Abril criou em 1961 a Distribuidora Abril, que posteriormente viria a se chamar DINAP (Distribuidora Nacional de Publicações)<sup>20</sup> e em 1975 já atendia a 2400

---

19 Quinze mil em novembro de 1970, segundo Veja, 18 nov. 1970, p. 68.

20 A DINAP, por sua vez, foi incorporada em 2007 pela DGB, holding de distribuição do Grupo Abril.

idades brasileiras. A partir de então, Victor Civita reuniria em suas mãos todas as etapas da produção editorial: a criação (redação), a impressão e a distribuição<sup>21</sup>.

Contando, portanto, com as numerosas bancas espalhadas pelo país e uma logística para transporte instalada, estavam solucionados os problemas da falta de livrarias e da distribuição, dois grandes obstáculos à venda de livros no Brasil. Restava, dessa forma, apenas a iniciativa de utilizar a estrutura da editora para produzir e comercializar livros, o que se concretizou em maio de 1965, com a primeira publicação fascicular do país, intitulada A Bíblia Mais Bela do Mundo.

### **1.5 Um novo modelo para o comércio de livros**

Entre o final dos anos 1960 e meados da década de 1980, a Editora Abril instaurou um processo de industrialização da produção e comércio de livros no Brasil. Em suas coleções e seu clube do livro, de tiragens enormes, distribuição e venda ágil e dispersada por todo o país, o livro adquire caráter de produto industrializado. Conforme se pôde observar, antes de lançar sua primeira coleção de livros a Abril já havia superado importantes entraves que, de outro modo, teriam impedido sua bem-sucedida incursão no ramo das coleções populares. Ser eficiente em todos os elos da cadeia de produção de um livro proporcionava à editora a possibilidade de trabalhar com preços muito baixos se comparados com edições convencionais ou mesmo com periódicos. As publicações da Abril eram, devido a isso, bastante atrativas nas bancas. O preço de cada volume da coleção Os Pensadores, em formato grande e encadernação requintada, acompanhado de um fascículo, era de CR\$15. Algumas das revistas mais populares daquele momento, como Veja, O Cruzeiro e Manchete, custavam entre CR\$3,50 e CR\$4,00, valor não muito distantes aos praticados para os livros. Nesse mesmo período, um livro de tamanho médio (260 páginas) de outras editoras custava em média CR\$23,40 (Hallewell, 2005).

---

<sup>21</sup> Ainda, os pontos de venda, visto que o financiamento da editora a bancas lhe dava como retorno o destaque para suas publicações.

Havia dois importantes fatores que permitiam à editora trabalhar com valores tão baixos na venda de suas obras. Em primeiro lugar, o fato de os volumes pertencerem a uma coleção, pois sendo esta concebida a partir de um projeto editorial único, o custo editorial unitário de cada livro é diluído entre todos os volumes da coleção, representando importante economia em relação ao valor de edição de um livro comum fora da coleção. Em segundo lugar, a alta tiragem permite considerável economia de escala e a Abril, confiando na venda certa dos seus produtos, imprimia sempre em grande número.

Sendo assim, no caso da Abril, a quantidade de pontos de venda, somada aos esforços de divulgação e ao aumento da renda da classe média e da alfabetização, tornou cada exemplar editado barato o suficiente para seduzir mesmo aquele que inicialmente não se interessaria pela leitura. O preço, nesse caso, é atrativo importante para vendas de ocasião, caso de um livro comercializado em pontos de alta circulação, como as bancas. Um consumidor pode decidir por começar a coleção devido ao baixo investimento que terá de fazer em cada fascículo ou, ainda, comprar quaisquer de seus volumes ao pesquisar novidades nas bancas. O preço é, sem dúvida, um atrativo para a compra fortuita, feita ao ver exposto o livro na banca em que se compra o jornal diário, ou em que se passa para ir ou voltar do trabalho.

Mesmo que os livros da Abril possuíssem preços bastante convidativos e chegassem a diversos pontos das cidades brasileiras através de um eficiente sistema de distribuição, um elemento essencial ao comércio de qualquer produto é que haja um consumidor propenso a adquiri-lo e ciente de sua existência. Sob essa perspectiva, a demanda de consumo no comércio de livros depende da presença de população alfabetizada e, conforme demonstrado, as iniciativas de letramento por parte do militares foram importantes para o desenvolvimento do setor editorial. Ainda assim, o simples fato de se saber ler não corresponde diretamente ao hábito da leitura de livros. Para estimulá-lo, o governo brasileiro, a partir da solicitação de Maria Alice Barroso, diretora do Instituto Nacional do Livro<sup>22</sup>, passa a veicular anúncios televisivos de incentivo. Elas mostravam

o filme de um garoto que entra numa biblioteca e escolhe um exemplar. Enquanto o folheia, uma série de imagens aparece

---

<sup>22</sup> Conforme artigo veiculado em *Veja*, 01 dez 1971, p. 57.

no vídeo. Da História do Brasil aos grandes personagens do século XX e de velhos conquistadores às conquistas mais recentes. No fim, uma única frase “Em cada livro, um mundo novo”. (VEJA, 1971, p. 57)]

Junto ao incentivo governamental à leitura, as propagandas foram ferramentas essenciais à expansão do comércio de livros. Trabalhar com a divulgação de suas obras em diversos canais não era comum entre editores, muito pela visão sacralizada do livro, conforme já se observou anteriormente. Almada (1975, p. 233-234), procura romper esse modelo ao postular que “o editor é um industrial, como os fabricantes de Coca-Cola [...]. O livro é um produto”. Como mercadoria, o livro faz parte “[...] dos mecanismos econômicos próprios ao capitalismo (LAJOLO ; ZILBERMAN, 1998, p. 60)”. Nesse âmbito, a indústria editorial não deve desconsiderar a importância da propaganda e a relação intrínseca que esta tem com a distribuição, como evidencia Dessauer. Para o autor, de nada adianta haver divulgação se o consumidor não encontra o produto disponível para compra. Explicita seu raciocínio ao usar a metáfora do motor, onde a propaganda

é para o conjunto da distribuição o que a graxa e o óleo são para o motor: os lubrificantes necessários que fazem o motor funcionar com maior suavidade e melhor desempenho. Se o motor tem pouca força, é antiquado ou esta está em mau estado de conservação, de pouco adianta pôr-lhe mais óleo e graxa para melhorar seu desempenho. (DESSAUER, 1979, p. 197)

A eficiência do uso de banca e da boa distribuição das edições, aliada a campanhas de divulgação, pode ser conferida no relato em que Fernando Almada narra sua experiência com a venda de um exemplar da coleção *Imortais da Literatura Universal* em uma banca de bairro:

Certo cidadão, após pedir um jornal especializado em esportes, perguntou se o jornaleiro recebera algum livro novo da série “Os imortais da literatura universal”, pergunta, naturalmente, feita de modo simples. O jornaleiro exibiu-lhe o exemplar recém-recebido, o homem leu o nome do autor, declarou desconhecê-lo e comprou o livro. É quase certo que o cidadão jamais tivesse entrado numa livraria. E veio encontrar-se com a literatura numa modesta banca de jornal de bairro, já estimulado pela campanha de propaganda conduzida”. (ALMADA, 1975, p. 246-247)

A situação acima descrita evidencia a importância da propaganda. Caso o exemplar em questão não tivesse sido divulgado em meios acessíveis ao “cidadão”

mencionado, como em um programa radiofônico ou televisivo ou em um periódico popular, dificilmente haveria o interesse por sua aquisição. Inclusive, pode-se destacar nessa narrativa a relevância de se utilizar o canal de distribuição como meio de propaganda, pois a disponibilidade de um cartaz atrativo tem o poder de ao menos incitar a curiosidade do frequentador. Por fim, é essencial que cada [ponto de venda] tenha quantidade adequada de exemplares. Se porventura o jornaleiro não dispusesse do livro solicitado, o “cidadão”, provável leitor neófito, não poderia tê-lo adquirido e, talvez, se desinteressasse da coleção.

A partir dessas considerações, a Abril, dispondo de um competente sistema de distribuição, passa a investir de forma segura em propaganda, prevendo que boa vendagem de seus livros fosse suficiente para compensá-la. Entre algumas das qualidades dirigidas às suas edições estava a praticidade, no caso do pequeno formato dos volumes da coleção Teatro Vivo, a reunião da história do pensamento ocidental por Os Pensadores e a presença da melhor literatura dos últimos sete séculos em Os Imortais da Literatura Universal.

A divulgação das coleções era também feita nas próprias revistas da editora. A publicidade em periódicos do grupo, além do baixo custo, atinge a parcela da população que os editores creem ser aquela predisposta a adquirir suas coleções. São leitores de classe média, alfabetizados e com poder aquisitivo suficiente para investir nesse tipo de produto cultural.

Além das formas tradicionais de propaganda, a relação entre o consumidor e seu jornaleiro é também uma eficiente forma de divulgação, visto que este possui mais intimidade com sua clientela que os atendentes de livraria. Acrescenta-se, também, o alto movimento que é comum nessas lojas, que, em alguns casos, impedem a atenção adequada ao cliente. Conhecendo gostos e possibilidades de compra, e dispondo de um estabelecimento onde não estão presentes tantas formalidades, o jornaleiro poderia, dessa forma, sugerir um lançamento da editora de forma fortuita, durante a comercialização de outros produtos.

Pode-se, ainda, considerar a editora como uma forma de propaganda ou uma prova de apoio, quando é reconhecida (ALMADA, 1975). No caso da Abril, a experiência de sucesso na publicação de revistas e outros livros de qualidade pôde fornecer ao consumidor a confiança de que precisava para decidir iniciar a compra

da coleção, além de ser criado, com o hábito da compra dos produtos de uma editora, um envolvimento emocional que favorece as vendas posteriores.

O período que se inicia a partir da década de 1950 foi marcado não apenas pelo desenvolvimento da indústria do livro, mas também da indústria cultural no Brasil, “[...] que teria coincidido com a implantação do modelo de crescimento econômico baseado na expansão da indústria de bens de consumo duráveis [...] (LASMAR, 1988, p. 21)”. A Editora Abril, com suas coleções de livros, é exemplo da “Cultura industrializada”, [que,] de um ponto de vista estritamente econômico, deve significar, acima de tudo, a produção cultural submetida às leis gerais da produção e circulação de mercadorias (ibid, p. 22)” , “destinada a uma massa social [...] [e acrescida à] condição de que seja propagada pelas técnicas de difusão maciça (“mass-media”) (ibid, p. 14-15)”

A editora Abril foi a mais bem sucedida no período em conseguir transpor ao mercado de massa produtos tidos como originais da alta cultura, popularizando-os em diversas coleções que lançou. Dentre as de maior destaque, e que ainda hoje são referências de qualidade na produção material e editorial, encontram-se Os Imortais da Literatura Universal, lançada em 1970, e que publicou nomes como Dostoiévski, Boccaccio, Goethe, Ivan Turguêniev, Tolstoi, Voltaire, Oscar Wilde, Virginia Woolf, Alberto Moravia, Albert Camus e Jorge Luis Borges; e Os Pensadores, em 1972, dedicada à filosofia, que introduziu no país muitos textos e autores ainda não editados em português.

Inaugurando a coleção Imortais da Literatura Universal, Os Irmãos Karamázov, de Dostoiévski, atingiu, em novembro de 1970, conforme a revista Veja de 21 de junho de 1972, 200 mil exemplares vendidos nas bancas, apenas quinze dias após sua publicação<sup>23</sup>, sendo que em uma semana, Rio e São Paulo já haviam esgotado a primeira tiragem de 60 mil exemplares (ibid, 1970, p. 68) e em junho de 1972 a coleção já havia vendido cinco milhões de livros (ibid, 1972a).

Lançada no final de 1972, a coleção Os Pensadores teve como título de estréia os Diálogos de Platão, que venderam na primeira semana 60000 exemplares nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Guanabara. Em reportagem *release* da

---

<sup>23</sup> A revista apresenta dados diferentes em outras edições: 190 mil na de 05 mar. 1975, p. 45, e 270 mil em 30 abr. 1975. Não há indicação de que os números se referem ao total fechado da edição, contanto com as reimpressões.

coleção, divulga-se que “[...] serão apresentados autores praticamente inéditos no Brasil, como os filósofos pré-socráticos, que só existiam em grego, ou Santo Anselmo, que só era encontrado em latim”. O público alvo são “Os estudantes, de um lado, e, de outro, um público em ascensão social que procura se cercar da segurança de obras de valor” (VEJA, 1972b, p. 115).

O aspecto instrumentalista e desenvolvimentista corrente nos anos 1970 não são desconsiderados nas análises do organizador da coleção, professor José Américo Mota Pessanha, e Pedro Paulo Poppovic, responsável pela divisão de fascículos da Editora Abril. Pessanha, observando a oportunidade do lançamento, aponta que “numa época em que o homem deve enfrentar tantos dilemas e incertezas, é justo dar-lhe a oportunidade de ter acesso às ideias que mudaram o mundo”. Ambos “[...] estavam conscientes de que enfrentariam o antigo preconceito de que as ideias filosóficas são ociosas, vazias e distantes [...]”. Para Poppovic a coleção apresentava “[...] textos que têm muito a ver com a vida cotidiana”, deixando claro que os livros não eram apenas especulativos, mas úteis como instrumento de educação e ascensão social.

Junto ao fenômeno da venda de coleções em bancas de jornal, houve grande incremento de outros modelos alternativos de distribuição de publicações: as vendas domiciliares e os clubes do livro. Comumente conhecida como comércio de livros de porta a porta, as vendas domiciliares no Brasil foram iniciadas antes da Segunda Guerra Mundial, embora tenham aumentado seu volume após o conflito. Neste modelo, um representante das editoras dirige-se a residências oferecendo livros que seriam quitados em prestações, geralmente coleções completas, enciclopédias e dicionários, obras que, devido a seu alto valor, dificilmente encontrariam espaço em livrarias ou outros pontos de venda. Conforme Hallewell (2005, p. 530-531), o negócio das vendas domiciliares foi, durante muitos anos, extremamente lucrativo. “Numa venda típica, em onze prestações, o editor pagaria a comissão do vendedor com o pagamento da entrada e recuperaria os custos de produção com a quitação da terceira prestação, isto é, depois de dois meses”. O investimento era seguro, pois “os empréstimos obtidos para o financiamento inicial venciam no prazo de seis meses [...] [e] a editora começaria a receber o lucro quatro meses antes de fazer qualquer desembolso”. Uma oportunidade segura de auferir lucros em prazo reduzido atraiu muitos interessados, que nem sempre ofereciam produtos de

qualidade. “Em 1973, o mercado estava saturado e [...] até mesmo muitas das mais reputadas editoras que trabalhavam com vendas em prestações viram-se em grandes dificuldades”. O mercado, entretanto, passava por uma oscilação conjectural, conforme Paixão (1997, p. 165), pois na década seguinte, em 1984, “[...] calculava-se que cerca de 800 mil exemplares eram vendidos mensalmente de porta em porta [...] [através de] aproximadamente quarenta editoras e quinhentas pequenas empresas comerciais que empregavam 15 mil vendedores [...]”.

Quando a editora Abril, em parceria com a alemã Bertelsmann Verlag, decidiu investir no modelo, os clubes do livro já não eram novidade no Brasil, conforme Hallewell (2005). “Criar o hábito de maior e melhor leitura [...]” era o auspicioso objetivo divulgado pela recém-fundada companhia, a Círculo do Livro. Inaugurado em março de 1973, o clube já em seu primeiro catálogo, que seria enviado periodicamente aos associados, contava com 30 títulos disponíveis para escolha. Para fazer parte do grupo o interessado deveria arcar com Cr\$13,00 referentes à taxa de inscrição e Cr\$8,00 de mensalidade. Como sócio, receberia, em três ocasiões diferentes, a visita de um representante da empresa, que deveria morar no mesmo bairro do assinante e disponibilizar-se a “[...] atendê-lo a qualquer hora e dia, incluindo domingos e feriados”: uma no momento de recolher a contribuição, outra para fornecer o catálogo e mais uma para a entrega dos pedidos. Comprometia-se, ainda, em adquirir pelo menos Cr\$16,00 em livros por bimestre (VEJA, 1973, p. 87).

Retoma-se no Círculo do Livro o mesmo discurso já utilizado pela Editora Abril para exaltar a importância de suas coleções estarem presentes em bancas: o número de livrarias no Brasil é bastante reduzido, limitando o acesso aos livros. “São apenas 600 em todo o país, ou uma para cada 200 000 habitantes. O Círculo do Livro conseguiu saltá-la, porém (ibid, 1983, p. 100).”, defendia a reportagem comemorativa dos dez anos de lançamento do clube.

O catálogo de lançamento, representando os meses de março e abril de 1973, classificava os títulos disponíveis para a escolha do sócio entre as seções de *livro recomendado*<sup>24</sup>, composta por *O Senhor Embaixador*, de Érico Veríssimo; *Divulgação* com *Eram os Deuses Astronautas?*, de Erich von Daniken, e *O Macaco*

---

<sup>24</sup> O Livro Recomendado é oferecido com desconto ao sócio, em relação ao preço normal praticado. *O Senhor Embaixador*, vendido a Cr\$16,00, passou a custar Cr\$20,00 quando deixou a categoria (VEJA, 1973, p. 86).

Nu, de Desmond Morris; *Obras-Primas*, que incluía *Oliver Twist*, de Charles Dickens, *O Retrato de Dorian Gray*, de Oscar Wilde e *Ana Karênina*, de Leon Tolstói, entre outros; *livros juvenis*, apresentando *A Ilha do Tesouro*, de Robert Louis Stevenson; *documentos e reportagens*, com *Treblinka*, de Jean-François Steiner; *romances de ação*, constituída por *Hospital*, de Arthur Hailey, e *Clarão na Serra*, de Francisco Marins; *poesia e teatro*, com *O Diabo e o Bom Deus*, de Jean-Paul Sartre, e *Romeu e Julieta*, de Shakespeare; por fim, as seções de *biografias*, *romances históricos* e *"Retratos de Nossa Época"*, aos dez novos títulos serão acrescentados por mês (ibid, p. 86).

Quanto ao aspecto formal, os livros possuíam “[...] capa dura, com proteção de acetato [...] [além de serem] 1,5 cm mais estreitos que o tamanho estândar das edições brasileiras [...]”, característica que torna mais confortável a leitura, pois “[...] a linha a ser percorrida pelos olhos é mais curta (ibid)”. O preço situava-se cerca de 20% abaixo do praticado nas livrarias devido à venda certa dos exemplares, à alta tiragem e à prudência em não trabalhar com estoque, sob o risco de encalhe, considerado “[...] um dos fantasmas do mercado editorial [...] (ibid, p. 87)”.

O baixo custo, a boa qualidade material das obras, vantagem que tornava o preço dos exemplares ainda mais atrativo, e a praticidade pra a aquisição dos livros tornou o Círculo do Livro um grande sucesso editorial, embora em seus primeiros cinco anos tenha operado em prejuízo. Em novembro de 1975 já estavam associadas 250 mil pessoas (HALLEWELL, 2005), atingindo 500 mil em fevereiro de 1977 (VEJA, 1977, p. 97), número que chegou em 1983 a incríveis “[...] 800 000 pessoas, espalhadas por 2 850 dos 4 099 municípios do país [...] (ibid, 1983, p. 100)”. O Círculo vendeu no ano de 1972 “[...] 5 milhões de exemplares e, em seus dez anos de existência, 17 milhões”, tendo em 1983 atingido o contingente de 2600 representantes e uma média de seis livros adquiridos anualmente por cada sócio (ibid). O volume de vendas prescinde um poderoso parque gráfico e o do Círculo era o único a dispor, no Brasil, de uma impressora MAN, fabricada na Alemanha e com capacidade de impressão frente e verso, produzindo até 600 exemplares por hora (ibid, p. 103).

O sucesso comercial e a popularidade dos títulos eram variáveis, podendo sofrer influência de outros meios de comunicação e um caso específico é relatado por Raymond Cohen, diretor e gerente comercial da Círculo do Livro. O Crime do

Padre Amaro, de Eça de Queirós, “Estava indo devagar, mas bastou que uma das personagens da novela 'Gabriela' (Malvina) fosse proibida de ler o livro para que ele começasse a vender, alcançando em pouco tempo os 20 000 exemplares (ibid, 1977, p. 97)”. A relação entre o mercado editorial e a televisão é analisada por Sandra Reimão (1996, p. 65), para quem “a expansão e o caráter francamente dominante da televisão como principal meio de comunicação no Brasil favorecem um determinado segmento no mercado livreiro e nas listas de *best sellers*: o de autores de forte presença na televisão”, como é observado no caso em questão.

Assim, em uma dimensão onde a industrialização não apenas atinge o processo de produção, mas também a editoração do livro, com divisão estabelecida de tarefas, criação de departamentos, terceirizações e análise de mercado para lançamentos, a forma de obtenção de recursos pelas editoras também se altera. A capitalização monetária pelas editoras nacionais sempre foi um dos mais agudos obstáculos do mercado, visto que a edição de livros não era vista como negócio com garantias para a disponibilização de empréstimos. Se antes os livros de boa saída, *best-sellers*, eram responsáveis pela capitalização, a partir da década de 1960 muitas casas buscam novas alternativas e entram no mercado de capitais, oferecendo suas ações na bolsa. A José Olympio, em 1960 foi a primeira editora nacional a oferecer regularmente seus papéis (Hallewell, 2005), embora tenha tido destino parecido, respeitando-se cada realidade histórica, a Francisco de Paula Brito, o já referido primeiro editor brasileiro, que, tentado se capitalizar através da venda de ações, entrou em crise quando o mercado de capitais deixou de ser favorável.

Junto ao ingresso no mercado de valores mobiliários as editoras iniciavam a expansão de suas divisas ao exportar para a América Latina e países africanos. A industrialização observada nesse período refletiu a alteração na estrutura produtiva, organizacional e comercial observada na passagem da editora familiar ou editora do “editor” para a editora empresarial. Já em 1972 o Brasil havia rompido a barreira de um livro por habitante produzido em território nacional, massificação que não escondia o receio à crise advinda pós-milagre, em 1973, a qual os “empresários” da indústria editorial brasileira imputavam parte da culpa à Editora Abril, por sustentar “[...] um potencial econômico capaz de massificar a cultura no Brasil, veiculando apenas autores estrangeiros a preço barato, beneficiando-se da distribuição aberta

em diversos canais de venda (CASTRO, 1974, p. 12), referência direta ao sucesso das coleções e do Círculo do Livro.

A crise já presente na segunda metade da década de 1970 agravou-se na década de 1980, quando uma política macroeconômica malsucedida levou ao aumento a dívida externa e interna, tornando o país refém da flutuação dos juros, ocasionando uma hiperinflação e redução do crescimento econômico. A indústria editorial procurou resistir à crise investindo em propaganda e uma nova estética para o livro, mas, ainda assim, não houve evolução significativa na produção. Paixão (1997, p. 81) cita os dados consolidados do Centro de Estudo e Pesquisa do SNEL, que apontam ser de 161,6 milhões de livros a produção editorial brasileira em 1988, índice inferior ao de 1976, de 176,2 milhões, com praticamente o mesmo número de títulos lançados nesses anos, 12 mil. Por outro lado, houve o aumento da quantidade de editoras e da oferta de títulos na segunda metade da década de 1980, saltando, no primeiro caso, de 944 editoras em 1985 para 1755 em 1989 e, no segundo, de 48500 títulos (12458 primeiras edições) em 1985 para 69752 (11800 primeiras edições) em 1989 (Hallewell, 2005, p. 735).

O cenário, no entanto, permanecia desanimador, com “descapitalização das empresas, maior endividamento, desalinhamento de preços na cadeia de produção e distribuição, difícil controle de custos nesses diferentes níveis, enorme crescimento da reprografia [...] (PAIXÃO, 1997, p. 82)” e redução do poder de compra. Com o custo industrial mais alto e a capacidade aquisitiva da população reduzida, a Câmara Brasileira do Livro e o SNEL procuraram amenizar a situação através da organização de bienais, para divulgação de novas obras lançadas, e eventos para os agentes do setor, buscando a profissionalização de toda a cadeia do livro.

Em meio à crise, as editoras diversificaram-se e passaram a atender, a procura de novos públicos leitores, filões até então pouco contemplados, como livros universitários; paradidáticos; obras de saúde, esportes e bem-estar; esotéricos; entre outras áreas especializadas, que transformaram o setor de obras de interesse geral em um mercado de nicho, alguns deles atendidos por pequenas casas ou selos dentro de grupos maiores. A chegada de empresas estrangeiras, atuando ou adquirindo editoras nacionais, assim como o surgimento de grupos editoriais, conglomerados originados a partir da compra e fusão de companhias, algumas delas tradicionais, reestruturaram a cadeia produtiva do livro, cada vez mais alinhada aos

preceitos de outros setores, sob a ótica da produção industrial e regras de circulação de mercadorias. À frente dessas novas e diversificadas empresas estava uma nova geração de editores, agora “executivos do livro”, que

adotam uma forma de administração mais racional e mais arrojada, criando selos novos ou adaptando os antigos aos tempos atuais. Seus métodos combinam a agilidade na descoberta de autores promissores com a sustentação em sucessos garantidos; a preocupação com o elemento visual do livro corre lado a lado com formas de distribuição não convencionais e campanhas publicitárias mais incisivas (PAIXÃO, 1997, p. 179).

O mercado editorial voltou a crescer, conforme dados observados na TABELA 1, após a estabilização da economia nacional e controle da inflação, decorrente da política econômica conhecida como Plano Real, implantada em 1993 pelo então ministro da fazenda do presidente Itamar Franco e futuro presidente do Brasil, Fernando Henrique Cardoso. Nesse período destaca-se também a expansão das bienais do livro e, ainda mais importante que estas, quase sempre de acesso restrito, das feiras de livro, gratuitas e em espaços públicos abertos, quase sempre centrais, locais onde circula não apenas o leitor iniciado, mas também o transeunte neófito, que tem a oportunidade, rara em seu cotidiano, de encontrar-se com livros.

Embora tenha havido recuperação da indústria até meados da década de 1990, análises posteriores demonstram existir grande retração do mercado nos anos seguintes. Earp e Kornis (2010) indicam que entre 1998 e 2006 houve perda de cerca de 20% do poder aquisitivo, com uma ligeira recuperação de 5% posteriormente, da classe compradora de livros, representada pelos 10% mais ricos, ocasionando uma queda de 17% na produção de livros entre os anos 2003-2006, se comparados a 1996-1998, além de uma redução em 26% nas vendas efetivas nesse mesmo período.

TABELA 1 - Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro

PRODUÇÃO (1º edição e reedição)			VENDAS		
Ano	Títulos	Exemplares	Exemplares	Faturamento (R\$)	Faturamento em reais de 2006 (milhões) (EARP; KORNIS, 2010)
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	4.735
1996	43.315	376.747.137	389.151.085	1.896.211.487	4.498
1997	51.460	381.870.374	348.152.034	1.845.467.967	4.303
1998	49.746	369.186.474	410.334.641	2.083.338.907	4.049
1999	43.697	295.442.356	289.679.546	1.817.826.339	3.218
2000	45.111	329.519.650	334.235.160	2.060.386.759	3.303
2001	40.900	331.100.000	299.400.000	2.267.000.000	3.876
2002	39.800	338.700.000	320.600.000	2.181.000.000	2.570
2003	35.590	299.400.000	255.830.000	2.363.580.000	2.483
2004	34.858	320.094.027	288.675.136	2.477.031.850	2.571
2005	41.528	306.463.687	270.386.729	2.572.534.074	2.573
2006	46.026	320.636.824	310.374.033	2.880.450.427	2.880
2007	45.092	351.396.288	329.197.305	3.013.413.692,53	
2008	51.129	340.274.195	333.264.519	3.305.957.488,25	
2009*	43.814	401.390.391	387.149.234	4.167.594.601,40	
2010	54.754	492.579.094	437.945.286	4.505.918.296,76	
2011	58.192	499.796.286	469.468.841	4.837.439.173,32	

\* A pesquisa divulgada em 2011, que afere o resultado de 2010, apresentou como novidade na sua metodologia, a realização de um Censo do Livro. Isso porque, em todo processo de inferência estatística, é recomendado que, de tempos em tempos, seja atualizado o universo da própria pesquisa. O censo foi realizado entre novembro de 2010 e abril de 2011 e afere o ano de 2009. Com o censo, os dados de 2009 foram reelaborados em 2010.

NOTA: Os valores do faturamento não foram corrigidos pela inflação.

FONTE: <http://www.snel.org.br/dados-do-setor/producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro/>; EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. Em queda livre? A economia do livro no Brasil (1995-2006). In: BRAGANÇA, Aníbal e ABREU, Márcia (Org). **Impresso no Brasil**: Dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

A recuperação das vendas observada a partir de 2008 animou o mercado após a recessão, mas resultou em sobreavaliação da demanda e consequente superprodução, levando ao crescimento dos estoques sem circulação e de alto custo de manutenção. Conforme Cozer (2011, p. S3), “o inchaço na produção teve como estímulos o aumento das compras pelo governo, o maior poder aquisitivo da classe C e o crescimento de um público leitor mais jovem, decorrência do sucesso de Harry Potter”.

As compras governamentais tornaram-se fundamentais para a manutenção das editoras nacionais, uma vez que a venda direta ao consumidor não é suficiente para que haja balanço positivo. Sob esse aspecto, a ampliação do mercado, a partir do aumento do poder de compra da classe C e crescimento das vendas de livros infantis, em franca evolução desde a década de 1980, apresenta-se como alternativa para menor dependência do capital estatal, junto ao surgimento do comércio eletrônico, aliado importante no intento de atingir locais onde as poucas e concentradas livrarias brasileiras não estão presentes. Entretanto, as políticas voltadas à ampliação do comércio e não ao estímulo de novos leitores mantém o antigo e sempre presente problema do livro nacional: o baixo número de leitores, ao menos daqueles dispostos a comprá-lo.

Ao mesmo tempo em que se desenhava um cenário de incerteza para o mercado brasileiro, com crises de superprodução, surgimento de novas pequenas e médias editoras e aumento da compra de livros por venda direta ao consumidor, surge, em 2007, o Kindle, *ereader* da Amazon, que mudou definitivamente o cenário do livro digital nos EUA e expande-se agora para outras regiões onde tenta repetir o sucesso norte-americano.

O livro brasileiro, dentro do sistema de circulação de bens simbólicos, sofreu importantes alterações para atender necessidades de seu tempo e às demandas de seu público. A encadernação predominante tornou-se brochura, com capas artísticas completando e adicionando sentido ao texto, cuja composição adotou caracteres estéticos e de conforto visual para o momento da leitura, junto a novos modelos de

diagramação. Do mesmo modo, o livro digital deve estabelecer-se de forma a atender as demandas que a sociedade atual impõe.

Durante o século XX, período em que se desenvolveu a indústria editorial nacional, diversos agentes somaram-se para que se atingisse o grau de qualidade e importância que o livro brasileiro atingiu. Monteiro Lobato foi sem dúvida figura ímpar, por ter proposto novos parâmetros à produção de bibliográfica, aplicando a ela técnicas mercadológicas de circulação e divulgação. Criou a primeira gráfica do Brasil especializada em imprimir livros, remodelou aspectos formais e estéticos das obras e procurou sempre ampliar o público leitor para livros nacionais, combatendo contundentemente o excesso de traduções e livros estrangeiros no país, que considerava prejudicial ao autor nacional, tendo contribuído, através de suas ações, para o desenvolvimento do campo literário brasileiro. É sua atuação que torna possível, ou ao menos facilitada, a atuação de editores relevantes nos anos seguintes.

José Olympio, Ênio Silveira, José de Barros Martins, Enrique Bertasso e Érico Veríssimo, e, de certa forma, embora não seja exclusivamente um editor de livros, também Victor Civita, foram seus herdeiros, não se contentando em apenas administrar a herança que lhes foi concedida, mas multiplica-la e abrir caminho para a industrialização do mercado do livro, sonho maior de Lobato, e que é atualmente a diretriz das editoras contemporâneas.

É a partir do que foi exposto que se retoma a epígrafe com que foi aberto o capítulo. Ainda que hoje se faça no Brasil livros de tão boa qualidade quanto os melhores centros editoriais do mundo, a história do livro nacional não foi conduzida a partir de um planejamento adequado, que deveria ser posto em prática pelos órgãos governamentais, tendo sido, quase sempre, desenvolvido a partir de iniciativas privadas e isoladas.

Da mesma forma que uma série de obstáculos teve de ser superada pelos editores que reformaram o mercado editorial no século XX, os agentes contemporâneos veem-se diante de desafios que o livro digital pode ajudar a suplantar. A discussão ao decorrer deste estudo estará centrada, portanto, não na dicotomia entre impresso e digital, mas sim nas perspectivas que o livro digital oferece aos editores e de que forma pode contribuir, inclusive, com o crescimento do comércio de livros impressos.

Procurou-se tratar, nesse capítulo, não da história detalhada de editores e casas editoriais, mas sim observar de que forma um comércio de livros concentrado na capital federal pôde tornar-se uma das maiores indústrias editoriais do mundo. O destaque foi dado a aspectos fundamentais que proporcionaram, de algum modo, tal evolução, dividindo o século em períodos por questões de método, mas que de maneira alguma representam delimitações estanques, intersectando-se e complementando-se sempre através de um contínuo que foi e é a história da edição no Brasil durante século XX.

## Capítulo 2

### O livro eletrônico

#### 2.1 Origens e conceitos da informação em meio digital: o *ebook* e o *ereader*

Encontrar ferramentas capazes de reduzir o trabalho físico e mental de operar informações é um processo coadjuvante ao desenvolvimento das sociedades desde a Antiguidade. O ábaco, provavelmente criado na Mesopotâmia por volta de 3500 a. C., mesma região e período em que apareceram os primeiros registros escritos, foi a primeira máquina criada pelo Homem utilizada para o cálculo numérico e, de maneira semelhante, os primeiros equipamentos mecânicos de computação de dados foram utilizados para o trabalho com cálculos e processamento de dados numéricos. Apenas a partir dos anos 1940, surgiram primeiros computadores eletrônicos, embora ainda bastante rudimentares, com destaque para o ENIAC, criado em 1946 pelo governo dos EUA para uso militar.

Destaca-se, nesse período, o projeto do *Memex (Memory Extension)*, idealizado por Vannevar Bush e por ele descrito em um artigo, publicado em 1945 na revista *The Atlantic Monthly*, denominado *As We May Think*. O aparelho tinha por atribuição simular o funcionamento do cérebro humano nos processos de coleta, armazenamento e difusão de livros, documentos e comunicações através da utilização de microfilmes, constituindo-se em, nas palavras de Bush (tradução nossa) “[...] um tipo de arquivo e biblioteca particulares mecanizados”, característica que se alinha ao conceito de biblioteca portátil veiculado pela publicidade dos *ereaders*. À informação armazenada seria possível, ainda, construir relações associativas entre termos, processo precursor do hipertexto, desenvolvido por Ted Nelson em 1974 e base da World Wide Web (*www* ou *web*).

A informática desenvolveu-se nas décadas posteriores com os microcomputadores passando a ser utilizados mais a partir dos anos 1970, beneficiados pela introdução do microprocessador pela Intel, em 1971. Em 1975, Ed Roberts cria o Altair, computador primitivo, dotado de microprocessador, cujo design

se tornaria, com algumas modificações, padrão para a composição dos *desktops* posteriores, até o surgimento da *web* no início da década de 1990, quando o PC tornou-se, de fato, popular. Desde então, o uso da computação e da internet no cotidiano das populações dos países centrais tornou-se indissociável da grande maioria das atividades cotidianas, mesmo existindo grande desequilíbrio na disponibilidade de recursos de informática e de *internet*.

Observa-se nos últimos anos uma tendência cada vez maior à miniaturização dos equipamentos eletrônicos, identificável na ascensão dos *tablets*, que procuram tornar portáteis os computadores pessoais ; reprodutores de som, como o iPod, da Apple; smartphones, que agregam ao telefone celular convencional tarefas complexas antes disponíveis apenas em equipamentos maiores; e os *ereaders* dedicados, que agora se difundem, mas cuja ideia remete ao distante MEMEX, ao precursor Dynabook, espécie de dispositivo portátil com tela e teclado integrados e conexão sem fio, criado por Alan Kay em 1968 e posteriormente desenvolvido junto à Xerox, da qual foi pesquisador; e aos PDAs (*Personal Digital Assistents*), lançados em 1993 e também usados para leitura de livros digitais<sup>25</sup>.

Os *ereaders* compõem-se em gerais ou convergentes e dedicados. A forma como atualmente se configuram os dedicados tem origem na década de 1990, com a comercialização de aparelhos utilizados primordialmente para a leitura de livros e documentos, dentre os quais se destacam, o Sony Data Discman, lançado em 1990 no Japão e em 1991 nos EUA, que utilizava a tecnologia do CD-ROM para o acesso aos *ebooks*, e, posteriormente, o *Rocket e-Book* e o *SoftBook*, disponibilizados em 1998.

O conceito de *ereader* dedicado, como se observa, é recente em relação ao de computadores pessoais, distância que se acentua com a popularização dos dispositivos tendo ocorrido apenas com o lançamento do Sony e-Reader, em 2006, e, principalmente, do Kindle, em 2007. Embora haja entre os aparelhos dedicados mais recentes a tendência à convergência, os recursos não relacionados diretamente à leitura ainda são periféricos e, em muitos casos, pouco desenvolvidos e experimentais, como os navegadores *web* e *players* multimídia.

Na categoria de dispositivos convergentes ou de uso geral, os *smartphones* e os *tablets* são considerados, para os objetivos deste estudo, como portáteis,

---

<sup>25</sup> Complementa a lista o *Sony Data Discman*, lançado em 1990 no Japão e em 1991 nos EUA, que utilizava a tecnologia do CD-ROM para o acesso aos *ebooks*.

enquanto os computadores pessoais, entre *notebooks* e *desktops*, classificam-se como leitores convencionais ou fixos<sup>26</sup>.

Os aparelhos convergentes portáteis são utilizados para leituras extensas já a partir da criação dos PDAs, inaugurados com o lançamento do *Apple Newton MessagePad*, onde textos poderiam ser lidos no formato *NewtonBook*, para o qual foram produzidos centenas de *ebooks*. Os *MessagePads* perderam espaço como assistentes pessoais e também como leitores portáteis a partir do surgimento dos *Palm Pilots*, em 1997, os primeiros computadores de mão com alta capacidade de processamento de dados e que tornaram efervescente o mercado para dispositivos portáteis e a aceitação dos consumidores à leitura em telas menores (WILSON, 2001).

Entre os dispositivos fixos, remete-se aos primeiros *ebooks* a história de seu uso como suporte de leitura. Em 1971, Michael Hart, então estudante da *University of Illinois*, digita pessoalmente toda a Declaração de Independência dos EUA em uma máquina *Xerox Sigma V* da universidade, criando o que viria a ser considerado o primeiro livro eletrônico. Deste primeiro título nasce o Projeto Gutenberg, repositório destinado a disponibilizar eletronicamente e sem custos *ebooks* que estejam em domínio público (HART), inicialmente oferecendo obras em inglês e tornando-se multilíngue a partir de 1997. A iniciativa foi pioneira e “[...] de várias formas, o Projeto Gutenberg foi o primeiro provedor de informação em uma internet ainda embrionária e é a mais antiga biblioteca digital” (LEBERT). A quantidade de livros disponíveis manteve-se baixa até a popularização da internet, em 1991, quando um maior número de computadores em rede tornou o projeto popular e internacional, recebendo contribuições de diversos países (ibid).

O início dos anos 1990, se não apresentou considerável crescimento na disponibilidade de livros digitais, demonstrou que sua comercialização era viável, embora em um contexto ainda limitado. Desse período consta o lançamento de enciclopédias, dicionários e outros livros de referência muito bem-sucedidos em termos de rentabilidade e venda, como a Enciclopédia Encarta, desenvolvida pela Microsoft e distribuída em CD-ROMs a partir de 1993. De fato, o conteúdo dos livros de referência adaptou-se melhor ao suporte digital exatamente pela natureza de sua operação nas versões impressas: leitura fragmentada, intermitente, particularizada

---

<sup>26</sup> Apesar de serem portáteis, os *notebooks* foram aqui considerados em conjunto com os *desktops* devido à sua dimensão e peso.

pela construção pessoal do percurso a ser transcorrido entre verbetes e referências, características presentes também nos hipertextos digitais.

As semelhanças na leitura de obras de referência pela via impressa ou digital, somadas à facilidade ofertada por esta última na redução do espaço físico ocupado, por exemplo, por uma coleção enciclopédica completa; a eliminação do custo de produção, transporte e armazenamento de volumes impressos; e aos recursos hipertextuais exclusivos do meio digital, tornaram pouco viáveis esse modelo de publicação em papel. Tal efeito pôde ser observado na descontinuidade do conjunto impresso da Enciclopédia Britânica, em 2012, após 244 anos em circulação. (ENCICLOPÉDIA...,2013).

Os livros de uso corrente, afora os projetos de digitalização de obras em domínio público, como o Projeto Gutenberg, popularizaram-se nos anos 2000, com destaque para o lançamento, em março de 2000, da novela de Stephen King *Riding the Bullet*, que vendeu mais de 400000 cópias em menos de 24 horas. Sua circulação gerou atritos entre a distribuidora e editora Fatbrain e a detentora dos direitos do livro, a tradicional Simon & Schuster, devido ao receio desta em permitir a uma concorrente distribuir seus títulos (ROSE), além de haver, nos produtos vendidos pela Fatbrain, brechas no código fonte que permitiam ao usuário descarregar o título mais de uma vez em seu computador.

No Brasil, o primeiro *ebook* comercializado por uma editora foi Miséria e Grandeza do Amor de Benedita, de João Ubaldo Ribeiro, obra de encomenda feita em curto período e lançada pela Nova Fronteira em maio de 2000, em formato exclusivamente digital e serializada (venda por capítulos separados), apenas dois meses depois da obra de King. Em 2001, a iEditora, fundada em março de 2000 como braço da Livraria e Editora Nobel para publicações digitais, fechou acordo com a Livraria Cultura para venda de *ebooks* e impressões sob demanda, além de estabelecer parceria com universidades para a disponibilização online ou impressa da bibliografia de seus cursos.<sup>27</sup>

Outra experiência com produção de livros digitais foi feita pelo escritor Mário Prata, quando, através de seu *site* pessoal, permitiu que os leitores observassem os detalhes da produção de seu romance Os Anjos de Badaró. A cada dia, nos

---

<sup>27</sup> Conforme <http://computerworld.uol.com.br/seguranca/2001/06/27/idgnoticia.2006-05-15.8807559126/> ; <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0203200101.htm>. Acesso em: 10 jan 2013.

períodos da manhã e tarde, o autor compartilhou seu processo de escrita com o público, que pôde acompanhar o desenvolvimento do texto, correções, construção de personagens e, inclusive, contribuir com sugestões para o enredo, enquanto uma *webcam* permitia visualizar o rosto do escritor para acompanhar suas expressões durante a atividade. A obra foi publicada como livro impresso pela editora Objetiva no mesmo ano.

Até o lançamento do Amazon Kindle, em 2007, e o consequente ressurgimento internacional do interesse pelo comércio do livro digital, houve poucas iniciativas de produção de *ebooks*. A partir de então, o tema voltou a ser discutido com frequência entre especialistas e meios de comunicação e o sucesso do dispositivo, bem como a introdução de outros no mercado, tencionou positivamente a curva de demanda pelos livros digitais, de tal forma que as maiores editoras nacionais têm catálogos com títulos digitais ou projetos de produção dos mesmos.

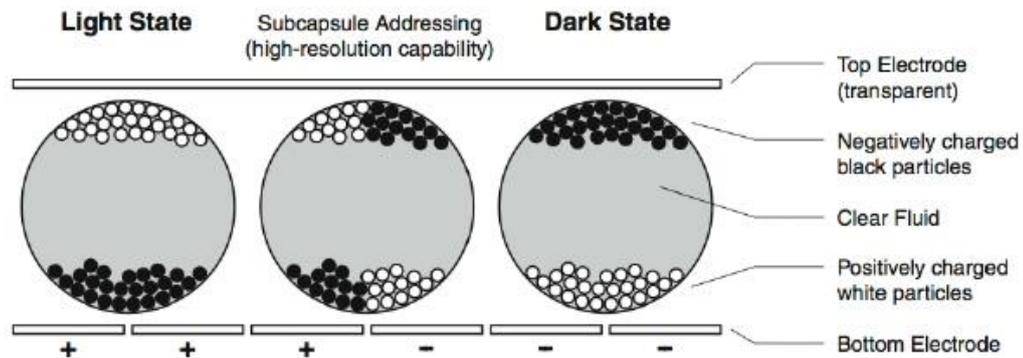
## 2.2 Formatos de arquivo e dispositivos de leitura

Os leitores dedicados têm oferecido, portanto, contribuição fundamental na popularização do livro digital. Apesar da classificação de *ereader* dedicado centrar-se na quase exclusividade de sua função como leitor de textos, a adoção massiva deste tipo de dispositivo se deve principalmente à sua semelhança com a experiência fisiológica da leitura em papel impresso, tendo na tecnologia *e-Ink* seu principal artefato. Desenvolvida a partir de 1997 pela E Ink Corporation, empresa derivada do Massachusetts Institute of Technology (MIT), a tinta digital, como pode ser traduzida, consiste em pequenas cápsulas preenchidas com partículas positivas (brancas) e negativas (pretas) carregadas eletricamente, que, quando estimuladas pelo equipamento, combinam-se dando formas aos textos e figuras (Figs. 1 e 2). Esse processo resulta, segundo Tonkin (2010, tradução nossa)<sup>28</sup> em um “baixo uso de bateria, uma vez que a tela consome energia apenas durante suas atualizações, o que no caso dos *ebooks* geralmente representa viradas de página”. A principal

---

<sup>28</sup> “[...] low battery use, since the screen consumes power only during page refreshes, which in the case of ebooks generally represent page turns [...]”.

função da tela *e-ink* é, sob esse aspecto, simular o conforto visual oferecido pelo papel e tinta dos livros convencionais, diferencial significativo quando se trata de leituras extensivas, melhor adaptáveis, portanto aos *ereaders* dedicados.



**Figura 1** – Esquema de funcionamento das telas *e-ink*  
**Fonte:** Co ; Pashenkov (2008)



**Figura 2** - Ampliação de uma tela *e-ink*, onde podem ser vistas as partículas que compõem a imagem.

**Fonte:** Molecular Machines, MIT Media Lab.

À parte a diversidade de formatos para livros digitais, sejam proprietários ou de código aberto, voltados a dispositivos dedicados ou convergentes, o que se observa de comum a todos é o esforço para a mimetização do livro impresso, movimento ocorrido também quando este surgiu e foi produzido da maneira mais próxima possível ao manuscrito medieval, conforme relata Chartier:

[...] o livro impresso continua muito dependente do manuscrito até por volta de 1530, imitando-lhe a paginação, as escrituras, as aparências e, sobretudo, considerando-se que ele deve ser acabado à mão: pela mão do iluminador que pinta iniciais com ornamentos ou histórias e miniaturas; a mão do corretor ou emendador, que acrescenta sinais de pontuação, rubricas e títulos; a mão do leitor, que inscreve sobre a página notas e indicações marginais. Por outro lado – e mais fundamentalmente –, tanto antes quanto depois de Gutenberg, o livro é um objeto composto por folhas dobradas, reunidas em cadernos colados uns aos outros. Nesse sentido, a revolução da imprensa não consiste absolutamente numa aparição do livro (CHARTIER, 1998, p. 98)

O Livro impresso pode ser considerado, portanto, segundo os dados de Chartier, como uma versão do códice manuscrito, levando-se em conta que mantém praticamente todas as condições materiais deste, tendo alterado apenas seu mecanismo de reprodução. Procurando nos anos iniciais mimetizar os antigos códices, os primeiros impressores produziram obras o mais idênticas possível aos manuscritos, ignorando os recursos que a nova técnica permitia pela necessidade de agradar uma clientela de doutos ainda intensamente apegada a seus velhos livros. Inovações nos tipos, diagramação e formato tiveram de esperar algumas gerações até que pudessem ser aceitas.

Algo semelhante pode ser observado nos livros digitais que estão sendo atualmente produzidos, desenvolvidos de forma a simular a sensação de se estar lendo um códice impresso. É comum apresentarem a reprodução de cada virada de páginas na tela, incluindo o som que remete ao passar de uma folha a outra de papel, assim como o formato de apresentação é idêntico ao de uma folha convencional. As diagramações do texto são bastante conservadoras e, novamente, procuram estar sempre alinhadas ao que se encontra no livro impresso, embora possam ser personalizadas. Por tais características, os *ebooks* são oportunamente chamados por especialistas como Silveira (2012) de *e-incunábulo*s. Sob esse ponto, o caminho ideal para a produção dos livros digitais é a conjunção entre os aspectos positivos do livro impresso (conforto visual, leveza, portabilidade, acessibilidade) com a alta tecnologia dos aplicativos modernos, utilizando-se os recursos disponíveis no meio digital.

A partir da ótica da inovação do livro, embora não haja tantas diferenças, os *ereaders* convergentes, por sua característica intrínseca, ampliam os recursos de leitura ao contarem com melhores sistemas de acesso à internet e a possibilidade de integração com outros aplicativos, como os de som, vídeo, dicionários, enciclopédias

e fóruns de discussão. A possibilidade de se utilizar, inclusive, um único dispositivo para todas as atividades, como é o caso dos *smartphones*, evitando o desconforto de se ter de transportar vários aparelhos, corrobora para a defesa da parcela de leitores que os preferem.

Há, de fato, o que se pode analisar como uma tendência indicativa de que os *ereaders* convergentes podem sobrepujar os dedicados. Em pesquisa realizada pela IDC, evidenciou-se que os dispositivos dedicados tiveram uma queda de 28% no número de aparelhos vendidos em 2012, dados ainda mais relevantes quando se considera que houve neste ano maior disponibilidade de modelos e que, por sua vez, encontravam-se mais baratos que em 2011. Por se tratar de um produto específico, de utilidade apenas para o público leitor, a queda pode significar uma acomodação do mercado após o excelente resultado de vendas observado em 2011, embora em uma pesquisa da Pew Research Center, 23% dos entrevistados alegaram ter lido *ebooks* em 2012, contra 16% no ano anterior (RABY), um acréscimo que poderia refletir positivamente na demanda por dispositivos dedicados.

Expostos os argumentos a favor de cada classe de equipamentos para leitura, cabe neste momento elencar os principais aparelhos disponíveis no mercado e seus respectivos recursos.

Dispositivos	Wireless	Touch Screen	Memória	Tela	Formatos	Audio/ Leitura de Texto	Bateria	Peso	Prós	Contras	Preço (estimado)
 Kindle Paperwhite	Wi-Fi, 3G (opcional)	Capacitiva, 2 pontos de toque	2GB	1024x758 E Ink Pearl	AZW, AZW3, PDF, TXT, MOBI, PRC, <a href="#">Format Guide</a>	Não	3-8 semanas	213 gramas	Tela front-lit de alta resolução, escolha de fontes extras, estimativa do progresso de leitura, web browser	Sem suporte a ePub, iluminação não uniforme, sem botões de virada de página, sem áudio	\$119 \$179 (3G)
 Nook Touch	Wi-Fi	Infravermelho, 1 ponto de toque	2GB, micro SD card slot	800x600 E Ink Pearl	EPUB, PDF	Não	3-8 semanas	197 gramas	Botões de virada de página em GlowLight opcionais, 6 tipos de fonte, Android 2.	Sem browser, modo paisagem, ou audio, GlowLight não é uniforme e reduz o contraste.	\$99 \$119 (glowlight)
 Sony PRS-T2	Wi-Fi	Infravermelho, 2 pontos de toque	2GB, microSD card up to 32GB	800x600 E Ink Pearl	EPUB, PDF, TXT	Não	3-8 semanas	167 gramas	Obtém livros da biblioteca diretamente, avançado sistema de zoom, Evernote, Android	Botões são irregulares e com cliques ruidosos, Sony retirou o suporte a audio, poucos upgrades em relação ao modelo T1.	\$129

 Kobo Glo	Wi-Fi	Infravermelho, 1 ponto de toque	2GB, micro SD card slot	1024x758 E Ink Pearl	EPUB, PDF, TXT, HTML, RTF, MOBI, CBR, CBZ	Não	3-4 semanas	185 gramas	Iluminação frontal, carrega fontes customizadas, tela de alta resolução, processador de 1 GHz, traseira em relevo	Luz com mais brilho na parte inferior da tela, sem suporte a áudio, sem modo paisagem.	\$129 £99
 \$69 Kindle	Wi-Fi	Não	2GB	800x600 E Ink Pearl	AZW, AZW3, PDF, TXT, MOBI, PRC, <u>Format Guide</u>	Não	2-4 semanas	170 gramas	Baixo preço, design sólido, suporte a línguas estrangeiras, fontes nítidas	Sem suporte a ePub e áudio, menos recursos que o Paperwhite.	\$69 (c/ propaganda) \$89
 Kindle 3	3G, Wi-Fi	Não	4GB	800x600 E Ink Pearl	AZW, PDF, TXT, MOBI, PRC, AAX, AA, MP3, <u>Format Guide</u>	Auto- falantes, entrada para fone de ouvido, leitura de texto	10-30 dias	247 gramas	Recursos de acessibilidade, acesso gratuito e global à internet, web browser, leitor de texto, teclado	Sem suporte a ePub, teclado ocupa muito espaço, desatualizado.	\$139 (3G)
 Kobo Aura HD	Wi-Fi	Infravermelho, 1 ponto de toque	4GB, micro SD card slot	1440x1080 E Ink Pearl	EPUB, PDF, TXT, HTML, RTF, MOBI, CBR, CBZ	Não	4-8 semanas	240 gramas	Tela de alta resolução com 6.8", tela iluminada, carrega fontes personalizadas.	Muito espaço perdido na tela durante a leitura, exterior volumoso e liso (escorregadio)	\$169 £139

**Quadro 1:** Principais modelos de *ereaders* dedicados disponíveis

**Fonte:** The e-book reader.com. Tradução e adaptação nossa.

Dispositivos	Wireless	Touch Screen	Memória	Tela	Processador	Audio/Câmeras	Bateria	Peso	Prós	Contras	Preço (estimado)
 Kindle Fire HD	Wi-Fi	Capacitiva, 10 pontos de toque	16/32GB	1280x800 ISP LCD	1.2 GHz dual-core OMAP4460	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone, Bluetooth, câmera frontal	9-11 horas	395 gramas	Tela de alta resolução, aceita aplicativos de terceiros, porta micro HDMI, alto-falantes com bom volume de som	Sem entrada para cartão de memória, opções de personalização limitadas, obrigação de usar a interface Amazon	\$199
 Google Nexus 7	Wi-Fi	Capacitiva, 10 pontos de toque	8/16GB	1280x800 ISP LCD	1.3 GHz quad-core Tegra 3	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone, Bluetooth, câmera frontal	8-9 horas	340 gramas	Tela de alta resolução, SO de código aberto, altamente customizável, é compatível com uma grande quantidade de aplicativos, GPS, rápido, leve e confortável para segurar, OTG	Às vezes a tela fica piscando com menor brilho, sem entrada para cartão de memória e porta HDMI	\$199
 Nook HD	Wi-Fi	Capacitiva, ? pontos de toque	8/16GB, entrada para cartão micro SD	1440x900 ISP LCD	1.3 GHz dual-core OMAP4470	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone, Bluetooth	9-10 horas	315 gramas	Tela com a mais alta resolução entre os modelos, perfis ajustáveis pelo usuário, entrada para cartão microSD	Fechado para usos exclusivo de aplicativos e interface da B&N's, aplicativos Android limitados, adaptador HDMI custa \$39	\$199

 Kobo Arc	Wi-Fi	Capacitiva, ? pontos de toque	16/32/64 GB	1280x800 ISP LCD	1.5 GHz dual-core OMAP4470	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone, Bluetooth, câmera frontal	9-10 horas	364 gramas	Tela de alta resolução, Android 4.0, Aceita aplicativos Google e vem com Google Play	Sem porta HDMI ou entrada para cartão de memória	\$199
 Kindle Fire 2	Wi-Fi	Capacitiva, 2 pontos de toque	8GB	1024x600 ISP LCD	1.2 GHz dual-core OMAP4430	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone	8 horas	400 gramas	Barato, aceita aplicativos de terceiros, loja de aplicativos Amazon, processador eficiente, vídeos por stream	Sem entrada para cartão de memória, sem porta HDMI, carregador de tomada cobrado à parte, propagandas	\$159
 iPad Mini	Wi-Fi, LTE optional	Capacitiva, ? pontos de toque	16/32/64 GB	1024x768 ISP LCD	1.0 GHz dual-core A5	2 alto-falantes, entrada p/ fone de ouvido, microfone, Bluetooth, câmeras frontal e traseira	10 horas	308 gramas	Aplicativos Apple, estrutura robusta e de qualidade, wireless opcional	Sem tela de alta resolução, caro, sem entrada para cartão de memória, adaptador de TV custa \$50	\$329

**Quadro 2:** Principais modelos de *ereaders* convergentes disponíveis

**Fonte:** The e-book reader.com. Tradução e adaptação nossa.

Analisando o quadro dos *ereaders* dedicados, pode-se observar, inicialmente, que todos possuem algum tipo de conexão à internet, seja através de wi-fi ou 3G (redes móveis), uma vez que é através de conexões de rede que boa parte dos recursos disponíveis funcionará. Nesse quesito destacam-se dois aparelhos da Amazon que possuem 3G, o Kindle 3 e o Kindle Paperwhite (opcional). A disponibilidade de acesso a redes móveis permite aos usuários destes dispositivos acessarem gratuitamente e adquirirem títulos da livraria americana por download em qualquer localidade que possua sistema celular com a tecnologia, já bastante difundida entre as cidades de médio e grande porte do Brasil. Ainda, a conexão com redes wi-fi gratuitas cada vez torna-se mais comum em ambientes públicos, como shoppings centers, restaurantes, parques e praças, e em algumas aeronaves e ônibus circulares e rodoviários do país.

Junto à conectividade, a tela dos aparelhos são itens relevantes para a qualidade da experiência do usuário. Ausente em apenas dois dos sete dispositivos dedicados presentes no quadro 1, é notável a tendência a telas *touchscreen*, semelhantes à ferramenta de entrada padrão nos *ereaders* divergentes, que permitem, além de maior área útil de leitura em um menor tamanho de equipamento, a facilidade no uso dos sistemas e de digitação de textos, aliada ao conforto visual da tecnologia *e-Ink* em sua mais recente geração, *Pearl*. A resolução de todas é suficiente para a reprodução eficiente de fontes e imagens (em preto e branco), embora os generosos 1440X1080 pixels do Kobo Aura HD possam transmitir uma experiência mais próxima a de um livro impresso de alta qualidade.

A quantidade de espaço interno disponível varia entre 2GB e 4GB, suficiente para o armazenamento de uma razoável biblioteca. Destacam-se aqueles que apresentam expansão do espaço através de dispositivos externos de memória (MicroSD), tornando-a limitada à capacidade e quantidade de extensores que possuir o usuário. Também se assemelham outras características físicas dos aparelhos, possuindo todos telas de 6 polegadas (com exceção do Kobo Aura HD, com 6,8 polegadas), duração de bateria e peso próximos, não apresentando caixas de som (excetuando-se o Kindle 3), o

que reforça o caráter de leitor e a baixa propensão ao uso como central multimídia dos aparelhos divergentes.

As diferenças fundamentais entre os dispositivos iniciam-se a partir dos formatos de arquivos aceitos, situação onde há dois grupos distintos: um composto pelos aparelhos vendidos pela Amazon, que rodam o formato proprietário da empresa, o AZW, e outro formado pelos equipamentos concorrentes, que leem o formato de código aberto ePub.

O AZW tem por base o formato MOBI, criado pela companhia francesa Mobipocket, adquirida pela Amazon em 2005. Tornou-se padrão para os livros digitais vendidos pela empresa, restritos por DRM (*Digital Rights Management*) associados exclusivamente ao número de identificação do comprador, o que impede a circulação não autorizada das obras. É capaz também de gerar arquivos sem DRM, tornando-se, nesse caso, praticamente idêntico ao MOBI, diferindo apenas em capacidade de compressão do arquivo gerado.

Comum a todos os dispositivos de leitura não comercializados pela Amazon, o ePub (*eletronic publication*) é um formato aberto e gratuito, desenvolvido pela International Digital Publishing Forum (IDPF) e por esta definido como “um meio de representação, empacotamento e codificação de conteúdo Web estruturado e semântico - incluindo imagens XHTML, CSS, SVG e outros recursos - para distribuição em um formato de arquivo único”<sup>29</sup>. É utilizado em uma grande variedade de leitores digitais e devido à multiplicidade de dispositivos em que está presente, bem como o grande número de livrarias que o comercializam, o ePub é a codificação com o maior número de títulos digitais disponíveis.

O formato comum a todos, e padrão para livros digitais em dispositivos e computadores pessoais é o PDF (Portable Document Format), de propriedade da Adobe Systems Software Ireland Ltd. A eficácia em conservar o estilo, formatação e conteúdo do arquivo desenvolvido pelo autor fez com que seu uso se tornasse difundido globalmente para a codificação de livros e documentos digitais onde se deseja manter a padronização de leitura em todos os dispositivos em que for executado. Entretanto, é pouco compatível com a

---

<sup>29</sup> <http://idpf.org/epub>. Acesso em: 12 mar 2013.

leitura na maioria dos *ereaders* dedicados, ainda que seja legível por todos, exatamente devido à característica que o fez tão bem-sucedido: a manutenção de um formato padrão, pouco adaptável e desconfortável para leitura em telas pequenas.

Em relação às características positivas apresentadas pelos leitores, podem-se destacar como principais a possibilidade de seleção de tipos e tamanhos das fontes de texto, permitindo ao leitor adequá-las às suas preferências estéticas e necessidades fisiológicas da atividade de leitura, e a iluminação das telas, com tecnologias distintas, mas que têm como princípio básico lançarem focos de luz transversais ao painel, permitindo que se leia em ambientes não iluminados sem prejudicar o conforto visual característico dos *ereaders* dedicados. O peso, em todos inferior a 250 gramas, é o equivalente a um livro impresso médio.

Os recursos de softwares adicionais ao sistema operacional não se estendem muito além da presença de dicionários mono e multilíngues, que podem ser incorporados ao texto para a compreensão de vocábulos durante a leitura e *web browsers*, embora os *ereaders* não sejam adequados ao uso para acesso a sites da internet, devido às limitações de sua tecnologia e à incompatibilidade com recursos presentes em alguns sites, como player de animações Flash, da Adobe, e o código de programação Java, da Sun Microsystems.

Examinando a segunda tabela, composta pelos *ereaders* convergentes, pode-se estabelecer uma série de características que distanciam as duas categorias de dispositivos. Destaca-se, já em primeira análise, a tela colorida, retroiluminada e de alta resolução dos aparelhos, em contraste à monocromática tela dos dedicados, o que, junto à robusta configuração de hardware, com alta capacidade de armazenamento e processadores de múltiplos núcleos, procura responder adequadamente às solicitações de uma central multimídia, na qual o usuário deve utilizar com fluidez recursos como sons, vídeos, jogos, navegação, tarefas profissionais e cotidianas, como produção de textos, planilhas e apresentações, organização de compromissos, ler e-mails e participar de redes sociais.

A entrada de dados ocorre por meio de telas capacitivas de alta sensibilidade, algumas com dez pontos de contato simultâneo (o usuário pode utilizar os dez dedos de suas mãos em conjunto para operar o dispositivo), em contraste com o limite de dois pontos nos dedicados, quando possuem telas sensíveis. Alto-falantes e saída para fones de ouvido estão presentes em todos os aparelhos, enquanto apenas dois dispositivos dedicados disponibilizam tais recursos. Ainda, o sistema operacional permite aos convergentes ampliarem sua oferta de softwares através de lojas de aplicativos disponíveis para download, muitos deles gratuitamente. Nos dedicados, a oferta de softwares novos é bastante limitada, dependendo de atualizações dos desenvolvedores.

As diferenças elencadas entre telas, entrada e saída de dados e sistema operacional definem, mas não cerceiam, o uso a que se destina cada uma das categorias de aparelhos. Enquanto *ereaders* dedicados têm características melhor ajustadas para uso como suporte de leitura de textos de maior extensão, como literatura, ensaios e trabalhos científicos longos, os convergentes destacam-se pela multiplicidade de funções, entre as quais a leitura é *uma*, mas não *a mais relevante* delas. Por pretender contemplar mais ampla gama de atividades, estes aparelhos não são especializados nas atividades que executam, mostrando-se suficientes para uso geral.

Há, entretanto, considerável desenvolvimento dos dispositivos convergentes em itens como a capacidade de processamento e armazenamento, portabilidade, qualidade e definição das telas, mecanismos de conexão, entrada e saída de dados, entre outros componentes essenciais para diversos usos. Pode-se considerar que há, de fato, sinais claros de que os *ereaders* dedicados tendem a evoluir e tornarem-se convergentes. O aprimoramento das telas *e-ink*, que já possuem modelos coloridos, embora de qualidade ainda aquém às de telas convencionais, a maior capacidade de hardware dos novos modelos e a necessidade de se reduzir o número de dispositivos diferentes a serem transportados indicam que os aparelhos hoje especializados tendem à convergência.

### **2.3 Comprar, vender, emprestar**

O livro digital suscita discursos acalorados contra sua disseminação e possível desaparecimento do impresso, não apenas pelos aspectos práticos da leitura e produção da escrita ou subjetivos, como os que serão tratados no tópico seguinte, mas principalmente por colocar em cheque um mercado de grande importância dentro da indústria cultural que é o editorial.

Muito do temor que apresentam os agentes da cadeia produtiva do livro se deve ao desconhecimento que demonstram da questão do livro digital, bem como ao caráter conservador e protecionista do setor e de seus profissionais. Nos últimos anos, mais acentuadamente a partir da comercialização do Kindle e da chegada da loja virtual da Amazon ao Brasil, em dezembro de 2012, a questão deixou de ser evitada e tornou-se pauta comum entre os editores e livreiros nacionais, que se organizam para compreender o tema sob bases científicas e também através de treinamentos de seus gestores e funcionários.

O sistema de circulação do livro baseia-se nas operações de compra, venda e empréstimo, não sendo consideradas, para os objetivos deste estudo, as doações. O empréstimo, por sua vez, feito por instituições públicas ou privadas, requer que haja o processo de compra dos títulos a serem disponibilizados, sendo, por isso, o comércio do livro o principal instrumento de sua circulação.

Em um primeiro momento a ideia de aquisição de um livro remete à imagem do consumidor os escolhendo e comprando em uma livraria ou em pontos de venda alternativos, como bancas de jornal, supermercados, lojas de departamento e drogarias, até as modernas máquinas de venda presentes em locais de grande circulação, como metrô. Entretanto, no Brasil, a produção editorial ainda é refém das compras governamentais, que corresponderam a grande parte das receitas de muitas empresas e a totalidade de algumas que editam apenas para venda pelos programas oficiais de aquisição bibliográfica. Conforme Earp ; Kornis (2005), embora os dados não sejam precisos, mais de 50% dos livros editados no país são adquiridos pelo governo para a distribuição através dos programas de incentivo, correspondendo a aproximadamente 25% das receitas do setor e 34%, em média, de todos os livros comercializados no último triênio. Sob essa perspectiva, já há iniciativas do poder público em

inserir o livro digital nos programas oficiais, o que resultaria em economia de verbas, visto que os descontos de escala chegaram a um patamar limite para os livros impressos. A partir de 2015, o edital para a contratação de livros do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) admite a oferta de “[...] obras multimídia, que reúnam livro impresso e digital, [...] [que] deverão ter vídeos, áudios, animações, infográficos, mapas interativos, páginas da web e outros objetos que complementarão as informações contidas nos textos escritos”<sup>30</sup>.

Para os alunos beneficiados, portanto, a disponibilidade de um leitor digital permite o acesso às obras adquiridas e aos bancos de dados multimídia que, junto a elas incluídos, ampliam as possibilidades de aprendizado e de acesso à informação de qualidade, que potencializando o conteúdo programático visto em sala de aula.

Apesar da importância do governo no mercado editorial, é sob a ótica das vendas não governamentais, a venda para o mercado privado, responsável pela fração restante do comércio bibliográfico no Brasil, que o livro digital aponta novas e interessantes perspectivas para os editores e livreiros, bem como onde mais se questiona a introdução do suporte eletrônico. Requer-se, porém, o estabelecimento de um contingente satisfatório de *ereaders* entre a população leitora, importante fator para o crescimento da procura por livros digitais, o que, por conseguinte, pressiona o setor editorial, conforme abordado, bastante conservador e resistente a inovações não impingidas pela demanda do mercado, a investir na produção de *ebooks*, bem como favorece o surgimento de novas editoras voltadas à publicação digital.

Sob esse aspecto as livrarias têm sido melhor contribuintes para a popularização do livro digital no Brasil do que as editoras nacionais. A americana Amazon trouxe, logo após iniciar sua atuação em território nacional, seu popular leitor Kindle, com pronta reação de uma das maiores redes do país, a Livraria Cultura, que em parceria com a canadense Kobo Inc. introduziu no país uma linha de *ereaders* que incluem o modelo de tela iluminada e sensível ao toque, até então inédito no mercado nacional, alinhando o leitor

---

<sup>30</sup> MEC quer dar acesso ao livro digital até 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/mec-quer-dar-acesso-ao-livro-digital-ate-2015>>. Acesso em: 05 mar 2013.

brasileiro ao que parece ser a tendência entre os dispositivos recentes. Antes de Kindle e Kobo, foram lançados oficialmente no país, embora sem a mesma aceitação, os leitores Positivo Alfa, e Cool-ER, este em parceria com a Gato Sabido, primeira loja brasileira de livros digitais, e o site de varejo online Submarino.

A iniciativa dos livreiros em inovar e diversificar suas atividades e campos de atuação deve ser vista como parâmetro para o setor editorial, não no que tange à comercialização de dispositivos de leitura, mas à necessidade de modernizar e remodelar sua produção de livros, o que demanda a reorganização da própria estrutura das companhias. No início dos anos 1990, um curso de treinamento gerencial oferecido pela UNESCO (1992) para a administração de editoras definia que estas casas, para funcionarem adequadamente, requeriam alguns departamentos básicos, como o editorial, responsável pelo tratamento dos manuscritos; o de design e produção, com a função de definir, junto ao marketing, questões acerca do desenvolvimento e lançamento das obras; o de marketing, que indica a efetividade das vendas em relação aos públicos a serem atingidos, bem como estratégias de promoção dos produtos; o de contabilidade/finanças, responsável pelo balanço das companhias; e o de avaliação, designado para cuidar da imagem da editora.

Tais departamentos, suficientes para a produção de livros impressos já não são para a publicação de digitais. As grandes editoras começam a se preparar para a produção em massa de obras digitais com a formação de equipes dedicadas ao trabalho com *ebooks*, que podem incluir profissionais até então pouco ou nada ligados à indústria do livro, como programadores, animadores e designers especializados. Há ainda, no caso de livros multimídia, a necessidade de pessoal específico, em geral terceirizado, como produtores de vídeos, desenvolvedores de jogos e *webdesigners*.

Os próprios canais de divulgação das editoras, mais que nunca, demandam profissionais capacitados a torná-los acessíveis em diferentes plataformas, especialmente em *smartphones* e *tablets*, que apresentam acentuadas curvas de crescimento, bem como a participação em redes sociais já não é mais acessória nas estratégias de marketing das companhias, independente de seu tamanho ou importância no mercado. Independente do

modelo de negócio escolhido, a presença e visibilidade na internet são fundamentais para quem deseja sobreviver em um mercado de ampla concorrência como o editorial.

Junto ao aspecto da digitalização da estrutura de produção e administração do setor, os editores têm de compreender quem são e o que desejam seus potenciais leitores, entender, portanto, quem é seu público e o que interessa a esse público, para poder tanto adequar sua produção ao amplitude do mercado, quanto instituir novas demandas ainda latentes. Nesse quesito, a *internet* pode ser um importante aliado ao fornecer pistas sobre a atividade de leitores, por exemplo, o que pesquisam em mecanismos de busca, como Google e Bing, ou sites de comércio online de livros, sejam impressos ou digitais, como a Amazon.

Conhecendo as preferências do público e sabendo ofertar-lhe o que lhe interessa a preços atrativos, aumenta-se consideravelmente a possibilidade de sucesso comercial dos livros, induzindo o importante aspecto da compra de ocasião, que ocorre, em relação ao setor editorial, quando o leitor encontra uma obra de seu interesse e a adquire pelo fator de oportunidade, mesmo que não haja necessidade imediata, nem que se pretenda lê-la em um futuro próximo.

É a partir desse panorama, onde os processos de produção já se digitalizaram e o produto se encaminha para tal fim, que se elevam novas oportunidades de comércio e circulação de livros, urgentes nas agendas das editoras, independente de seu porte. Sob esse aspecto, o livro digital possibilita inovações, que, embora pouco implementadas, já são tecnologicamente viáveis e têm capacidade para reestruturar o modelo de comércio de livros no Brasil.

Um dos principais receios de grande parte das editoras, e ao qual o livro digital tem condições de equacionar, é a publicação de autores desconhecidos, bem como temáticas aparentemente menos comerciais e que se tornam de alto risco quando editadas em papel. Os custos materiais de impressão são altos em pequenas tiragens e somam-se a eles despesas como as de logística, estoque, e possíveis devoluções. Portanto, publicar em formato digital obras de que não se tem perspectiva de retorno em curto prazo, realizando “testes de edições”, evidencia-se como solução para que haja maior bibliodiversidade em

editoras de médio e grande porte, com menor risco de prejuízos, uma vez que, dentro de uma estrutura ajustada de produção, o custo do trabalho editorial pode ser reduzido<sup>31</sup> a ponto de incentivar a maior produção.

A publicação de obras que normalmente não encontrariam oportunidade de edição no formato convencional<sup>32</sup> é um dos principais benefícios do livro digital, a partir do ponto de vista da diversidade cultural, mas a recuperação de obras esgotadas estabelece também uma nova perspectiva para editores e leitores. Ainda sob a égide dos direitos autorais, embora sua reedição já não interesse às editoras proprietárias, por conta de possuírem mercado específico e limitado, tais obras podem voltar ao mercado em formato digital, sem representarem maiores riscos. Da mesma forma, obras de fundo de catálogo, aquelas que já foram editadas há alguns anos e não estão mais entre as novidades que costumam compor o acervo das livrarias, têm maior chance de encontrar novos leitores a partir de sua digitalização e divulgação em seções como as de compras sugeridas, comuns nas livrarias *online*.

Diversificar as publicações oferecendo maior quantidade de itens que serão vendidos em menor quantidade, atendendo não apenas mercados de massa, mas também mercados de nicho, é uma iniciativa que vai ao encontro da popular teoria da cauda longa, que define a tendência em uma oferta maior de produtos menos procurados, proposta por Chris Anderson, editor-chefe da renomada revista de tecnologia *Wired*. O baixo custo proporcionado pelo comércio de produtos digitais possibilita a disponibilidade de uma ampla gama de itens que venderão pouco, mas que, em conjunto, movimentam capitais semelhantes ao dos mais vendidos.

É determinante, ainda, que se defina o modelo de negócio adequado aos objetivos de cada editora, bem como que se escolham plataformas de comércio eficientes para a venda dos livros digitais. O modelo mais comum utilizado pelas editoras tanto no Brasil como no mundo é o da venda direta da

---

<sup>31</sup> A terceirização do serviço de editoração digital (preparação dos originais para o formato digital, excluindo copidesque, correções e revisão de texto) custa, para um livro autoral particular de até 250 páginas de texto e com até 30 imagens, R\$390,00, conforme indicado no site da empresa Simplíssimo ([www.simplissimo.com.br](http://www.simplissimo.com.br)) em maio de 2013.

<sup>32</sup> Há, entretanto, alternativas de baixo custo para edições impressas, como a impressão digital em pequenas tiragens ou sob demanda, que serão abordadas no próximo capítulo.

licença de posse, que se baseia naquele já em uso para o livro impresso, com a diferença que não se tem o livro materialmente em mãos, mas sim o texto digital armazenado em um dispositivo de leitura. Observa-se, que, assim como a composição das publicações digitais, este modelo demonstra o conservadorismo dos editores e sua persistência em vender suas obras digitais do mesmo modo que vendiam as impressas.

Comportamento equivalente teve a indústria fonográfica, que apenas conseguiu voltar a crescer quando adotou modelos independentes daquele utilizado para a venda de discos e CDs, através do comércio de faixas digitais individuais e da negociação dos direitos de execução de suas músicas para serviços de streaming por assinatura, onde o usuário paga uma taxa mensal para ter acesso online (e fazer download, em alguns planos) à extensa gama de títulos de diferentes artistas.

A indústria do livro deve estar atenta às novas possibilidades trazidas pelo digital, mudando seu foco da venda direta de títulos com limitações de frágeis travas anti-cópias (conhecidas como DRMs, *Digital Rights Management*), para a comercialização de conteúdos que de fato incentivem o leitor a pagar pelo uso das obras. Um modelo de assinatura seria atrativo para leitores extensivos, que leem ou consultam várias obras por mês. Através de cobranças mensais o leitor poderia ter acesso ao catálogo de uma editora ou grupo de editoras, podendo acessar um determinado número de títulos no período, estabelecido por um valor total ou de obras acessadas concomitantemente. A título de exemplo, o assinante poderia acessar em seu dispositivo até cinco livros ao mesmo tempo por uma semana ou obter um total de vinte títulos ao longo do mês. Semelhante a este plano, poder-se-ia cobrar, especialmente no campo de livros técnicos, pelo acesso temporário a uma única obra, que, não sendo do leitor, deveria realocá-la caso desejasse obter novo acesso.

Outro ponto relevante e que começa a ser foco de investimentos por parte de editoras nacionais é a oferta de recursos extras que tornam o livro digital não mera transposição do arquétipo impresso, mas produtos culturais hipermidiáticos e interativos, como são aqueles que circulam nas redes e tornaram-se padrão para o uso da informação digital. A produção de vídeos,

animações, imagens, mapas, documentos, entre outros recursos adicionais que possibilitem novas experiências ao leitor é uma importante iniciativa para convencer aquele que ainda receia adquirir um livro digital ou considera seu preço muito próximo ao do livro impresso. Esse tipo de livro hipermídia, conhecido como *enhanced ebook* tem ganhado espaço e se destacado principalmente em livros infantis e best-sellers.

Pode-se optar, também, por comercializar os recursos extras que se relacionem à obra, reduzindo seu preço e compensando a consequente queda de receita. No âmbito dos títulos de ficção, por exemplo, é possível vender contos ou poemas exclusivos que não figuram no livro adquirido, bem como oferecer jogos ou pequenos vídeos com histórias que se relacionem ao universo e aos personagens da obra.

O segmento dos livros técnicos, científicos e didáticos, é especialmente beneficiado pelas potencialidades do ambiente digital, que pode abrir campo a vários serviços a serem prestados, tornando-se importantes diferenciais para a distinção em um setor concentrado e competitivo. Aulas em vídeo, exercícios e resoluções extras e oferecimento de atendimento online personalizado como auxílio didático são formas interessantes de se agregar conteúdo às obras disponíveis e podem ser o detalhe que pesa na balança no momento de se decidir sobre qual a melhor opção para compra, seja individual ou institucional.

A questão da atualização do conteúdo também é fundamental para o campo, onde as informações estão em constante modificação. O livro impresso resulta em um custo bem maior para qualquer alteração, principalmente pelo fato de terem de ocorrer reformulações na diagramação do texto e reimpressão de todo o conteúdo, mesmo que tenham sido feitos apenas pequenos ajustes, além de todos os exemplares impressos e não vendidos perderem seu valor. O intervalo entre as atualizações em um livro impresso e sua nova edição pode chegar a vários meses, enquanto, utilizando-se o livro digital, as atualizações são dinâmicas, podendo ser feitas a qualquer momento e na quantidade que forem necessárias, recebendo-as o usuário em tempo real ou em um curto período.

Ainda no que diz respeito aos livros técnicos, não se pode desprezar o histórico problema do alto custo para os alunos da aquisição de títulos

componentes da bibliografia básica dos cursos de graduação e pós-graduação. Envolvendo valores que, em algumas áreas, especialmente das ciências exatas e biológicas, facilmente ultrapassam centenas de reais, o livro digital apresenta-se como caminho ao permitir a compra fracionada de uma obra, recurso em que o valor total do título dilui-se na quantidade de páginas a serem efetivamente utilizadas.

É comum que o estudante necessite apenas de uma parte ou capítulos das obras indicadas, mas, pelo modelo adotado atualmente, é obrigado a adquirir o livro na íntegra e, devido ao alto custo, vê-se incentivado a procurar alternativas que infringem os direitos autorais, como as reprografias não autorizadas. Podendo adquirir de forma legal, diretamente do autor, editora ou livraria, conforme o caso, apenas a parte do livro que deseja, geralmente aquela recomendada pelo docente, e visualizá-la em melhor qualidade que a fotocópia, através de algum dispositivo digital de leitura, com licença exclusiva para seu uso, há o desencorajamento da utilização de outros meios para a obtenção das referências de que necessita.

Para que os modelos apresentados sejam efetivos, entretanto, é necessário que existam boas plataformas de comércio, com amplas condições de pagamento e mecanismos de busca precisos, que retornem ao possível cliente o título procurado (caso não seja possível, que possam indicar-lhe obras afins que venham a lhe interessar e serem adquiridas). Destacam-se quatro plataformas populares no Brasil, o Google Livros, a Amazon, a Livraria Cultura e a iBookstore.

O Google Livros, através de sua Play Store, combina os recursos de comércio de livros, acesso a obras gratuitas em domínio público, obtidas através de parcerias com bibliotecas em todo mundo<sup>33</sup> e indicação de localização de um exemplar pesquisado em uma biblioteca próxima, quando possível. A plataforma evidencia-se também por estar nativamente nos *smartphones* e *tablets* modernos baseados no sistema operacional da empresa, o Android, que corresponde, segundo dados do IDC (International

---

<sup>33</sup> A negociação da empresa com as bibliotecas, bem como as possíveis consequências dos acordos firmados, é detalhada em DARNTON, Robert. A questão dos livros: presente, passado e futuro. Tradução: Daniel. Pellizari. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

Data Corporation) (MARTIN, 2013), a 75% dos *smartphones* vendidos no primeiro quadrimestre e mais da metade (56,6%) dos *tablets* comercializados no primeiro trimestre de 2013 (RUIC, 2013), hegemonia essa que garante grande visibilidade aos autores e editores que optarem por utilizá-la.

Recém-chegada, a Amazon, que nos EUA é uma empresa de varejo eletrônico, oferecendo produtos de diversos setores, trouxe ao país sua vasta experiência em comércio de livros digitais e seu leitor dedicado, o Kindle, responsável por ampliar o mercado de *ebooks* no mercado norte-americano. Após as expectativas criadas por várias especulações sobre sua inauguração, a loja entrou no ar, sem campanhas de divulgação, no dia 06 de dezembro de 2012, mesma data em que o Google passou a contar com o serviço de venda de livros, sendo provável que o lançamento concomitante das duas lojas tenha sido uma estratégia para não perder espaço para o concorrente. O mercado de livros digitais nacional ganhou, com a Amazon, não apenas o leitor digital de maior sucesso comercial, mas também a plataforma de autopublicação Kindle Direct Publishing (KDP), que permite ao autor vender suas obras na livraria sem a necessidade da intermediação de um editor, um processo que tem colocado em xeque a figura deste profissional do setor e que será estudado mais detalhadamente a seguir.

A Livraria Cultura, uma das mais tradicionais empresas em atuação no Brasil, iniciou suas atividades em 1947 e possui hoje 17 lojas em rua e shoppings. Mesmo tendo construído um grande patrimônio material e simbólico a partir dos livros impressos e lojas físicas, foi uma das primeiras livrarias online do país e já em março de 2010 entrou no mercado de *ebooks*. Em dezembro de 2012, inicia as vendas do leitor dedicado Kobo Glo, o primeiro *ereader* nacional a apresentar tela com iluminação própria, permitindo a leitura em ambientes com luminosidade reduzida. A iniciativa de lançar um leitor revelou rapidamente seus resultados: conforme o presidente da Livraria Cultura, Sérgio Herz, desde o lançamento do dispositivo houve um aumento de 312% nas vendas de livros digitais, sendo que em alguns lançamentos de *best-sellers* o *ebook* chega a representar 20% do total de vendas (JUSTUS, 2013).

A Apple iniciou as vendas de *ebooks* no país, através da plataforma iBookstore, de maneira considerada contraproducente: preços fixados em dólar

e com IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras, aplicado em transações como Crédito, Câmbio e Seguro, ou relativas a Títulos e Valores Mobiliários, incidente aos livros devido à conversão referente à cobrança em moeda estrangeira). Em atividade desde outubro de 2012, a loja nacional de livros de uma das maiores empresas de informática e tecnologia do mundo, tem como grande trunfo a popularidade de seu *tablet*, o iPad, e o celular iPhone, além de um mercado consumidor dos produtos da empresa já habituado ao eficiente sistema de vendas digitais da empresa. Recentemente, porém, a companhia envolveu-se em um escândalo de formação de cartel junto a editoras americanas para fixação em um patamar mais alto do preço cobrado por *ebooks*<sup>34</sup>.

Outro ponto em discussão acerca do comércio de livros é a utilização de livros digitais em bibliotecas públicas ou institucionais. Nos EUA, conforme dados da American Library Association, 76% das bibliotecas americanas emprestam *ebooks*, enquanto 39% cedem *ereaders* ao seu público (HOFFELDER, 2013). Utilizando-se de livros digitais, as bibliotecas não teriam mais a necessidade de possuírem instalações físicas para funcionarem. Os prédios poderiam ser alocados para armazenagem de artigos raros ou de uso restrito, bem como para a disponibilização de outros documentos e fontes. Ainda, o acesso sem limitações de horário pode compensar as dificuldades em se conseguir livros fora dos períodos regulares de funcionamento e em férias, bem como o intercâmbio entre diferentes bibliotecas nacionais ou internacionais permite a circulação mais eficiente de obras.

Entretanto, editoras ainda estão relutantes em autorizar que suas edições sejam utilizadas digitalmente para empréstimos gratuitos. Propõem, como alternativa, que os empréstimos digitais se limitem ao que representaria o tempo de vida médio de um exemplar em papel, que deve ser recomprado após sua deterioração natural pelo uso. Entretanto, como mensurar o desgaste de um livro impresso, contando que há variações na forma como é lido entre diferentes públicos ou campos do conhecimento? Percebe-se, novamente, pela

---

<sup>34</sup> APPLE É CONSIDERADA CULPADA DE FIXAR PREÇOS DE LIVROS ELETRÔNICOS. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/07/1308912-apple-e-considerada-culpada-de-fixar-precos-de-livros-eletronicos.shtml>. Acesso em: 12 jul 2013.

solução apresentada, que há dificuldade, por parte dos editores, em estabelecer modelos de negócio independentes daqueles praticados para os livros em papel, sendo que alternativas como a de cobrança por assinatura, vista acima e semelhante ao que já se pratica em periódicos científicos, já em sua grande maioria digitais, ou por unidade emprestada, determinando um valor a ser pago por cada empréstimo realizado, apresentam-se como mais adequados ao livro digital.

Há também a modalidade de empréstimo interpessoal ou particular, comum entre aqueles que possuem exemplares impressos. Se estes podem ser facilmente cedidos temporariamente a outro leitor, sem que haja qualquer tipo de ilegalidade na prática, o mesmo não ocorre com o livro digital. A aquisição do livro digital, pelos modelos atuais, não estabelece a posse de um objeto físico, como o impresso, mas sim de uma licença de uso para um produto digital, que limita o usuário a dispor livremente do que adquiriu. Quem compra um *ebook* adicionado de DRM, por conta dos direitos autorais, vê-se impedido de emprestar o livro devido às travas que impossibilitam sua visualização em outros dispositivos que não aqueles registrados pelo comprador. A única forma, neste caso, seria o empréstimo do dispositivo e não do título em si, interrompendo o dono de acessar aos seus outros livros no período, o que não ocorre no empréstimo de um livro impresso, quando se perde o direito de ler o exemplar por algum tempo, não toda a biblioteca. Uma solução viável seria a possibilidade de envio online da obra a outro usuário, sendo que, enquanto aquele que recebeu o livro o lê, o acesso do dono à mesma ficaria bloqueado.

Os modelos e plataformas apresentados são vistos com certa temeridade, portanto, devido a serem considerados capazes de pôr em xeque os papéis tradicionalmente estabelecidos dos principais agentes da cadeia editorial: o autor, o editor e livreiro ou comerciante. O próximo capítulo será dedicado a tratar da relação entre o livro digital e cada um desses agentes.

## Capítulo 3

### Edição, autores e livros

As transformações suscitadas pela expansão dos dispositivos digitais restabelecem os parâmetros de circulação e apropriação da informação com tamanha intensidade que, como defendem Cavallo ; Chartier (1999, p. 32) “do códex à tela, o passo é tão importante quanto o que foi dado na passagem do rolo ao códex”. As mudanças ocorrem tanto nas estruturas sociais quanto nos padrões individuais de leitura e recepção, em questões que envolvem desde a produção e o comércio do livro como os modos e a fisiologia de seu consumo.

Há alterações importantes, no que diz respeito ao comportamento individual, na estrutura cerebral, na anatomia e fisiologia (questões de postura e ótica), assim como nas práticas pessoais e sociais de leitura. As transformações são grandes, mas a identidade que persiste com o livro, enquanto códice impresso, desacelera avanços e tem procurado transmitir à nova mídia muitos de seus aspectos particulares. É importante estabelecer, então, os papéis de cada ator e de cada suporte, para que se possa compreender o que é e o que pode ser, tanto o livro digital como o impresso.

#### 3.1 Edições digitais

Vive-se, com a irrupção das tecnologias digitais, a transição do que foi uma cultura oral, tornou-se escrita e agora se revela escrita/visual. A palavra não perdeu seu poder, mas aliou-se e realimentou a um antigo instrumento de comunicação, a imagem, para constituir a estrutura das sociedades que começam a se digitalizar. O escrito, embora subjugando com frequência as regras estabelecidas, está cada vez mais presente entre os processos de interação, através de atividades em rede tornadas comuns, primordialmente em centros urbanos melhor estruturados, como enviar e-mails, participar de redes sociais, bate-papos online, seja via *websites* ou comunicadores instantâneos, bem como redigir comentários e envolver-se em discussões sobre informações

disponibilizadas em formato de notícias ou artigos. Cursos (também online), documentos profissionais e busca por informações permaneceram baseados na leitura e escrita, mas agora digital. O cenário apresentado segrega, certamente mais que no passado, aquele que não esteja instrumentalizado a decifrar os códigos da linguagem escrita, razão pela qual a alfabetização plena e não apenas funcional, é indispensável, não somente para a inserção do indivíduo nas redes digitais, mas também para a eliminação de parte das diferenças sociais, que se revelam, por exemplo, na remuneração e no acesso a cargos e ensino públicos.

Por outro lado, se a cultura escrita centralizou os modos de comunicação em equipamentos digitais, a cultura do visual, em contrapartida, estabeleceu-se com vigor. Destacadamente a partir do desenvolvimento, barateamento e conseqüente popularização de equipamentos de captura de imagem, assim como de estrutura de rede e tráfego de dados para sua circulação, a disponibilidade de fotografias, vídeos, ilustrações e animações disseminou-se rapidamente. Profissionais e amadoras, estas imagens propagam-se com velocidade, muito em virtude da efetividade das redes sociais, que permitem a rápida publicação e compartilhamento. Os próprios meios de comunicação, antes detentores quase exclusivos da produção de notícias, solicitam e utilizam conteúdo do público, ainda que criado de forma amadora, para que possam cobrir eventos em menor tempo e com mais exclusividade possível.

No início de sua produção, o livro impresso permitiu a difusão da informação a outros setores não elitizados da sociedade e enfrentou resistência daqueles que tinham pelos manuscritos uma relação de fetiche e adoração, determinando a recusa a que o códice, objeto sacralizado, circulasse livremente, anulando, assim, seu poder como instrumento de distinção simbólica. O livro digital amplia a circulação da informação com maior vigor que o fez o livro impresso e representa questões outras, para sua popularização, das que enfrentou o livro impresso. Diferente deste, o digital faz mais que estender o acesso ao texto, quase sempre distribuído na própria região ou nação em que foi produzido, potencializando sua circulação, em teoria, irrestritamente a todos que tenham acesso às redes em que for publicado.

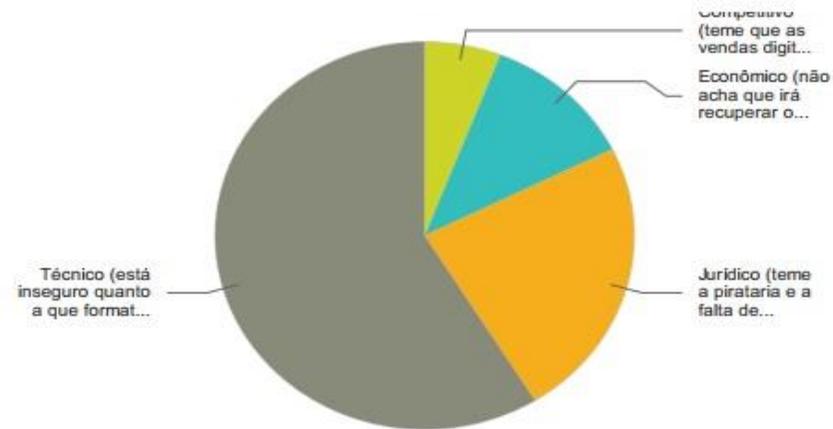
O livro, agora não mais sacralizado e relativamente popularizado, especialmente a partir do advento das edições baratas e de bolso, já não é visto, por sua ampla e irrestrita difusão entre as redes digitais, como ameaça a um dos instrumentos de distinção de elites. O que ameaça, agora, ao poder ser distribuído com tamanha facilidade, é a indústria editorial, altamente concentrada e lucrativa, que vê nas questões de pirataria, contrafação e autopublicação os antagonistas de seus interesses econômicos.

O advento do digital altera a estrutura instituída da produção e comércio do livro impresso, pondo em cheque noções já bem estabelecidas e instalando a crise entre os atores do ciclo produtivo do livro, identificada primordialmente pelo desconhecimento que apresentam sobre as novas tecnologias. Em recente pesquisa desenvolvida pela CBL entre os participantes do Congresso Internacional CBL do Livro Digital, 58,82% dos editores que ainda não comercializam livros em formato digital dizem não fazê-lo por questões técnicas, que envolvem insegurança sobre o formato a ser utilizado ou simples falta de conhecimento sobre a questão, conforme se pode observar na Figura 3. No mesmo gráfico, revela-se a preocupação desses profissionais em relação ao uso indevido de suas obras, representado pela infração aos direitos autorais, e falta de confiança nos sistemas de controle de vendas oferecidos pelas plataformas de comércio, que, avaliam os profissionais, podem não ser fiéis ao real volume comercializado de suas edições.

1ª Pesquisa CBL - Mercado do Livro Digital no Brasil

## Q2 Qual o principal motivo pelo qual está adiando a entrada nesse mercado?

Respondidas: 34 Ignoradas: 92



Opções de resposta	Respostas	
Competitivo (teme que as vendas digitais afetem as físicas)	5,88%	2
Econômico (não acha que irá recuperar o investimento)	11,76%	4
Jurídico (teme a pirataria e a falta de controle e fiscalização)	23,53%	8
Técnico (está inseguro quanto a que formato utilizar/não tem conhecimento suficiente)	58,82%	20
Total		34

**Figura 3:** Principal motivo pelo qual editores adiam a entrada no mercado de livros digitais

Fonte: [http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/imgs/arquivos/resultado\\_cbl\\_4\\_congresso.pdf](http://www.congressodolivrodigital.com.br/site/imgs/arquivos/resultado_cbl_4_congresso.pdf)

É, dessa forma, a partir de uma realidade diversa daquela em que surgiu e se transformou em item fundamental da indústria da informação que o livro deve ser analisado para que possa responder não apenas aos anseios do setor editorial, mas também às demandas sociais contemporâneas do país.

Os editores de livros no Brasil, conforme detalhado no primeiro capítulo deste estudo, não têm por tradição estabelecerem suas diretrizes a partir de modelos de planejamento e organização, atendendo, em geral, às exigências pontuais do mercado, historicamente concentrado nas grandes capitais das regiões Sul e Sudeste do país. Monteiro Lobato foi feliz ao considerar as dimensões do país não um desafio à circulação dos livros, mas uma oportunidade de aumentar o público leitor e, conseqüentemente, a tiragem de suas obras, reduzindo, através da economia de escala, o preço dos exemplares e multiplicando o número de edições e os lucros de sua editora. Não houve iniciativa semelhante, conforme ficou aqui demonstrado, até a publicação das coleções bibliográficas da Abril Cultural, entre os anos 1960 e 1980, que, através das bancas de jornais utilizadas para a venda de seus periódicos, pôde imprimir e fazer circular em todo território nacional enormes tiragens de seus livros, muitas vezes de alto nível editorial e abordando temas como a filosofia, economia e alta literatura, até então inéditos ou pouco explorados.

O mercado do livro impresso era (e continua sendo, embora haja atualmente alternativas eficazes, conforme detalhes a serem explorados posteriormente) um mercado de risco. O alto custo de edição de um livro, somado à situação financeira geralmente desequilibrada das editoras, incentivou que se estabelecesse um comportamento pragmático e conservador, especialmente no que diz respeito à publicação de autores estreados e inovações nos modelos de negócio e de circulação das obras. O editor brasileiro dos anos 1960, conforme Campos (2002, p. 85), também encontrava dificuldades em renovar esteticamente suas edições e alinhar-se às “[...] conquistas da arte tipográfica realizadas em outros pontos da Terra”, devido à limitação imposta pelo maquinário obsoleto da época, conforme se pôde demonstrar anteriormente.

Sob essa perspectiva, é compreensível, a partir do viés histórico, o receio dos editores, livreiros e empresas ligadas ao setor em relação ao advento do livro digital. Entretanto, os dados representativos da difusão de dispositivos de leitura e *ebooks* no país, mesmo incipientes, e, mais consistentemente, no exterior, demonstram que

a adoção do *ebook* é uma tendência que deve se estabelecer nos próximos anos. Então, direcionar-se contrariamente a esse movimento, como escolhem alguns profissionais, ou mesmo não se planejar para atender a esse novo mercado, é uma decisão arriscada e contraprodutiva, tanto para os interesses particulares do setor como para os aspectos do livro e da leitura no Brasil.

O livro digital, embora não seja solução para questões sociais de base, como os baixos graus de instrução e a limitação do poder aquisitivo, pode romper com gargalos históricos apresentados no capítulo inicial, como a concentração do comércio de livros e a falta de bibliotecas públicas de qualidade, bem como aspectos de ordem pessoal, como o desinteresse pela leitura. Serão analisados, a seguir, de que modo cada um dos principais atores sociais que estruturam os processos de circulação bibliográfica são afetados a partir das perspectivas advindas da popularização desse novos dispositivos.

### **3.2 O dilema do editor**

A figura do editor, dentro da cadeia de produção do livro uma das que se considera mais supostamente ameaçadas pelo crescimento do mercado de *ebooks*, está intimamente ligada a do autor pela noção de propriedade intelectual. É a partir da proteção e do privilégio de se comercializar com exclusividade a obra de um autor, que por sua vez vendeu o produto de seu trabalho intelectual ao editor, que se estrutura o papel dos dois atores.

Os primeiros impressores estavam muito distantes da função que hoje se atribui a um editor. A produção de uma tiragem de livros, de uma edição, era cara, havia a necessidade de se pagar os funcionários da oficina, o papel e outros insumos, o que demandava um capital inicial considerável. Para a maioria dos primeiros tipógrafos, portanto, a impressão era apenas um ofício, a prestação de serviços àqueles que precisavam de um meio rápido de reprodução e disponham de verba para financiá-lo. “[...] a figura do editor surgiu de um impressor que pôde montar uma grande rede comercial e que dispunha de recursos superiores aos que consumia sua própria oficina” (ESCOLAR, 1988, p. 363, tradução nossa).

Já no século XVIII, os centros intelectuais, que até então se resumiam em universidades e monastérios, expandem-se a novas “[...] instituições seculares,

como as academias, os salões das casas nobres, os cafés, onde se formam tertúlias de amigos, e as livrarias” (ibid, p. 482, tradução nossa). Os interesses também se modificam e laicizam e as discussões passam a englobar os campos da literatura, História, ciência, sociologia e política. O latim, já em desuso na oralidade após a solidificação das línguas nacionais no século XVI, começa a perder seu espaço também como língua padrão para a palavra escrita, substituído pelas línguas dos Estados-nação europeus, bem como os textos da antiguidade clássica agora disputavam o público com novos autores de idiomas vernáculos.

Assim, a profissão, em seu caráter atual, como defende Mollier (2009), surge em um momento de intensas modificações político-econômico e sociais, quando a Europa abandonava seu caráter agrário e a urbanização e industrialização do continente, junto ao crescimento do número de leitores, favorecia o incremento na produção e circulação de informações, com grande destaque para a bibliográfica.

O editor, entretanto, com as atribuições que ainda hoje lhe são particulares, tem sua função definida nos anos 1830, conforme Chartier (1999, p. 50). “Trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até sua distribuição”. Porém, a transformação das editoras particulares em “[...] empresas multimídia, de capital infinitamente mais variado [...]” (ibid, p. 53) tornou impessoal a atividade do editor, antes proprietário de seu negócio, e enfraqueceu os vínculos desse profissional com a prática editorial.

No Brasil, esse processo foi mais lento, sendo que apenas no final do século XX observou-se o surgimento de grandes grupos editoriais, conglomerados e a chegada em profusão de editoras estrangeiras ao país, embora o capital internacional sempre estivesse presente no setor. O editor nacional, especificamente os de maior destaque no cenário editorial do último século, como Monteiro Lobato, José de Barros Martins, Ênio Silveira e José Olympio, apresentavam relações próximas, quase paternalistas, com parte de seus editados, bem como se utilizavam da atividade para fins de engajamento político, como Monteiro Lobato e Ênio Silveira, procurando equilibrar gostos e projetos particulares, com a visão comercial necessária para manter em equilíbrio as finanças de suas empresas.

No mercado atual, esse tipo de editor está praticamente extinto, resistindo em algumas poucas pequenas editoras, de produção limitada e semi-artesanal. O alto

custo de se manter uma editora afastou profissionais de visão puramente ideológica da atividade, em detrimento da perspectiva comercial que tende a reduzir o nível da bibliodiversidade, principalmente no campo literário. Sob esse aspecto, conforme serão detalhadas posteriormente, as novas possibilidades tanto do digital, quanto do impresso, permitem que editores com projetos diferentes daqueles puramente mercantilistas encontrem seu espaço, devido à redução do risco nas produções editoriais e do capital inicial necessário para desenvolvê-las.

Alguns dos principais entraves enfrentados pelos editores brasileiros no século passado, analisados no primeiro capítulo, entre os quais a dificuldade de distribuição das obras devido à extensão do território nacional; o alto custo dos insumos e da manutenção (ou terceirização) de um parque gráfico; a defasagem da maquinaria; e as baixas tiragens, que impediam economias de escala e elevavam o preço final dos exemplares, se desfazem em uma editora que se insira no mercado do livro digital de maneira planejada.

As dimensões continentais do Brasil, durante toda a história editorial do país, incluindo a recente, demonstraram ser um significativo impedimento para a circulação de edições em locais afastados dos maiores centros produtores. O livro digital, por seu facilitado fluxo em redes, rompe, em teoria, com os limites impostos ao livro impresso pela distância, permitindo ao leitor, em posse de um dispositivo digital de leitura, o acesso ao *ebook* produzido por qualquer editora em quaisquer das diversas regiões do país.

Porém, se os livros impressos circulam precariamente devido aos problemas estruturais na rede de transporte nacional, baseada em veículos de grande porte guiados em estradas de baixa qualidade, o livro digital pode carecer de melhores serviços de acesso às redes de internet, fixa ou móvel, para que circule adequadamente. Com a tendência à produção de obras hipermídias, que ocupam maior espaço de banda para serem transmitidas, bem como à disponibilização de serviços online, que necessitam de acesso rápido à internet para serem convenientemente utilizados, os livros digitais necessitam de melhores investimentos em estrutura de comunicação para que sejam disseminados a regiões periféricas. Eventos internacionais como a Copa do Mundo da FIFA, a ocorrer em 2014, e as Olimpíadas, agendadas para 2016, sinalizam positivamente para a ocorrência de tais investimentos, embora limitados às sedes e áreas próximas.

Afora os problemas de circulação, o livro impresso nacional padeceu, durante todo o século XX, do alto valor para aquisição de insumos de produção e da dificuldade em se manter um parque gráfico ou custear a terceirização dos serviços de impressão e acabamento das obras, embora reduzido a partir da modernização da maquinaria nacional e das novas tecnologias de produção de suprimentos. Os *ebooks*, por serem digitais e desvinculados do suporte em papel impresso, eliminam o custo inicial com matérias-primas básicas como papel e tinta, componentes de uma parcela significativa do custo final de uma obra, bem como despesas com aquisição e conservação de um parque gráfico ou contratação de serviços terceirizados de impressão e acabamento e os gastos com o estoque.

Ainda assim, a produção de um livro digital, se elimina uma fração dos custos do livro impresso, acrescenta outros necessários para sua elaboração, entre eles o investimento em profissionais como *designers* de *ebooks* e programadores, bem como produtores e editores de vídeo, criadores de jogos, e outros especialistas multimídia. Essas despesas adicionais, além das já tradicionais necessárias para a edição de um livro, como copidesque, tradução, revisão, diagramação, desenho de capas, entre outras, é responsável, conforme defendem os editores e livreiros, pela diferença entre os preços do volume impresso e do digital não ser tão acentuada quanto gostariam os leitores, variando entre 25% a 30%.

A defasagem do parque gráfico nacional foi, durante décadas, responsável pela baixa qualidade de algumas edições nacionais, bem como pelo custo elevado de impressão, ocasionado por constantes problemas nos equipamentos e perda frequente de materiais. Apenas durante os anos 1960 e 1970, incentivos governamentais tornaram possível a importação de máquinas modernas e a melhora no serviço de impressão no Brasil. Porém, as despesas com manutenção de equipamentos sempre atualizados são altas e, seja próprio ou terceirizado, o custo de um parque gráfico incide no preço do livro, o que é eliminado pela adoção do *ebook*.

O custo de estrutura de impressão e insumos é responsável ainda pelo conservadorismo das tiragens, baixas para a maioria das edições e que tornam o preço por unidade mais alto, embora os serviços de impressão digital e sob demanda tenham reduzido consideravelmente o valor do exemplar para baixas tiragens. Um livro digital, não apresentando variação de custo por número de cópias

produzidas, que são ilimitadas, não sofre influência prévia da tiragem para a precificação dos exemplares, pois não há um volume pré-determinado pelo qual deve ser equacionado o custo total da edição. A grande maioria das editoras ainda precifica seus *ebooks* a partir de uma fração do padrão médio que cobram pelo livro impresso, quando, de fato, o preço do livro digital está relacionado não com a quantidade de exemplares produzidos, mas com a expectativa de público para a edição. Quanto maior o número de *ebooks* que se imagina vender, menor o preço que se poderá definir por sua venda. Mesmo assim, muitas editoras ainda preferem manter os valores cobrados pelo livro digital em patamares mais altos, receosas de uma possível desvalorização simbólica do nome da editora ou do autor, ou, ainda, inquietas quanto a uma possível deflação no preço dos livros impresso, seu mercado seguro, pelo baixo valor do exemplar digital.

Em outro aspecto, as restrições técnicas na estética dos livros, presenciadas antes da renovação das gráficas nacionais, e em grande parte superadas com a introdução de equipamentos modernos, parecem ressurgidas quando não se trabalha com profissionais especializados em desenho editorial. Condições diversas das presenciadas no livro impresso podem prejudicar o aspecto estético das edições e a fisiologia de leitura em determinados dispositivos, caso não haja o correto planejamento para a execução, por parte dos leitores, dos arquivos produzidos pelas editoras. Nem todos os formatos são adequados a todos os tipos de *ereaders* e algumas opções estilísticas podem resultar em visualização inadequada dos livros em telas menores, como as de *smartphones*, por exemplo, ou em aparelhos que não consigam decodificar todos os recursos utilizados em sua produção, resultando em grande desconforto no momento da leitura, seja por fontes inadequadas, muito pequenas ou mal visualizadas, ou pela extrapolação do texto ao limite da tela.

Os obstáculos que se contrapunham ao desenvolvimento do mercado editorial brasileiro são bem equalizados pelo advento do livro digital, mas são as novas perspectivas ao editor que se definem como boa aposta aos profissionais do setor. Em primeiro lugar, conhecer o público a quem se destinam suas edições é primordial para o sucesso de uma editora e os recursos digitais devem ser utilizados para prospecção do mercado consumidor. Os *ereaders* oferecem às empresas dados sobre os hábitos de leitura de seus clientes, permitindo às editoras conhecerem suas necessidades, do mesmo modo que as ferramentas de pesquisa, sejam globais

(Google, Bing) ou específicas, feitas diretamente nas plataformas de leitura (Kindle, Kobo, iPad, *tablets*) ou comércio e distribuição (Amazon, Google Livros, iBookstore, Livraria Cultura), possibilitam a produção de estatísticas indicadoras de tendências de consumo, áreas, autores e títulos de maior interesse, conduzindo, assim, de forma mais precisa as decisões dos títulos a serem editados.

Porém, embora facilitem a comercialização dos livros, as plataformas monopolizam as estatísticas de venda, o que pode ser um risco caso não se escolha uma empresa confiável. Diferente do livro impresso, onde dados de aquisição das obras são facilmente mensuráveis pela diferença entre exemplares ofertados à livraria e aqueles devolvidos, os dados representativos do comércio de *ebooks* são virtuais, produzidos e apresentados pelas próprias plataformas e companhias de distribuição, mais facilmente suscetíveis, portanto, à manipulação.

Afora possíveis transtornos relacionados à auditoria das vendas, as tecnologias digitais são determinantes para a inserção no mercado de pequenas editoras de baixo custo, trabalhando com equipes reduzidas e terceirizando serviços essenciais sem os riscos que envolveriam a mesma atividade no modelo clássico de edição de livros impressos. Conforme Procópio (2013),

com a democratização das tecnologias é possível hoje manter uma pequena agência editorial, enxuta, com um fluxo de caixa mínimo na casa dos cinquenta mil reais, mas com uma rede interessante por volta [de] dez colaboradores externos, todos recebendo no regime de free lancers, entre eles copidesques, revisores, diagramadores, capistas, programadores, designers, etc.

Entretanto, se o livro digital facilita a incursão de pequenos editores bem-intencionados, incita também a participação de oportunistas que se aproveitam da dinamicidade da criação e publicação dos *ebooks* para comercializarem obras de qualidade duvidosa. Girón (2013) descreve sua experiência com uma coletânea das obras completas de Machado de Assis, já em domínio público, publicadas sem qualquer critério, com numerosos erros gramaticais e péssima experiência de leitura devido à ausência de links para cada um dos livros. Ainda pior é a coleção das obras de José de Alencar, de editores igualmente aventureiros e que teve seus romances transformados

[...] em um monturo indistinto de material textual. Em que edição se basearam? Não informam. Não há uma biografia do autor, notas de rodapé nem qualquer outro tipo de informação básica. A sinopse publicada no site

da Livraria Cultura sobre as “obras completas de José de Alencar” é a seguinte: “O Haras Personal corre o risco de ter o plantel liquidado, vendido para outras pessoas que não são da família. Três moças precisam provar que são capazes de gerir a herança que são os quarenta e um cavalos.” O preço de toda a obra de Alencar é uma barbada (R\$ 9,99), mas o que o leitor recebe é um lixo. Um crime. E assim ao infinito. (ibid)

O *ebook* com as obras de Machado de Assis, produzido por uma editora desconhecida e vendido a R\$1,93, figurava, naquele momento, em primeiro lugar entre os títulos digitais mais vendidos da Livraria Cultura. Atrai pelo baixo valor, mas entrega uma experiência bastante desagradável ao leitor, o que certamente pode afastar neófitos que tomam pela qualidade desta todas as obras digitais.

A questão do preço, que é um dos principais chamarizes para os leitores, conforme o exemplo acima, pode ser favorecida pelo surgimento de novas plataformas de negócios com propostas inovadoras, como é o caso da TotalBoox ([www.totalboox.com](http://www.totalboox.com)), disponível para *tablets* com os sistemas operacionais Android ou IOS, onde o leitor tem acesso gratuito a todos os livros disponíveis e paga de acordo com a quantidade que lê. Após fazer seu cadastro, disponibilizar um meio de pagamento e ganhar três dólares de crédito, o usuário escolhe quantos livros deseja baixar ao seu dispositivo, sem restrições. A cada página que lê, não consideradas aquelas que apenas folheia<sup>35</sup>, é descontada de seu saldo uma quantia correspondente à fração utilizada do valor total da obra e, caso decida lê-la até o fim, terá sua posse definitiva, não tendo pago, ao final, mais do que gastaria para adquiri-la de maneira convencional.

Esse sistema possibilita ao leitor o acesso aos livros que deseja sem a necessidade de pagar antecipadamente por eles seu valor integral, uma vez que, sem a certeza de que realmente os lerá na íntegra, afinal, não é incomum que uma obra não agrade e seja abandonada antes da conclusão, o usuário pode se sentir desestimulado em adquiri-la. A proposta é vantajosa para o leitor, que paga pelo que efetivamente usa e para o editor, que atrai público para um maior número de títulos e dispõe de maior fonte de receitas.

Uma plataforma como a TotalBoox demonstra que o livro digital tende a tornar-se mais um serviço a ser prestado pelas editoras e plataformas de comércio

---

<sup>35</sup> O sistema prevê a permanência de até cinco segundos em cada página antes de debitar o valor correspondente.

do que um produto pronto, acabado, como é oferecido atualmente, acepção, já proposta por McLuhan em 1972, em sua conferência sobre os meios de comunicação:

O futuro do livro reside em grande parte na ordem do livro como serviço de informação. Em vez do livro como uma embalagem fixa, de caráter repetível e uniforme, adequada para o mercado de vendas, o livro assume cada vez mais o caráter de serviço, de serviço de informação, e o livro como serviço de informação é feito sob medida e construído para o freguês. (2005, p. 121)

No âmbito da tendência à agregação de serviços ao texto, a partir do próprio deslocamento do papel central do texto escrito para o de constituinte de um conjunto mais amplo de serviços multimídia, o momento é propício para que editores arrisquem, pois é dos testes que sairão as melhores alternativas para atender às demandas de um público tradicional e já fiel ao livro impresso como também de um novo público, que se sente mais confortável e adaptado ao digital. Inovar em modelos de negócio, conceitos de design, conteúdos, temas e áreas, além de serviços prestados ao leitor é a alternativa ao editor que deseja manter seu papel em um cenário de mudanças como o que se apresenta, ainda que haja riscos e que algumas perdas econômicas sejam esperadas. O editor deverá encontrar novas maneiras de capitalizar seu negócio e, de fato, o maior prejuízo que poderá encontrar é ver-se alheio ao mercado por não ter se adaptado no momento oportuno.

Assim como o editor, as livrarias também se encontram em um momento de reflexão sobre o futuro de suas atividades, embora as grandes redes como a Livraria Cultura e a Saraiva tenham sido menos cautelosas que as editoras e empreendido antecipadamente no mercado de livros digitais. No panorama que se configura, onde o comércio livreiro ocorre por intermédio de plataformas digitais, livrarias, independente do porte, que não consigam negociar descontos adequados com editores, estão sujeitas encerrarem suas atividades por não estarem em condições de competir com a estrutura de grupos maiores, uma vez que, para o comprador, a diferenciação entre as variadas plataformas dá-se pela facilidade no uso, localização e sugestão de obras de seu interesse, facilidade de pagamento, preços atrativos e, quando se trata de um livro impresso, entrega eficiente, sendo cada vez menos comuns as relações afetivas que se mantinha, em geral, com pequenas e médias

livrarias de rua, de atendimento personalizado, mas preços acima da concorrência.

Somam-se a isso os riscos trazidos pela circulação irrestrita de obras, representada, por exemplo, pelo comércio internacional de livros digitais, que tem potencial de reduzir as vendas de títulos traduzidos, especialmente no campo de livros técnicos ou especializados, em que o leitor geralmente domina mais de um idioma, com frequência o inglês. A distribuidora de livros digitais Xeriph, adquirida em maio de 2013 pelo Grupo Abril, já negocia com três das maiores editoras estadunidenses, que possuem, juntas, um catálogo de 55 mil títulos e deve vendê-los em breve no país, concorrendo com editoras e livrarias nacionais.

Temendo, assim, os efeitos do livro digital sobre seu negócio, a ANL (Associação Nacional de Livrarias) divulgou uma carta aberta sobre a posição da entidade em relação ao tema (ANEXO A). Nela sugere algumas orientações, entre as quais que se estabeleça o “[...] intervalo de 120 dias entre o lançamento dos livros impressos no formato de papel no mercado brasileiro e sua liberação nas plataformas digitais”; desconto igual para livrarias e outras plataformas de comércio; uma diferença de não mais que 30% entre o livro impresso e o livro digital; e, caso a editora venda diretamente ao consumidor, o desconto não deverá exceder 5%.

A carta deixa claro o objetivo da associação de tentar controlar o mercado, que julga desprotegido pelo Estado contra a livre iniciativa, defendendo, ainda, uma política de preço fixo, aos moldes do que é praticado entre os periódicos. Certamente o controle artificial dos preços não é a melhor opção a se seguir, do mesmo modo que se mostraram infrutíferos os esforços das editoras de tentarem restringir as obras com mecanismos anti-cópia. A valorização dos serviços prestados, justificando perante o consumidor o preço cobrado, bem como o investimento em políticas e modelos de negócios inovadores, conforme se propôs, serão mais eficientes do que as o protecionismo praticado por um setor que insiste em não abandonar práticas tradicionais.

### 3.3 Autor e o autor-editor

A figura do autor hoje estabelecida, tem origem comum ao editor moderno e aos direitos autorais, conforme já se definiu. Esses papéis sociais são instituídos a partir do advento da prensa de tipos móveis, no século XV, quando a produção bibliográfica intensifica-se e a circulação da informação se comercializa.

O autor, compreendido como escritor, produtor de textos, já existia desde a Antiguidade e Idade Média, embora não se houvesse ainda fixados direitos legais pela produção intelectual. O próprio conceito de individualidade na produção do conhecimento não era usual. Os discursos, orais ou escritos, eram obras coletivas, apropriados e frequentemente alterados, subtraídos, adicionados, embora se reconhecesse a propriedade das ideias dos cânones, denominados *auctoritates*.

Portanto, até o surgimento da prensa, portanto, não havia uma indústria da informação como a que se estabelece após sua difusão, oriunda da rapidez de reprodução. Conforme evoluiu, fez surgirem profissões, como o talhador de punções (Gaudêncio Júnior, 2004), o compositor e o impressor, funções estas ocupadas inicialmente pelos próprios liveiros-tipógrafos, tendo posteriormente aparecido, inclusive, especialistas em produzir e consertar tipos. Além dos trabalhadores das oficinas tipográficas, novas ocupações relacionadas ao livro foram criadas para os letrados, como revisor, tradutor e polígrafo. Esta última, também conhecida por *poligraphi*, era composta por escritores que se valiam da concentração de livreiros nas cidades para especializarem-se em produzir textos sobre os mais diversos assuntos, como “[...] cronologias, cosmografias, dicionários e outros guias para o conhecimento” (BURKE, 2003, p. 29) podendo, com isso, sobreviver sem um patrocinador fixo, o que os fez proliferar e adquirir importância.

O polígrafo adquiriu a condição de profissional das letras, conforme Burke (ibid.), e não raro eram seus próprios impressores, vivendo do que vendiam. Utilizando uma concepção contemporânea, estariam próximos de autores que hoje escrevem sob a encomenda de seus editores, bem como daqueles que se define como autor independente auto-editado.

Assim, “do final da Idade Média em diante, assistimos à ênfase crescente na exploração do conhecimento para o ganho e na necessidade de proteger os

segredos do ofício como 'propriedade intelectual valiosa'" (ibid, p. 139). É para o benefício dos livreiros-gráficos que surgem as primeiras leis de proteção do direito do autor, que, por sua vez, sendo proprietário de seu trabalho intelectual, poderia vendê-lo ao editor, que via, assim, garantidos seus privilégios. Chartier (1999) demonstra que os primeiros monopólios de comercialização de livros são concedidos por reis, no caso da França, a partir da segunda metade do século XVII, e, na Inglaterra, pela corporação dos livreiros-gráficos, com o direito outorgado pela monarquia em troca de lealdade.

Os privilégios são benéficos ao editor, mas a noção de autoria que deles advêm é favorável também ao autor. Com isso, a produção intelectual adquire o caráter de patrimônio, que pode, por conseguinte, ser transmitido, negociado. Do mesmo modo, o autor passa a utilizar os direitos conquistados para vender diretamente ao público suas obras, auferindo maior renda do que se comercializasse apenas o direito a um editor, sendo que tanto “[...] na Inglaterra, depois de 1709, quanto na França, depois de 1777, torna-se possível para os autores, e não mais apenas para os livreiros, reivindicar privilégios [...]”, aumentando o número de “[...] autores tentando transformar-se em seus próprios editores” (ibid, p. 65).

No Brasil, com um mercado editorial incipiente, a publicação de livros raramente configurou-se como fonte de renda exclusiva do autor. A própria figura do literato que vive de sua produção intelectual era inexistente no século XX, mesmo para os autores de sucesso<sup>36</sup>. Um dos únicos que conseguiu romper essa barreira, senão o único então, foi Monteiro Lobato, já no final de sua carreira, quando seus muitos títulos saíam em edições numerosas, primeiro pela Companhia Editora Nacional e depois pela recém-criada Editora Brasiliense, de Caio Prado Júnior.

O autor nacional com frequência financiava pessoalmente suas obras, imprimindo direto em uma gráfica, ou arcando com as despesas da publicação por uma editora. Ainda assim, dificilmente conseguiria distribuir os exemplares além de algumas livrarias locais. Nelson Palma Travassos, à frente da Empresa Gráfica da Revista dos Tribunais, auxiliava autores que queriam se auto-editar a solucionar o complicado problema da distribuição, mais agudo quando o livro não era impresso

---

<sup>36</sup> Não se considera, aqui, autores didáticos ou de livros técnicos.

por uma casa editorial, sendo que muitos novos escritores valeram-se de seus serviços para imprimir e tornar acessível suas obras.

Ainda hoje, o autor iniciante encontra diversas barreiras à publicação. As políticas editoriais de companhias de maior porte são restritivas e empresas menores continuam a se utilizar do tradicional modelo de publicação compartilhada para aceitar obras de neófitos. Sob esse aspecto, o livro digital tem muito a lhes oferecer.

A estrutura de custos proporcionada pelas edições digitais, com baixos investimentos iniciais, aumenta a probabilidade de um autor ver aceito seu original. Algumas das maiores editoras dos Estados Unidos já se utilizam da publicação digital para testar a aceitação de estreantes, com contratos vantajosos se comparados aos praticados em livros impressos, que preveem de 25% a 30% de direitos autorais para as primeiras dez mil cópias comercializadas e 50% para as que ultrapassarem essa margem, contanto que o autor concorde em não receber adiantamentos para a publicação (MILLIOT, Jim et al, 2013). No Brasil, a Editora Novo Conceito, reconhecida por apostar em novos artistas nacionais, utiliza-se do livro digital para a edição de alguns escritores principiantes, através do selo Novas Páginas.

Há também, mais frequentemente utilizado, o sistema de autopublicação, em que um autor envia seu texto original a uma plataforma de comércio sem o intermédio de uma editora. No Brasil, destacam-se as plataformas da Amazon, a Kindle Direct Publishing (KDP), e da Saraiva, a Publique-se!.

Pela Kindle Direct Publishing o autor tem a opção de escolher entre duas modalidades de publicação: uma em que dá exclusividade de comércio à Amazon, não enviando sua obra a nenhuma outra plataforma e cobrando por ela um valor máximo de R\$29,99, o que lhe dá o direito de receber, em contrapartida, 70% de direitos autorais e outra em que não há exclusividade e o preço máximo das obras é de R\$400,00, com *royalties* limitando-se a 35%. Em ambos os casos, tem-se a possibilidade de definir o preço de capa dos livros, de acordo com o julgamento e interesses do próprio escritor, mas sempre respeitando os valores mínimos e máximos definidos pela empresa em cada modalidade de publicação. O envio do arquivo à plataforma demora por volta de cinco minutos e em 24 horas (período em que o texto é analisado para evitar contrafações e outras irregularidades) o *ebook*

estará disponível para aquisição. Mesmo que seja vantajosa, a modalidade onde há o retorno de 70% do preço do livro em direitos autorais, ao limitar o preço em um patamar baixo, dificulta a publicação de boa parte dos livros técnicos, que dependem de um valor maior de venda para tornarem-se economicamente viáveis. Porém, para o autor de ficção, embora restritivo, o acordo pode ser vantajoso.

A Publique-se! encontra-se em fase de testes (beta) e permite ao usuário enviar um arquivo de texto (em formato Microsoft Word ou Open Office), que será convertido automaticamente ao formato de *ebook* com o qual a plataforma trabalha (ePub). O modelo de negócios não exige exclusividade e paga aos autores 35% do preço de capa em direitos autorais, além de possibilitar a escolha da inclusão ou não DRM no arquivo. Seu lançamento foi bem-sucedido e, com apenas três dias, quase 4000 usuários se cadastraram e 500 livros estavam inscritos no sistema (COZER, 2013), o que indica a alta demanda por publicação não atendida pelos modelos convencionais.

Ambas as plataformas oferecem ferramentas avançadas de gerenciamento, com estatísticas completas de vendas e dos direitos autorais a receber, elevados em comparação aos oferecidos por editoras convencionais, que pagam aproximadamente 10% do preço de capa de uma obra.

Entretanto, ao abrir mão de uma editora, o autor que se autopublica não conta com uma série de recursos editoriais fundamentais para a boa apresentação de seu livro. Como alternativa àqueles que desejam publicar-se de forma independente, sem abrir mão da qualidade de produção de suas obras, surgiram empresas que prestam serviços de edição digital, recebendo o texto bruto dos autores e entregando o livro digital pronto para ser enviado às plataformas de comércio.

Operando nesse ramo, a Bookess<sup>37</sup>, fundada em 2009, tem como objetivo oferecer serviços completos de editoração a autores iniciantes, disponibilizando inclusive uma rede de comunicação entre os usuários do serviço. Através da plataforma, pode-se enviar o arquivo e solicitar, em conjunto ou separadas, as atividades de diagramação, revisão textual, design de capa e projeto gráfico, trabalhos profissionais que tornarão o livro muito próximo àqueles comercializados por uma editora convencional. Ao final, com a obra pronta, o autor pode optar entre

---

<sup>37</sup> Dados obtidos no site da empresa ([www.bookess.com](http://www.bookess.com)), atualizados em julho de 2013.

a comercialização pela empresa nas plataformas da Amazon, Saraiva, Travessa, Cultura, entre outras, com a distribuição de valor proporcionando 50% do preço de capa à plataforma de comércio, 30% ao autor e 20% à Bookess ou ainda, caso obtenha o selo Boa Escolha, atribuído aos livros que apresentem bons padrões prévios de qualidade em diagramação, capa, ortografia e gramática, publicar na iBookstore, da Apple, com rateio do valor de venda em 50% para o autor, 30% para a plataforma, 15% para a Bookess e 5% para a distribuidora digital. Outra opção disponibilizada é a de impressão sob demanda, onde o livro será impresso no sistema *just-in-time*, de acordo com o volume exato de vendas.

A Simplíssimo, fundada em março de 2010, restringe-se à produção de *ebooks*, através da execução do design em ePub do arquivo enviado (formato Microsoft Word ou Adobe PDF), programando o livro para ter estrutura responsiva, que se adapta às múltiplas plataformas de leitura em que for executado (ao menos às principais) e fornecendo o ISBN. Dispõe, adicionalmente, dos serviços de desenho profissional de capa (cobrado à parte) e comercialização da obra através das principais plataformas em operação no país (iBookstore, Play Store, Kobo, Iba e Livraria Cultura), com exceção da Amazon, sob o custo de 10% da renda líquida (valor de venda subtraído da comissão cobrada pelas plataformas de comércio, impostos, taxas e outras despesas)<sup>38</sup>. A empresa não disponibiliza serviços de revisão, correção, copidesque ou tradução.

Após a publicação de seu livro nas principais plataformas, resta ao autor torná-lo popular. Tanto para autoedição quanto para publicação por editoras tradicionais, a internet permite a divulgação de um livro a baixo ou mesmo nenhum custo. Entre as alternativas mais comuns está a criação de um website (*hotsite*) da obra, com informações sobre o assunto de que trata, enredo, autor, vídeos de apresentação e resenhas positivas que porventura tenha recebido, sendo eficiente, ainda, a propaganda em fóruns temáticos, blogs e redes sociais.

É valorosa também a oferta ao público leitor de uma amostra do trabalho. Caso o livro seja de contos pode-se disponibilizar um conto gratuito para apreciação. Sendo um romance, um ou dois capítulos de degustação podem despertar o interesse pela leitura. Com esse fim, as maiores plataformas digitais já oferecem, em

---

<sup>38</sup> Dados obtidos no site da empresa ([www.simplissimo.com.br](http://www.simplissimo.com.br)), atualizados até julho de 2013.

parceria com as editoras, amostras dos títulos que comercializam. A Amazon, por exemplo, oferece ao leitor a apreciação de parte das obras de seu site, enviando-a aos dispositivos que possuam seu aplicativo de leitura ou ao Kindle, gratuitamente, enquanto a Livraria Cultura e o Google Play oferecem amostras via navegador, baseadas no Google Books.

Pouco utilizado para projetos individuais de edição, o *crowdfunding* é uma alternativa para aqueles que desejam publicar um livro, mas não têm condições de arcar com os custos dos serviços de editoração digital. Através do sistema, semelhante ao que foi popularizado na linguagem brasileira como “vaquinha”, pode-se solicitar a amigos, parentes ou mesmo desconhecidos que porventura venham a acreditar no projeto, a doação de uma quantia livre ou pré-determinada (através de cotas) até que se atinja o valor pretendido, recompensando cada colaborador, caso se deseje, com um exemplar após a publicação ou outros benefícios, como constar em uma lista de colaboradores.

Também a partir do conceito de colaboração, o *crowdsourcing* revela-se opção interessante para a produção de livros digitais sem custos ou com redução dos mesmos. Através da rede, um autor pode contar não com dinheiro, mas o auxílio de voluntários para a realização das etapas do serviço de editoração. Tendo o apoio de um designer, um diagramador, um revisor e um programador, consegue-se dar acabamento profissional ao livro antes da inclusão nas plataformas de comércio.

Ainda no âmbito da autopublicação, a Amazon mais uma vez inovou ao capitalizar, conforme Cozer (2013), através do programa Kindle Worlds, as *fanfics* (*fan fictions*), histórias elaboradas por fãs, baseadas nos enredos de romances de sucesso. Ao utilizar a plataforma, poderão ser criadas ficções baseadas em personagens e histórias licenciados pela empresa, recebendo o autor da obra derivada 35% de direitos e o escritor original uma porcentagem não divulgada.

Em contrapartida ao grande incremento na publicação de autores novatos proporcionado pela modalidade de autopublicação, têm surgido críticas acerca da qualidade de produção dos arquivos e do conteúdo dos textos disponibilizados de maneira independente nas redes digitais. Sob um panorama mais amplo, Andrew Keen, em seu polêmico *O Culto do Amador* (2009), já havia condenado o desenvolvimento de conteúdo não profissional por usuários da internet. Nele, Keen tece uma longa série de opiniões equivocadas, iniciando pela infeliz comparação dos

usuários de internet a macacos, apropriados do teorema do macaco infinito do biólogo evolucionista T. H. Huxley (século XIX)<sup>39</sup>, mostrando-se assustado com o suposto risco a que tais usuário expunham a cultura, vista pelo autor a partir de uma dimensão limitada e conservadora, que considera genuína apenas a cultura de elite.

Para o autor, a proliferação de conteúdo na *web* “[...] parece predizer as consequências de um achatamento da cultura que está embaçando as fronteiras entre público e autor, criador e consumidor, especialista e amador no sentido tradicional” (KEEN, 2009, p. 8). Analisa e enumera fenômenos como o encerramento das atividades de lojas de disco e livrarias tradicionais ou independentes, aos quais imputa à popularização das redes de internet e à ampla circulação de informação a responsabilidade, desconsiderando que são resultados socioeconômicos do desenvolvimento tecnológico. Critica corretamente, porém, a questão dos algoritmos utilizados em sistemas de busca das plataformas de comércio online, que se utilizam de pesquisas pessoais e coletivas prévias para predizer e sugerir produtos ao usuário. Os sistemas de busca, embora sejam programados para fazer recomendações as mais próximas possíveis aos interesses daqueles que o pesquisam, ignoram o fato de que estes mesmos interesses muitas vezes são diversos, da mesma forma que muitos deles podem ser despertados através de sugestões corretas. Crescendo exponencialmente os conteúdos, novas oportunidades não podem ser experimentadas devido à dificuldade em tornarem-se visíveis na ampla extensão da oferta disponível.

Assim, o livro digital, se facilita e amplia os canais de publicação e divulgação para escritores iniciantes, cria um ambiente favorável também ao autor já publicado e reconhecido, que através das plataformas de comércio, pode expandir as fronteiras de seu público a outras regiões do Brasil ou a países estrangeiros, através da tradução ou em português, para territórios lusófonos. O fluxo irrestrito de obras estimula o intercâmbio cultural dentro e fora da nação, tornando acessíveis livros que antes limitavam seu alcance geográfico devido às dificuldades apresentadas pela distribuição de livros impressos. Monteiro Lobato, que desenvolveu um inovador sistema de circulação para suas publicações, abordado no primeiro capítulo, teria,

---

<sup>39</sup> O teorema propõe que, na hipótese de haver um número infinito de macacos, digitando textos em infinitas máquinas de escrever, em algum momento será criada uma obra-prima, como as de Shakespeare.

certamente, menos dificuldades utilizando-se das plataformas digitais, embora suas edições, praticamente as únicas disponíveis nos rincões aonde chegaram, sofressem hoje a forte concorrência que não tiveram então.

Para além da circulação, o livro digital amplia as possibilidades de inovações, com destaque para obras ficcionais. A utilização dos recursos digitais para experimentações na temática e no fazer literário, remete, no Brasil, a um momento anterior ao advento dos *ereaders* e plataformas digitais, como os casos da novela *Miséria e Grandeza do Amor de Benedita* do romancista João Ubaldo Ribeiro, em maio de 2000, e a experiência multimídia com a produção de *Os Anjos de Badaró*, de Mário Prata, tratados no capítulo anterior.

Em 2008, já com base em uma nova gama de recursos digitais, o autor de *best-sellers* escocês Charles Cumming criou o romance interativo *Five Steps*, inteiramente acessado pelo Google Maps. O leitor, para acompanhar a história, tem de clicar em diferentes pontos do mapa real de Londres para abrir *pop-ups* (pequenas janelas dentro do navegador) que lhe descrevem o enredo e utilizando os recursos da ferramenta, podem-se visualizar imagens verdadeiras dos locais por onde o personagem transita durante a trama.

Também experimental, é o livro-site<sup>40</sup> desenvolvido entre agosto e outubro de 2011 por Fernanda de Mello Gentil. Intitulado *Nós Somos uma Correspondência*, o projeto foi escrito durante nove semanas, com a colaboração de nove artistas, e em formato de correspondência eletrônica. Segundo a autora, o objetivo foi “[...] explorar as possibilidades do meio digital e incorporar uma variedade de elementos como músicas, vídeos, imagens, links e referências do mundo virtual”.

Assim, o autor contemporâneo, dispondo de recursos inéditos a seus pares de duas ou três décadas atrás, vê-se amparado por inúmeras alternativas para realizar seu ofício, seja através das experimentações literárias ou textuais, seja pela utilização de plataformas digitais para produção e distribuição de suas obras. Alguns, porém, sentem-se desamparados, especialmente os de maior sucesso comercial, devido aos contratempos causados pela pelas próprias potencialidades do sistema que lhes fornecem novos horizontes. A questão que os atormenta, assim

---

<sup>40</sup> [www.livronos.com.br](http://www.livronos.com.br). Acesso em: 15 mar 2013.

como a seus editores, é a fragilidade que vem apresentando o controle de direitos autorais, mais especificamente os direitos de cópia, nas redes digitais.

### **3.4 Direitos autorais na esfera digital: problemas e possíveis soluções**

O direito autoral, assim como a noção moderna de autor, surge do sucesso do livro como mercadoria e dos consequentes interesses corporativos de livreiros-impressores, posteriormente editores, bem como dos governos em controlar a circulação de quaisquer conteúdos que lhes fossem desfavoráveis ou às suas crenças. É, portanto, antes de qualquer coisa, um conceito de fundo econômico, conforme já definido no capítulo precedente, e de censura.

A multiplicação das obras levada a cabo pelo advento da imprensa atendeu a um grande público em potencial, o que atraiu para o negócio dos livros um número cada vez maior de interessados nesse novo e promissor empreendimento. Para Briggs, (2004, p. 61) “uma das consequências mais importantes da invenção da nova técnica de impressão foi envolver com maior intensidade os negociantes no processo de difundir conhecimento”.

Tornado mercadoria, o conhecimento inseriu-se na lógica do comércio, resultando desse fenômeno a ocorrência dos privilégios. Os primeiros aparecem em Veneza ainda no século XV, sendo o monopólio de cinco anos dado ao mestre de impressão alemão Giovanni da Spira em 18 de Setembro de 1469, para estabelecer uma oficina e imprimir para a República, o mais antigo de que se tem notícia. (KOSTYLO, 2010, p. 23). Tais privilégios diziam respeito “[...] à tecnologia de impressão, técnicas de produção, layout do livro, tipos de fontes, e outros aspectos materiais do livro” e, “em contraste ao copyright e à patente modernos, os primeiros privilégios são concebidos como uma forma de favor municipal (*gratiae*) e uma exceção à lei (*priva lex*), ao invés do reconhecimento dos direitos inerente ao autor” (ibid, p. 22-26, tradução nossa).

Os privilégios, no entanto, são válidos apenas para os territórios em que são expedidos. Como a Europa era formada por um grande número de pequenos Estados-nações, as contrafações facilmente circulavam por todo o continente, pois, produzidas em um país estrangeiro, as leis de proteção não poderiam ser aplicadas aos seus impressores, geralmente situados nos Estados do Norte, que sentiam-se livres para produzir cópias, introduzi-las no país de origem dos privilégios e

concorrer com as edições autorizadas. (CHARTIER, 1999)

Nos primeiros anos após a invenção da imprensa, as falsificações eram tão comuns que Aldo Manúzio chegou a redigir e divulgar listas com os erros presentes nas inúmeras falsificações dos livros que produzia. A medida surtiu efeito contrário ao pretendido: ao invés de alertar aos leitores sobre a má qualidade das contrafações, as listas serviram de base para que os falsificadores pudessem corrigir suas impressões e tornarem-nas ainda mais semelhantes às do famoso impressor.

Em 1709, na Inglaterra, a monarquia procura atender às reivindicações dos autores e delimitar o uso do direito de cópia sobre as obras através do Statute of Anne, que definia períodos pelos quais um livro poderia estar sob exclusividade dos livreiros-impressores. Na França, as assembleias revolucionárias entregam-se ao mesmo objetivo e o autor adquire, com o fim dos privilégios, o direito à propriedade moral de sua produção intelectual, garantindo-lhe o reconhecimento de paternidade e manutenção da integridade de sua obra.

Destas discussões, nascem as noções modernas de direito do autor, visto que, até então, as proteções dirigiam-se à reprodução dos livros e não à preservação do patrimônio intelectual produzido pelos escritores, que após negociarem suas obras perdiam o direito ao uso. É a partir desse momento em que as proteções para cópia dos livros tornam-se temporárias, que surge também o direito da sociedade ao acesso irrestrito à produção intelectual de um autor após determinado tempo de falecimento, tornando-o livremente acessível para uso e reprodução e fixando o conceito de domínio público.

Procurando dar caráter global a leis que variavam significativamente entre cada Estado, a Convenção da União de Berna, iniciada em 1886, da qual o Brasil foi um dos signatários, precedida pela Convenção de Paris, de 1883, redige uma legislação internacional, com forte influência da noção francesa de direitos autorais, que encontrou, por isso, resistência dos EUA e Reino Unido. Os esforços culminaram na Convenção Universal Sobre o Direito de Autor, assinada em 1952 e revista em 1971.

As leis de direito do autor, surgidas nesse período servem de base para a legislação que se pratica atualmente na maioria dos países. Os problemas com que se tinha de lidar no século XVIII, entretanto, não são os mesmo que se apresentam atualmente, em um cenário onde a circulação da informação, proporcionada pelo advento das tecnologias digitais propõe questões que já não são atendidas pelos

velhos preceitos.

No Brasil, a lei em vigor acerca dos direitos autorais é a de nº.9610, de 19 de fevereiro de 1998. Apesar dos esforços em reformulá-la e da consulta pública a seu respeito, realizada em 2010, é considerada bastante restritiva ao direito acesso à produção intelectual, tendo sido classificada em um estudo da Consumers International, organização que engloba entidades direito do consumidor em todo mundo, como a quarta pior entre os países pesquisados (CABRAL, 2013).

Em um primeiro momento, a lei de direito autoral visa proteger tanto a propriedade e o retorno financeiro do trabalho intelectual quanto à integridade das obras produzidas, evitando que sejam derivadas ou reformuladas sem a devida autorização. A noção de plágio, portanto, surge junto à de direito autoral, apesar da prática ser considerada imoral desde a Antiguidade.

A construção coletiva dos textos, a reunião e coleção da produção alheia, a multiplicidade de versões e o anonimato são características identificáveis na informação produzida nas redes digitais. Esses mesmos aspectos, entretanto, podem ser encontrados nos textos antigos e medievais, onde a noção de direitos autorais não estava estabelecida, o que tornava o texto primordialmente uma contribuição ao conhecimento coletivo, uma construção comunitária, não uma produção individual, sob auspícios de se construir um nome e torná-lo um bem simbólico sobre o qual se pode capitalizar. Os copistas medievais, detentores de praticamente toda a forma de produção do conhecimento letrado de então, sentiam-se livres para alterar, modificar e remover, se fosse o caso, partes do texto que lhes chegavam às mãos e em que deveriam trabalhar, o que, para eles, significava mais uma questão de correção que de adulteração. Estas transformações anônimas pelas quais os textos passavam convertia-os em produtos fluidos, ao ponto de tornar bastante difícil a tarefa daqueles que pretendem estabelecer textos clássicos através de cópias medievais.

A *liquidez* do conhecimento escrito e sua alta mutabilidade, faz-se, portanto, novamente presente nos textos disponíveis nas redes digitais, onde apócrifos, adulterações e remodelagens de toda espécie circulam entre leitores nem sempre atentos ou instrumentalizados para identificar-lhes as contrafações. Do mesmo modo, obras são fracionadas e descontextualizadas, apropriadas para fins distantes do objetivo original de seu autor, quando este ainda é identificado como produtor.

Nas redes digitais, o autor, este agente que surgiu dentro do sistema econômico da produção de informação, perde sua autoridade e, em consequência, o retorno financeiro, para si e para os que detêm os direitos de seus textos. Junto ao questionamento da figura do autor surge a insegurança a respeito do *copyright*, seu elemento indissociável no contexto mercantilista e que, de fato, parece assombrar os editores, visto que a detenção de direitos autorais sobre as obras, que podem ser transformadas em produtos, comercializadas e gerarem lucros é o patrimônio mais significativo que possuem.

A principal ferramenta de que se dispõem para proteção dos *ebooks* contra cópias indevidas nas redes digitais é o DRM, de que se tratou no capítulo 2. Esse sistema é bastante frágil e sua decodificação é facilmente realizada, sendo disponibilizados programas e diversos tutoriais com esse objetivo na *internet*. Todavia, caso o usuário tenha adquirido de forma legal o exemplar protegido e não queira romper a proteção, verá limitado seu direito de uso, isso porque, de acordo com esse modelo, o leitor do livro digital com DRM obtém não a obra, mas o direito de acessá-la por um período indeterminado. Não possui o direito, porém, de sua posse integral, como faria com um livro impresso, o que lhe permitiria emprestá-lo, doá-lo ou revendê-lo sem infringir a legislação vigente.

Há um importante movimento, entretanto, vindo das próprias editoras e algumas plataformas independentes de distribuição a favor do fim deste tipo DRM (RHOMBERG, 2012 ; MOREN, 2012). O custo do mecanismo de proteção, nos EUA, chega a representar de 12% a 22% do preço de venda dos livros e restringe a um máximo de seis o número de dispositivos em que o arquivo pode ser executado, não representando vantagem a nenhuma das partes. Os autores, por outro lado, ainda são conservadores em relação ao uso do DRM como forma de proteção de seus direitos, embora muitos não tenham opinião formada a respeito (GREENFIELD, 2013).

Atendendo aos anseios pelo fim do DRM tradicional, um sistema semelhante foi criado, denominado DRM social. O modelo, diferente do convencional, não limita as funções ao comprador, que pode executar o livro adquirido em quantos dispositivos desejar. Sua função é adicionar uma espécie de marca d'água ao arquivo com os dados de quem o adquiriu, que podem aparecer visíveis nas páginas

ou serem incluídos no código fonte do livro, identificando o usuário que tentar distribuir ilegalmente a obra.

Um novo e polêmico método, que está em desenvolvimento pela organização alemã *Fraunhofer*, consiste em alterar pequenas estruturas do texto, como pontuação e palavras, para criar livros únicos e que permitam rastrear os usuários que os copartilhem ilegalmente na *internet*. O sistema é difícil de ser burlado, uma vez que não há um modelo de texto padrão com que se possa realizar uma comparação visando corrigir as distorções do DRM, afinal, cada exemplar vendido possui variações únicas. O mecanismo tem atraído a atenção de editoras, contudo, é provável que muitos autores se manifestem contra as alterações em sua obra, bem como os leitores que pagaram pelo conteúdo requeiram o direito de possuírem o texto conforme o original escrito pelo autor

Uma das soluções que se apresenta aos modelos de proteção contra reproduções é a modificação nos modelos de capitalização dos produtos editoriais, com a oferta gratuita do livro e a cobrança pela obtenção de serviços e produtos extras, como já se propôs. Para o autor, o retorno financeiro pode vir a partir de palestras, participação em eventos, licenciamento de seus direitos para outras mídias e produtos, enfim, ao transformar-se em marca e rentabilizar com sua popularização.

Na contramão dos mecanismos de proteção à cópia e restritivos do uso e circulação dos livros digitais está o sistema de Creative Commons. O projeto surgiu, de acordo com Ronaldo Lemos (2005, p. 182), seu diretor no Brasil, como resposta às iniciativas de empresas detentoras dos direitos autorais, que a partir da década de 1990, nos EUA, incentivaram uma série de mudanças na legislação, com o discurso de protegerem-se da pirataria digital. Essas alterações “[...] culminaram em ameaças legais ao Professor Edward Felten de Princeton por publicar um estudo sobre a criptografia dos CDs anticópia [...]”, e na “[...] prisão do programador russo Dmitri Sklyarov por criar um sistema que permitia a leitura de eBooks no sistema operacional Linux”, bem como na perseguição a sites e programas de compartilhamento de arquivos e imposição de regras para produção de equipamentos multimídia.

Sob esse cenário, está desvirtuada a “[...] razão própria de existir do direito autoral: incentivar a criação de novas obras, remunerando os autores, e maximizar a

circulação das obras na sociedade”, pois “[...] está se transformando, sobretudo, em ferramenta de entrincheiramento para salvaguardar modelos de negócio obsoletos e garantir que a Internet reproduza a estrutura do mercado de conteúdo e mídia existente” (Ibid, p. 184).

O Creative Commons, como forma de reação às imposições feitas pela indústria cultural, preconiza a criação “[...] de um universo de bens culturais que possam ser acessados ou transformados, de acordo com a autorização voluntária do autor” (ibid), funcionando como uma ferramenta que permita a atribuição de diferentes licenças de direito autoral, atendendo às necessidades e objetivos do autor e permitindo desde apenas a distribuição livre do conteúdo, atribuído, de uso não comercial e não derivativo, até seu completo usufruto, com possibilidade de se remixar, adaptar, derivar e auferir lucro, conforme se verifica no Quadro 3.

A adoção do código de licenças vem ao encontro dos anseios de se democratizar o acesso à produção intelectual, ampliando sua circulação livre nas redes digitais, e atender aos interesses da sociedade e não apenas aos do mercado de bens culturais. No âmbito do livro digital, parte dos escritores autopublicados já aderem a alguma das formas de distribuição e uso propostas pelo Creative Commons, assim como algumas plataformas de comércio que operam no país, como a Bookess, já disponibilizam o recurso. É uma ferramenta interessante para o autor que não deseja auferir lucro imediato a partir de sua obra, o que pode ser eficiente àqueles que desejam apenas tornarem-se conhecidos ou fazer render sua produção intelectual a partir de outras modalidades que não a venda direta do livro.

	<p>Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem ou criem obras derivadas, mesmo que para uso com fins comerciais, contanto que seja dado crédito pela criação original. Esta é a licença menos restritiva de todas as oferecidas, em termos de quais usos outras pessoas podem fazer de sua obra.</p>
	<p>Esta licença permite que outros remixem, adaptem, e criem obras derivadas ainda que para fins comerciais, contanto que o crédito seja atribuído ao autor e que essas obras sejam licenciadas sob os mesmos termos. Esta licença é geralmente comparada a licenças de software livre. Todas as obras derivadas devem ser licenciadas sob os mesmos termos desta. Dessa forma, as obras derivadas também poderão ser usadas para fins comerciais.</p>
	<p>Esta licença permite a redistribuição e o uso para fins comerciais e não comerciais, contanto que a obra seja redistribuída sem modificações e completa, e que os créditos sejam atribuídos ao autor.</p>
	<p>Esta licença permite que outros remixem, adaptem, e criem obras derivadas sobre a obra licenciada, sendo vedado o uso com fins comerciais. As novas obras devem conter menção ao autor nos créditos e também não podem ser usadas com fins comerciais, porém as obras derivadas não precisam ser licenciadas sob os mesmos termos desta licença.</p>
	<p>Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, desde que com fins não comerciais e contanto que atribuam crédito ao autor e licenciem as novas criações sob os mesmos parâmetros. Outros podem fazer o download ou redistribuir a obra da mesma forma que na licença anterior, mas eles também podem traduzir, fazer remixes e elaborar novas histórias com base na obra original. Toda nova obra feita a partir desta deverá ser licenciada com a mesma licença, de modo que qualquer obra derivada, por natureza, não poderá ser usada para fins comerciais.</p>
	<p>Esta licença é a mais restritiva dentre as nossas seis licenças principais, permitindo redistribuição. Ela é comumente chamada “propaganda grátis” pois permite que outros façam download das obras licenciadas e as compartilhem, contanto que mencionem o autor, mas sem poder modificar a obra de nenhuma forma, nem utilizá-la para fins comerciais.</p>

**Quadro 3:** Licenças do sistema Creative Commons

Fonte: <http://creativecommons.org.br/as-licencas/>

### 3.5 Impresso ou digital?

O percurso realizado até o momento objetivou demonstrar as potencialidades do livro digital para o mercado editorial nacional, com enfoque nos principais atores envolvidos na cadeia produtiva do livro, representados, aqui, pelas figuras do autor, editor e comerciante (livreiro), com a exceção do leitor, que será estudado no próximo capítulo. No entanto, as inovações apresentadas pelas tecnologias recentes não se restringem ao âmbito dos *ebooks*, *ereaders* e redes digitais. Novas possibilidades surgem também no contexto do livro impresso, que, resiliente, adapta-se para atender às demandas do mercado contemporâneo.

Thompson (2013) apresenta<sup>41</sup> um importante panorama sobre uma revolução, também digital, mas oculta, que se deu bem antes da popularização dos *ebooks* e atingiu os processos de produção do livro impresso, afetando-os em quatro níveis diferentes: os sistemas operacionais; o gerenciamento de conteúdo e fluxo de trabalho digital; vendas e marketing; e oferta de conteúdo.

A informatização dos sistemas de gestão e a digitalização dos escritórios das editoras é um processo que já ocorre desde meados dos anos 1980. Dados referentes às suas publicações são armazenados, “[...] dados financeiros, dados de vendas, detalhes de produção e outras informações são mantidos em sistemas exclusivos de TI [...]”, bem como os processos de comunicação dentro da empresa ocorrem eletronicamente (ibid, p. 355), o que reduziu custos e agilizou os processos editoriais. Ainda, a administração da cadeia de fornecimento foi também virtualizada, melhorando o controle sobre os estoques, encomendas, vendas e circulação dos exemplares e comprimindo o tempo necessário para o atendimento das demandas.

O gerenciamento de conteúdo e fluxo de trabalho ganhou impulso único com a digitalização. Construído eletronicamente, o livro faz o caminho inverso, ao ser impresso. Os processos de

[...] criação, gerenciamento, desenvolvimento e transformação desse conteúdo é um processo que pode, em princípio, ser tratado de forma digital – do momento em que um autor elabora um texto, digitando-o no computador, até a criação final de um arquivo em formato que possa ser

---

<sup>41</sup> Referindo-se ao mercado americano, mas que pode ser admitido ao brasileiro, essencialmente em grandes editoras.

usado por uma impressora. (Ibid, p. 356)

A diagramação teve a composição em linotipos substituída por programas de computador, reduzindo drasticamente seu custo de dez dólares por página, na década de 1970, para entre quatro e cinco dólares nos anos 2000. O trabalho de profissionais como editor e copidesque foram consideravelmente facilitados e a impressão foi dinamizada pela tecnologia sob demanda.

No setor de vendas e marketing, houve o surgimento de livrarias online, que, sem a necessidade de estrutura física para acesso aos livros, puderam aumentar significativamente a quantidade de títulos disponíveis para venda, além de eliminar intermediários, como representantes comerciais, tornando o sistema mais compacto e independente. A digitalização permitiu a produção de estatísticas mais precisas sobre as vendas, e a geração de históricos de comercialização e o marketing foram deslocados dos meios convencionais impressos para ações de divulgação *online*. Permitiu também recursos de amostragem digital (através de pré-visualização do conteúdo das obras, conforme já demonstrada anteriormente) e facilitou a atividade de compra.

O quarto nível é o da liberação de conteúdo, justamente o que mais polêmicas suscita a respeito da digitalização, uma vez que esta tem a capacidade de separá-lo da forma, acarretando tantos impactos à indústria criativa, que tem sua cadeia de fornecimento e seu modelo financeiro de publicação totalmente modificados. Essa disjunção ressaltou a maior relevância do conteúdo, que esteve equilibrado até então pela sua inextricabilidade à forma.

Os quatro níveis apresentados por Thompson demonstram que, antes mesmo de ser posto à prova pelo advento do livro digital, o impresso já havia virtualizado toda sua estrutura até então manual e mecanizada. Antes de materializar-se em tinta e papel, o livro impresso era e é um livro digital, do momento em que é criado por seu autor até o instante de sua impressão.

A própria impressão, digital, guarda em si mais um aspecto que aproxima o livro impresso dos *ebooks*. É nela e na dinamicidade que a ele oferece que se deposita seu maior trunfo para continuar competitivo em uma sociedade que demanda de seus meios de comunicação e informação velocidade, ubiquidade, disponibilidade e segmentação.

Até o final do século XX, período que engloba o escopo do primeiro capítulo, o processo de impressão no Brasil revelou-se quase sempre um grande percalço à indústria editorial, especialmente na primeira metade do século. Mesmo após os incentivos à modernização do parque gráfico nacional, a partir da década de 1960, muitas empresas ainda operavam com equipamentos antigos e ineficientes.

A revolução que causou a introdução das então modernas máquinas de *offset* foi a mais importante pelo qual passou o mercado editorial antes do desenvolvimento da impressão digital<sup>42</sup>, entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000. Mesmo assim, a produção naquele sistema partia de um alto valor inicial para ajuste das máquinas, impossibilitando seu uso para tiragens menores que 500 exemplares, conforme Thompson (Ibid), sendo ideal para volumes maiores de impressão, que possibilitavam melhores economias de escala.

Esse fator impediu que muitos títulos esgotados e de saída demorada, bem como obras inéditas sem grandes expectativas de venda, fossem impressos. É para atender a demanda por impressão em menor quantidade a preços competitivos que se mostra efetivo o sistema de impressão digital, que se divide em dois tipos: SRDP (*short-run digital print*) e o POD (*print on demand* – impressão sob demanda).

O primeiro sistema utiliza-se dos métodos digitais de impressão para produzir pequenos volumes de exemplares, “[...] algo entre dez ou vinte até trezentos ou quatrocentos [...]”. (Ibid, p. 359). Por esse método, o editor envia o arquivo digital do livro que deseja imprimir e recebe as obras normalmente, distribuindo-as e comercializando-as como faria com títulos de maiores tiragens, mas tendo a vantagem de controlar com maior precisão a demanda, que, caso ultrapasse o limiar em que a impressão convencional torna-se mais vantajosa, altera automaticamente o sistema utilizado.

A impressão POD consiste em um modelo diferente, onde a produção ocorre de acordo com a comercialização, ou seja, sob o regime *just-in-time*. Cada exemplar só é impresso após ter sido vendido, não apresentando, os títulos desse sistema, estoque prévio à compra. O editor ou livraria tem a opção de disponibilizar em seu site quantos títulos sob demanda desejar, não havendo restrição. Assim que um

---

<sup>42</sup> A impressão digital existia desde os anos 1970, embora só tenha se aproximado da qualidade das impressoras *offset* entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, segundo Thompson (2013).

leitor se interessar pela obra e a adquirir, o serviço de impressão é acionado e, de posse do modelo digital do livro, imprime-o na quantidade solicitada e o envia ao comprador. Como o processo ocorre em um curto espaço de tempo entre compra e impressão, a logística é semelhante à praticada em um exemplar impresso de maneira convencional e os prazos costumam ser reduzidos.

A técnica de impressão sob demanda parece seduzir especialmente autores de ficção iniciantes, sem público formado, mas pode ser útil também a pesquisadores que queiram publicar suas teses, pequenas editoras ou mesmo as tradicionais, que utilizariam ambos os modelos: convencional, para títulos de saída garantida e sob demanda, para àqueles de fundo de catálogo e lenta vendagem ou novos autores.

O sistema tem apresentado particular destaque entre os escritores autopublicados, para os quais edições maiores podem resultar em prejuízo, caso não sejam comercializadas, sendo, ainda, mais seguro e menos frustrante que arriscar a peregrinação pelas editoras comerciais, onde é grande a possibilidade de serem rejeitados. Conta-se, do mesmo modo, com a oportunidade de personalização das obras (formato, desenho das capas e, em alguns casos o tipo de papel e a fonte). Da mesma maneira, pesquisadores podem distribuir ou vender alguns exemplares impressos de seus trabalhos a colegas, alunos e demais interessados, sem esperar pela seleção de uma editora universitária ou de livros técnicos.

Sob outra perspectiva, a das editoras, a impressão sob demanda pode ser particularmente útil, assim como o livro digital, para as pequenas casas editoriais, que, não tendo catálogo extenso e condições financeiras para investirem em tiragens maiores, podem disponibilizar suas publicações sem risco de grandes prejuízos. Já editoras bem estabelecidas podem testar determinados títulos no mercado, através de edições reduzidas, diminuindo a probabilidade de acumular estoques de obras não vendidas, que certamente resultarão em consideráveis perdas de capital. Dessa maneira, caso alguma publicação revele-se promissora, poderá a qualquer momento ser impressa de forma convencional, em um maior número.

No âmbito da logística de distribuição das edições, a impressão digital contribui igualmente para o acesso de regiões periféricas do país à produção

editorial dos grandes centros. Uma vez que qualquer gráfica que disponha de equipamento especializado nesse tipo de serviço está apta a produzir os exemplares, basta ao editor enviar o livro em formato digital, via internet, para que a quantidade solicitada seja impressa, atendendo regionalmente os pontos de venda.

A impressão digital revela-se alternativa igualmente válida para bibliotecas de pesquisa, em que livros esgotados, raros ou inacessíveis poderiam ser impressos em pequenas tiragens, suficientes para o atendimento à demanda da instituição, preservando assim originais frágeis e possibilitando o acesso a obras de circulação restrita.

Para editoras brasileiras, a impressão digital junto à sob demanda, são instrumentos importantes para o controle da superprodução que as afetou em 2011 e acenou para crise no mercado editorial. Entusiasmadas com o bom momento pelo qual vem passando o setor, muitas editoras imprimiram mais títulos que a demanda e capacidade de absorção mercado. O resultado é um grande volume de livros encalhados, refletindo em altos custos de armazenamento, que, para serem equacionados, ameaçam os exemplares de destruição para venda como apara<sup>43</sup>.

A impressão digital representa, ainda, o fim, em teoria, dos longos intervalos de reedição de uma obra. Antes do advento do sistema, um título poderia demorar a retornar ao mercado caso tivesse esgotada sua tiragem, com vários permanecendo esgotados. Apesar de os editores tentarem dimensionar o número de exemplares de acordo com a expectativa de mercado, pode ocorrer, não raro, de um título não vender conforme o previsto e, após o esgotamento da tiragem ou de sua disponibilização, os detentores dos direitos perderem o interesse por sua reedição. O caso inverso também é problemático, quando um título supera as estimativas de venda e esgota-se rapidamente. Como o processo de impressão tradicional é demorado (embora esse prazo tenha sido reduzido a partir da evolução das impressoras), pode ocorrer o desinteresse do público leitor por parte do título ou tema. Os editores brasileiros do século XX frequentemente sofreram com esse problema, quando perdiam vendas e corriam o risco de ter o interesse pelo título

---

<sup>43</sup> Os livros encalhados enfrentam entraves para serem doados ou comercializados a preço de saldo, o que pode destinar-lhes ao picotamento. Para maiores detalhes sobre a crise de superprodução do mercado editorial brasileiro, cf. COZER, Raquel. Expansão em ritmo acelerado. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,expansao-em-ritmo-acelerado,761201,0.htm>>. Acesso em: 27 ago. 2011

esfriado devido à demora em reeditá-lo.

Os livros impressos, portanto, servem-se das novas tecnologias para manterem-se eficientes em atender as demandas da sociedade contemporânea. Através da impressão digital, títulos antigos que não teriam oportunidade de edição voltam ao catálogo e, há muito impresso, é pela virtualização do setor editorial que podem novamente circular. Na oportuna definição de Thompson

“livros que haviam sido abandonados muitos anos antes de repente ganharam novo sopro de vida. É uma das grandes ironias da revolução digital o fato de que, muito longe de preannunciar a morte do livro, uma de suas mais importantes consequências foi dar ao livro impresso uma nova perspectiva de vida [...]. (THOMPSON, p. 360)

O desenvolvimento tecnológico de ambos os suportes, impresso e digital, permite, em outra instância, que ambos integrem-se e interajam, a partir de projetos como o Bridging Book (FIGURA 4), desenvolvido por pesquisadores da Universidade do Minho, em Portugal. Através da inserção de pequenos imãs entre as páginas de um livro impresso, a cada vez que uma folha é virada os sensores de magnetismo de um dispositivo digital, seja um *smartphone* ou um *tablet*, automaticamente sincronizam o conteúdo, complementando na tela aquilo que se vê na página impressa, tornando dinâmica e interativa a experiência de leitura nos livros. Reestruturando o discurso fatalista, projetos como o Bridging Book inauguram um novo parâmetro de produtos que relacionem dois ou mais suportes de informações diferentes para o desenvolvimento de uma experiência de leitura ainda mais rica.

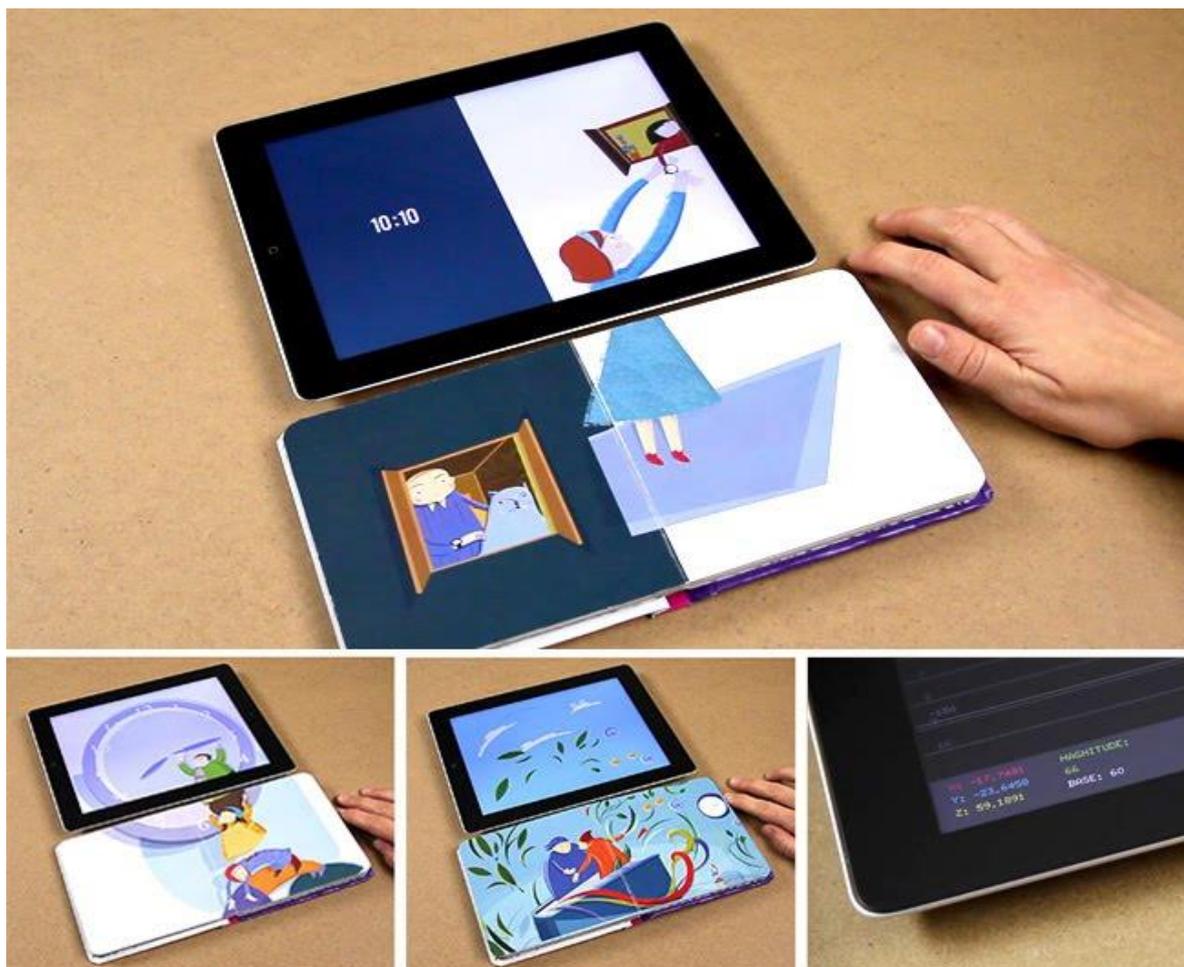


FIGURA 4 – Projeto de fusão entre livro impresso e *ereader*.

Fonte: <http://www.engagelab.org/projects/bridgingbook>

## Capítulo 4

### Leitura, sociedade e informação

Que coisa é o livro? Que contém na sua  
frágil arquitetura transparente?  
São palavras apenas, ou é nua  
exposição de uma alma confidente?  
De que lenho brotou? Que nobre instituto  
da prensa fez surgir essa obra de arte  
que vive junto a nós, sente o que sinto  
e vai clareando o mundo em toda parte?

*Soneto Inglês - Carlos Drummond de Andrade*

#### 4.1 O livro

O que é o livro? Esta é uma questão elementar para aqueles que desejam discutir seu suposto fim, que, no âmbito deste trabalho, representa as transformações do mercado editorial. Afinal, o que está ameaçado de acabar? Convém, para compreender a situação do livro, entender, antes, o que ele é ou o que pode ser.

A partir de um ponto de vista técnico, a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), em sua norma NBR 6029, de 2006, conceitua o livro como “publicação não periódica que contém acima de 49 páginas, excluídas as capas, e que é objeto de Número Internacional Normalizado para Livro (ISBN)”. Essa conceituação está intrinsecamente ligada ao código impresso, baseada não no conteúdo textual, mas sim material do livro, representado por seu número de páginas em folhas de papel. A aplicação da norma aos livros digitais, desse modo, é bastante frágil. Os *ebooks* apresentam páginas fluidas, adaptáveis, não as possuindo numeradas e fixas<sup>44</sup> como os livros convencionais. As páginas de um livro

---

<sup>44</sup> Não se consideram nessa afirmação os formatos de composição fixa de páginas, como o PDF.

digital, tidas aqui como porções de texto visualizáveis em tela, variam de acordo com o dispositivo e com as fontes (tamanho e tipo) e diagramação adotadas, já que são personalizáveis.

Manifesta-se, dessa limitação conceitual, o problema da citação de livros digitais. A ABNT não fez qualquer pronunciamento a respeito das especificidades relativas aos documentos digitais, limitando-se a diretrizes gerais, não havendo, assim, indicação, por parte da entidade, de como elaborar referências diretas a textos responsivos como os de alguns formatos de *ebooks*.

Se o conceito técnico da ABNT é restritivo, sob o prisma das fundamentações filosóficas em que se baseia o direito moderno, observa-se em Kant (2003, p. 134, grifo nosso), de maneira mais ampla, que a noção de livro situa-se no âmbito do texto que contém um suporte, e, conforme a visão que prega sobre o direito privado, deve ser respeitado enquanto propriedade intelectual do autor. Define, o filósofo, assim, o livro como “[...] um escrito (não importa aqui se manuscrito ou impresso, se com poucas ou muitas páginas) que representa um discurso dirigido por alguém ao público, mediante signos linguísticos visíveis” e qualquer cópia que se faça “[...] sem a permissão do autor [...]” é ilegítima.

A conceituação kantiana de livro como materialização escrita do discurso adequa-se melhor ao livro digital, embora feita mais de dois séculos antes, que a definição proposta pela ABNT. A escrita, como prática e produto, não se restringe unicamente a suportes como o papel, sendo aplicável igualmente ao texto digital. O discurso por ela materializado, portanto, estando inscrito em uma tela ou uma folha, representa um livro, assim como qualquer outro suporte ou configuração que a escrita discursiva vier a possuir deve ser igualmente classificado como livro.

Um Livro de livros. A partir desse conceito, o mais lido e de maior sucesso editorial da história é um livro de livros. A Bíblia, vasta coletânea de histórias e ensinamentos que constituem a diretriz moral dos cristãos, tornou-se sinônimo de obra extensa, com numerosas páginas, nos quais os fragmentos escritos, com sentido completo, compreendem livros internos, que, nesse aspecto, são conteúdos, não forma, e sua limitação, entre início e fim, é definida pela estrutura textual, não pela tangibilidade do suporte. O livro dentro do Livro torna-se etéreo.

Já conforme Borges (1985, p. 11) o livro assim se constitui apenas no

momento de sua leitura, sem a qual é apenas papel impresso: “Que são as palavras impressas em um livro? Que significam esses símbolos mortos? Nada, absolutamente. Que é um livro, se não o abrimos? É, simplesmente, um cubo de papel e couro, com folhas; [...]”. O conceito, proposto pelo literato argentino, de que o livro é o texto que se lê, alinha-se à noção de virtualidade defendida por Levy (1996), para quem, por sua vez, o texto é virtual e atualiza-se no momento da leitura.

Desse modo, se a prática leitura é que define o livro, as políticas públicas não devem promover apenas o acesso aos textos, sejam impressos ou digitais, e, sim, incentivar e desenvolver a leitura, em seu sentido pleno, de compreensão dos discursos e não apenas de decodificação dos signos. Tomando o conceito de Borges, o livro só o é quando lido, e, em Levy, apenas quando é compreendido (atualizado).

No âmbito da ficção o livro adquire frequentemente caráter simbólico e torna-se muitas vezes personagem, em obras que se poderia denominar como metalivros. Almeida (1998) desenvolve o tema e elenca textos e passagens, onde Jorge Luís Borges, Umberto Eco, Italo Calvino, Ray Bradbury, entre outros, transformam o livro figura literária.

Dentro das tramas, o livro converte-se em objeto fetiche, arraigado no comportamento do bibliófilo ou colecionador, que, por vezes, resulta no extremo da paixão, que cega o discernimento e converte-se em crime, como a bibliocleptomania. Metaforiza o universo e torna as palavras chaves de seu mistério. Elemento de decifração do absoluto, adquire também caráter sagrado e potência, elevando-se à magnitude de desempenhar a palavra divina, conforme as religiões orientais. Inverte, por fim, a ordem e alcança sua supremacia: é não mais o representante da palavra, mas o próprio detentor da palavra. Torna-se objeto de culto e deifica-se.

No plano da realidade, livro assume não múltiplas personalidades, mas múltiplas possibilidades e inúmeros formatos. A definição da legislação brasileira, entretanto, ainda não compreende sua pluralidade, aproximando-se à limitação conceitual da ABNT. Para contornar o problema, tramita o projeto de lei nº.

4534/2012<sup>45</sup>, de autoria do senador Acir Gurgacz (PDT/RO), que propõe alterar “[...] a Lei nº 10.753, de 30 de outubro de 2003, que ‘institui a Política Nacional do Livro’, para atualizar a definição de livro e para alterar a lista de equiparados a livro”. Conforme dados apresentados no site do SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros)<sup>46</sup>

seu texto muda a redação do artigo 2º da Lei 10.753 que, se aprovado, passará a vigorar da seguinte forma: “Considera-se livro, para efeitos desta Lei, a publicação de textos escritos em fichas ou folhas, não periódica, grampeada, colada ou costurada, em volumes cartonado, encadernado ou em brochura, em capas avulsas, em qualquer forma e acabamento, assim como a publicação desses textos convertidos em formato digital, magnético ou ótico, ou impressos no Sistema Braille.

O projeto alinha-se às necessidades do mercado de livro digital e atende à demanda pela redução das taxas incidentes em dispositivos digitais de leitura, que, mais baratos, apresentam maior chance de se popularizar. Entretanto, o termo “convertidos”, presente no texto pode dar margem a interpretações equivocadas, ao permitir a aceção de que apenas os livros digitais originários daqueles já impressos estarão atendidos pela lei, eliminando do contexto os *ebooks* produzidos em formato exclusivamente digital.

O livro digital é um conceito que tem se expandido e a proposição de lei, apesar de avançar no entendimento do assunto, pode permanecer restritiva. No Rio de Janeiro, aplicativos didáticos começam a substituir a utilização de livros e apostilas em algumas escolas (GOMES, 2013), permitindo experiências novas aos alunos. Conforme proposto no capítulo anterior, o setor editorial desenvolve-se rumo à definição do livro não mais como produto pronto, mas como serviço a ser prestado, que não se encerra no momento da compra. No campo das obras de ficção, o recente lançamento do livro/app *The Silent History*, coloca em jogo, novamente a questão das fronteiras do livro ou das fronteiras de sua conceituação, assim como dos modos e práticas de leitura.

---

<sup>45</sup> Disponível em:

<<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=556891>>. Acesso em: 21 jun 2013.

<sup>46</sup> Cf. <http://www.snel.org.br/recopi-nacional-inicio-do-cadastramento/>. Acesso em: 20 jun. 2013.

## 4.2 O leitor

O termo leitura, durante muitos anos esteve centrado no aspecto da decodificação dos signos linguísticos escritos. Entretanto, a cultura escrita, até os movimentos de reurbanização e desenvolvimento de amplas políticas públicas de alfabetização, foi uma cultura de grupos, elitizada e restrita. Sob o ponto de vista da cultura do texto escrito/impresso, pode-se afirmar que a Idade Média foi predominantemente um período em que prevaleceu a cultura imagética, canal utilizado pela Igreja para se comunicar com as massas de fiéis iletrados. A leitura da imagem, no medievo, era a única ferramenta para doutrinação dos fiéis e as igrejas eram repletas de esculturas e reproduções pictográficas de santos e passagens da bíblia, transmitindo direta e efetivamente a mensagem eclesiástica. Umberto Eco, no romance *O Nome da Rosa*, faz seu personagem Adson de Melk descrever os efeitos das imagens, as quais denomina a literatura dos leigos, presentes nas igrejas medievais:

Àquela hora do dia o sol pálido batia quase a pino sobre o telhado e a luz caía de soslaio sobre a fachada sem iluminar o tímpano: de modo que, separadas as duas colunas, nos encontramos de repente sob a abóbada quase silvestre das arcadas que partiam da seqüência de colunas menores que, proporcionalmente, reforçavam os contrafortes. Habitados finalmente os olhos à penumbra, de repente o mudo discurso da pedra historiada, acessível como era imediatamente à vista e à fantasia de qualquer um (porque *pictura est laicorum literatura*), fulgurou-me o olhar e mergulhou-me numa visão da qual ainda hoje a custo minha língua consegue dizer. (ECO, 1986, p. 57-58)

Apesar de se poder designar a compreensão de um amplo espectro de sensações e percepções visuais, é na palavra escrita que a leitura encontrou o livro e, juntos, tornaram-se o mais poderoso meio de difusão e preservação da informação.

Mais do que apenas páginas com textos e imagens impressos, pesquisas na ordem da sociologia dos textos, capitaneadas por Donald Francis McKenzie, demonstram o quanto o aspecto material do livro é importante, por permitir que se

investiguem as relações sociais desenvolvidas na esfera de sua produção, circulação e apropriação.

O modo e o motivo pelo qual os livros foram criados, quem e por que os leu e como os obteve fazem dos paratextos, compreendido como os elementos exteriores ao texto, importantes ferramentas de análise sociológica e que têm papel indiscernível à prática de leitura. A dinâmica do livro digital anula muitos dos paratextos editoriais, devido às ferramentas de personalização e a própria impalpabilidade do livro, embora possa criar muitos outros indícios úteis para o contexto da análise social de seu ciclo de produção e consumo, com dados nunca antes disponíveis, por exemplo, sobre a macrocirculação dos textos e comportamentos pessoais do usuário, como velocidade e quantidade de leitura, preferências formais, horários e períodos de leitura, sempre com detalhes de classe social, profissão, idade, localização geográfica, entre outros.

Obviamente, o acesso a esses dados engloba questões de privacidade e seu uso não é bem esclarecido pelas empresas produtoras de dispositivos digitais. A Electronic Frontier Foundation, organização dedicada à defesa de direitos no cenário digital, demonstrou em sua última pesquisa sobre a privacidade dos usuários de *ereaders*, *tablets* e outros dispositivos e serviços, que as empresas coletam dados relativos às atividades de leitura e pesquisa dos usuários, não sendo transparentes em sua política de informação.

Os resultados obtidos pela pesquisa, disponibilizada integralmente no Anexo A, indicam como as informações pessoais dos leitores são compartilhadas com as empresas que fornecem os dispositivos e serviços, assim como são repassadas para companhias parceiras. Informações detalhadas como a última página lida, anotações, destaques e marcações são armazenadas nos servidores e podem ser combinadas para traçar o perfil dos consumidores, que não tem, na maioria dos casos, mecanismos para acessar, corrigir ou eliminar os dados coletados. Sob esse aspecto, a leitura em um dispositivo digital, conforme tais artifícios, deixou de ser uma atividade anônima para se transformar em prática monitorada pela indústria.

A questão, de fato, não é o armazenamento dos dados, mas o uso que se faz deles e o impedimento de qualquer ingerência dos usuários no sistema. O que se tem de equalizar é o uso justo dos dados para a melhora dos serviços oferecidos, bem como para estudos especializados, desde que nenhuma coleta seja feita sem a

permissão do usuário e os dados sejam obtidos de maneira anônima, sem identificações individuais.

No contexto das práticas de leitura, muitas transformações são observáveis pela introdução dos elementos digitais e do uso do hipertexto. “O termo ‘leitura’ tem sido empregado nas discussões sobre o hipertexto para designar a atividade daquele que interage com o sistema”, embora seja “[...] importado do universo da escrita [...]”. (LEÃO, 2005, p. 118).

De fato, o hipertexto e modo como se interage com o ambiente digital, modificam a forma de como se lê. A leitura não é a mesma em um livro impresso e em um *ereader* dedicado, onde é praticada de forma intensiva, concentrada, e em um *tablet* ou computador, onde é feita extensivamente, de maneira fragmentária, multimídia e inter-relacionada. Para Levy (1999, p. 57)

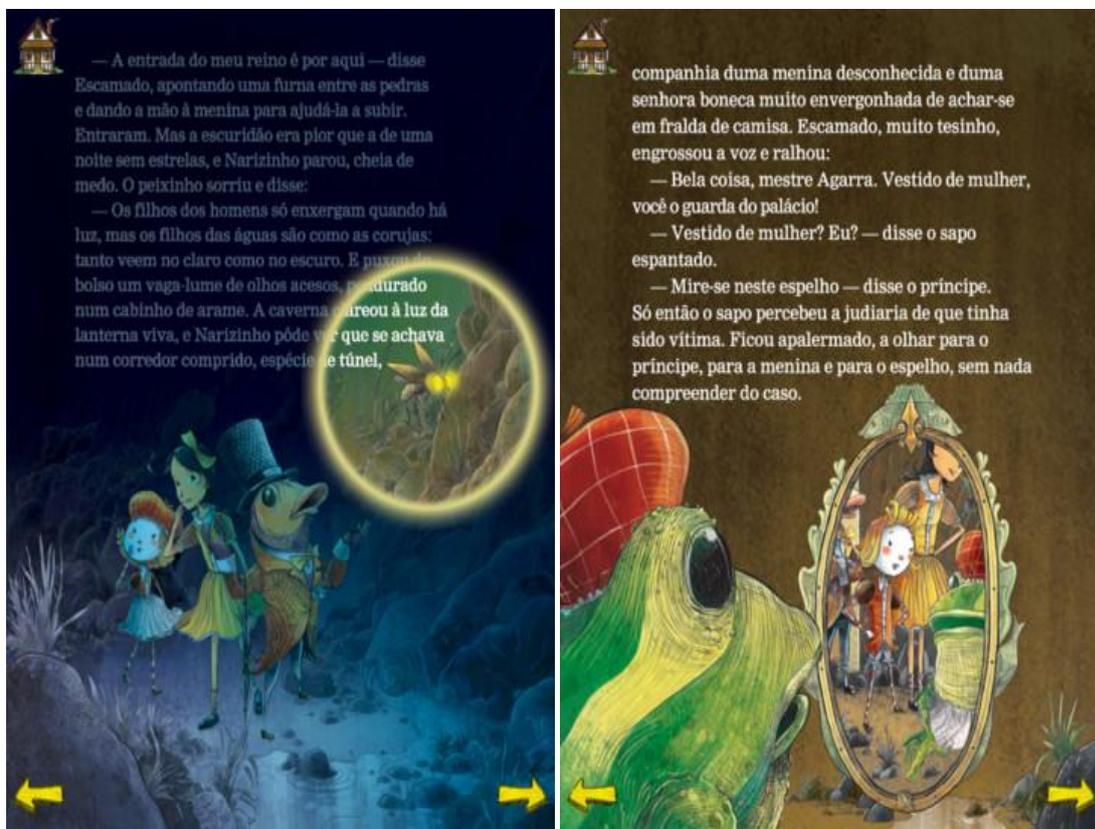
“[...] a digitalização introduz uma pequena revolução copernicana: não é mais o navegador que segue os instrumentos de leitura e se desloca fisicamente no hipertexto, virando as páginas, deslocando volumes pesados, percorrendo a biblioteca. Agora é o texto móvel, caleidoscópico, que apresenta suas fascetas, gira, dobra-se e desdobra-se à vontade frente ao leitor”. (LEVY, 1999, p. 57)

A leitura hipertextual, para Levy, ao não predefinir o percurso narrativo, permitindo ao leitor a construção dos sentidos e a remodelação dos discursos, torna-o também autor do processo. O texto é recriado pelo leitor a partir das possibilidades do hipertexto, em uma atividade de coautoria e, disponibilizado nas redes digitais, torna-se através da participação de outros indivíduos, em uma imensa rede de colaboração, instrumento poderoso de escrita-leitura coletiva.

Mesmo neurocientistas não estabeleceram ainda um consenso acerca da leitura em ambientes digitais. Maryanne Wolf, que dirige o Centro de Pesquisas de Leitura e Linguagem da Universidade Tufts, em Boston (EUA), defende que a leitura em ambientes digitais altera estruturas do cérebro, uma vez que a escrita e a leitura são tecnologias inatas ao Homem e modificam-se de acordo com o ensino e a prática. Por isso, o excesso de estímulos provocados pela *internet* ativa no ser humano sua natureza errática, de alternar-se entre diversos interesses, buscando sempre novos impulsos e prejudicando, assim, o foco de atenção quando necessário. Já Alexandre Castro Caldas, do Instituto de Ciências da Saúde da

Universidade Católica de Lisboa, defende que a *internet* é um produto do cérebro humano, que tem capacidade para se adaptar a ela e voltar a desenvolver outras práticas, como a leitura intensiva, sem dificuldades, o que torna as preocupações de Wolf exageradas. (BARATA, 2010).

Independente do posicionamento antagônico dos neurocientistas sobre o comportamento do cérebro durante atividades em ambientes digitais, é inquestionável a intensidade com que transforma as práticas de leitura. Exemplos interessantes são os livros interativos, que ganharam muito destaque em obras de literatura infantil. Lançado em agosto de 2010, a edição para iPad de *A Menina do Narizinho Arrebitado*, de Monteiro Lobato, contou com animações ao longo do texto, nas quais se podia interagir, através de toques na tela, com os personagens ilustrados por Rogério Coelho. Em uma das passagens, ao tocar a tela um vagalume ilumina o texto, facilitando a leitura, como pode ser observado na Figura 5. Lobato, que renovou o setor editorial e o campo literário no Brasil, retorna, agora, inovando como o autor de um dos primeiros livros interativos publicados no país.



**Figura 5:** Imagens do livro interativo *A Menina do Narizinho Arrebitado*

Fonte: <https://itunes.apple.com/br/app/menina-do-narizinho-arrebitado/id396614333?mt=8>

Mais recente é o livro/aplicativo *The Silent History*, lançado por Ying, Horowitz & Quinn LLC. Trata-se de uma história desenvolvida com exclusividade para iPad e iPhone, que se utiliza de recursos de “[...] serialização, exploração e colaboração [...]” para narrar os acontecimentos ocorridos com uma “[...] geração de crianças incomuns — nascidas sem a habilidade para criar e compreender a linguagem, mas com outras capacidades surpreendentes”, por meio de testemunhos de “[...] pais, professores, amigos, médicos, líderes religiosos, aproveitadores, impostores — todos tocados pelo fenômeno silencioso”<sup>47</sup>, Através do recurso de GPS dos dispositivos, o usuário que estiver fisicamente nos locais indicados poderá expandir a história central por intermédio de reportagens de campo, que são construídas colaborativamente com os leitores, tornando a experiência ainda mais estimulante.

*The Silent History* miscigena as figuras do autor e do leitor, de fato, muitos leitores. É em comunidade que os livros serão lidos no futuro, conclama Bob Stein, diretor do Instituto para o Futuro do Livro (The Institute for the Future of the Book). Seu projeto de plataforma digital, o Social Book, engloba os conceitos de comércio de livros (conteúdo), serviços extras e rede social, onde o usuário obtém o exemplar, pode entrar em contato com outros leitores, apreciar seus comentários e redigir seus próprios, bem como adquirir análises de especialistas e dos próprios autores (RODRIGUES, 2011), desindividualizando e tornando a leitura uma atividade socializada. Porém, as práticas coletivas de leitura, principalmente àquelas ocorridas pela mediação de *ereaders*, ainda são muito raras, sobretudo pelo fato de que a leitura no Brasil, menos que o livro em si, não foi democratizada até o momento.

### 4.3 Acesso irrestrito?

Afirmações de que a democratização da leitura será realizada pelos livros digitais são frequentemente apresentadas<sup>48</sup>, mesmo por especialistas, a partir da popularização dos *ereaders*. José Castilho, do MinC (Ministério da Cultura),

---

<sup>47</sup> Cf. <http://www.thesilenthistory.com/>. Acesso em: 23 jun. 2013.

<sup>48</sup> Cf. <http://www.brasilquele.com.br/2013/02/04/no-brasil-livro-e-produto-de-elite-diz-entusiasta-dos-e-books>. Acesso em: 08 mar 2013. ; <http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=73034>. Acesso em: 08 mar 2013.

vê no digital um instrumento fundamental de um dos eixos do Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL), o da democratização da leitura. Segundo Castilho, a falta de leitores “paralisa também o setor produtivo, há casos, por exemplo, onde trabalhadores não entendem as instruções do manual”.

Castilho relaciona a democratização do acesso ao dispositivo digital ao fomento da prática da leitura, como se fossem causa e efeito, o que não se verifica. O mero acesso ao livro digital e a leitura, caso seja nele realizada, provavelmente não serão suficientes para tornar leitores a parcela da população carente de alfabetismo funcional, como o caso citado dos trabalhadores do setor produtivo, que “não entendem as instruções do manual”. Se não conseguem assimilar instruções em um manual técnico, dificilmente apreenderão qualquer outro tipo de leitura que porventura venham a realizar em um *ebook* afora imagens, vídeos e outros elementos multimídia.

A questão, portanto, não pode ser reduzida apenas ao acesso aos dispositivos. A redução em seu preço potencialmente estimula sua compra pela parcela da população que já é leitora e ainda não dispõe de condições financeiras para a aquisição de um aparelho digital. Mas deverá ter pouco ou nenhum efeito sobre o contingente de não-leitores.

Em primeiro lugar é necessário que se capacite a leitura em forma plena, a fim de que os indivíduos compreendam e se apropriem efetivamente dos sentidos do texto. Políticas públicas voltadas à educação básica, promovendo o letramento e desenvolvendo um contingente de leitores capazes, são indispensáveis para que se alterem os baixos índices atingidos pelo país nos exames de avaliação dos índices de alfabetização. Conforme dados obtidos pela 2ª Avaliação Brasileira do Final do Ciclo de Alfabetização (MACIEL, 2013), 55,4% dos alunos do 3º ano do Ensino Médio não possuem habilidades adequadas de leitura, escrita e operações matemáticas. No ensino superior, 38% dos universitários são analfabetos funcionais (CARRASCO ; LENHARO, 2012).

Junto à necessidade de melhora dos índices de letramento é indispensável que haja políticas de fomento ao gosto pela atividade de leitura, um dos maiores

entraves à ampliação do mercado editorial no Brasil, já elencado por especialistas desde o século XX. Os resultados da 3ª pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (FAILLA, 2012), um amplo levantamento sobre a difusão e penetração do hábito de ler no país, indicam que apenas 17% da população alfabetizada justificou não ter lido mais nos últimos três meses antecedentes à pesquisa pela falta de condições de acesso (monetárias, ausência de pontos de venda, bibliotecas, entre outros). A maioria alega outros fatores mais determinantes: 53% diz não dispor de tempo para leitura, 30% não tem interesse ou gosto pela prática, 21% prefere outras atividades e 19% não tem paciência para ler (ibid., p. 276).

Ainda mais preocupante, quando questionados todos os entrevistados, repete-se a representação obtida entre alfabetizados e 30% alegou não gostar de ler (ibid., p. 284) e apenas 18% vê na leitura uma atividade prazerosa, enquanto grande parte da população lê por questões práticas (fonte de conhecimento para vida, 68%; fonte de conhecimento e atualização profissional, 41%; fonte de conhecimento para escola / faculdade, 35%) (ibid., p. 279).

A concorrência de outras atividades parece ser também determinante para os baixos índices de prática e gosto pela atividade de leitura. Em seu tempo livre, 85% dos entrevistados preferem assistir televisão; 52% escutar música ou rádio; 38% assistir vídeos / filmes em DVD; 34% sair com amigos. Ler (jornais, revistas, livros, textos na Internet) é indicado por apenas 28% dos entrevistados como atividade preferida no tempo livre, sendo que apenas 58% frequentemente. (ibid., p. 283).

O livro digital pode ser um estímulo válido ao desenvolvimento do prazer pela leitura, visto que tem mais potencial de estimular novos leitores em concorrência com outras mídias, como a televisão e o DVD, mas não deve ser utilizado como ferramenta exclusiva no processo. Reitera-se a importância do investimento na educação básica ao observar-se que, do universo de leitores da pesquisa, 45% dizem ter sido incentivados por seus professores, da mesma forma que o hábito é constituído também no seio familiar, onde 43% daqueles que leem dizem ter sido a mãe e 17% o pai suas maiores influências. (ibid., p. 297).

A investigação avança às tendências sobre o livro digital, que apresenta baixíssimo nível de penetração social. De todos os entrevistados, 70% nunca ouviu falar em *ebooks* ou livros digitais e, dos 30% que os conhecem, 82% nunca leram um. Entre os 5% que dizem já ter lido um *e-book*, a maioria encontra-se entre os que

possuem de 18 a 24 anos (29%), residem na região Sudeste (47%), pertencem à classe A e B (53%) e tem nível superior (43%). (ibid., p. 327-328). As informações demonstram, portanto, que a leitura de livros digitais é elitizada tanto economicamente como educacionalmente, e concentrada na região Sudeste e entre leitores jovens.

Os usuários de livros digitais identificados pela pesquisa avaliaram positivamente a experiência (94%), sendo que 54% afirmaram terem gostado muito, apesar de 91% ter lido, até o momento da pesquisa, no máximo cinco livros digitais (42% apenas um). Além do baixo volume de leitura dos *ebooks*, somente 13% pagou pelo *download* e dos que acessaram gratuitamente, 38% o fizeram de maneira ilegal. (ibid., p. 329).

A penetração do livro digital, desse modo, é bastante limitada e abre um amplo espectro para o avanço do mercado. Corroborar essa proposição o fato de, entre os entrevistados que nunca leram um livro digital, 48% estarem propensos a virem a os usar (sendo 64% de propensão entre os leitores). (ibid., p. 331). O ano de produção dos questionários (2011), antes da entrada de grandes *players* no mercado brasileiro de livros digitais e do aumento da oferta no país de *ereaders* e de *ebooks* nacionais, pode representar certa defasagem nos números, embora o fenômeno sendo recente indique que ainda muitos dos resultados das pesquisa continuam válidos.

#### **4.4 Permanência, obsolescência e fixação**

Burke, em *Uma História Social do Conhecimento*, relaciona informação e economia na contemporaneidade para defender que “uma das razões para se afirmar que vivemos numa sociedade da informação é que a produção e venda de informações contribui de maneira considerável para as economias mais desenvolvidas”. (BURKE, 2003, p. 136).

Entretanto, se o tema da circulação envolve questões de mercado e apropriação social da informação, como muitas vezes tratou-se durante este estudo, não se pode desconsiderar a importância de sua preservação, como elemento essencial para a manutenção da memória e das manifestações culturais daqueles que a produziram.

Em A Questão do Livros, Darnton (2010), descreve o projeto Google Books, que pretende digitalizar obras impressas de bibliotecas públicas e particulares de vários países, inclusive o Brasil. A realização de digitalizações dos acervos, da forma como está sendo conduzida, é o fato que mais o incomoda quando se pensa em livros digitais. A empresa estadunidense compromete-se a custear a atividade e oferecer uma cópia para a instituição cedente, que poderá disponibilizá-la gratuitamente aos usuários. Em contrapartida, o Google poderá comercializar as obras, mesmo aquelas com direitos autorais ainda vigentes. A discussão engloba o que indica, para o autor, o monopólio de uma grande quantidade de informação pela companhia, circunstância preocupante do ponto de vista da disponibilização futura desses dados, além de envolver a questão da cobrança, por uma organização privada, pelo acesso a acervos formados com recursos públicos, visto que o custo das coleções é muito maior que o valor da digitalização. São citados, como exemplo do poder nocivo do monopólio informacional os periódicos científicos, que chegam a requerer o pagamento de milhares de dólares pelo acesso aos artigos por eles publicados.

A inquietação de Darnton situa-se especificamente no domínio do acesso à informação, mas há outros pontos importantes a se refletir em relação às digitalizações: a qualidade das cópias e possíveis manipulações nas imagens. Isso porque, dependendo de como é feita, do maquinário utilizado e de tratamentos inseridos, a digitalização pode ocasionar a perda (irreversível, no caso de um exemplar que se deteriorar, posteriormente) de características paratextuais e materiais importantes. Possivelmente, para o leitor não especializado, a perda seria irrelevante, mas para o estudioso das obras, especialmente as antigas e raras, um arquivo digital que exclua, por exemplo, uma marca d'água deixada no papel pelo fabricante, réglures em um manuscrito medieval ou uma anotação marginal é desastroso. Tais detalhes são informação de importância igual ou, dependendo do caso, até maior, conforme forem os objetivos, que o próprio texto em si. É imperativo requerer, assim, a preservação do exemplar original, da forma como foi recebido por seus leitores no momento de sua publicação.

Outro aspecto concernente à preservação dos exemplares refere-se à questão da posse e permanência das obras compradas em plataformas de comércio digital. O livro adquirido é armazenado na memória do dispositivo de leitura, mas,

em caso de defeito, como se garantirá novamente seu acesso? Há sistemas de armazenamento em nuvens, embora nada garanta a disponibilidade, após o encerramento das atividades da empresa, do acervo adquirido, ou mesmo a estabilidade do texto presente em cada um dos exemplares, que pode ser alterado à revelia do autor ou editor em casos extremos, diferente do que ocorre com o livro impresso, que tem seu texto fixado independente da continuidade das atividades da editora que o publicou ou da livraria que o vendeu, estabilidade esta que se mantém por toda a vida útil do suporte em que foi impresso.

Soma-se também a possibilidade da obsolescência tecnológica e do alto custo, para bibliotecas, por exemplo, da migração de plataformas e atualização de softwares periodicamente. Ainda assim, não se pode relegar a importância da digitalização para a preservação de itens em péssimo estado de conservação e que, invariavelmente, acabam se degradando, restando apenas suas cópias digitais.

A preservação da informação contida nos livros, em toda sua plenitude, textos, paratextos e formas materiais, deve ser objetivo primeiro da tecnologia digital, vista como instrumento auxiliar na manutenção da memória humana armazenada em suportes físicos. Como demonstrou Vilém Flusser (2010), quanto maior resistência à inscrição, ao desenho das letras e tipos, oferecer um determinado material, maior a permanência da informação nele registrada. Textos esculpidos em pedra, metal e outros materiais duros, apesar da dificuldade em sua produção, tendem a durar milênios, enquanto os escritos em materiais maleáveis e de fácil composição, como o papel ou o papiro, não resistem muitos anos, especialmente em condições adversas. O que pensar então do texto virtual, aquele que com mais facilidade e menor esforço físico se produz? Espera-se que a equação se reverta e as novas tecnologias possam, concomitantemente, facilitar a inscrição e garantir a preservação.

Ainda no âmbito da preservação, os equipamentos que historicamente sempre zelaram pela manutenção dos livros são as bibliotecas. A pergunta que se deve fazer não é se existirão bibliotecas no futuro, mas sim, da mesma forma que os livros, o que serão as bibliotecas do futuro. É provável que não sejam mais os espaços-bibliotecas que a humanidade tem cuidado em preservar (e também em destruir) nos últimos dois milênios da História, mas lugares de memória, digitais, capazes de armazenar a crescente e abundante contingência informacional da

sociedade contemporânea. Convém lembrar que já há alguns anos a Biblioteca do Congresso Americano armazena páginas da internet (e mais recentemente, também *tweets*) para salvaguardar seu conteúdo da frágil estabilidade proporcionada pelo suporte das redes digitais.

Aumentar o número de informações armazenadas, porém, demanda que haja sistemas de recuperação eficientes para que os dados preservados não se tornem, em sentido oposto, inacessíveis. A multiplicação dos livros, após a invenção da prensa de tipos móveis, embora positiva sob a perspectiva da circulação e do acesso, deslocou o problema da escassez dos manuscritos para o do excesso dos impressos. Publicavam-se livros demais para uma população alfabetizada muito pequena e não eram raras as reclamações de que havia obras em excesso ou que já não era possível localizá-las todas. Pontua Briggs que “as questões mais graves [na época] eram as de recuperação da informação e, ligada a isso, a seleção e crítica de livros e autores. Havia necessidade de novos métodos de administração da informação, assim como hoje em dia, nos primeiros tempos da Internet” (BRIGGS, 2006, p. 27).

Esse fenômeno de sobrecarga informacional, mesmo que muito aquém do que hoje se presencia, levou à criação de instrumentos para a localização dos livros. Conrad Gesner, polímata e humanista suíço que viveu no século XVI, foi o primeiro a tentar catalogar em uma bibliografia universal tudo o que se havia publicado até então nas línguas latina, grega e hebraica, elaborando uma obra monumental, publicada em 1545, a que nomeou *Bibliotheca Universalis*, onde foram registrados por volta de 10000 títulos de 3000 autores ordenados alfabeticamente. Foi além ao mandar imprimir, em 1548, o *Pandectae*, um índice de assuntos de sua *Bibliotheca*, organizando-a em 21 áreas do conhecimento.

Os catálogos, além de sua função primeira de indexadores da informação bibliográfica, foram usados pelos livreiros-tipógrafos para dar conhecimento ao público dos títulos publicados em seus prelos. Imprimia-se listas de livros, como as de Aldo com seus clássicos, que eram distribuídas à população ou coladas em alguns pontos das cidades, junto à indicações de onde poderiam ser adquiridos e, no caso aldino, os preços das obras.

Sob o ponto de vista do armazenamento de informações digitais, deve-se propor sistemas de recuperação da informação que sejam ainda mais efetivos que

os catálogos impressos da era moderna, para que permitam a inclusão e acesso rápido e efetivo, voltado às demandas individuais de cada usuário. Para isso, além do desenvolvimento de tais sistemas, necessita-se que profissionais sejam formados ou atualizados para lidarem com a complexidade que frequentemente envolve sua administração, bem como que haja políticas de gestão adequadas aos seus objetivos e particularidades.

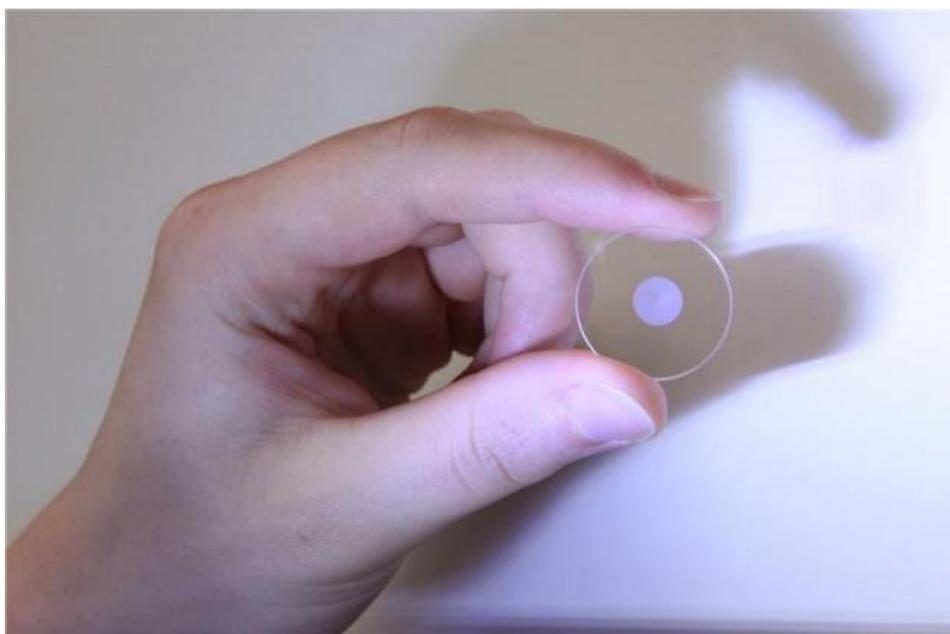
O título com que se iniciou a parte final deste capítulo suscita uma dubiedade útil no contexto apresentado. O termo “fixação” pode ser compreendido, aqui, no sentido de uma ideia fixa, que contrapõe as visões sedimentadas daqueles que defendem os extremos da existência do livro, apenas impresso ou apenas digital, bem como representa a fixação de algo, sua estabilidade, no caso dos livros, de seu conteúdo. Os livros digitais são, conforme demonstrado, altamente atualizáveis, fluidos, instáveis, características importantes para que se adequem às demandas sociais contemporâneas, mas suscetíveis à impermanência de suas informações em longo prazo. Já o livro convencional, que uma vez impresso permanecerá com seu texto fixado pelo tempo que o suporte existir, tem suas funções limitadas às próprias fronteiras de conservação do papel, embora a informação que abarque mantenha-se estabelecida. Cabe questionar, em livros dinâmicos como os digitais, o que será da representação do passado se suas informações estão sempre no tempo presente. Um romance, um ensaio, uma pesquisa, um relatório, entre outros, atualizados são úteis para continuamente permanecerem atendendo às necessidades de seus usuários, mas, do ponto de vista histórico, da reconstrução do passado, é o texto fixo que restitui a memória humana que se perde entre gerações.

O livro digital, a partir de sua condição de tornar os textos líquidos, eleva o tema da preservação a um patamar superior: o da memória. Se por um lado as plataformas digitais permitem que uma quantidade nunca antes vista de expressões culturais sejam produzidas e publicadas, por outro põe em xeque a decisão do que preservar a partir do momento em que muitas dessas manifestações não perdurarão para além do próprio tempo de sua produção.

“Tornarem-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas.” (LE GOFF, 1990, p. 427). Quando gigantes multinacionais do comércio de cultura, como Apple, Google e Amazon, concentram para si a gestão

de quase toda a produção criativa dos países, sob quais interesses e custos decidirão o que deve ou não ser preservado? Ainda, em um cenário onde a informação parece saturar toda a capacidade de reminiscência individual ou coletiva, anestesiando os sentidos, o que será lembrado e como se constituirá a memória das sociedades? Como lidar com informações provenientes das tecnologias digitais, rios de Heráclito, que, embora pareçam os mesmos, nunca são os mesmos?

Os profissionais da informação têm o desafio, portanto, de junto à difusão da informação digital, preservá-la, sobretudo, encontrar mecanismos de mantê-la com as características das circunstâncias em que foi produzida. A economia de espaço em disco, no entanto, pode levar à economia de se conservar apenas versões mais recentes dos arquivos, impedimento que os dispositivos de armazenamento com ampla capacidade que estão sendo desenvolvidos podem solucionar. Recentemente foi desenvolvido no Reino Unido um dispositivo com capacidade para 360Tb (Terabytes) de informação, o suficiente para estocar quase todos os dados coletados pela Biblioteca do Congresso Americano na *internet* desde 2000, quando se iniciou o projeto (422 Terabytes em maio de 2013<sup>49</sup>). Com base em vidro (Figura 6), pode resistir a temperaturas acima de 1000°C, e parece não perder dados ou corromper arquivos ao longo do tempo, tornando-os resistentes durante o período praticamente ilimitado de conservação do suporte (ANTHONY, 2013).



**Figura 6:** Disco com capacidade de 360Tb

<sup>49</sup> Disponível em: <[http://www.loc.gov/webarchiving/faq.html#faqs\\_05](http://www.loc.gov/webarchiving/faq.html#faqs_05)>. Acesso em: 12 abr 2013.

Fonte: <http://www.extremetech.com/extreme/160928-five-dimensional-glass-memory-can-store-360tb-per-disc-rugged-enough-to-outlive-the-human-race>

Por fim, em um contexto onde o desenvolvimento tecnológico torna possível o armazenamento de informações em volumes inéditos, a partir de dispositivos que podem sobreviver à própria raça humana, reitera-se a emergência de que sua produção, circulação e uso sejam democratizados. É comum que periódicos e, em alguns casos, congressos especializados em editoria e história do livro, identifiquem os *ereaders* como a revolução do livro e as redes digitais como a revolução no acesso à informação. Revolução no âmbito dos suportes, certamente, mas é correto falar em revolução que não seja socialmente justa e proporcione a toda população igual oportunidade de acesso? É nesse ponto, onde o conjunto das técnicas deixa de ser frio e voltar-se apenas a si mesmo e a pequenas parcelas da sociedade, que a educação para a informação mostra-se indispensável.

Vive-se em uma teórica sociedade da informação, mas, na prática, o que se observa é que a educação para o acesso à informação é inexistente até nas escolas de ensino médio e nas universidades, onde professores e alunos se prendem a uma bibliografia rígida e pouco suscetível a adaptações. A introdução de uma disciplina, “informação”, que ensinasse sua recuperação eficiente, seria um passo introdutório para a inserção dos alunos e posteriores cidadãos de maneira efetiva na sociedade da informação.

Para além de simplesmente serem aptos a acessarem os dados fartamente disponibilizados, prescinde-se que os sujeitos sejam capazes de utilizá-las efetivamente, trabalhá-los, moldá-los, apreendê-los, não se valendo apenas de seu fator instrumental, deixando de vê-los apenas como satisfação de necessidades, mas sim, olhá-los em seu intrínseco caráter modificador, que permite o deslocamento do papel de consumidor para o de protagonista, com o auspício de demolir a fronteira entre infóricos e infopobres.

Nesse aspecto, surgem os dispositivos de informação, como a biblioteca, equipamento de difusão cultural, não apenas de conservação, como mediadoras entre as comunidades e o conhecimento. Como ferramenta de instrução de massas, deveria vislumbrar a lógica de todos os usuários e não de apenas uma parte. Para

isso, através do diálogo e da dialogia, deve-se acabar com a tradição de se assimilar as populações às premissas da biblioteca, possibilitando que deixe de ser apenas um serviço de informação e conservação para estabelecer o papel de dispositivo educacional.

É importante, ainda, para que todos possam ascender ao conhecimento através da informação, que se rompa com o caráter monológico, da velha máxima emissor-receptor, pondo fim à visão instrumentalista dos equipamentos culturais. Os *ereaders*, ao permitirem experiências inovadoras de leitura podem tornar-se ferramentas importantes nesse cenário, embora não elementares. Ao possibilitar o acesso a grandes e diversificados acervos, reduzem a problemática da falta de material nas bibliotecas, bem como permitem que experiências de leitura sejam compartilhadas pela rede de *internet* com sua comunidade.

A transdisciplinaridade, conceito fundamental para a educação de jovens aptos a lidar com a torrente informacional produzida em nossa sociedade, é também válida no uso de *ereaders*. Ao comportar uma miríade de textos no dispositivo, ampliam o contato entre os diversos saberes através de links e notas que são automaticamente acessíveis, bem como disponibilizam recursos bibliográficos de referência, como enciclopédias, dicionários, catálogos, entre outros.

Os aparelhos de leitura digital podem renovar também velhas práticas, como a manutenção de uma lógica linear de transmissão da informação, entre centro e periferia, num contexto reticular e multiforme que compõe a sociedade da informação. Se efetivo, seu uso pode constituir uma rede de leitores que se comunicam. Ao reduzir o suporte à virtualidade, demonstra que é importante não apenas o material, mas o texto, bem como, ao possibilitar a interação, que não apenas o texto interessa, mas também a relação com seu leitor e deste com a sociedade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

### O LUGAR DO LIVRO NO FIM DO LIVRO

É desejo de toda sociedade que pretende evoluir aprimorar a tecnologia de que dispõe. No caso do livro, “durante séculos os esforços para aperfeiçoá-lo voltaram-se para a forma do objeto: rolo, fólio, folheto; para o material: papiro, pergaminho, papel; ou para o processo de reprodução: cópia à mão, impressão à mão, impressão mecânica, *offset*, etc”. (BARKER ; ESCARPIT, 1975, p. 2). O *e-reader* apresenta-se como a conjunção de todos os anseios anteriores de desenvolvimento técnico em um só corpo. Revoluciona a forma e o suporte do livro, ao virtualizá-lo, e o processo de reprodução, ao replicá-lo digitalmente em um número teoricamente infinito de exemplares a qualquer localidade.

O livro digital é uma forma de descontextualização como foram a escrita e a imprensa. A escrita alterou o contexto da representação das sociedades em relação a sua memória cultural. A imprensa modificou a forma como as sociedades acessavam os textos, a maneira como os mesmos circulavam, sua manutenção. O que revolucionará o livro digital, como incidirá sua adoção no Brasil?

Os manuscritos atenderam a um mercado religioso, que os primeiros impressos também suprimiram, mas fizeram surgir o público para livros clássicos e, posteriormente, científicos. Que mercado surgirá pelo livro digital? O do autor independente, talvez anônimo ou desconhecido, desligado da figura do editor? Uma nova República das Letras fragmentada em nichos literários, onde a comunidade de leitores interessados em um mesmo tema será responsável pela viabilidade da edição de determinados assuntos?

Pretendeu-se, durante o estudo, não opor de maneira rala a tecnologia impressa e a digital, mas sim apresentar quanto às novas tecnologias podem potencializar o uso de um instrumento como o livro, que, apenas em seu formato atual, o códice, já há aproximadamente dois mil anos é responsável por comunicar os sentidos e discursos e armazenar a memória da humanidade. Certamente não se pôde estabelecer toda plêiade de possibilidades, panoramas e cenários que advêm de uma transformação do sistema técnico em que se localiza o livro. O que se objetivou foi a apresentação de um panorama possível a partir da evolução da técnica de produção livresca, que depende de configurações adequadas nos âmbitos econômico, social e político para que se efetive.

Aspectos conjunturais e estruturais favoreceram, no início do século XX o florescimento de uma indústria livresca, da qual Monteiro Lobato foi um dos principais artífices, especialmente pelo fato de ter incorporado ao comércio e distribuição do livro a ótica capitalista, alinhada ao processo de industrialização pelo qual o país passou no início do século e, de forma mais aguda, nos anos 1930 e 1940. Há, atualmente, um cenário favorável à difusão do livro digital, visto que o país se estabeleceu economicamente, investirá em infraestrutura, com destaque para as redes de comunicação, de forma a viabilizar seu papel de sede em grandes eventos nos próximos três anos, e distribuiu renda através de programas sociais, que permitiram a ascensão ao mercado de tecnologia de parcelas da população antes excluídas. A oportunidade, que aproveitou Lobato há quase um século, não deve ser descartada agora pelos agentes da cadeia produtiva do livro.

As redes digitais redefiniram o modelo de negócios da indústria audiovisual, que hoje lucra vendendo não mais apenas CDs e DVDs ou Blurays, mas oferecendo serviços de streaming online, onde o usuário paga para utilizar o produto naquele momento, não para tê-lo indefinidamente, ou permitindo a compra de faixas individuais, segmentadas, ao invés do disco inteiro, como faziam anteriormente as gravadoras. Entretanto, muitas foram as tentativas de permanecer capitalizando os velhos modelos, perseguindo e incriminando usuários, programadores, especialistas, sem quaisquer efeitos positivos para a recuperação do mercado. A sociedade havia sofrido intensas transformações a partir da globalização dos ambientes digitais e da *internet* e as demandas dos consumidores já não eram as mesmas de vinte ou trinta

anos atrás. Qualquer movimento em sentido contrário seria frustrado. A indústria do livro terá que mudar, atendendo aos anseios do leitor contemporâneo, conectado, socializado, ubíquo e imediatista, entendiável e sedento de novos e frequentes estímulos. Insistir em velhas práticas é o caminho para o fracasso.

Novos modelos de negócio, porém, não significam a extinção das mídias tradicionais. O mercado fonográfico de Long Plays (LPs) tem crescido consideravelmente, em um momento inédito desde que perderam espaço para os CDs. Um mercado especializado, de nicho, não importa se nostálgico ou apreciador da qualidade superior dos velhos discos pretos, exige que suas bandas ou cantores preferidos lancem também os trabalhos em meios alternativos aos CDs, MP3 e streaming. O equilíbrio, até o momento, parece adequado e há público para cada setor.

O mercado editorial pode seguir trajetória semelhante. Oferecer *enhanced ebooks*, livros interativos, livros apps (livros/aplicativos), audiolivros e serviços extras, não implica no fim do livro impresso. Há ao menos três gerações vivas que ainda possuem com as tradicionais folhas impressas e encadernadas uma relação afetiva que os manterá compradores desses objetos, ainda que adquiram também toda a gama de itens digitais disponíveis. A geração de nativos digitais, o que pode parecer surpreendente, não abre mão, ainda, da leitura de impressos<sup>50</sup>. Talvez haja entre eles a forte influência de seus pais e parentes, no que parece ser prudente aguardar um período maior antes de elaborar hipóteses sobre o abandono do livro impresso como meio de comunicação.

\* \* \*

Argumenta-se, como Flusser (2010, p.158), que as telas eletrônicas, podendo gerar vastos elementos imagéticos e imputando uma nova realidade à mente

---

<sup>50</sup> CRIANÇAS não trocam livros impressos pelos digitais, mostra estudo. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/criancas-nao-trocam-livros-impressos-pelos-digitais-mostra-estudo>>. Acesso em: 25 jun. 2013.

humana, relegaria o mundo físico à categoria, não apenas filosófica, de mera aparência. Esse mundo tornar-se-ia, então, desinteressante, por se revelar o que é, enquanto o digital permitiria ultrapassar as barreiras do possível e da aparência, através de sua capacidade teoricamente infinita de construção de sentidos. Desse modo, talvez o que se entenderá no futuro como livro seja algo diferente da atual definição, ainda dependente instrumental e emocionalmente do livro físico, em papel. O livro digital e o impresso podem tornar-se conceitos tão distintos a ponto de não poderem mais ser colocados sob a mesma categoria, e o termo livro significará, então, uma obra digital da qual não se conhecem ainda as fronteiras.

Convém, entretanto, ressaltar que nenhuma tecnologia evolui ou modifica-se sozinha. Depende sempre da sociedade em que se insere, o que faz das mudanças que sofre reflexo direto da própria transformação e demanda social. Se o livro digital ganha espaço é porque a sociedade reivindica do novo livro as características de que necessita. Inexiste, aqui, determinismo tecnológico, a tecnologia é retrato das conjunturas, necessidades e possibilidades de seu tempo, como foi a imprensa gutemberguiana.

Não há garantia de que o livro digital perfurará todos os estratos sociais, como fez, por exemplo, o celular, a televisão e o rádio. Se a tecnologia não utiliza, mas sim é utilizada, cabe à população gerar sua demanda e, assim como ocorreu com esses meios de comunicação, tornar o *e-reader* popular, somado o auxílio de políticas públicas efetivas para seu acesso e apropriação de seus livros. Quando se aventa as novas possibilidades que surgem, percebe-se que a fronteira a ser dissolvida pelo livro digital não é apenas a do suporte, como limite do texto, mas também a do espaço e da produção de sentidos, como limite do acesso.

Se no princípio era o verbo e a palavra só poderia ser transmitida oralmente, requerendo a presença dos sujeitos para se efetivar, com a imprensa esta fez-se desnecessária e alcançou-se leitores em praticamente qualquer ponto do planeta. O autor, por sua vez, atinge a imortalidade à sua obra, atravessando o tempo através da palavra impressa. O digital, como possível sucessão do códice, dissolve a matéria, o tempo e o espaço, transformando o livro num contínuo, ubíquo e presentificado, enquanto o *ebook* e o *ereader* reconfiguram o modelo clássico da transmissão da palavra humana através de papel e tinta, situando-a numa

gigantesca rede de conexões e significados, compartilhada globalmente no espaço e na sociedade, convertendo o autor, o editor e o leitor a novos papéis que ainda procuram compreender.

Este estudo pretendeu, enfim, compreender essa nova mídia sob a luz de seu passado, demonstrando seus principais aspectos e investigando suas perspectivas de reestruturação da produção cultural escrita, antes apenas impressa. Como em toda transformação, divide opiniões, assusta e desestrutura arranjos que, no caso da impressão, é secular, e do códice, milenar. Os homens e as eras se alteram, mas a necessidade de comunicação, a partir daquele que é seu mais antigo instrumento, o livro, permanece.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ABRIL:** os primeiros 50 anos. São Paulo: Abril, 2000.

ALMADA, Fernando. Publicidade e venda de livros. In.: MAGALHÃES, Aluísio et al. **Editoração Hoje**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1975.

ALMEIDA, Marco Antônio . O personagem-livro. In: **XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM**, 1998, Recife. Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 1998. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f1b80afe4f6bb8a04190167cf6d0a257.PDF>>. Acesso em: 16 mar 2013.

ANTHONY, Sebastian. **Five-dimensional glass memory can store 360TB per disc, rugged enough to outlive the human race**. 10 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.extremetech.com/extreme/160928-five-dimensional-glass-memory-can-store-360tb-per-disc-rugged-enough-to-outlive-the-human-race>>. Acesso em: 12 abr 2013.

BARATA, Clara. **Como a rápida Internet está a conquistar o cérebro aos vagarosos livros**. Disponível em: <<http://www.publico.pt/ciencia/noticia/como-a-rapida-internet-esta-a-conquistar-o-cerebro-aos-vagarosos-livros-1464014>>. Acesso em: 22 jun. 2013.

BARKER, Ronald Ernest ; ESCARPIT, Robert. **A fome de ler**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas; Instituto Nacional do Livro, 1975.

BIGNOTTO, Cilza Carla. **Novas perspectivas sobre as práticas editoriais de Monteiro Lobato**. 2007. 415 f. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação no Instituto de Estudos da Linguagem. UNICAMP, Campinas, 2007.

BORGES, Jorge Luis. **Cinco Visões Pessoais**. Brasília: UNB, 1985.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BRITO, Mário da Silva. **Martins: 30 anos**. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1967.

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

BUSH, Vannevar. **As we may think**. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/>. Acesso em: 07 jan. 2013.

CAMPOS, Geir. Carta aos livreiros do Brasil. In: BRAGANÇA, Aníbal; SANTOS, Maria Lizete dos (Org.). **A profissão do poeta: 13 pequenos poemas e depoimentos em homenagem a Geir Campos; & Carta aos livreiros do Brasil, poemas e outros**

textos inéditos de Geir Campos. Niterói: Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro, 2002.

CABRAL, Rafael. **Brasil tem 4ª pior lei de direitos autorais**. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/brasil-tem-4%C2%AA-pior-lei-de-direitos-autorais/>>. Acesso em: 23 mar 2013.

CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARRASCO, Luis ; LENHARO, Mariana. **No ensino superior, 38% dos alunos não sabem ler e escrever plenamente**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,no-ensino-superior-38-dos-alunos-nao-sabem-ler-e-escrever-plenamente-,901250,0.htm>>. Acesso em: 08 mar 2013.

CASTRO, Moacyr. Editores e livreiros pedem norma para importar livros. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 28 nov. 1974. Geral, p. 12. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19741123-30572-nac-0012-999-12-not/>>. Acesso em: 20 out 2012.

CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger (Org.). **História da leitura no mundo ocidental**. São Paulo: Ática, 1999. v. 1.

CHARTIER, Roger. **Do códex à tela: As trajetórias do escrito. A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: Editora Club, 2ª Ed, 1998.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Ed. UNESP. 1999

COZER, Raquel. A era dos autopublicados. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 01 jun 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/111702-painel-das-letras.shtml>>. Acesso em: 05 jun 2013.

COZER, Raquel. **Desdobramentos digitais: a autopublicação na Saraiva e as 'fan fics' na Amazon americana**. São Paulo, 28 mai. 2013. Disponível em: <<http://abibliotecadераquel.blogfolha.uol.com.br/2013/05/28/desdobramentos-digitais/>>. Acesso em: 05 jun 2013.

CUNHA, Luiz Antonio. **Educação e Desenvolvimento Social no Brasil**. Francisco Alves, Rio de Janeiro, 1988.

DARNTON, Robert. **A Questão dos Livros: presente, passado e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DEL FIORENTINO, Teresinha. **Prosa de ficção em São Paulo; produção e consumo (1900- 1920)**. São Paulo: Hucitec, Secretaria de Estado e da Cultura, 1982.

DESSAUER, John P. **Tudo sobre a publicação de livros: a experiência editorial nos Estados Unidos**. São Paulo: Mosaico, 1979.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. Em queda livre? A economia do livro no Brasil (1995- 2006). In: BRAGANÇA, Aníbal ; ABREU, Márcia (Org). **Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

EARP, Fabio Sá; KORNIS, George. **A Economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

**EBOOKS made up 23 percent of US publisher sales in 2012, says the AAP.**

Disponível em: <<http://paidcontent.org/2013/04/11/ebooks-made-up-23-percent-of-us-publisher-sales-in-2012-says-the-aap/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: Record ; Altaya, 1986.

**ENCICLOPÉDIA BRITANICA ANUNCIA FIM DA EDIÇÃO IMPRESSA:** empresa vai se dedicar ao conteúdo digital e material didático. Coleção com 32 volumes custa US\$ 1.400. Disponível em:<

<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2012/03/enciclopedia-britanica-anuncia-fim-da-edicao-imprensa-apos-244-anos.html>>. Acesso em: 20 abr. 2013.

ESCOLAR, Hipólito. **Historia del libro**. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1988

ESCOREL, Ana Luísa. **Brochura brasileira:** objeto sem projeto. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974

EL FAR, Alessandra. **O Livro e a Leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

**EXCLUSIVO:** Brasil ultrapassou marca de 25 mil ebooks em português. Disponível em: <<http://revolucaoebook.com.br/brasil-ultrapassou-marca-25-mil-ebooks-portugues/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

FAUSTO, Boris. **História Concisa do Brasil**. São Paulo: EDUSP, 2001.

FLUSSER, Vilém. **A escrita:** há futuro para a escrita? São Paulo: Annablume, 2010.

FRANÇA, Patricia. **“Livros para leitores”:** a atividade literária e editorial de Benjamim Costallat na década de 1920. Disponível em: <[http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Patricia\\_Franca.pdf](http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Patricia_Franca.pdf)>. Acesso em: 05 jan. 2013.

GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto. **A herança escultórica da tipografia**. São Paulo: Rosari, 2004.

GHIRALDELLI JUNIOR, Paulo. **História da Educação**. São Paulo: Cortez, 1991.

GIRON, Luis Antônio. **Crimes do livro digital**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/cultura/luis-antonio-giron/noticia/2013/01/crimes-do-livro-digital.html>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

GOMES, Helton Simões. **Com cara de game, app para tablets em 3D substitui livro didático no Rio**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/com-cara-de-game-app-para-tablets-em-3d-substitui-livro-didatico-no-rio.html>>. Acesso em: 22 jun. 2013.

GREENFIELD, Jeremy. **Author Services Site Lulu Moves Toward DRM-Free; But Is It What Authors Want?** Disponível em: <<http://www.digitalbookworld.com/2013/author-services-site-lulu-moves-toward-drm-free-but-is-it-what-authors-want>>. Acesso em: 25 mar 2013.

HART, Michael. **The History and Philosophy of Project Gutenberg**. Disponível em: <[http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The\\_History\\_and\\_Philosophy\\_of\\_Project\\_Gutenberg\\_by\\_Michael\\_Hart](http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart)>. Acesso em: 25 mar 2013.

HOFFELDER, Nate. **76% of US Libraries Offer eBooks, Nearly 2 in 5 Lend eReaders**. Disponível em: <<http://www.the-digital-reader.com/2013/04/16/76-of-us-libraries-offer-ebooks-nearly-2-in-5-lend-ereaders/>>. Acesso em: 15 mai 2013.

JUSTUS, Paulo. **Sem impostos, preço dos e-readers cairia pela metade no Brasil**. Disponível em: <[http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/118651\\_SEM+IMPOSTOS+PRECO+DOS+EREADERS+CAIRIA+PELA+METADE+NO+BRASIL](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/118651_SEM+IMPOSTOS+PRECO+DOS+EREADERS+CAIRIA+PELA+METADE+NO+BRASIL)>. Acesso em: 07 jun 2013.

KANT, Immanuel. **A metafísica dos costumes**. Bauru, SP: EDIPRO, 2003.

KEEN, Andrew. **O culto ao amador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

KOSHIYAMA, Alice. **Monteiro Lobato**: Intelectual, empresário, editor. São Paulo, Edusp, 2006

KOSTYLO, Joanna. **Privilege and Property**: Essays on the History of Copyright. Cambridge: OpenBook Publishers, 2010.

LAJOLO, Marisa ; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1998.

LASMAR, José Osvaldo Guimarães. Aspectos conceituais e metodológicos de uma abordagem econômica da indústria cultural. In: FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Economia da Cultura**: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil. Brasília: Instituto de Promoção Cultural/Secretaria de Apoio à Produção Cultural – Ministério da Cultura. 1988.

LEBERT, Marie. **Project Gutenberg (1971-2008)**. Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/cache/epub/27045/pg27045.html>>. Acesso em: 25 mar 2013.

LEÃO, Lucia. **O Labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas: UNICAMP, 1990.

LEMOS, Ronaldo. Creative Commons, mídia e as transformações recentes do direito da propriedade intelectual. In: **Revista DIREITO GV**, v.1, n.1, p181-187, maio 2005. Disponível em: <[http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2797/Creative\\_Commons\\_Midia\\_e\\_Transformacoes\\_recentes\\_do\\_Direito\\_da\\_PI.pdf?sequence=1](http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2797/Creative_Commons_Midia_e_Transformacoes_recentes_do_Direito_da_PI.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 02 jun. 2013.

LÉVY, Pierre. **O Que é Virtual?**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores?** São Paulo: Summus, 2004.

LOBATO, Monteiro. **A barca de Gleyre**: Quarenta anos de correspondência literária entre Monteiro Lobato e Godofredo Rangel. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1944.

LOBATO, Monteiro. **Prefácios e entrevistas**. São Paulo: Brasiliense, 1955.

LOBATO, Monteiro. **Urupês**. São Paulo: Ed. Da Revista do Brasil, 1919.

LUCA, Tânia Regina de. **A Revista do Brasil**: um diagnóstico para a (N)ação. São Paulo: UNESP, 1999.

MACHADO, Arlindo. Fim do livro?. **Estudos Avançados [online]**. 1994, vol.8, n.21, pp. 201-214. ISSN 0103-4014.

MACIEL, Camila. **55% dos alunos do 3º ano do ensino fundamental são analfabetos funcionais**. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/noticias/2013/06/25/55-dos-alunos-do-3-ano-do-ensino-fundamental-sao-analfabetos-funcionais.htm>>. Acesso em: 08 mar 2013.

MARTIN, Chris. **Android takes 75 percent of the smartphone market**. Disponível em: <<http://www.pcadvisor.co.uk/news/mobile-phone/3447268/android-dominates-smartphone-market/>>. Acesso em: 02 jun 2013.

MCLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem. In: **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MILLIOT, Jim et al. **Digital Imprints Take Root**. Disponível em: <<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/53006-digital-imprints-take-root.html>>. Acesso em: 02 jun 2013.

MIRA, Maria Celeste. **Momentos do Livro no Brasil**. São Paulo, Ática, 1996.

MOLLIER, Jean-Yves. A história do livro e da edição: um observatório privilegiado do mundo mental dos homens do século XVIII ao século XX. **Varia hist.**, Belo Horizonte, v. 25, n. 42, Dec. 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-)

87752009000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 01 Jul. 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-87752009000200008>.

MOREN, Dan. **Dumping ebook DRM: It's good for everyone (except Amazon)**. Disponível em: <<http://www.techhive.com/article/2000052/dumping-ebook-drm-its-good-for-everyone-except-amazon.html>>. Acesso em: 25 mar 2013.

NEGROPONTE, Nicholas. The future of the book. In: **Wired**, n. 4.02, fev. 1996. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/4.02/negroponte.html>>. Acesso em: 19 jul. 2010.

PAIXÃO, Fernando. **Momentos do Livro no Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 1998.

PROCÓPIO, Edinei. **O livro além do livro**. Disponível em: <<http://www.congressodolivrodigital.com.br/blog/?p=199>>. Acesso em: 17 mai. 2013.

RABY, Mark. **E-reader sales shrunk by 28% in 2012 proving tablets are taking over**. Disponível em: <<http://www.geek.com/mobile/e-reader-sales-shrunk-by-28-in-2012-proving-tablets-are-taking-over-1534731/>>. Acesso em: 20 mar 2013.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro**. São Paulo: ComArte; FAPESP, 1996.

ROMANELLI, Otaiza de Oliveira. **História da educação no Brasil: 1930 – 1973**. Petrópolis: Vozes, 1991.

ROSE, Mathew. Livro eletrônico redesenha o mercado editorial dos EUA. In: **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 22 mar. 2000. p. 15. Disponível em: <[http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=030015\\_12&PagFis=5832](http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=030015_12&PagFis=5832)>. Acesso em: 20 fev. 2013.

RHOMBERG, Andrew. **One More Reason Publishers Are Considering Dropping DRM**. Disponível em: <<http://www.digitalbookworld.com/2012/one-more-reason-publishers-are-considering-dropping-drm>>. Acesso em: 25 mar 2013.

RODRIGUES, Maria Fernanda. **Por uma leitura compartilhada**. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=64372>>. Acesso em: 08 mar 2013.

RUIC, Gabriela. **Android ultrapassa iPad no mercado de tablets**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/android-ultrapassa-ipad-no-mercado-de-tablets>>. Acesso em: 07 jun 2013.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Educação, Ideologia e Contra-ideologia**. São Paulo: EPU, 1986.

SILVEIRA, Júlio. **Sobre e-incunábulo, marcas d'água digitais e ex-libris eletrônicos**. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id=67795>>. [Acesso em: 08 mar. 2013.](#)

SINGER, Paul. **Dominação e desigualdade**. São Paulo: Paz e Terra, 1981.

SITE da Amazon já vende mais livros digitais que impressos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 mai. 2011. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/05/19/site-da-amazon-ja-vende-mais-livros-digitais-que-impressos.jhtm>>. Acesso em: 17 jul. 2012

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura**: o mercado editorial no século XXI. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

TONKIN, Emma. eBooks: Tipping or Vanishing Point? In: **Ariadne**, n. 62, 30 jan. 2010. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue62/tonkin/>>. Acesso em: 09 ago. 2010.

TRAVASSOS, Nelson Palma. **Livros sobre Livros**. São Paulo: HUCITEC, 1978.

TRAVASSOS, Nelson Palma. **Nos Bastidores da Literatura**. São Paulo, Edart, 1964

UNESCO. **O negócio da edição de livros**: um curso de treinamento gerencial. São Paulo: Atlas, 1992.

WILSON, Ruth. Evolution of Portable Electronic Books. In: **Ariadne**, 29, 2001. Disponível em: <http://www.ariadne.ac.uk/issue29/wilson>. Acesso em: 22 mar. 2013.

**VEJA**, Imortais em massa. 18 nov. 1970.

\_\_\_\_\_. Mais livros. 01 dez. 1971.

\_\_\_\_\_. A desordem do crescimento. 21 jun. 1972a.

\_\_\_\_\_. A grande marcha. 22 nov. 1972b.

\_\_\_\_\_. A Leitura Multiplicada. 14 mar. 1973.

\_\_\_\_\_. Meio Milhão. 09 fev. 1977.

VERISSIMO, Erico. **Um certo Henrique Bertaso**. Porto Alegre: Globo, 1973.

VIEIRA, R. A. Amaral. Redução dos custos gráfico-editoriais. In.: MAGALHÃES, Aluísio et al. **Editoração Hoje**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1975.

VILLAÇA, Antônio Carlos. **José Olympio**: o descobridor de escritores. Rio de Janeiro: Thex Editora, 2001.

ZOARA, Failla (Org.). **Retratos da leitura no Brasil 3**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2012.

## Anexo A

### CARTA ABERTA DA ANL SOBRE O LIVRO DIGITAL NO BRASIL

Diante de novos desafios, assim como diante da chegada iminente do maior varejista mundial do comércio eletrônico, bem como da paulatina porém inexorável difusão da leitura sobre suportes digitais, a ANL – Associação Nacional de Livrarias apresenta sua posição, acompanhada de sugestões para todos os integrantes da cadeia produtiva do livro.

Diferentemente do que ocorre no campo dos meios de comunicação, em que existem leis que disciplinam o mercado, regulando e limitando a participação de empresas multinacionais, no mercado livreiro e editorial brasileiro predomina quase que exclusivamente a livre iniciativa, com um claro déficit de proteção para a produção nacional. Quem tem poder maior de compra dita as regras, sem levar em conta a necessidade de preservação da bibliodiversidade, nem a importância de manter o vigor dos distintos canais de comercialização. Enquanto se mantém há várias décadas a praxe de se cobrar o mesmo preço para jornais e revistas numa mesma região geográfica, independente do tipo de ponto de venda, o que torna viável a existência de uma vasta rede de distribuição para estes produtos, até hoje não se chegou a um acordo semelhante para a comercialização de livros.

Sofremos hoje com baixíssimos índices de leitura e pequena presença de livrarias espalhadas pelo país. Segundo dados do IBGE, **menos de um terço dos municípios brasileiros possui ao menos uma livraria**. Este número, que por si é preocupante, vem diminuindo ao longo dos anos, tendo havido aumento da concentração nas regiões Sul e Sudeste e maior peso de grandes empresas varejistas.

Preocupada com essas questões, e mirando-se na experiência acumulada pela indústria cinematográfica que soube preservar, apesar de todas as turbulências e transformações recentes, sua cadeia de distribuição, a ANL, principal entidade em defesa dos livreiros brasileiros, através de sua diretoria, se manifesta e compartilha as seguintes orientações:

- Recomendamos estabelecer um intervalo de **120 dias** entre o lançamento dos livros impressos no formato de papel no mercado brasileiro e sua liberação nas plataformas digitais.
- Solicitamos que o desconto para revenda do livro digital para todas as livrarias e para as demais plataformas **seja uniforme**, possibilitando igualdade de condições para todos os canais de comercialização nesse novo suporte de leitura.
- Sugerimos que a diferença de preço a menor do livro digital para o formato impresso seja no máximo igual a **30%**.
- Na hipótese de a editora ou distribuidora vender diretamente ao consumidor final, o desconto nos livros digitais **não deverá exceder 5%**.

Portanto, com a preocupação da difusão da cultura e do livro, a ANL almeja o crescimento e fortalecimento da estrutura do mercado que refletirá diretamente no avanço da cultura e da educação no país.

**Ednilson Xavier**

**Presidente**



## ANEXO B

### E-READER PRIVACY CHART, 2012 EDITION

Fonte: <https://www.eff.org/pages/reader-privacy-chart-2012>

Can they keep track of searches for books?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
<p><b>Yes</b></p> <p>Logs all search data with IP address. Will also associate searches with user's Google Account if logged in. Will not associate searches with user's account if not logged in.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b></p> <p>Logs data on products viewed and/or searched for on the device, and associates info with Amazon account. Searching the Inside Book feature requires login to Amazon account. It is unknown whether searches for books done at locations other than Amazon are also reported back to Amazon, but the Privacy Policy does not exclude this possibility.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b></p> <p>The privacy policy indicates that searches made on the Nook are probably not recorded, but B&amp;N generally logs data on searches made and pages viewed on B&amp;N website. B&amp;N does not disclose whether it associates book searches with a user's account if logged in. It is unknown whether searches for books done at locations other than B&amp;N are also reported back, but the Privacy Policy does not exclude this possibility.</p>	<p><b>Yes</b></p> <p>Kobo seems to have the capability to keep track of book searches because it indicates that it shares those searches with third parties.</p>	<p><b>Yes</b></p> <p>Sony seems to collect information on "site interaction," which presumably includes uses of the Reader Store, and on "network-enabled devices," which probably includes its e-Readers.</p>	<p><b>No</b></p> <p>Appears not to track searches of books on library sites.</p>	<p><b>Unclear</b></p> <p>While IndieBound's reader app seems not to have a distinct privacy policy, the site policy indicates that it collects "non-personal, aggregate information (such as information regarding the pages on our site you have visited[])." This suggests that searches may be recorded, albeit not linked with personally identifiable information.</p>	<p><b>No</b></p> <p>The Archive does not collect IP addresses or user-identifiable data about book searches.</p>	<p><b>No</b></p> <p>The Adobe Content Server software cannot monitor what a user reads.</p>

Can they monitor what you're reading and how you're reading it after purchase and link that information back to you? Can they do that when the e-book is obtained elsewhere?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
<p><b>Yes/N/A</b> Logs specific book and page viewed on website. Stores last five pages of each book read. May also track annotations. Cannot use for e-book obtained elsewhere.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b> Stores last page read and may store annotations, highlights, markings, etc.</p>	<p><b>Unclear</b> Presumably stores last page read, but Privacy Policy and Terms of Use are unclear as to other stored data.</p>	<p><b>Unclear</b> Stores last page read and content deletions. May store annotations, bookmarks, highlighting etc. on servers in Canada.</p>	<p><b>Unclear</b> Sony's privacy policy does not indicate whether it stores information about reading after purchase.</p>	<p><b>Unclear</b> Overdrive's privacy policy does not indicate what information it stores, other than to say that the service uses cookies to store information about web usage.</p>	<p><b>Unclear</b> The privacy policy does not indicate whether the reader app has the capability to store information about reading. However, since the books come through Google Books, that policy (referenced above), which does report information about reading to Google, presumably will apply.</p>	<p>Archive.org does not collect user-specific (including IP addresses) information when freely available content is read/downloaded. Restricted content can be borrowed through OpenLibrary.org. Borrowing requires a user account with a verified email address. The Archive knows which user has which book checked out while the loan is active, but once the book is returned we do not retain the loan information by user. OpenLibrary.org does not retain IP addresses.</p>	<p><b>No</b> The Adobe Content Server software cannot monitor what a user reads.</p>

What compatibility does the device have with books not purchased from an associated eBook store?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
Not AZW but most others. Google Books serves books online in ePub and PDF format. Google's bookstore, Google Play, allows customers to download books in ePub and PDF and read them on any device.	Not ePub but most others. Only Amazon's proprietary AZW and unprotected TXT, MOBI, PRC files are directly compatible with Kindle. Kindles also have PDF support. Amazon also allows publishers to offer books without DRM. Some public libraries offer books in Kindle format that can be accessed through library sites.	Not AZW but most others. Supports popular eBook formats like EPUB and PDF from other sources (if Adobe DRM or non-DRM), but they will not be compatible with many Nook features.	Not AZW but most others. Supports eBook formats like EPUB, PDF and MOBI from other sources, as well as image files and comic book formats including CBZ and CBR.	Not AZW but most others. Supports eBook formats including EPUB, PDF, RTF and TXT files, as well as audiobooks in MP3 or AAC format.	Supports AZW, EPUB and PDF as well as audiobooks in WMA or MP3 format.	Not AZW but most others. IndieBound's reader app enables consumers to purchase Google eBooks through associated independent bookstores. It limits consumers to those bookstores that are associated with the app.	Offers PDF, EPUB, MOBI, Daisy (for sight-impaired/print-disabled), DJVU and OCR-generated txt formats.	Compatible with many different devices and books in many different formats, but also can be used to restrict formats.

Do they keep a record of book purchases? Can they track book purchases or acquisitions made from other sources?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
<p><b>Yes</b> Book purchases must be made from a logged-in Google account, and Google keeps a record. Google books cannot be used to read books obtained from other sources.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b> Amazon tracks purchases made through the Kindle Store. It is not clear whether Amazon tracks purchases loaded on to the Kindle from other sources.</p>	<p><b>Yes</b> Barnes &amp; Noble tracks purchases made from a logged-in Barnes &amp; Noble account, including through the Nook store. It also collects information, including “sideloaded content,” through the device’s interaction with the Internet.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b> Kobo requires purchases in its store to be made from a logged-in account. It is not clear whether Kobo tracks book purchases made from other sources.</p>	<p><b>Yes/Unclear</b> While the privacy policy is unclear, Sony appears to keep track of purchases from the Reader Store since the user must log in to purchase books and Sony assigns an identification cookie to users for licensing purposes. Sony does not keep track of books obtained elsewhere.</p>	<p><b>Unclear</b> Overdrive itself may collect information related to “content selections,” but seems not to track lending histories.</p>	<p><b>Unclear</b> IndieBound indicates that it collects personally identifiable information associated with “orders,” but does not specify how this works within the reader app.</p>	<p><b>N/A</b> The Archive does not sell books, but some of its associated sites (e.g., <a href="http://www.openlibrary.org">www.openlibrary.org</a>) link to bookstores.</p>	<p><b>No</b> The Adobe Content Server software does not obtain information about what users read.</p>

<b>With whom can they share the information collected in non-aggregated form?</b>								
<b>Google Books</b>	<b>Amazon Kindle</b>	<b>Barnes &amp; Noble Nook</b>	<b>Kobo</b>	<b>Sony</b>	<b>OverDrive</b>	<b>IndieBound</b>	<b>Internet Archive</b>	<b>Adobe Content Server</b>
Law enforcement, civil litigants, and within Google's own services.	Law enforcement, civil litigants, and within Amazon's own services.	Law enforcement, civil litigants, and within Barnes & Noble's own services, as well as with service providers, third party providers and membership programs, and publishers of newspapers or magazines that the user subscribes to.	"Trusted third parties," including, but not limited to, Indigo Books & Music, Inc, and publishers of newspapers or magazines that the user subscribes to.	Law enforcement, civil litigants, and within Sony's own services, as well as with publishers of newspapers or magazines that the user subscribes to.	Overdrive does not share personally identifiable, non-aggregated data.	"Affiliates, partners, agents or other parties;" law enforcement, civil litigants, and to "protect against fraud."	The Archive does not collect user-specific information (including IP address) about the searching, reading, or downloading of texts, and so cannot provide it. Books, bookmarks, reviews, and forum postings are publicly available.	The Adobe Content Server software does not collect user-identifying information and so cannot share it.

Do they have mechanisms for customers to access, correct, or delete the information?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
<p><b>Somewhat</b> User may delete or disassociate book titles with account, but may lose ability to read them. Users can delete their search history.</p>	<p><b>Somewhat</b> Users may access and update info in account profile, but Amazon may retain prior versions for its records. There is no right to access or delete search and purchase history.</p>	<p><b>Somewhat</b> Users may access, correct, and change info in account profile at any time. There is no right to access or delete search and purchase history.</p>	<p><b>Yes</b> Users may access, correct, and change personal information at any time.</p>	<p><b>Somewhat</b> For information collected through the Reader Store: Users may send a request to have certain personal information updated and it will be done in a reasonable time. There is no right to access or delete search and purchase history.</p>	<p><b>Somewhat</b> While Overdrive does not elaborate on users' ability to access, correct, and change personal information, it complies with EU Safe Harbor principles and thus must have some mechanism in place to do so.</p>	<p><b>Somewhat</b> "ABA members" can access and correct their information by calling a customer service number. It is unclear whether the users of the IndieBound app can do so, however.</p>	<p><b>N/A</b> No user info or IP addresses on searches, reading, or downloads are collected. Bookmarks may be deleted.</p>	<p><b>N/A</b> No information about users is collected.</p>

Can they share information outside the company without the customer's consent?								
Google Books	Amazon Kindle	Barnes & Noble Nook	Kobo	Sony	OverDrive	IndieBound	Internet Archive	Adobe Content Server
<b>No</b> User must opt-in to have personal info shared outside Google.	<b>Yes</b> Users may opt-out of use of information only for certain promotional and marketing purposes.	<b>Yes</b> Users may opt-out of use of information only for certain promotional and marketing purposes or for certain analytic uses of info by third parties.	<b>Yes</b> Kobo shares information with third parties without consent, but obtains consent for uses not set forth in the privacy policy.	<b>Yes</b> For information collected through the Reader Store: User may refuse to share information (on either an opt-out or opt-in basis) only for promotional or marketing purposes.	<b>Yes</b> Overdrive shares information with third parties, but only in aggregated and/or non-identifiable form.	<b>Yes</b> IndieBound may share information, but users may opt-out by calling a customer service number.	<b>No</b> The Archive does not collect user-specific information (including IP address) about the searching, reading, or downloading of texts, and so cannot provide it. Books, bookmarks, reviews, and forum postings are publicly available.	<b>No</b> No information about users is collected.