

Resenha**O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais**

(PROCÓPIO, Ednei. Giz Editorial, 2010)

Rennam VIRGINIO¹

Lançado recentemente, *O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais*, de Ednei Procópio, traz uma ampla visão do mercado de eBooks e e-Readers no Brasil e no Mundo. Procópio é especialista na área – desde 1998 escreve artigos sobre livros digitais – e mostra em sua obra todo o conhecimento adquirido em anos de pesquisa.

O livro está dividido em capítulos, porém com três partes facilmente perceptíveis: na primeira, o autor faz um apanhado geral sobre eBooks, e-Readers e seus conteúdos, e surpreende os leitores ao mostrar que a idéia de se criar um aparelho voltado para leitura é muito mais antigo do que todos poderiam imaginar: foi em 1945, quando o cientista americano Vannevar Bush criou o protótipo do MEMEX (*memory extension*) com o objetivo de que este aparelho armazenasse informações que fossem facilmente acessadas. Procópio explica que o termo *eBook* é abreviatura para *Electronic Book*, e que os primeiros e-Readers (livros eletrônicos) foram lançados em 1998, porém não obtiveram as vendas esperadas, pois não havia um formato padrão que pudesse ser lido em todos os livros eletrônicos, deste modo, a falta de convergência atrapalhava o aumento do conteúdo para os eBooks. O Autor afirma que um e-Reader sem conteúdo, é uma como uma *folha em branco*. Procópio vai além, afirmando que o conteúdo é a alma do negócio.

Procópio argumenta que os eBooks democratizariam ainda a mais a leitura, tornando-a mais acessível para todos, tendo em vista que, eBooks custam de 30% a 50% menos que um livro comum. Em outro ponto importante, o autor ressalta que o mercado editorial não deve se preocupar com os avanços dos e-Readers, pois o livro comum nunca irá acabar. O grande vilão trata-se da pirataria, que vem aumentando ano após ano. Soluções são desenvolvidas constantemente, porém são vencidas pelos hackers.

Mas com tantos problemas a serem enfrentados, qual seria a solução para o sucesso dos eBooks ? O autor responde: “O segredo do sucesso dos livros eletrônicos enquanto negócio para o mercado editorial está na arte que converge o hardware, o software e o conteúdo. Quando houver um modelo de negócio para livros eletrônicos

¹ Graduando em Comunicação em Mídias Digitais – UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid

que consiga suprir estes três itens de modo qualitativo, aí sim haverá um modelo eficiente ao qual podemos confiar os nossos investimentos” (p.41).

Na segunda e mais extensa parte da obra, nos deparamos com um conteúdo de caráter bastante técnico, com dados e imagens de vários modelos de eReaders da *primeira* e da *segunda geração*, os formatos de eBooks e os softwares utilizados para a leitura destes. As opiniões expostas pelo autor nesta parte, são baseadas em suas próprias experiências com os softwares e hardwares utilizados para visualização de eBooks.

Em diversas passagens do texto, o autor deixa explícito que, de todos os eReaders da chamada *primeira geração*, o *The Rocket eBook* foi sem dúvida o melhor, pois possuía uma qualidade até então ausente em seus concorrentes: interoperabilidade. Entre os softwares para leitura, Procópio destaca o *MS Reader*, da Microsoft e o conhecido *Acrobat*, da Adobe. Em seguida, o autor fala dos formatos de arquivos dos livros eletrônicos, e reforça que a grande quantidade de formatos é uma das principais razões para o atraso da difusão dos eBooks. Menciona também que o PDF é o formato mais popular, porém, o ePub é o mais convergente.

Na terceira e última parte do livro, Ednei Procópio fala sobre o mercado editorial, seus números, problemas, os desafios, e os autores que inovaram neste mercado

Cita o escritor Stephen King, que colocou a venda na internet o eBook de uma obra inédita, escrita enquanto se recuperava de um acidente e que vendeu mais de 500 mil cópias em um único fim de semana. Além de King, menciona também o brasileiro Paulo Coelho, que já conseguiu driblar as editoras, encontrando brechas em seus contratos e publicar algumas de suas obras em eBooks, negociando inclusive com a *Amazon*.

Procópio menciona a importância de um bom gerenciamento estratégico de catálogo e de conteúdo por parte das editoras que produzirem eBooks. Diz que mesmo os eBooks gratuitos, devem estar protegidos. Não devido a pirataria, até porque a circulação destes já é livre, mas sim por causa do risco destas obras estarem alteradas ou modificadas. Afinal, na internet não há segurança.

O autor acredita que as editoras devem ‘abraçar’ a Revolução dos e-Books, assim como outras empresas já fazem. Participando, elas poderão influenciar em padrões e processos. Caso não participe, o processo acontecerá de qualquer maneira, e a indústria da tecnologia poderá se voltar contra elas. Nos últimos capítulos desta terceira parte, Procópio nos mostra os mais variados dados e pesquisas sobre vendas de livros, acesso a internet e sobre leitura de um modo geral no Brasil e no mundo. Entre todas, destaco uma pesquisa que mostra que a principal causa dos brasileiros não lerem livros não é o preço, como muitos pensam, e sim a falta de hábito.

No último capítulo de sua obra, Ednei Procópio mostra os desafios que o mercado editorial brasileiro tem pela frente. Aponta os ‘culpados’ pelo baixo interesse

do brasileiro pela leitura, e reforça sua crença nos eBooks como uma ferramenta que poderá ser importante na difusão da leitura.

Ednei Procópio tem autoridade para falar do assunto, e falou com a propriedade de quem conhece como ninguém os eBooks e o mercado editorial. Soube separar bem sua obra, mesclando informações, conceitos, dados e opiniões próprias, dando ao leitor uma leitura bastante interessante e agradável. Um dos pontos negativos, é que, em sua primeira edição, *O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais*, mostra-se com muitas falhas de revisão, com uma quantidade relevante de erros de digitação.

No mais, os pontos discutidos pelo autor podem ser frutos de boas discussões, fazendo-nos refletir em como poderíamos tornar o Brasil um país com mais leitores e com mais conteúdo digital acessível.