

I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa — Rio de Janeiro — Brasil

O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.

O Autor-Editor-Livreiro na Internet: uma Análise da Edição de Livros Frente às Novas Tecnologias.

João Luiz Struchiner*

Palavras-chave: Indústria Cultural, Inovações Tecnológicas, Internet.

Resumo

Através da análise do papel social, econômico e histórico do Editor buscar compreender por que a *mídia* se transformou em um “quarto poder” e discutir as possibilidades de edição “independentes” oferecidas pelas novas tecnologias.

Com base na argumentação da Teoria Crítica, debater sobre inclusão digital e democratização do ciberespaço, levando-se em consideração as novas relações de poder entre o Editor e o Autor independente a partir dessas novas tecnologias.

Discutir a edição “independente” como manifestação democrática ou como subproduto da Indústria Cultural.

*Mestre em Ciência da Arte (IACS/UFF), especialista em História da Arte (PUC-RJ) e editor.
joaols@ism.com.br

Nas duas últimas décadas do século passado, pudemos verificar que o movimento de formação de grandes conglomerados transnacionais dos sistemas de comunicação tomou uma velocidade que até então não havia sido vista. Com o advento da tecnologia no estado da arte atual, a possibilidade de disponibilizar a informação no momento em que está acontecendo deixou de ser uma vantagem competitiva em relação a tempos anteriores. A possibilidade de ouvir diversas fontes, checar as informações, verificar os diversos lados envolvidos, com transmissão de som e imagens instantâneos, já não é mais o que importa. Na verdade, tal aparato leva a uma necessidade de confirmações tal que, muitas vezes, chega a atrasar a divulgação da própria notícia. A informação deixou de ser tratada como conhecimento, sendo tratada como conteúdo. São produzidos infográficos, fornecidas estatísticas, *box* com histórico, mapa mundi.

Como alguém já disse anteriormente, quanto maior a quantidade de informação disponível, menor é o grau de informação que se tem. Foi publicado nos jornais, dias atrás, que a despeito da intersecção das mensagens eletrônicas que os Estados Unidos estavam fazendo, somente após alguns dias do “11/setembro” os tradutores puderam traduzir mensagens trocadas entre os terroristas, que já estavam sob suspeição, contendo informações de que faltava somente um dia para o atentado, estava próximo o início do ataque e outras informações bastante específicas que, se traduzidas a tempo, poderiam ter evitado a tragédia.

O movimento de concentração de empresas que estamos presenciando recentemente tem sido diferente do que até então estávamos acostumados. Anteriormente, empresas concorrentes eram compradas, ou associadas, com o intuito de otimização de custos de produção, de transporte, de administração, ou por razões estratégicas, como área de cobertura, ou, ainda, na formação de uma terceira empresa que iria suprir as deficiências das empresas originais, para atuar em um outro setor, por exemplo.

Atualmente, temos presenciado a expansão de empresas em uma direção diversa da qual estávamos acostumados. Empresas produtoras de vídeo cassete adquirem o controle de estúdios de cinema com o intuito de fornecer conteúdo para os equipamentos de vídeo, isto é, incrementar as vendas do produto; empresas que fornecem informação na internet adquirem empresas jornalísticas, para obterem conteúdo na rede. Nesse enorme emaranhado de teias em que se transformou o mundo dos negócios, a editora oferece dois atrativos, como indicaremos à frente.

Para não ficarmos somente nas razões estritamente econômicas – que necessariamente terão que ser retomadas adiante – não podemos deixar de mencionar que a escrita, e por extensão o livro, sempre manteve uma relação muito próxima a uma classe dominante.

Tentando ser breve, já que o espaço é limitado, quando a escrita surge, há cerca de 7.000 anos, está relacionada ao inventário dos bens de um determinado clã. A Igreja católica, a maior e principal fornecedora de material impresso durante muitos séculos, procurou manter o seu privilégio de todas as maneiras possíveis, chegando mesmo a criar um livro onde eram inscritas as obras proibidas de circular, o *Index* dos Livros Proibidos. O aparecimento dos estados territorialistas, na Idade Média, incrementa a necessidade de alfabetização. O controle de um vasto território acarreta a criação de leis e decretos escritos, com o intuito de unificar os costumes e procedimentos. É necessário preencher relatórios e calcular taxas e impostos. Surge uma enorme classe burocrática, que necessita ser alfabetizada. É uma classe que não tem o poder, mas exerce o poder.

O editor, que antes de tudo, é um mercador, cujo objetivo é procurar o melhor preço para a sua mercadoria, tem como público de suas obras justamente as classes mais abonadas – apesar de haver alguns membros das classes mais baixas já alfabetizados, não é difícil imaginar que o público capaz de comprar um livro fosse o das esferas superiores.

E, à medida que a alfabetização se universaliza, não é de surpreender o papel dos editores. Eram os editores-impressores quem distribuía os livros que disseminavam as idéias tanto contra como a favor do *status quo* que se queria manter, ou derrubar. Porém, como já observaram alguns estudiosos, sempre como eminências pardas.

Apesar do incremento que a prensa de Gutenberg dá ao processo de produção, é somente no período que vai aproximadamente de meados do século XVIII a meados do séc. XIX, talvez por causa do avanço dos meios de comunicação à distância – como a melhoria das estradas, o aperfeiçoamento do serviço de correios, o telégrafo e o telefone – que as empresas de comunicação escrita começam a despontar como um Quarto Poder, efetivamente. É a partir desses incrementos que os jornais começam a deixar de ser locais. Começam, então, a ser criados grandes impérios jornalísticos, com jornais de circulação nacional.

O encurtamento das distâncias que a internet nos propicia hoje teve seu início nessa época, o final do séc. XIX. Foi neste período que os interesses começam a se deslocar de questões locais, para interesses globais. Apesar da Europa historicamente ter sempre estado

em guerra, o capitalismo expansionista, e territorialista, que tomou um grande impulso neste período – sécs XVIII e XIX – com a entrada, entre outros, dos Estados Unidos e Alemanha na disputa de mercados cativos, leva a um acirramento dos nacionalismos. Isso tudo vai desembocar na I Grande Guerra.

Criar um sentimento de nação começa pela unificação da língua e dos costumes. A universalização relativa da alfabetização faz com que os meios de comunicação tenham uma penetração importante na configuração desse sentimento nacional. Tal importância foi prontamente percebida por alguns setores. Corroborando este pensamento, podemos encontrar os movimentos românticos que procuram acentuar o passado glorioso de determinadas nações, a busca pelo popular – aqui, no sentido do bem cultural comum. A indústria editorial soube, também, aproveitar-se desse movimento.

Adorno e Horkheimer, nos anos 40 do séc. XX, publicam um livro em que tentam entender como o processo do Iluminismo que, a princípio, deveria levar a Razão para todos e, assim, a Liberdade, acaba por transformar esse movimento num cerceamento e controle das liberdades individuais de uma classe em função dos interesses econômicos de uma outra classe. Nessa obra – *A Dialética do Esclarecimento* – discorrem sobre como são tecidas estruturas que irão transformar produtos culturais em mercadorias.

Talvez por questões geográficas, já que ambos estavam estabelecidos na Califórnia, a pesquisa foi amplamente exemplificada nos efeitos dos estúdios cinematográficos. Porém, é preciso ressaltar que é nessa época que os estúdios americanos lançam os filmes de Carmem Miranda e Zé Carioca, com forte apoio do governo americano, interessados no apoio do Brasil aos Aliados, na II Grande Guerra. Adorno e Horkheimer apontam como a indústria cinematográfica deliberadamente impõe um determinado comportamento social. O mesmo acontecendo com a indústria fonográfica, automobilística, de moda. Não precisaremos de nenhum grande esforço de raciocínio para concordar que a indústria editorial também tem um comportamento condizente com o pensamento dessa indústria cultural. Como disse há pouco, o editor é, antes de qualquer coisa, um mercador preocupado em vender a sua mercadoria!

O editor moderno acabou arvorando para si o papel exercido durante muitos séculos pela Igreja, transformando-se em uma espécie de filtro do que deverá ser lido. Tal qual um estúdio de cinema lança o ator da estação, ou a indústria fonográfica dita a música moda. [Atualmente parece que estamos deixando a fase da auto-ajuda para entrar na fase detetive]

O usual hoje em dia é que qualquer Editora séria possuía um corpo editorial que avalia a qualidade do produto antes de ser lançado. Esta avaliação é um misto de qualidade de texto, pertinência do assunto e, por que não, viabilidade econômica. Tal processo, como – é importante frisar – QUALQUER processo, pode acarretar algumas distorções. Neste processo em que vivemos, estamos sujeitos à vontade econômica da Editora, bem como, ao entendimento dos pares na hora de julgar um trabalho. Inúmeros são os casos de “falha do sistema”: livros que foram recusados por grandes editoras, transformaram-se em *best sellers* em pequenas editoras – que então se transformaram em grandes. Autores conceituados que foram relegados ao mais completo ostracismo por exporem conceitos que seus próprios pares ainda não estavam preparados para entender à época. Autores que não são reeditados porque estão “fora de moda”.

O atual estágio tecnológico permite que qualquer um possa produzir e distribuir uma obra literária sem o auxílio de uma editora convencional. Isso cria uma situação bastante interessante no que diz respeito à relação de poder entre o Editor e o autor. E, ao mesmo tempo, nos leva ao outro problema, que é a apropriação pelo próprio sistema do rótulo de independente.

Respondendo por partes a questão levantada acima, gostaria de analisar primeiramente a relação de autoridade entre o Editor e seu autor. Seguramente, a partir do momento em que dispomos de um computador e uma conexão, as portas do mundo se abrem. Com esparsos conhecimentos de informática, é possível produzir um livro, vender e entregá-lo em virtualmente qualquer lugar do planeta. Isso a um custo irrisório.

Dessa forma, o autor não precisa submeter seu trabalho a diversas editoras. Passar pelo constrangimento de não ser compreendido pelos seus pares. Nem submeter-se à vontade econômica de determinada editora. Pode decidir correr deliberadamente o risco da pertinência de determinado tema que não está “na moda”.

Com certeza, outros problemas aparecerão para esse autor independente. Alguns desses problemas: a questão da visibilidade ou como aparecer entre tantos sítios que oferecem livros independentes? Como alcançar seu público alvo? E as questões burocráticas de como dar conta da entrega de vários pedidos, caso o livro seja um sucesso? Questões corriqueiras de recebimento, verificação de créditos. Logística de atendimento. Nenhum destes problemas é insolúvel. Porém, são competências específicas, e diversas do escrever!

Sob determinados aspectos, o comércio eletrônico é a grande invenção da nova economia. Da mesma forma que a linha de montagem de Ford revolucionou a economia da época, o comércio eletrônico introduziu algumas idéias que estão subvertendo os conceitos básicos do capitalismo, tal como vinha sendo praticado até então. Diferentemente do que se aceitava ontem, a internet provou que se é vender um produto que não existe, recebendo antecipadamente o pagamento, para entrega futura.

Ora, no caso da indústria editorial, isso era tudo que se precisava! Todo os dias, milhares de textos são enviados às diversas editoras em busca de aprovação. Com os custos de produção, armazenagem, distribuição existentes hoje, a capacidade de investimento em novos projetos por parte das Editoras ficou bastante reduzida. Ou seja, mais por problemas econômicos do que por problemas editoriais, lançar uma obra de um autor desconhecido pode ser perigoso, por envolver grandes cifras, com retorno duvidoso.

Mas a tecnologia existente hoje, junto com os conceitos da nova economia, tornou muito mais fácil todo equacionamento de produção e venda. Por um valor bastante competitivo, pode-se dispor de uma vitrine virtualmente infinita, onde TODOS os títulos podem ser dispostos. E, com a tecnologia para se imprimir um livro à medida que ele vai sendo solicitado, acabou-se o problema de estocagem, de tiragem mínima, de custos antecipados. Da mesma forma, elimina-se o custo de distribuição, livraria.

O que poderia, em princípio parecer uma grande subversão da ordem, onde o Editor seria dispensado pelo seu autor, o qual, de maneira independente, poderia lançar-se sozinho na experiência apaixonante de ser seu próprio editor, pode tornar-se potencialmente em outro grande negócio para a indústria editorial.

Um excelente negócio na internet passou a ser oferecer serviços para autores independentes. No Brasil encontramos perto de uma dezena, no exterior não sei precisar os números, mas seguramente, perto de um milhão de editoras especializadas na venda desses serviços¹. Assim, a indústria cultural é capaz de tornar um produto independente em um selo editorial,

¹ No sitio de pesquisas google uma pesquisa aberta contendo “*self publisher*” retornou 4.000.000 de ocorrências, no yahoo, 4.600.000. Ambas apontaram, inclusive a existência de uma Associação Americana para Editores Autônomos. É preciso lembrar que a expressão “*self publisher*” também engloba outros tipos de publicação, que não necessariamente uma publicação literária como, por exemplo, a publicação de programas de computador.

tornando uma legítima expressão de pensamento em um “produto” da indústria cultural.

Não é mera coincidência o fato de grandes grupos do sistema de comunicação possuírem, também, uma editora entre seus tentáculos, além de um serviço de notícias, de um serviço de filmes e de música. Inicialmente, uma editora é uma grande fornecedora de conteúdo. Independente da questão de ser agradável, ou não, a leitura na tela, o acervo de uma editora é um material extensamente rico para ser disponibilizado em rede, seja para consulta gratuita, seja para venda.

A moeda corrente da rede é “visitação” – *page view*. Quanto maior a visitação de seu *site*, maior o número de pessoas que acessam esse endereço, logo, maior o valor obtido por um espaço de propaganda. Então, um bom catálogo de uma editora pode significar um incremento no número de acessos. Se, além de um bom catálogo, o seu *site* ainda tem um serviço de edição de livros: Bingo!

Além dos possíveis clientes para o seu catálogo, a editora ainda poderá carrear visitação para os serviços prestados, muitas vezes oferecidos por uma outra empresa do mesmo grupo.

A contemporaneidade tem se mostrado, sob certo aspecto, um processo de retirada da função de ser, sendo substituído por uma função de representar. Lembrando Adorno e Horkheimer, sabemos que a estratificação de publicações em classes sociais nada mais é do que um exercício estatístico, visto que os conteúdos, em si, pouco diferem. Dessa forma, ler uma determinada revista voltada a determinado público indica a sua posição social e, ou, intelectual. Como exemplo, podemos verificar a enorme quantidade de títulos bastante parecidos encontrados hoje nas prateleiras das livrarias: *O Código da Vinci*, *Quebrando o Código da Vinci*, *Revelando o Código da Vinci*, *Decifrando o Código da Vinci: Os Fatos por Trás da Ficção*. *A Fraude do Código da Vinci*.

Se o Editor teve a sua autoridade, mesmo um breve momento, ameaçada, o capitalismo contemporâneo consegue reverter uma situação contrária, obtendo lucro. Na lógica da indústria cultural, manifestações sinceras de cultura são retiradas de seu contexto próprio, transformando-se em etiqueta.

Tal procedimento não é específico da indústria editorial. Porém, só devido aos avanços tecnológicos recentes tal iniciativa foi possível. São esses mesmos avanços tecnológicos que

possibilitam o aparecimento de selos independentes também em outros setores produtores de cultura: o cinema, a música, as artes plásticas.

Da mesma forma que a indústria editorial se apropria do selo do autor independente, os grandes estúdios de cinema se preparam para lançar filmes independentes; os canais de tv a cabo têm em sua grade de programação filmes independentes; as principais gravadoras possuem uma infinidade de pequenos selos independentes. Parece que ser independente e marginal vende.

Por diversas vezes somos levados a trocar a tecnologia pela coisa em si. Somos iludidos de que por causa de meia dúzia de aparatos técnicos, com os quais realmente até somos capazes de produzir alguma coisa, passamos a tomar conta dos meios de produção. Só que o capitalismo tardio – expresso pelos ditames da nova economia – nos engana mais uma vez. Por causa de todo esse aparato, nos sentimos compelidos a criar. Ou seja, através de uma demanda insuflada, cria-se uma oferta. E dessa forma a roda continua a girar: consumimos mais programas de edição, mais banda de internet, mais impressoras, mais computadores, mais serviços especializados, mais, mais, mais.

Cabe ressaltar dois pontos, que aparentemente possam, parecer contraditórios, face ao exposto até então. Primeiro, independente da facilidade e ou dificuldade de leitura em tela – e com todos os senões que isso possa acarretar –, e independente dos custos industriais de um livro convencional, o livro eletrônico é muito menos prejudicial ao meio ambiente, no momento em que consome menos recursos naturais, cada vez mais escassos. Não só papel, mas a tinta, o cartão e outros insumos que entram na produção de um livro também são retirados da natureza, ou produzem lixo industrial que causam danos ao meio ambiente. Desse modo, caminhar para o livro digital passa a ser, aparentemente, uma solução ecológica. Para se ter uma idéia, o jornal *The New York Times* utiliza, somente para sua edição dominical, de 15 a 20 hectares de floresta, no caso das edições diárias, cerca de seis hectares. Estamos falando de 57 a 60 hectares por semana, cerca de 240 hectares por mês². Ou algo como 2% da área do estado do Rio de Janeiro, por ano, para fabricar somente um único dos vários grandes jornais, sem levar em consideração outras tantas publicações internacionais, nacionais ou locais!

² http://www.eurosur.org/medio_ambiente/bif79.htm

Em segundo, apesar de uma posição bastante crítica, e aparentemente niilista, acredito que exista um momento em que um determinado movimento surge, e que ele ainda não foi expropriado pela indústria cultural, no qual este movimento tem, verdadeiramente, uma independência e legitimidade. O que acontece é que em uma sociedade sedenta de novidades, logo esses movimentos são engolidos e transformados em rótulos de produtos. Os exemplos são inúmeros, de músicas de protesto cantadas em guetos sendo alçadas às categorias de mais vendidas, recebendo disco de ouro, até grafiteiros sendo vendidos em galerias de arte, passando por publicações marginais, que por sua diagramação avançada e despretensiosa, passam a ser referência de modernidade no mundo inteiro.

Mesmo produtos típicos de uma contemporaneidade supérflua e vazia, com os *Blogs*, que determinada intelectualidade ainda trata com certo desprezo, podem ser capazes de promover atos políticos de respeito, como a salvaguarda de instituições democráticas esgarçadas e tênues e de direitos individuais em países autoritários. Recentemente foi publicado na imprensa (O Globo, 24/outubro/2004, pg 52) como os iranianos vêm discutindo seus problemas de sexualidade, já que a homossexualidade é um tabu religioso, bem como questões de censura política.

Até mesmo em uma sociedade altamente desenvolvida – e “*plugada*” – como os Estados Unidos, os *Blogs* transformaram-se em importante instrumento de luta na eleição presidencial, sendo responsáveis por trazer à tona alguns assuntos importantes que não estavam sendo tratados de forma democrática.

Esses são alguns exemplos da importância que a internet tomou na vida contemporânea.

Muito obrigado.

Referências bibliográficas:

- ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma teoria dos meios de comunicação*. Tradução de Helena Parente Cunha e Moema Parente Augel. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978
- HAUG, Wolfgang. *Crítica da Estética e da Mercadoria*. São Paulo: Fundação Unesp, 1996.
- Poster, Mark. *The Second Media Age*. USA: Blackwell, 1995.