

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.

Edição digital: aspectos e perspectivas da produção de eBooks no Brasil¹

Mariana Simões Lourenço²

Instituto de Artes e Comunicação Social

Universidade Federal Fluminense

Resumo

Editora digital: aspectos e perspectivas da produção de eBooks no Brasil aborda a indústria editorial diante de um dos seus mais recentes produtos: o livro eletrônico. Os principais objetivos são apresentar este novo tipo de livro, esclarecer o funcionamento das editoras responsáveis por sua publicação hoje no Brasil e empreender uma reflexão sobre o futuro da atividade editorial. A tecnologia digital, tendo no eBook o seu principal desdobramento no universo do livro, está criando formas de edição alternativas e outros papéis para os principais agentes da produção editorial.

Palavras-chave

eBook; produção editorial; editora; editor

Um olhar sobre o momento atual

Como as tecnologias da linguagem oral, da escrita e dos tipos móveis, essas tecnologias eletrônicas irão alterar radicalmente o modo de transmissão de informações, de leitura de histórias e de formação de culturas. A edição de livros nos próximos dez ou vinte anos será bem diferente do curioso ofício no qual ingressei cinquenta anos atrás. (Epstein, 2002, p.12)

Sabendo que a internet e a tecnologia digital estão cada vez mais presentes em todos os setores da sociedade, torna-se importante pensarmos também sobre o que elas significam no contexto da produção editorial. Até que ponto a indústria do livro pode se transformar a partir da apropriação do computador e da internet por editores, autores e leitores? Se pretendemos assimilar essas tecnologias de maneira proveitosa, é fundamental que saibamos aproveitar este momento em que surge uma das formas mais inovadoras de apropriação da tecnologia para a produção do livro: o eBook ou *electronic book*.

Com este pensamento, apresentamos neste artigo um breve panorama da produção do livro eletrônico no Brasil, depois de explorarmos esse objeto em seu conceito, origem, suporte e ferramentas. Em seguida, tentamos mostrar possíveis mudanças para a editora - e o editor, partindo

¹ Artigo baseado na monografia “Edição digital: a indústria editorial e o desafio dos eBooks”, projeto de conclusão do curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense apresentado em abril de 2004.

² Bacharel em Comunicação Social, habilitação jornalismo, pela Universidade Federal Fluminense, 2004. Endereço eletrônico: mary1234@ig.com.br.

da hipótese de que as características do eBook o diferenciam radicalmente do livro que conhecemos e que, por isso, a indústria editorial tende a se reestruturar, com seus agentes assumindo outras e abandonando antigas tarefas.

Do tempo do papel

Desde o *nascimento* do editor, ele tem ocupado um lugar fundamental na produção do livro, centralizando o processo que se estende da edição de textos ao lançamento dos títulos. Mas a história do editor é marcada por mudanças em sua atividade e em seu objeto de trabalho.

Quer se fale da Antigüidade, da Idade Média, do Antigo Regime, da época contemporânea, há leitores, há autores, de um certo modo há editores. E, ao mesmo tempo, as realidades históricas por detrás dessas palavras são extremamente variáveis. (Chartier, 1997, p.50)

A palavra *editor*, de origem latina, indica duas ações: *dar à luz* e *publicar*. Em *A construção do livro*, Araújo (1986) aponta diferentes momentos do livro e da atividade do editor na história. A cada um desses momentos - os livros dos bibliotecários, dos monges, dos impressores e dos editores - corresponderia um leque de atribuições específicas. Chartier (1997), em *A aventura do livro do leitor ao navegador*, também identifica esses quatro principais momentos do editor, mas com base em períodos históricos: Antigüidade, Idade Média, Antigo Regime e época contemporânea. É claro que por detrás da palavra *editor* existem realidades diferentes de acordo com cada época, mas também existem aspectos em comum, sendo o principal deles o fato de ser quem prepara os textos para publicação.

O editor que conhecemos hoje teria se fixado por volta de 1830. O desenvolvimento da indústria editorial trouxe consigo a especialização e a separação das funções de impressores, editores e livreiros. Quanto ao editor, “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 a sua distribuição” (Chartier, 1997, p. 50). No entanto, as transformações porque passaram o livro, a indústria e o editor ainda não foram capazes de tornar obsoleta sua atividade, como explica Araújo:

Tudo isso veio tornar o mundo editorial muito diferente do que se vira no passado, mas um elemento permaneceu vital para que ele existisse: o texto, e com o texto o profissional que, na grande ou pequena empresa, trabalha com acerto de informações desse texto, sua objetividade de comunicação, sua normalização literária e o programa gráfico com que se apresentará ao público. (Araújo, 1986, p. 49)

Atualmente, a indústria editorial tem como principal produto o livro impresso, cuja produção mobiliza diferentes agentes e compreende diferentes processos. Da concepção do texto pelo autor à leitura pelo público há um longo caminho a percorrer. Em geral, esse percurso envolve pelo menos seis agentes: autor, editor, impressor, distribuidor, livreiro e leitor. Tradicionalmente, o editor é o

responsável por coordenar ou realizar atividades como seleção de originais, tradução, edição e revisão de textos, planejamento visual e produção gráfica, divulgação e distribuição.

No entanto, como percebemos que o computador e a internet estão trazendo mudanças para diferentes setores, acreditamos que isto não seria diferente com a indústria editorial. As novidades que despontam com maior clareza são a comercialização de livros impressos pela internet, um negócio que a maioria das grandes redes de livrarias já descobriu, e a possibilidade de imprimir edições com tiragens reduzidas. Mas estas são apenas duas das mudanças que a tecnologia tem trazido para a produção editorial. O setor encontra-se agora diante de um produto bastante diferente, um objeto que pode ser capaz de transformar ainda mais o mundo do livro.

Para o tempo dos bits: outro objeto livro

Se pensarmos como eBooks somente livros criados para suportes específicos de leitura, sua origem estaria no ano de 1998, quando foram lançados os primeiros aparelhos de leitura, ou *eBook reader devices*. Mas se considerarmos eBook todo livro publicado em formato digital, podemos dizer que eles existem desde 1971, ano em que o professor norte-americano Michael Hart deu início ao Projeto Gutenberg³, uma espécie de biblioteca *on-line* que disponibiliza eBooks gratuitamente.

Alguns dos formatos de eBooks⁴, além dos já conhecidos pdf, html, rtf, doc e txt, foram criados para leitura em aparelhos especiais, os *eBook reader devices*. Um *eBook reader device* é um aparelho portátil, com tela plana de cristal líquido, com tamanho e formato semelhantes aos de uma brochura, o que permite que seja transportado com facilidade. Além de livros, em geral os *eBook reader devices* também permitem a leitura de revistas, jornais e outros documentos eletrônicos e apresentam funções multimídia. Os *eBook reader devices* ainda não estão nas lojas brasileiras.



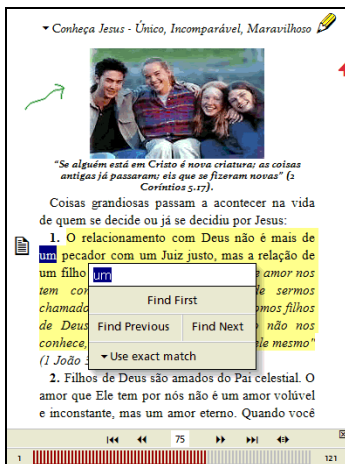
CyBook, *eBook reader device* desenvolvido pela Booken. A memória de um *eBook reader device* é capaz de armazenar aproximadamente 5 mil obras, que o leitor pode organizar em sua própria biblioteca digital.

Ao contrário da leitura de eBooks em outros aparelhos, no *eBook reader device* não é preciso um programa simulador, pois ele é naturalmente compatível com o eBook, contendo um programa para busca, indexação e leitura de eBooks com o formato correspondente ao aparelho. Por

³ Project Gutenberg: <http://www.promo.net/pg> .

⁴ Aqui consideramos eBook toda obra em formato digital, por se tratar do mesmo processo de produção editorial, mesmo que sua percepção pelo leitor e seus recursos sejam diferentes.

outro lado, no computador pessoal ou outros aparelhos, é preciso usar um programa semelhante para que a experiência da leitura seja mais próxima da leitura de obras impressas.



Página de um eBook em formato .lit, criado para leitura através do programa Microsoft Reader, em sua versão para computadores pessoais. O programa oferece opções de desenho livre (seta verde), de anotações (pedaço de papel), marca-texto, marcador de páginas (na lateral, em vermelho) e busca por palavras-chave, além de opções de mudança de página.

Conhecendo o potencial do eBook, já despontam mudanças nas relações entre editoras, autores, leitores e livreiros. Conscientes do seu sucesso entre os leitores, alguns autores decidiram publicar seus livros diretamente na internet, sem o intermédio de editoras. O primeiro foi Stephen King, escritor norte-americano de obras de suspense. Sua idéia era vender *The plant*, capítulo por capítulo, diretamente aos leitores, escrevendo enquanto eles continuassem pagando pela leitura. De acordo com Epstein (2002), “autores de *best-sellers*” como King praticamente não precisam mais das editoras. “Entre 1986 e 1996 a cota de todos os livros vendidos representada pelos trinta maiores *best-sellers* quase dobrou com o aumento da concentração no varejo. Porém, no mesmo período, 63 dos cem títulos mais vendidos foram escritos por apenas seis autores” (Epstein, 2002, p. 44).

Mas a experiência de King não foi um sucesso. Quase a metade dos leitores que compraram o primeiro capítulo, desistiram antes do capítulo seis, e King retornou às editoras. Apesar do fiasco, a idéia estimulou autores como o brasileiro Mario Prata, que escreveu na internet o romance *Os anjos de Badaró*, depois publicado pela Objetiva. Nas duas experiências, as obras foram em seguida publicadas por editoras convencionais, um sinal de que a publicação independente na internet ainda tem suas limitações. Mas o que dizer da publicação via editoras? Nos Estados Unidos, a venda de eBooks cresceu cerca de 32% nos primeiros nove meses de 2003 (The Guardian, 2004) e o Brasil também tem sido palco do nascimento de editoras que se dedicam à produção de livros eletrônicos.

A produção de eBooks no Brasil hoje

Consideramos aqui editoras convencionais aquelas que produzem apenas livros impressos e digitais as que publicam eBooks, em geral designadas virtuais, on-line ou digitais. Depois de analisarmos dez editoras sob alguns aspectos básicos, podemos apontar suas principais características e seu modo de produção, seguindo, para isso, o caminho básico da produção editorial: autor, editor, impressor, distribuidor, livreiro e leitor.

Quanto à política editorial, estas editoras são semelhantes às editoras convencionais e semelhantes entre si, no sentido de que também definem com clareza a que tipo de obra se dedicam, apesar de ainda não terem organizado-se em selos.

Uma das principais diferenças entre a editora de eBooks e a convencional diz respeito ao critério de seleção de obras e autores. Atualmente, nas editoras de livros impressos, o editor em geral condiciona a escolha ao potencial de venda da obra - seja pela qualidade, tema ou reconhecimento do autor, seja pela relação desses três aspectos com a política editorial do selo - ou à importância de determinado título para a valorização do seu catálogo.

Com as editoras de eBooks, ao contrário, percebe-se uma prática editorial diferente, que tem como base *planos de publicação*, uma espécie de pacote de serviços editoriais contratados pelo autor. Os planos abrangem um leque diferente de serviços de acordo com cada editora e com o objetivo do autor: uma obra comercial ou gratuita. Em geral, além dos planos de publicação, a editora oferece serviços *extras*, que podem ser solicitados de forma opcional pelo autor.

A quantidade de serviços, o grau de personalização e as características físicas da obra⁵ são o que determina os custos de publicação do eBook para o autor. De modo geral, a editora oferece os seguintes serviços: registro da obra na Biblioteca Nacional (ISBN); digitação dos originais; revisão ortográfica; digitalização de imagens; criação do eBook em diferentes formatos; criação de edições impressas; hospedagem da obra no *site* da editora; divulgação; distribuição e realização de eventos associados à obra, como noites de autógrafos. Os planos de publicação custam de R\$2,08 e R\$60,00 por mês nas editoras que pesquisamos.

É importante destacar que os planos são bastante variados. O que se considera parte do trabalho do editor em algumas editoras é, em outras, mais um serviço opcional. Ainda assim, podemos apontar alguns serviços que, em geral, não representam custo adicional para o autor: a criação do eBook, a construção de uma página para ele no *site* da editora, a comercialização e o controle on-line pelo autor do número de acessos e *exemplares* vendidos.

Verificamos também que a publicação gratuita é bastante comum entre as editoras de eBooks, tornando-se uma alternativa para autores que não desejam ou não podem contratar as

⁵ Número de páginas e de *kilobytes* das imagens utilizadas.

editoras. No entanto, ela costuma envolver apenas serviços básicos, conforme apontamos acima. Sejam pagos ou gratuitos, os planos representam uma porta de entrada para os autores, sem os obstáculos impostos pelo modo de produção das editoras convencionais.

Poucas editoras comercializam eBooks em CD, de modo que a maioria dos títulos estão disponíveis apenas na internet, para compra por download. Algumas publicam também edições impressas dos eBooks, pelo sistema de impressão sob demanda. Duas formas de parceria entre editoras digitais e convencionais parecem estar em expansão hoje: edições eletrônicas de obras já publicadas em formato impresso e até, no caminho contrário, a publicação impressa de obras publicadas originalmente como eBooks. Outra parte fundamental da prática editorial, a divulgação, distribuição e comercialização ainda acontece, quase que exclusivamente, no meio digital, comprovando que o eBook ainda não conquistou a imprensa e as livrarias.

Um objeto, duas alternativas para o editor

Não se pode prever o futuro dessas tecnologias para o mercado editorial em detalhes, mas os seus efeitos gerais serão permitir aos leitores e aos escritores um acesso bem mais direto entre si do que o possível no passado e desafiar as editoras a reconhecerem a redução de suas funções e a se adaptarem à nova realidade. (Epstein, 2002, p. 39)

Apontamos acima alguns aspectos das atuais editoras de eBooks brasileiras que podem estar apontando para mudanças significativas no papel do editor e na própria forma de se produzir livros - impressos e eletrônicos. Consideramos este um primeiro passo em direção a pesquisas futuras, e mais aprofundadas, sobre a prática dessas editoras e também sobre suas conseqüências culturais, econômicas e políticas. Assim como tecnologia da impressão com tipos móveis trouxe mudanças para a indústria editorial, parece que o eBook também está fazendo com que se criem formas alternativas de edição. Dizemos *formas* porque acreditamos que seja possível identificar, neste primeiro momento, pelo menos dois tipos de atividade editorial.

eEdição - Uma das tendências que se verificam hoje na produção do eBook é a aplicação de praticamente a mesma rotina da edição dos livros impressos. Nesse tipo de atividade editorial, que aqui chamaremos de eEdição, o papel do editor assume poucas mudanças: ele coordena, ou realiza, todas as atividades relacionadas aos textos, apresentação visual, divulgação, distribuição e venda dos livros, assim como os editores convencionais. A diferença básica, portanto, é o produto final, o eBook e não o livro impresso.

Uma prova de que certas editoras continuam centralizando o processo de produção do livro é o fato de que os direitos autorais são equivalentes somente a cerca de 20% do valor de capa dos eBooks publicados por elas. Outra característica deste tipo de editora é que ela não trabalha com o conceito de planos de publicação e serviços editoriais. Desta forma, a seleção de originais continua

sendo uma importante tarefa para o editor, assim como a sua preparação para publicação, o projeto gráfico e a divulgação. Aqui o corpo de conhecimentos do editor convencional é fundamental para o bom desempenho da atividade.

Apesar de semelhante à edição convencional, a eEdição apresenta maior *flexibilidade* para o editor, pelo fato de os livros publicados serem eBooks. A natureza digital do objeto traz, entre outras, a oportunidade de se publicar um número maior de títulos e autores, até mesmo obras sem caráter comercial, sem que isto signifique riscos para o equilíbrio da editora.

Edição por serviços - No entanto, a maioria das editoras digitais praticamente dispensaram a produção editorial convencional e mergulharam em um sistema que denominaremos aqui *edição por serviços*. Criamos este nome porque estas editoras, como mostramos anteriormente, oferecem pacotes básicos de serviços editoriais a *qualquer* autor, seja gratuitamente ou a um preço determinado. Ao mesmo tempo, oferecem ao autor opções pagas de edição, como design personalizado e assessoria de imprensa. Assim, a menos que o autor contrate da editora esses serviços extras, suas atividades se resumem, via de regra, a criação e hospedagem dos eBooks.

Questionado sobre quais seriam as possíveis diferenças entre as atividades profissionais do editor convencional e do editor de eBooks, Xavier (2004) disse: “O ‘editor de e-books’ é um cargo novo, não existe regra nem exige muita técnica. Basta ter dotes gráficos”. O depoimento é esclarecedor, porque, realmente, algumas editoras funcionam basicamente assim, apenas disponibilizando de forma eletrônica os textos dos autores. Aqui encontramos um tipo de editor diferente, quase que apenas responsável pela editoração eletrônica dos livros. A seleção de originais praticamente não existe, e a preparação dos textos é feita, na maioria das vezes, pelo próprio autor. Sendo assim, o que era uma de suas principais tarefas, mesmo com todas as mudanças por que passou sua atividade, agora deixa de ser fundamental.

O espaço do editor - A transferência para o autor de atividades que até hoje foram parte essencial do trabalho do editor, talvez seja a mais radical mudança trazida pelo eBook. Essa “transferência de competências” (Farbiarz, 1999) reflete, por um lado, a incorporação de recursos cada vez mais poderosos e abrangentes do computador e, por outro lado, um sentido de multifuncionalidade, independência e poder ao seu usuário.

Claro que não podemos garantir que esta seja uma característica da edição digital em si mesma, pois ela pode estar relacionada à atual falta de estrutura das editoras, que afinal, são relativamente jovens. Mas uma coisa podemos garantir: com os eBooks, a edição independente se tornou mais simples e menos custosa e isto estimula o autor a publicar por si mesmo, o que poderia, com o passar do tempo, desestimular as editoras a se dedicar apenas à edição de livros impressos.

No entanto, todas estas facilidades podem não ser suficientes para eliminar *de uma vez por todas* a importância do editor na produção do livro, como avalia Epstein, num raciocínio que parece valer para os eEditores, mas não para os que fazem edição digital por serviços:

A decisão de aceitar ou rejeitar um manuscrito, as estratégias de revisão e de divulgação, a escolha da arte gráfica e da tipografia quando um manuscrito satisfatório é por fim produzido, o apoio emocional e financeiro aos autores: estes podem ser executados tão-somente por seres humanos dotados das qualidades peculiares que formam um bem-sucedido editor de textos, não importa o quanto o ambiente tecnológico transforme o restante do processo editorial. (Epstein, 2002, p. 46-47)

Claro que os autores podem desempenhar por si mesmos esta função - o que já acontece -, mas ela pode se tornar um diferencial, pela qualidade, destacando uma obra das milhares que estarão disponíveis na internet. A simplicidade da publicação dos livros digitais está provocando um *boom* de títulos e a necessidade de destacar a sua obra das demais pode fazer com que o autor continue procurando o editor, assim como o designer, mesmo que estes não estejam ligados a uma editora nos moldes atuais. Para que isso aconteça, é importante percebermos com clareza quem é eEditor e quem é o editor por serviços. Do contrário, se acreditarmos que o trabalho do editor foi reduzido ao suporte técnico, sua função perderá importância assim que o autor começar a dominar todo o processo de produção do eBook.

Mistura de papéis - Analisando as atividades das atuais editoras de eBooks percebemos que, em geral, elas concentram todas as fases da edição e podemos imaginar que esta seja uma tendência para as editoras do futuro. Mesmo que os autores possam escolher entre publicar por uma editora, publicar de maneira independente ou contratar apenas alguns serviços, as editoras de eBooks estão realizando todas as atividades editoriais, o que seria praticamente impossível para a maioria das editoras de livros impressos. Elas oferecem revisão, projeto gráfico, criam os eBooks, divulgam, comercializam em seu próprio *site* - não precisam de agentes intermediários como impressores, distribuidores e livreiros. O mesmo vale para os autores, que podem descartar a editora como intermediário entre eles e os leitores. “Correm o risco de serem pulverizados as noções de autor, editor e distribuidor, que mal se puderam fixar, numa época bastante recente, que coincide com a industrialização do livro” (Chartier, 1997, p. 16)

De acordo com Chartier (1997), no mundo do texto eletrônico, produção, edição e distribuição se misturam. As funções que antes eram delegadas a agentes específicos, hoje podem ser acumuladas por poucos, ou até mesmo um único agente, e serem realizadas em um tempo menor e com menores custos.

Daí o abalo na separação entre tarefas e profissões que, no século XIX, depois da revolução industrial da imprensa, a cultura escrita provocou: os papéis do autor, do editor, do tipógrafo, do distribuidor, do livreiro, estavam então claramente separados. (Chartier, 1997, p. 16)

Neste primeiro momento, percebemos que o eBook pode contribuir para expandir o mercado editorial. Afinal, leitores em potencial que não compravam livros devido aos preços altos, talvez agora comece a comprar. Mas apesar da expectativa, o eBook ainda não é popular no Brasil. Alguns acreditam que a falta de um *eBook reader device* disponível no país é um dos principais motivos pelos quais o eBook ainda tem pouca expressão. Outra possível razão é que o grupo de leitores que hoje tem acesso à internet, 19,7 milhões (Brasil, 2004), é justamente o grupo que *pode* consumir livros impressos, pois o seu preço não chega a ser um fator de inibição da compra.

Quanto à existência de um *eBook reader device* no país, esta questão já está começando a ser resolvida. O *site* eBookCult.com.br, cujo responsável é um dos editores da iEditora, diz que pretende comercializar o aparelho, a ser fabricado na China e exportado para o Brasil, o que pode impulsionar a produção e o consumo de eBooks, ao menos entre as classes de maior poder aquisitivo. Segundo Procópio (2004), o *eBook reader device* custará cerca de U\$160,00.

Para as editoras, apresenta-se também outro problema, que diz respeito às garantias de direitos autorais e de reprodução. A segurança já é um problema enfrentado pelas editoras de eBooks. A internet e as comunidades virtuais de troca de arquivos representam um desafio para editores e autores e podem ser um fator de inibição ao investimento na produção editorial digital. Os livros impressos também enfrentam problemas com cópias não autorizadas, mas com a tecnologia digital a reprodução é ainda mais simples e barata. Também é importante lembrarmos que, se investissem agora no eBook, as editoras poderiam enfrentar uma resistência significativa por parte das livrarias, que receariam perder parte de seu mercado caso a comercialização fosse feita pela internet.

Perspectivas para a indústria editorial

Percebendo nas editoras de eBooks parte da produção editorial do futuro, é importante pensarmos nos seus desdobramentos para o setor e seus principais agentes. Um dos aspectos que são mais claros no momento é que as editoras de eBooks se apresentam como a melhor alternativa para os autores que não encontram espaço nas editoras convencionais - e tem sido este o seu papel.

Mais um caminho para o autor - Ao contrário dos autores independentes de livros impressos, que eram obrigados a gastar quantias significativas para publicar seus livros, os *autores digitais* não precisam gastar, se não quiserem, para terem seus livros publicados. As editoras de eBooks apresentam algumas vantagens, como o baixo custo de publicação para o autor, a agilidade na produção do livro e a facilidade com que o autor pode divulgar o seu trabalho na rede.

Mas a falta de visibilidade ainda é um problema para o autor, pelo menos enquanto o eBook não se tornar popular. Autores que pretendam ganhar destaque entre os leitores ainda não

encontram no eBook uma alternativa ideal. Apesar de algumas editoras já investirem em assessoria de imprensa e outras estratégias de divulgação, os livros impressos ainda são o foco das atenções de jornais e revistas especializadas. As próprias editoras reconhecem isso e oferecem aos autores a divulgação de suas obras junto a editoras convencionais. Pode ser que, no futuro, essas diferenças se amenizem, com o eBook se tornando parte cada vez mais importante da indústria editorial.

A opção pelo eBook, por outro lado, traz para o autor um retorno maior em direitos autorais. Como a sua produção é mais simples e menos custosa e como a participação da editora no processo é menor, a repartição dos lucros também é diferente, com o autor recebendo mais por suas obras. A contribuição do autor na produção do livro eletrônico é proporcionalmente maior, já que ao editor cabem, na maioria dos casos, apenas a digitalização das obras e sua divulgação. O menor percentual de direitos autorais entre as editoras que pesquisamos foi de 15%, sendo que, em duas, os autores recebiam o valor total do preço de capa.

Sendo assim, poderíamos questionar a razão porque o autor permaneceria na editora. Editor da Templo XV, Xavier explica:

Geralmente editoras são portais. Nós somos verdadeiramente um portal de literatura (o que não existe na internet, se você perceber nosso conteúdo: autores, leitores e escolas literárias). Como portal, há bom trabalho de divulgação na rede para um público já específico. É mais fácil entrarem no portal e então acharem seu livro do que acharem seu livro via buscadores... isso é incerto (Xavier, 2004)

Assim, até podemos imaginar que, no futuro, autores possam se transformar em seus próprios editores, ficando com todos os proventos da venda de seus livros. Um sinal disso é apontado por Epstein, que aborda as medidas que estão sendo tomadas por certas editoras convencionais para evitar a adesão de seus autores *best-sellers* a outras possibilidades de publicação. “Para reterem esses poderosos autores, as editoras já renunciam a uma boa parte de seus lucros normais ou incorrem em severas perdas, pagando garantias de royalty bem maiores do que podem recuperar nas vendas” (Epstein, 2002, p. 33). No entanto, parece pouco provável que o autor prescindia de locais, ou ambientes na internet, onde possa exibir a sua obra. Caso persista a figura do agente literário, Epstein antecipa:

Os agentes (...) poderão se ver tentados a criar páginas na internet, com o auxílio de editores e assessores de comunicação, nas quais as obras de seus clientes poderão ser vendidas diretamente aos leitores em forma impressa ou eletrônica (Epstein, 2002, p.35).

Por enquanto, as editoras de eBooks centralizam a venda das obras, pois mesmo quando o autor vende seus livros diretamente ao leitor, o primeiro contato acontece no *site* da editora. Mas Epstein (2002) aponta também a possibilidade de que o autor comercialize sua obra em seu *site* pessoal - excluindo do processo o editor, o distribuidor e o livreiro - ou ainda, em *sites* criados por empresários que reuniriam obras de diversos autores para venda direta ao leitor.

Essa possibilidade não deve ser descartada, mas é sempre importante lembrarmos que é preciso haver locais específicos de concentração dos eBooks, assim como existem, para os livros impressos, as livrarias. Com o tempo, pode-se vir a perceber que a dispersão dos eBooks em *sites* pessoais, por exemplo, não é um bom negócio para autores, editores e leitores. Já são tantos os títulos e autores que, caso não haja locais onde tenhamos certeza de encontrar o que procura, o leitor se sentirá perdido em meio a uma profusão de obras dispersas pela rede e acabará adquirindo aquelas cujas facilidades de localização, acesso e download sejam maiores.

Nas prateleiras, eBooks e impressos - Por isso, as livrarias, sejam elas convencionais ou virtuais, continuam sendo essenciais para o escoamento dos eBooks, sendo que, por enquanto, as lojas de rua são importantes apenas para a comercialização dos eBooks disponibilizados em CD. Afinal ainda não há nas lojas brasileiras computadores em que o consumidor possa *baixar* as obras que comprar para o seu *eBook reader device* ou PC. Podemos também pensar que, assim como existe hoje a opção de comprar livros impressos em livrarias de rua e on-line, também poderemos comprar eBooks, mesmo por download, em ambas as livrarias, sem falar na possibilidade de impressão sob demanda. Mas não há dúvidas de que, com o eBook, a livraria, sejam on-line ou convencional, perde espaço, na medida em que autor e editora podem comercializar seus livros com maior independência.

As lojas do futuro terão de ser o que a internet não pode ser: tangíveis, íntimas e locais; santuários comunitários, talvez com bares para um cafezinho, oferecendo prazer e sabedoria na companhia de outros que compartilham dos nossos interesses, onde o livro que se procura sempre pode ser encontrado e as surpresas e as tentações saltam de todas as prateleiras (Epstein, 2002, p. 47).

Mais opções para o leitor - Na sua essência, a tecnologia digital - que fez nascer os eBooks - tem o seu aspecto de democratização, na medida em que, simplificando a publicação dos livros, possibilita que a editora receba uma quantidade maior de autores e, o principal, que o próprio autor possa editar seus livros se assim o desejar. O resultado pode ser uma quantidade ainda maior de títulos à disposição do leitor, como avalia Epstein: “(...) a internet, ao conectar leitores e escritores uns aos outros, oferece a possibilidade de uma quase ilimitada escolha e prenuncia uma estimulante cultura literária” (Epstein, 2002, p. 105).

Uma das principais razões deste aumento do número de títulos publicados são as características do novo livro, que não precisa mais ocupar o caro - e limitado - espaço das livrarias convencionais. “Entre as muitas tiranias a serem superadas pela Web estarão as exigências de giro dos livreiros do varejo. Nas prateleiras da internet infinitamente expansíveis, haverá espaço para uma variedade virtualmente ilimitada de livros” (Epstein, 2002, p.156).

Outra razão para isso é o custo do eBook para a editora. Segundo Antônio Laskos⁶, gerente-executivo do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel), uma editora convencional gasta cerca 20% do preço de capa de seus livros com a produção, além de 10% com direitos autorais. Sendo assim, para uma edição de 3 mil exemplares de um livro que custará R\$30,00 na livraria, podemos imaginar que a editora investiu na produção desta edição cerca de R\$18.000,00. Somados os direitos autorais, temos um gasto de R\$27.000,00. A reedição de livros, com eventuais correções, revisões e atualizações, também é custosa para a editora, que além dos custos com os profissionais, têm de arcar novamente com matrizes, impressão e distribuição.

Uma editora de eBooks, por sua vez, precisa investir menos, como explica o editor da iEditora, Procópio (2004): “Os custos para a publicação de um eBook pela iEditora são próximos de zero. Há apenas alguns custos relacionados ao marketing e divulgação da obra”. Xavier (2004) afirma que “o preço que cobramos do autor é o custo que temos com o servidor e com a mão-de-obra”. Ao contrário dos livros impressos, em que uma edição padrão tem tiragem de 3 mil exemplares, que representam um gasto de cerca de R\$27 mil pela editora, um eBook é produzido uma única vez. Na edição tradicional, o editor tem que vender 50% do total dos livros (Blencowicz, 2004) apenas para cobrir seus gastos com produção, razão pela qual a editora não costuma obter retorno na primeira edição.

A distribuição on-line de textos digitalizados vendidos aos consumidores sob encomenda não exige investimento algum das editoras com produção, estoque, armazenamento e muitas das outras despesas envolvidas na edição convencional dos livros (Epstein, 2002, p. 36).

A produção unitária dos livros impressos sob demanda, por sua vez, é mais cara para o editor que a edição em tiragem normal, mas como é impresso apenas um exemplar, não uma tiragem inteira, não é preciso incorporar no preço de capa possíveis encalhes e devoluções. No final das contas, o preço final para o leitor acaba sendo menor e os riscos para o editor também, porque ele só imprime o que já vendeu. Pode chegar o dia em que não se saiba mais o que é uma obra *sair de catálogo*.

É bastante improvável que desse amontoado surjam obras de valor. Mas o talento provado irá coligar-se em locais particulares como sempre o fez. Páginas eminentes da internet, como as das boas livrarias, atrairão leitores do mesmo modo. O filtro que distingue valor é uma função da natureza humana, não de tecnologias particulares. (Epstein, 2002, p. 40)

Mesmo para o eEditor – semelhante ao editor convencional, como mostramos anteriormente - é mais simples publicar um número maior de títulos, pelas próprias características do eBook. O fato de serem editoras digitais torna-as mais receptivas a autores e obras que talvez não fossem

⁶ Em entrevista concedida à autora em março de 2004.

aceitos por um editor de obras impressas. Simplesmente porque os riscos de uma escolha equivocada de autores ou obras são menores, pois os gastos com a produção também são reduzidos.

Outro aspecto importante é a relação que pode se estabelecer entre editoras digitais e instituições de ensino. A iEditora, por exemplo, já disponibiliza a grupos de estudantes apostilas das disciplinas e indica as bibliografias em seu *site*. Assim, reduz-se o custo com aquisição de livros e apostilas e permite-se o pagamento do autor pela cobrança do direito autoral embutido no preço das cópias. Esta idéia já foi considerada pelo Ministério da Ciência e Tecnologia. O Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) pretende estimular a produção de eBooks, para facilitar o acesso a obras científicas e também a edições já esgotadas, a um custo até 85% inferior aos preços de capa. O Ibict pretende criar um sistema de distribuição on-line de eBooks, com impressão em casa ou em balcões especializados em lojas, livrarias e bibliotecas.

O eBook e a leitura - Poderíamos pensar, num primeiro momento, que o surgimento do eBook teria como consequência o aumento do público leitor. Afinal, com títulos mais baratos e acessíveis, poderiam surgir o gosto e a possibilidade concreta de leitura em um grupo de leitores potenciais. Mas, por enquanto, nada garante que esta seja uma tendência para o futuro. Chartier (1997) lembra que a mesma expectativa acompanhou o surgimento dos livros de bolso e a multiplicação das tiragens. “Passado o tempo, em vez disso, observa-se que o livro de bolso acabou multiplicando a leitura entre aqueles que já eram leitores, mais do que conduzindo à leitura aqueles que não estavam familiarizados com a cultura dos livros” (Chartier, 1997, p. 112). Isto se aplicaria especialmente em países como o Brasil, onde o acesso a computadores e, principalmente, à internet, é limitado.

Para além das aparências – É importante destacarmos que as pressões do capital e a centralização da produção nas editoras que integram conglomerados de mídia poderiam diminuir neste primeiro momento. As editoras podem se sentir mais livres para publicarem autores desconhecidos e obras voltados para um número pouco expressivo de leitores e outros investimentos antes considerados arriscados.

No entanto, isto pode acontecer apenas enquanto a indústria editorial não tem nos eBooks uma parcela significativa de seus negócios. O novo livro não é uma garantia de que a atividade editorial será menos centralizada. Afinal, as grandes editoras entrarão - e algumas já estão entrando - com força total nesse novo negócio. Seguidas pelas grandes redes de livrarias, elas acabarão obtendo maior visibilidade e apelo para o leitor, assim como acontece hoje com os portais da internet. Esse ponto de vista é reforçado por Chartier:

E, do outro lado do espectro, se pensarmos naquilo que se coloca à disposição nas redes eletrônicas, é claro - a discussão sobre as auto-estradas da informação mostrou isso - que são

as mais poderosas dentre as empresas multimídia que determinam a oferta de leitura, a oferta de comunicação e a oferta de informação. Sendo assim, o futuro da revolução do texto eletrônico poderia ser - poderá ser, eu espero - a encarnação do projeto das Luzes, ou então um futuro de isolamentos e solipsismos. Ir-se-á ainda mais longe na concentração, isto é, no monopólio exercido sobre a informação e o patrimônio textual que, aliás, anda junto com as dominações lingüísticas ou as imposições ideológicas? Ou então, sendo a técnica tão flexível quanto pode ser forte, conseguir-se-á propiciar a possibilidade de intervenção no debate público àqueles mesmos que, no mundo do impresso, não podiam fazê-lo? (Chartier, 1997, p. 147)

Mas ainda assim, na essência do meio digital, há uma tendência de *descentralização*. Não no sentido de que a competição se dará de igual para igual entre as editoras, mas porque agora existe a chance de se publicar um livro por outros caminhos. Daqui a alguns anos, pode ser que a mesma “dança da morte” (Epstein, 2002) em que hoje se encontram editores e livreiros, domine também o mundo dos eBooks. No entanto, mesmo se ingressarmos mais uma vez nesta dança, as possibilidades para editor, autor, leitor e livreiro serão mais numerosas, e as principais razões disso estão nas próprias características do eBook e no que elas representam para o seu modo de produção. Enquanto isso, o editor continua sendo um personagem essencial para a indústria editorial. A importância desta atividade profissional *em si mesma* permanece, ainda que ela se dedique a um produto tão diferente quanto o eBook.

Referências bibliográficas

- ARAÚJO, E. A construção do livro: princípios da técnica de editoração. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: INL - Instituto Nacional do Livro, 1986. p. 15-54.
- BRASIL tem 19 milhões de internautas, diz pesquisa. BBC Brasil.com, 21 fev. 2003. Disponível em http://www.bbc.co.uk/portuguese/ciencia/030220_internetdi.shtml. Acesso em 15/mar/04.
- CHARTIER, R. A aventura do livro do leitor ao navegador. 1. ed. São Paulo: Unesp, 1998.
- EPSTEIN, J. O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- FARBIARZ, A. O designer gráfico e o bureau de fotolito digital: dois olhares e um objeto. Dissertação (Mestrado em Design) - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.
- FERREIRA, A. B. H. Novo Dicionário Aurélio Século XXI. Versão 3.0. São Paulo: Nova Fronteira, 1999.
- PROCÓPIO, E. eBookCult.com.br (ednei@ieditora.com.br) 30 jan. 2004. E-mail para Mariana Simões Lourenço (mary1234@ig.com.br).
- SIMÃO, J. Efeito e-book: como a publicação eletrônica está sacudindo o tradicional mercado de livros. Dinheiro na Web. Disponível em http://www.terra.com.br/istoedinheiro/144/ecommerce/com144_01.htm. Acesso em 15/fev/04.
- UNDER the cover story: despite a difficult year in 2003, e-publishing is experiencing a steady growth in sales. Jim McClellan explains. The Guardian, 29 jan. 2004. Disponível em <http://www.guardian.co.uk/online/story/0,3605,1133013,00.html>. Acesso em 20/mar/04.
- XAVIER, L. E. Templo XV (info@temploxv.pro.br) 26 jan. 2004. E-mail para Mariana Simões Lourenço (mary1234@ig.com.br).