

Livros digitais no meio editorial paraibano¹Marriett ALBUQUERQUE²
Marcos NICOLAU³**Resumo**

O presente artigo tem como objetivo expor uma breve síntese sobre a trajetória dos livros eletrônicos, os *ebooks*, sua atual posição no mercado da editoração mundial e sua importância na área de pesquisa acadêmica na Paraíba. Foram utilizados dados coletados sobre as novidades em todos os setores envolvidos no mercado, da produção editorial dos livros à fabricação dos leitores digitais. Além dessa coleta, foram usadas, como base para este artigo, entrevistas feitas com professores da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) diretamente envolvidos nesse campo de estudo e produção, bem como, com o diretor de uma editoras paraibanas que já começa a se familiarizar com o formato (Editora Ideia). Esse apanhado permitiu direcionar o artigo para um pertinente enfoque na atual situação de produção e editoração dos livros digitais neste Estado nordestino.

Palavras-chave: ebooks, editoração, mídias digitais, Paraíba.

Introdução

Quem nunca ouviu a expressão “não julgar um livro pela capa”? Com as plataformas digitais cada vez mais populares hoje em dia, é provável que nos deparemos com uma derivação, “não julgar um livro pelo seu formato”.

Primeiro em rolos, depois a utilização de folhas de pergaminho encadernadas. Com a introdução do papel (inventado em 105 d.C. pelo chinês Cai Lun) na Europa, graças à vitória dos árabes sobre os chineses na batalha de Talas em 751 d.C. que permitiu a captura de artesãos que iniciaram a produção de papel em Bagdá cerca de 40 anos após o episódio.

Uma importante inovação, para a palavra escrita, foi a de substituir o rolo de papiros ou de pergaminho pela encadernação de folhas de pergaminho, de tamanho regular, sob forma de livro, permitindo que se escrevesse nos dois

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Graduanda em Comunicação em Mídias Digitais pela UFPB. Integrante do projeto Para Ler o Digital. E-mail: kmd.albuquerque@gmail.com

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Coordenador do Projeto Para Ler o Digital – DEMID/UFPB. E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

lados da folha. O difícil processo de ler, mediante o gradual desenrolar de papiros ou pergaminhos, ficou substituído pelo fácil manuseio de um texto escrito em folhas costuradas por sua margem esquerda, ou direita, para certas grafias, graças ao sistema de códex, inventado pelos cristãos no século IV d.C.. (JAGUARIBE, 1999, p. 24)

O movimento seguinte, que permitiu a revolução na forma de produzir os livros, deu-se com a invenção dos tipos móveis de metal por Gutenberg, que possibilitaram a reprodução de textos com velocidade e facilidade superior à que era feita até então. Após este grande salto, as tecnologias editoriais continuam avançando até então. A evolução é notável, não só na forma de produção de livros, como no grande investimento em novas plataformas de leitura.

Os recursos que os *eBooks* oferecem, facilitam a interação com o conteúdo, além de permitir uma grande portabilidade: um único dispositivo pode carregar milhares de títulos, e ter - através de uma conexão com *Internet* - acesso imediato a outros milhares de títulos disponíveis gratuitamente ou a venda em sites de todo o mundo. (ALMEIDA; VIRGINIO, 2012, p.148)

Hoje o mercado editorial mundial volta-se para a grande aposta do meio tecnológico: a portabilidade. Com a recente revolução dos tablets, os computadores portáteis que invadiram o mercado, e a acirrada disputa pela preferência dos consumidores, as editoras encontram um mercado promissor cujos resultados já são visíveis. Os *eBooks*, os livros em formato digital, proporcionam uma completa reconfiguração dos textos para agradar os leitores dessa plataforma.

A reconfiguração do livro para o formato eletrônico não significa apenas uma nova forma de fazer livro, publicado agora em uma mídia digital, mas também significa que o ato da leitura também sofrerá transformações devido aos recursos e facilidades que o livro digital oferece aos leitores. (ALMEIDA; VIRGINIO, 2012, p.148)

Sem dúvidas, 2011 foi o ano dos *eBooks*, oportunidade em que houve grandes avanços, não só na maneira de produzir esse material, mas também nas plataformas necessárias para sua leitura. Altos investimentos das grandes empresas, como Samsung, Sony, Amazon, Apple, dentre outras, tornaram os tablets e *e-readers* (leitores digitais) os mais novos objetos de desejo do público que está conectado às mídias digitais e à internet. Os investimentos continuam para torná-los cada vez mais funcionais, o que, aliado à progressiva baixa de preços, os tornará, aos poucos, objetos essenciais, tal como são cada vez mais necessários

hoje, o telefone celular e o *notebook*. Com uma vantagem: os tablets, devido às suas funcionalidades e capacidade cada vez mais extensas e por oferecer maior liberdade que o computador pessoal, estão em um meio termo das tecnologias citadas.

Portabilidade e praticidade são as palavras-chave no mercado de tecnologias, e se 2011 foi o ano das ferramentas da editoração digital, 2012 servirá para que as expectativas em relação a esse mercado se concretizem de vez.

1 Os primeiros passos do ebook, sua popularização e o perfil brasileiro

Os ebooks começaram a ser divulgados em 1998, nos EUA, no entanto, sem grande sucesso. O primeiro destaque veio em 1999 com uma obra inédita do novelista estadunidense Stephen King. A decisão do autor em colocar seu conto “Montado na bala” apenas no formato *on line* pelo custo singelo de U\$2,50 acarretou um positivo retorno: mais de 500 mil cópias vendidas em um final de semana, mesmo depois de a obra ter sido disponibilizada gratuitamente na internet por alguns dias (PROCÓPIO, 2010).

Atualmente, esse formato já supera a venda de impressos nos Estados Unidos (em aproximadamente 5%), segundo anúncio feito no início de 2011 pela Amazon⁴, empresa que trabalha com o comércio e produção de eletrônicos, líder de mercado nessa área editorial e que, além do vasto catálogo conta com uma linha exclusiva de *e-readers*, os aparelhos especializados para a leitura deste formato de livros.

No Brasil, esse nicho editorial ainda engatinha, mas começa a mostrar que temos um futuro promissor. Embora ainda haja resistência por parte de muitas editoras, outras aproveitam tanto o apoio governamental quanto o interesse privado e se preparam para esse futuro próximo. É o caso das editoras Gato Sabido, Saraiva e Livraria Cultura, que começam a configurar um bom acervo de *ebooks*, ainda que uma boa parte apresente um preço consideravelmente elevado (tendo em conta o barateamento na produção que a nova plataforma possibilita). Dá-se um grande passo em direção à nova realidade editorial.

Um ponto decisivo para a consolidação dos *ebooks* ainda são os tablets e *e-readers*. Embora estes venham se popularizando cada vez mais no país, ainda possuem preços elevados para o padrão de vida do brasileiro. A situação tende a mudar com a fabricação dos aparelhos em solo nacional. Isso vem sendo discutido junto ao governo, que demonstra

⁴ Notícia de O Estado de S. Paulo, versão eletrônica, em 20 de maio de 2011, no link <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,na-amazon-ebook-vende-mais-que-livro-de-papel,721630,0.htm>
Acesso em 22/05/2011

interesse em apoiar projetos dessa área, pois a questão também abrange a inclusão digital, já trabalhada no país, além de tratar-se de um ponto que auxilia o desenvolvimento tecnológico. O incentivo fiscal previsto para tablets pode chegar a reduzir mais de 30% dos impostos sobre o produto fabricado com pelo menos 20% de componentes nacionais⁵. Isso pode dar oportunidade para o Brasil seguir com um modelo democrático de distribuição cultural e intelectual, cujo fortalecimento permitirá igualar-se aos países que hoje se apresentam firmes nessa modalidade editorial.

2 O objeto de estudo de pesquisadores paraibanos

A Paraíba vai aos poucos despertando para esse mercado, e mostra interesse na área principalmente para divulgação junto ao público acadêmico, por se tratar de um meio onde a relação diária com as plataformas digitais é mais comum. A informação é de Henrique Magalhães⁶, professor e pesquisador da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e diretor da Editora Marca de Fantasia, um selo independente e artesanal criado em 1995, com enfoque em obras do meio acadêmico e da cultura alternativa.

A relação da Editora citada (que age como projeto de extensão universitária) com os livros digitais começou em 2009 com o livro **Discurso, poder e subjetivação**: uma discussão foucaultiana, de J. J. Domingos. Desde então a produção editorial de *ebooks* passou a fazer parte do seu conceito, que mostra a preocupação com a adaptação das obras para o meio digital, o que as torna mais atrativas e de fácil leitura. Hoje, não basta fazer apenas um pdf da versão impressa do livro, a obra tem que ser repensada para a plataforma digital, e os recursos existentes (como maior uso de cores, hiperlinks que facilitem a navegação interna e o uso livre do espaço disponível) tem que ser explorados ao máximo.

Em contrapartida, os *ebooks* ainda sofrem bastante preconceito a respeito da sua categorização enquanto livro. Os amantes do impresso ainda relutam em reconhecê-lo como livro no formato digital e mais ainda em aderir a esse tipo de leitura. Sobre isso, Henrique Magalhães assinala também a facilidade do impresso devido sua independência da mídia eletrônica, mas é positivo em relação aos tabletes, que avançam para promover a mobilidade conforme haja melhorias na longevidade das baterias e implementação da hipermídia. Ele frisa: “Ainda temos no Brasil um público conservador, saudosista, romântico, que resiste a

⁵ <http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/05/brasil-ficou-atraente-para-fabricacao-de-tablets-diz-ministro-da-fazenda.html> Acesso em 15/12/2011.

⁶ Em entrevista concedida para auxiliar nesta pesquisa, em setembro de 2011, o professor dividiu algumas de suas ideias a respeito da área de editoração digital.

abrir mão da materialidade do livro impresso.” Apesar dessa postura ainda enraizada no leitor, há a tentativa de superar esses obstáculos por meio das ferramentas proporcionadas pela própria tecnologia e que podem ajudar a aliviar esse estranhamento.

No caso do livro digital, são criados documentos que simulam visualmente o “passar” de páginas, acompanhado do ruído emitido pelo movimento do papel. É como se o objetivo dessa estratégia de contato fosse recuperar e renovar o “contato”, a “confiança” que já está na memória afetiva do leitor, remetendo às características do livro impresso como um lugar reconhecido, do qual se poderia partir com segurança para novas práticas de leitura. (LACERDA; MACEDO, p.48-49, 2011)

Na UFPB existe ainda um projeto liderado pelo professor Marcos Nicolau (co-fundador da Editora Ideia, em 1989), que é totalmente voltado ao estudo do mercado editorial digital e à experimentação de modelos editoriais que se encaixem neste novo segmento.

O projeto **Para ler o digital** existe desde 2010 e já ganhou um prêmio EXPOCOM, do INTERCOM⁷ pelos resultados obtidos, e tem recebido críticas positivas por parte dos usuários que tiveram acesso às obras. Além de fazer esse estudo, um dos principais objetivos do professor Nicolau⁸ com o projeto é preparar os estudantes para esse novo mercado editorial, dando-lhes as ferramentas necessárias para que eles façam este segmento progredir.

Marcos Nicolau atua na área de editoração de livros desde 1978. Com o surgimento do curso de Comunicação e Mídias Digitais na UFPB, em 2010 e seu trabalho em conjunto com a Editora Marca de Fantasia encontrou o apoio necessário para fundar o projeto.

A Paraíba, sem dúvidas, sempre foi uma fonte de material intelectual e cultural. A era digital é o grande trunfo para a exposição e disseminação dessas habilidades, como ressaltou o professor Nicolau nessa discussão: “Sempre tivemos aqui grandes valores artísticos, culturais e até mesmo científicos, que podem ser mostrados para todas as demais culturas do mundo”.

Falta ainda na UFPB um apoio mais concreto a fim de proporcionar aos seus estudantes e pesquisadores esse acesso dinâmico à informação. A Biblioteca Central da Universidade não conta com nenhum plano que forneça esse tipo de serviço. Mas a diretora Suely Pessoa mostra-se a favor da implantação⁹, e afirma que uma negociação está em andamento com a

⁷ Edição regional do congresso nacional voltado à área de pesquisa em comunicação.

⁸ O professor Nicolau também participou da etapa de coleta de dados, respondendo a algumas questões em entrevista.

⁹ As informações foram cedidas pela atual diretora Sônia Suely Araújo Pessoa, que também foi procurada durante a etapa de pesquisa.

ebRARY Academic Complete¹⁰, e com a concretização desse projeto, a UFPB poderá tornar-se a pioneira no Nordeste a adquirir esse sistema.

3 Editoração digital e o mercado estadual

Para além do âmbito acadêmico, uma empresa de mercado que está aos poucos sendo inserida no meio digital é a Editora Ideia. Apesar de ter uma postura tradicional quanto aos seus títulos, mostra-se positiva em relação ao novo modelo. Alguns livros que recebem seu selo ganharam recentemente uma edição digital: obras do professor Marcos Nicolau, que as aproveitou como material de estudo do projeto sobre a reconfiguração do livro na UFPB. Essas novas versões tornaram possível a contínua distribuição destas obras, agora para um número ilimitado de pessoas, facilitando até mesmo seu uso como material didático para o curso de Comunicação em Mídias Digitais.

A Editora Ideia tem 22 anos de mercado e trabalha não só com público acadêmico, mas também com os mais diversos segmentos. A visão de Magno Nicolau¹¹, um dos fundadores do selo e que está atualmente à frente da Editora, é a de que: “O mundo ainda tem um longo percurso para o meio digital. Estamos de olho no futuro, mas a longo prazo, assim como as grandes editoras.” Ou seja, aos olhos da editora, o livro impresso não está ameaçado pelo digital como muitos acreditam, mas os devidos cuidados em relação ao futuro precisam ser tomados, mesmo que aos poucos, já que há a necessidade de se pensar nesse novo modelo para não se tornar obsoleto.

Conclusão

O *ebook* não é outro produto que não um livro, o que muda entre ele e o impresso é a plataforma na qual está inserido. Esse produto não veio para competir e tentar extinguir o livro tradicional, mas para dar alternativas aos leitores que precisam carregar consigo uma grande quantidade de material e que veem na prática digital a opção mais viável para atender às suas necessidades diárias.

Um dos aspectos principais desse novo mercado é a democratização do acesso às obras: nesse contexto é possível que os livros comerciais coexistam com as produções avulsas a serem disponibilizadas gratuitamente. Os autores anônimos, que jamais teriam suas obras

¹⁰ Trata-se de uma biblioteca virtual com acervo superior a 76.000 obras de mais de 400 editoras espalhadas pelo mundo. Seus serviços garantem acesso ilimitado aos títulos. Dados coletados na página oficial da empresa: <http://www.ebrary.com/corp/index.jsp>

¹¹ Com a entrevista do diretor da Ideia, fechamos as fontes diretas de pesquisa envolvidas na produção do artigo.

comercializadas, podem agora criar e compartilhar seus trabalhos literários diretamente com as pessoas interessadas, a custo zero. Por sua vez, aqueles que jamais teriam condições de comprar livros a preço de mercado, passam a ter acesso às informações provenientes desses *ebooks* compartilhados.

Com os experimentos que veem sendo feitos na Paraíba, tanto autores, quanto profissionais de editoração e editores estão sendo beneficiados, numa área em franca expansão e com muitas novidades ainda a oferecer. Isso porque, o mercado editorial não é mais uma primazia dos grandes centros do país e suas portentosas editoras. O advento da internet e a revolucionária tecnologia das mídias digitais interativas ampliou de forma imensurável as possibilidades dessa área.

Pelo visto, há espaço de mercado suficiente para gerar novos modelos de negócios editoriais, assim como há espaço para o compartilhamento e a democratização do conhecimento, esse patrimônio universal que tem no livro seu principal mensageiro.

Referências

JAGUARIBE, Hélio. O significado do papel para a cultura. *In*: DOCTORS, M. (Org.); **A cultura do papel**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.

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

PROCÓPIO, Ednei. **O livro na era digital**: o mercado editorial e as mídias digitais. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

LACERDA, Luciano; MACEDO, Helton. O vazio da estante: o acesso ao livro digital sob a perspectiva das suas dimensões política e cultural. *In*: **Revista Comunicação Midiática**, v.6, n.1, jan./abr. P 44, 2011.

ALMEIDA, Filipe; VIRGINIO, Rennam. Do códice ao leitor digital: a reconfiguração do livro na cibercultura. *In*: NICOLAU, Marcos. (Org.); **Reconfiguração das práticas midiáticas na cibercultura**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012.

Sites

<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,na-amazon-ebook-vende-mais-que-livro-de-papel,721630,0.htm>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/05/brasil-ficou-atraente-para-fabricacao-de-tablets-diz-ministro-da-fazenda.html>

<http://www.ebrary.com/corp/index.jsp>