
O PAPEL DO EDITOR GAÚCHO DIANTE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DOS LIVROS DIGITAIS

DOI: 10.5700/rege502

ARTIGO – ADMINISTRAÇÃO GERAL

Danusa Almeida de Oliveira

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS) – Rio Grande do Sul-RS, Brasil
E-mail: danusaoliveira@yahoo.com.br

Recebido em: 8/3/2012

Aprovado em: 26/10/2012

RESUMO

A contínua desmaterialização do livro, conforme os textos são transferidos para a tela, desperta a impressão de que os impressos estão chegando ao fim. Todavia, a crise do livro pode ser apenas um sintoma de uma cultura letrada fragilizada em sua base em razão do pouco valor dado à leitura e do pequeno interesse por ela. Portanto, não cabe à tecnologia digital a total responsabilidade pela suspeita de desaparecimento do livro impresso, apesar de sua capacidade de movimentar toda a cadeia do livro, provocando mudanças no papel de seus principais personagens, dentro os quais o editor. Assim, o objetivo deste trabalho é refletir sobre a crise da cultura letrada, buscando compreender a figura do editor gaúcho e seu papel diante da transição dos livros impressos para os digitais, levando em conta as peculiaridades que são próprias do mercado editorial do Rio Grande do Sul.

Palavras-chave: Cultura Letrada, Leitura, Livros Impressos, Livros Digitais, Editor.

THE ROLE OF THE GAÚCHO EDITOR BEFORE THE PRODUCTION AND MARKETING OF DIGITAL BOOKS

ABSTRACT

The ongoing dematerialization of books, as their texts are transferred to the screen, arouses the impression that printed books are coming to an end. However, the book crisis may be just a symptom of a literate culture undermined at its base due to decreased value given to reading and loss of interest in it. Therefore, digital technology does not carry the whole responsibility for the possible disappearance of printed book, despite its ability to move the entire book chain, causing changes in the role of its main characters, among them the editor. The purpose of this paper is to discuss the crisis of literate culture, trying to understand the image of the editors from Rio Grande do Sul State and their role in the transition from printed to digital books, taking into account the unique peculiarities of publishing industry of Rio Grande do Sul.

Key words: *Literate Culture, Reading, Printed Books, Digital Books, Editor.*

EL PAPEL DEL EDITOR GAÚCHO FRENTE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS LIBROS DIGITALES

RESUMEN

La continua desmaterialización del libro, conforme los textos son transferidos para la tela, despierta la impresión de que los impresos están terminándose. Sin embargo, la crisis del libro puede ser apenas un síntoma de una cultura letrada debilitada en su base en razón del poco valor dado a la lectura y del pequeño interés por ella. Por lo tanto, no cabe a la tecnología digital la total responsabilidad por la sospecha del desaparecimiento del libro impreso, a pesar de su capacidad de mover toda la cadena del libro, provocando mudanzas en el papel de sus principales personajes, dentro de los cuales el editor. Así, el objetivo de este trabajo es reflexionar sobre la crisis de la cultura letrada, buscando comprender la figura del editor gaúcho y su papel delante de la transición de los libros impresos para los digitales, teniendo en cuenta las peculiaridades que son propias del mercado editorial de Rio Grande do Sul.

Palabras-clave: *Cultura Letrada, Lectura, Libros Impresos, Libros Digitales, Editor.*

1. INTRODUÇÃO

No portal *PublishNews* (2013a), *site* dedicado a notícias sobre o mundo editorial, a colunista Cindy Leopoldo¹, no artigo intitulado *E-book não é assunto de editor*, questiona o motivo de se falar com frequência em *e-books* (livros digitais). Sua conclusão é de que estes não somente encantam como também assustam leitores e editores. Encantam principalmente os editores, porque eles percebem o quanto as etapas do processo de impressão do *e-book* deixam de seguir a mesma lógica de funcionamento dos impressos, economizando tempo e recursos. Por outro lado, os *e-books* assustam porque “[...] nem leitores, nem editores (e menos ainda as livrarias) estão prontos para o “desaparecimento” dos livros impressos e alguns acham que os *e-books* vieram justamente para isso” (LEOPOLDO, 2011, *online*).

Essas observações sobre como os *e-books* estão sendo discutidos colocam em questão as inúmeras mudanças provocadas no setor editorial e apontam a dificuldade de prever as principais mudanças no papel do editor, uma das figuras mais relevantes no processo de produção do livro. Da mesma forma, não é simples responder sobre o futuro do livro a partir desse cenário difuso e incerto. Por meio de uma análise rápida e superficial, tende-se a apontar as tecnologias digitais como o princípio do fim, que levaria os livros digitais a substituírem os impressos. No entanto, é válido lembrar que, apesar do lançamento de diferentes suportes multifuncionais e de aparelhos específicos que possibilitam a leitura de *e-books*, a produção e o consumo de livros digitais no Brasil ainda é pequena.

De acordo com a terceira edição da pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*, promovida pelo

¹ Cindy Leopoldo é graduada em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pós-graduada em Gerenciamento de Projetos pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Trabalha em departamentos editoriais há 7 anos. Escreve quinzenalmente para o *PublishNews*, sempre às terças-feiras. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/Default.aspx>>. Acesso em: 25 mar. 2013b.

Instituto Pró-Livro e aplicada no ano de 2011, a comercialização dos *e-books* tem se tornado significativa à medida que o mercado editorial insere tais livros em seus negócios. Deve-se ter em mente, porém, que os aparelhos e suportes criados ainda têm um custo elevado, impossibilitando muitos leitores de adquirir e testar essa tecnologia, apesar de a pesquisa revelar que 9,5 milhões de leitores afirmam consumir *e-books*. Ainda que o número de não leitores de livros digitais seja predominante, é representativo o número de leitores que adotam os *e-books*, razão pela qual estes se mostram um nicho interessante para livrarias e editoras.

Também é interessante assinalar que a mesma pesquisa, ao perguntar aos entrevistados o que gostavam de fazer em seu tempo livre, revelou que 28% preferem ler (desde jornais, revistas, livros, até textos na internet). Esse dado indica que se leu menos em 2011 (88,2 milhões de leitores) do que no ano de 2007 (95,6 milhões de leitores). O item que aborda o “interesse” pela leitura mostrou que 50% leem pouco por falta de tempo; 14% dizem não gostar de ler por achar desinteressante; 8% preferem outras atividades; 5% não têm paciência e 1% admite ler apenas quando é obrigado. De fato, o tempo escasso em razão de outras atividades acaba sendo um fator relevante para os leitores, que não conseguem dar continuidade a leituras de longa narrativa. No entanto, os 14% que alegam não possuir interesse ultrapassam o número de pessoas que afirmam ter limitações (10%), não ter concentração (2%), ou não ter acesso aos livros (4%).

Diante desses resultados, é possível questionar: o momento de crise pertence ao livro ou à cultura letrada? As novas tecnologias acabam, em grande parte dos casos, imprimindo algum tipo de mudança na organização da sociedade e de determinados grupos sociais. Por esse motivo, é importante questionar como ficam aqueles que lidam diretamente com a produção do livro, caso do editor. Qual é seu papel nessa transição? Para responder a essa questão, o presente trabalho foca a figura do editor, a fim de refletir e debater sobre tal inquietação.

Para o presente trabalho, o recorte utilizado está centrado nos editores gaúchos e no mercado editorial do Rio Grande do Sul. A Região Sul possui um número expressivo de leitores, que chega a 11,3 milhões, permanecendo como a terceira região com maior penetração de leitores. Portanto, para a construção deste trabalho, busca-se abordar autores de estudos ligados ao livro, além de apresentar como fonte de pesquisa os dados do já mencionado estudo *Retrato da leitura no Brasil*. Além disso, parte do trabalho tem como base as informações obtidas de entrevista concedida por Geraldo Huff (2012), jornalista e coordenador-geral da Artmed/Panamericana Editora, uma editora vinculada ao Grupo A (com sede em Porto Alegre) dedicada à atualização profissional a distância. A contribuição de Huff também se dá por sua experiência como presidente da Câmara Rio-Grandense do Livro em 2002.

2. ALGUMAS QUESTÕES SOBRE A CULTURA LETRADA

Talvez pudesse viver sem escrever, mas não creio que pudesse viver sem ler. Ler – descobri – bem antes de escrever. Uma sociedade pode existir – existem muitas, de fato – sem escrever, mas nenhuma sociedade pode existir sem ler. (MANGUEL, 1997:20).

O romancista e editor Alberto Manguel (2003) considera o ato de ler uma arte e crê que, entre aqueles que sabem ler, ainda é reduzido o número de pessoas que mantêm o interesse pela leitura. O autor faz tais afirmações quando menciona o hábito de leitura desde a Londres do século XVIII até a Paris do século XX, apontando que, apesar da passagem do tempo, os não leitores continuam, aos seus olhos, sendo maioria Manguel (2003). Nesse discurso do autor, jornais, revistas e outros materiais impressos não são citados, mas é possível que sua afirmação não se restrinja apenas aos livros, pois ele próprio costuma lembrar que se faz leitura dos elementos mais variados que compõem nosso mundo, e usa como exemplo o astrônomo que lê um mapa de estrelas, um zoólogo que lê o rastro dos animais, o jogador que lê o gesto, os pais que leem o rosto dos filhos, o agricultor que lê o céu, ou seja, “todos eles compartilham com os leitores de livros a arte de decifrar e traduzir signos” (MANGUEL, 1997:10).

Por parte de alguns indivíduos, o desinteresse pela leitura pode até desestimular o consumo de impressos, mas, em relação ao universo em que se está mergulhado, é natural ler elementos e decifrar códigos. Desse modo, “Todos lemos a nós e ao mundo à nossa volta para vislumbrar o que somos e onde estamos. Lemos para compreender, ou para começar a compreender” (MANGUEL, 1997:20). Aprende-se primeiro a ler e decodificar, para depois escrever e registrar. Por isso, o homem é um leitor nato mesmo ignorando, em determinados momentos, códigos estabelecidos e construídos socialmente. Isso ocorre porque ler é desvendar significados que possibilitam a produção de sentido. O sujeito é capaz de utilizar seu conhecimento já adquirido para entender o que se faz novo aos seus olhos, dando origem a um ciclo em que o saber se torna cumulativo por meio da leitura constante e frequente. Esse fato leva o historiador Roger Chartier (1998b:77) a dizer que “A leitura é sempre apropriação, invenção, produção de significados”.

Quando se fala especificamente do livro, é imprescindível lembrar o quanto o ato de ler está vinculado à utilização da imprensa de Gutenberg, que proliferou inúmeros materiais impressos além do próprio livro. Alguns, muitas vezes, sem qualidade e com um tempo de vida curto, mas cuja contribuição foi a desestabilização do longo processo de obscuridade e proibições que circundavam a leitura, o que, por seu turno, criou como consequência um novo cenário, em que se fazia necessário aprender a ler e escrever (CHARTIER, 2009). O direito à aquisição da leitura pôde ser considerado uma conquista social no momento em que tal privilégio deixou de estar centrado na figura do clero e de uma minoria pertencente à realeza. E quando os impressos proliferaram, ganhando espaço no período do Renascimento, a história passou a registrar a padronização dos livros, possibilitando a construção de um pensamento mais sistemático e linear por parte dos leitores. Além disso, durante a leitura, ocorreu um maior envolvimento do corpo, a inscrição em um determinado espaço, gerando reações e proporcionando novas relações consigo e com os outros (CHARTIER, 1998a). Pensar por esse prisma provoca inquietações quanto às formas de leitura que desapareceram ou que se tornaram menos frequentes, cedendo espaço a outros hábitos de leitura. Foi o corpo que, ao encontrar maneiras distintas de se adaptar

ao livro, levou esses mesmos livros às ruas, fazendo com que a leitura deixasse de ser um costume restrito às bibliotecas e ao espaço doméstico? Ou foi o fato de os leitores se espalharem pelos bancos das praças, pelas sombras das árvores ou pelas escadarias dos prédios que possibilitou novas posições de ler o livro, passando o envolvimento do corpo a obedecer a diferentes gestos? A leitura em voz alta que atendia a grupos reunidos para ouvir um conto, um poema ou uma notícia cedeu espaço à leitura individual e silenciosa, apesar de esta denunciar em si mesma alguns murmúrios em tom mais baixo que, ainda na atualidade, insistem em acompanhar o movimento dos olhos na decodificação do texto. Nas palavras de Chartier (1998:14), observar e estar atento às “[...] redes de práticas e às regras de leituras próprias às diversas comunidades de leitores [...] é uma primeira tarefa para se chegar a uma história da leitura preocupada em compreender, nas suas diferenças, a figura paradigmática desse leitor que é um furtivo caçador”. Portanto, estudar tais mudanças e investigar as transições pelas quais a leitura continua passando no período pós-moderno tornam-se essenciais para que se entenda o desenvolvimento da própria cultura letrada.

Por isso, entre as reflexões de Manguel (2003) há uma discussão sobre a forma com que a leitura é levada em consideração por distintas sociedades, pois há os livros considerados e eleitos pela tradição como sendo clássicos, assim como há os livros adotados pelo leitor em razão da emoção, da compreensão e das experiências despertadas. O modo de leitura, o posicionamento do leitor diante do texto e suas percepções sofrem variação de acordo com o tipo de livro selecionado, assim como há total diferença entre os sujeitos que realmente leem com atenção e aqueles que apenas são rodeados pelos livros, utilizando-se deles sem muito interesse e estima. A forma como os leitores se acercam dos livros e se utilizam da leitura acaba por definir a cultura letrada de uma determinada sociedade. Isso é o que faz Manguel (2003) crer que, se porventura um visitante do passado viajasse para o presente como um observador dos hábitos de leitura, certamente encontraria livrarias repletas de livros organizados por categorias, livros sendo compartilhados com café e biscoitos, assim como visualizaria grandes bibliotecas abarrotadas de leitores que se dividem entre os pesados volumes impressos e os livros

digitalizados nos computadores. Da mesma forma, em ambientes externos, seria possível encontrar diferentes leitores, ou seja, desde os que leem no ônibus e no banheiro, até os que se deitam no chão ou se afundam no sofá para apreciar seus livros. Mas a questão principal de Manguel (2003), ao utilizar um viajante fictício como ponto de partida para seus questionamentos, é refletir sobre o quanto essas imagens captadas pelo viajante poderiam causar a ilusão de que somos uma sociedade letrada.

Muito pelo contrário. Não vivemos em uma sociedade letrada. Nossa sociedade aceita o livro como produto dado, embora antiquado. Mas o ato de ler, que, outrora, era considerado honroso e prestigioso – para não dizer, perigoso e subversivo –, é daqui em diante tolerado de maneira condescendente como um passatempo, um lento passatempo, que carece de eficácia e não contribui para o bem comum. Como nosso visitante, eventualmente, acabaria tomando consciência, a leitura na nossa sociedade nada mais é do que um gesto acessório [...]. (MANGUEL, 2003:113)

É possível ter fisicamente o livro em mãos, mas não usufruir de todo seu poder de transformação do pensamento, não aproveitar sua capacidade de despertar sentimentos que permitem a criação de vínculos emocionais com o objeto livro. Muitos leitores deixam de estreitar laços com aquele que defende uma ideia ou conta uma história (o narrador) a partir da experiência, vivência e imaginação de quem escreve (o autor). Isso significa que a cultura letrada não é construída apenas pela existência dos livros, mas pelos possíveis efeitos que eles podem causar a partir dos diferentes modos de apropriação escolhidos pelo leitor. Manguel (2003) ajuda a compreender que uma sociedade não letrada assim se caracteriza por deixar, em algum momento, de incentivar o homem a encontrar na leitura um dos mais eficazes instrumentos de mudança, de liderança, de revolta, de liberdade, de opressão, de esperança ou de fantasia, visto que o livro pode ser considerado um diálogo constante geralmente travado entre duas mentes. O leitor pode sentir afinidade com o autor por compartilhar as mesmas ideias dele, ou desenvolver alguma animosidade por se sentir desafiado pelo pensamento do outro. Essa admiração e adoração ao livro se torna um importante alicerce na construção de uma

sociedade letrada (MANGUEL, 2003). Por tal motivo, após a solidificação dessa sociedade, sua manutenção também depende da capacidade de seus leitores de manter um diálogo ativo e proveitoso com o livro, visto que uma leitura superficial, incompleta e desinteressada não oferece subsídios suficientes para a criação de vínculos emocionais fortes o bastante com a história.

Além disso, a afirmação de Manguel (2003) deixa implícito um cenário de transição no momento em que se refere ao livro como um produto dado, apesar de antiquado. Geralmente, um objeto passa a ser antiquado no momento em que é considerado ultrapassado. A história do livro já o denuncia como um objeto cuja trajetória foi sendo construída e solidificada no decorrer do tempo, mas que ainda permanece como importante fonte de informação. Portanto, por qual viés tal objeto pode ser visto como antiquado? Ou em que momento passou a ser considerado um passatempo cercado de gestos acessórios? A resposta talvez esteja no desenvolvimento de outros meios. Da mesma forma que o aperfeiçoamento da técnica possibilitou melhorias na produção e comercialização dos livros desde o surgimento da tipografia, movimentou a economia e a cultura, abrindo espaço para a criação de diferentes veículos de informação. A criação do jornal, no século XIX, por exemplo, arrebatou inúmeros leitores que não estavam acostumados a ler livros, popularizando a leitura e gerando a ideia de que o livro estava morto (BELO, 2002). Mas, ao sobreviver a essa turbulência, entre outras, o livro novamente volta a ser pauta de discussão ao ter sua morte prevista por diferentes estudiosos, pesquisadores e profissionais do mercado editorial. Contudo, é possível que as novas tecnologias não estejam realmente ameaçando o livro impresso como se proclama.

3. UMA CRISE ENFRENTADA PELA CULTURA LETRADA DO IMPRESSO

O ensaísta e ex-ministro da Cultura do Brasil, Sérgio Paulo Rouanet (2003:58), ao falar sobre a dúvida que envolve o mercado editorial em relação ao fim do livro impresso, aponta a seguinte questão:

Milenarismo à parte, pergunto-me se é justificada a ênfase colocada nessa angústia

relativa ao fim do livro. Seria, realmente, a crise do livro que tanto preocupa nossos intelectuais ou algo que se encontra por detrás dessa crise, a crise da cultura da qual a crise do livro seria, senão um epifenômeno, pelo menos um sintoma? O problema é que, hoje, só se lê James Joyce sob a forma de um livro digital ou que não se lê, de modo algum, James Joyce, seja qual for o suporte dessa leitura? Se a segunda parte da proposição for verdadeira, então, não é o livro que está em crise, e sim a cultura.

Portanto, torna-se pertinente deslocar a atenção do livro impresso para a própria cultura, a fim perceber com mais clareza as mudanças provocadas pelas tecnologias digitais em todos os meios vinculados ao âmbito cultural, como a música e a criação do MP3, os vídeos e filmes em alta definição – assim como em 3D –, as máquinas fotográficas e suas imagens digitais, entre outros. Com as principais mídias migrando para o digital, o mundo impresso (jornal, revista e livro) dificilmente não passaria pelo mesmo processo. Uma crise do livro não necessariamente é uma crise na cultura. Já uma crise na cultura geralmente produz uma crise do livro, visto que “O homem não lê porque foi condicionado para deixar de ler, passando por uma pedagogia da não-leitura; não lê porque a leitura exige esforço, enquanto a mídia lhe oferece satisfação instantânea [...]” (ROUANET, 2003:71). Para ler, é preciso mergulhar em si, abdicar de um tempo para isso, portanto “As pessoas não lêem, não por serem analfabetas, mas por serem vítimas do fenômeno social do 'iletrismo', ou seja, a recusa de ler, mesmo quando elas dominam a técnica da leitura” (ROUANET, 2003:71). Antes do livro, é a cultura que se fragiliza quando o hábito de leitura deixa de ser uma prática frequente. A pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*, ao perguntar aos entrevistados o gosto pela leitura, registrou que 37% das pessoas admitem gostar pouco de leitura; 30% reconhecem não gostar de ler; 25% confirmam gostar muito e 9% não sabem ler. Em 2007, as pessoas que não gostavam de ler contabilizavam 23%, ou seja, em 2011 o grupo de indivíduos que não gostavam de ler aumentou em 7%. Nesse ponto, é lícito refletir sobre o baixo índice de leitores que usufruem de livros com frequência. A internet e a televisão já foram apontadas como os meios aos quais o acesso cresceu. Aqueles que fazem *download* de livros pela internet totalizam uma média de 7%. Os usuários buscam na internet muito mais recreação

ou entretenimento (58%). Então, são as tecnologias digitais as responsáveis pela queda nos índices de leitura? A influência entre os novos e os antigos meios existe e torna-se inevitável. Contudo, Rouanet (2003) indaga se a questão é deixar de ler o livro impresso ou sequer ler, seja pelo meio impresso, seja por outro suporte.

Portanto, a cultura letrada deixa de ser assim considerada não em razão do uso das novas tecnologias, mas pelo modo como o homem lida com o passado e pelo modo como o preserva e o valoriza. Portanto, quando se trata do livro, “a tecnologia não é responsável por nossas desgraças; tal responsabilidade deverá ser assumida por nós, aliás, os únicos que deverão ser criticados por termos escolhido o esquecimento em detrimento da memória” (MANGUEL, 2003:119). Deve-se levar em conta, entanto, que, mesmo que haja uma crise cultural, a inserção de novas tecnologias modificaram muitas dinâmicas sociais. O sistema digital, assim como a internet, desestrutura a forma linear de pensar, alterando o tempo, o espaço e as relações interpessoais. A convergência das mídias na pós-modernidade resulta de novos meios que abarcam as características dos antigos meios em um único suporte, e a multifuncionalidade é uma das palavras-chave que ajuda a compreender não somente a promessa de determinadas máquinas e aparelhos, mas também a ideia adotada pela sociedade ao definir a si mesma. Atualmente existem, por exemplo, muitos campos profissionais que exigem equipes com um perfil multifuncional, ou seja, com a capacidade de se articular e relacionar com pessoas diferentes, em situações e em ambientes também diferentes, para cumprir tarefas diversificadas de forma rápida e ágil. Para dar sustentação a esse modo de viver, a tecnologia desenvolvida alimenta esse processo gerando aparelhos que ofereçam múltiplas funções para atender às principais necessidades de seu consumidor e integrando também outros programas atraentes que possam vir a auxiliar a atividade exercida. Como comparação, é possível citar os computadores, tanto o PC (computador pessoal) quanto o *notebook* (computador portátil), que contribuíram na construção de uma nova rotina, consolidando a importância de concentrar em um único suporte o que habitualmente se encontra de forma separada, como vídeo (TV), som (rádio), imagens e texto (revistas, livros, jornais). Possibilitando o acesso a outros recursos,

o computador firmou-se como instrumento de trabalho, de pesquisa, de estudo e de lazer, em que os jogos também se estabeleceram como uma das possibilidades de entretenimento.

Contudo, no transcorrer do tempo, a praticidade e a portabilidade, do mesmo modo, tornaram-se requisitos importantes na área da informática, especialmente na produção de *hardwares*. Além dos computadores, é possível citar uma série de aparelhos e suportes criados por empresas distintas, mas atuantes nesse ramo, que contribuíram com inovações que direcionaram o desejo de consumo da sociedade, como o *pendrive* (mídia de armazenamento), o iPod (tocador de MP3), o Smartphone (celular que integra funções de um telefone e de um computador), o GPS (sistemas de mapas), ademais do aperfeiçoamento do sistema de transmissão de dados por rede sem fio, dos *chips* e da internet banda larga.

Dentro desse contexto, é essencial lembrar a criação dos *tablets* (aparelhos multifuncionais) e dos *e-readers* (suportes específicos para leitura de *e-books*), que funcionam como aparelhos que interpretam códigos e metadados, permitindo a leitura de livros, revistas e jornais na versão digital. São justamente esses suportes digitais que o mercado editorial tem se movimentado para compreender, visto que suas funções e promessas embasam a percepção de que a migração do conteúdo dos livros impressos para o digital pode ser um sinal definitivo de que os livros tradicionais estão chegando ao fim. Mas, conforme Chartier (2009:35) lembra, “[...] antes de deplorar sua morte anunciada, talvez seja prudente fazer a pergunta: o que é um livro? [...]”. Após essa indagação e ainda que não se obtenha uma resposta única e fechada para ela, é importante indicar alguns caminhos.

4. LIVROS IMPRESSOS E LIVROS DIGITAIS

Ao buscar uma definição de livro, alguns autores, como Andrew Haslam (2007:9), tomam as características materiais desse objeto impresso como parâmetro para descrevê-lo, conceituando-o como “Um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço”. Já Chartier (2009) diferencia duas naturezas do livro: “[...] ao mesmo tempo, um

bem material do qual o comprador torna-se o legítimo proprietário, e um discurso do qual o autor conserva a propriedade 'não obstante a reprodução' [...]" (CHARTIER, 2009:35). Ou seja, o leitor ganha o direito de se apropriar do livro e dele fazer o uso que desejar, lendo e interpretando seu conteúdo da forma que lhe convier. Ao mesmo tempo, o livro mantém seu caráter de discurso, sendo a voz do escritor que deseja expressar o que pensa, comunicar-se, ter seu pensamento abraçado e compartilhado por um leitor, porém sem perder seu poder e seu direito sobre a obra. Chartier (2009:41) também diz que o livro pode ser "[...] ao mesmo tempo um objeto diferente dos outros objetos da cultura escrita e uma obra intelectual ou estética dotada de identidade e coerência atribuídas ao autor". Tal pensamento ocorre pelo fato de o livro ser um objeto que está inserido em uma lógica comercial e industrial que mantém, ainda assim, características imateriais vinculadas ao conhecimento e ao saber compartilhado pelo autor. O conceito oferecido pelo professor José Afonso Furtado (2006:22) contribui para perceber o livro com um resultado cultural, social e econômico:

O livro seria assim como que o sintoma das circunstâncias da nossa cultura num período de rápida transformação, mobilizando relações complexas entre processos de desenvolvimento tecnológico, práticas e instituições sociais e culturais, e a instauração de hierarquias e formas de dominação material e simbólica.

Furtado (2006) chega a mencionar o desenvolvimento tecnológico como elemento também importante na construção do livro, em razão de todo o processo histórico desse objeto, assim como da forte influência da tecnologia digital, que tem, recentemente, movimentado o mercado editorial com os *e-books* ou livros digitais. Por isso, Furtado (2006:33) admite que "[...] são usuais as referências à dificuldade e complexidade em definir adequadamente tanto livro como edição eletrônica. No entanto, essa tentativa é irrenunciável, pois o que se joga nesse conceito é absolutamente decisivo". Portanto, é essencial debater sobre o livro digital a partir de um olhar multifacetado que permita uma análise para além de seus atributos físicos. Por isso, uma discussão sobre os *e-books* deve dar conta dos elementos responsáveis por seu pleno funcionamento. Furtado (2006) ainda contribui com o assunto afirmando que o livro eletrônico

não deve ser compreendido como uma revolução, mas sim como uma evolução que busca explorar e entender de que modo as tecnologias relacionadas à comunicação podem servir de suporte nas experiências que envolvem interação entre indivíduos e registro de conhecimento e de informação. Ou seja, o *e-book* traria de explorar o potencial que o sistema digital oferece sem se desligar da metáfora do livro impresso. Além disso, em uma tentativa de conceituar os livros digitais, Furtado (2006:44) afirma que podem ser considerados "[...] desde um simples arquivo digital do conteúdo de um livro até o arquivo digital acompanhado pelo *software* que possibilita o acesso e a navegação do conteúdo". De modo complementar, o editor e escritor Ednei Procópio (2010) divide o debate sobre o *e-book* em três partes: o *software reader*, o dispositivo de leitura e o livro. Esse tripé compõe o livro digital como um todo, visto que sem um *software* ou um dispositivo o livro digital não tem como exibir seu conteúdo – fato que evidencia quanto o negócio do livro, à medida que inclui o *e-book* em suas estratégias de venda, atrela-se, cada vez mais, às ações e aos produtos das empresas de Tecnologia e Informação (TI). Há um interesse por parte dessas empresas de aperfeiçoar os aparelhos em que os livros digitais são visualizados, a fim de que esses aparelhos suportem facilmente os principais formatos testados no mercado editorial. Afinal, a criação e a produção dos livros digitais não têm um formato totalmente fechado e estabelecido, apesar de alguns formatos já estarem sendo utilizados com maior frequência em razão da busca de uma padronização (como no caso do formato ePub).

Então, compreender a função e a relação entre o *software* de leitura, o dispositivo e a obra em si é o ponto de partida para discutir a reconfiguração do mercado editorial dedicada ao livro. De modo minucioso, Procópio (2010) alerta sobre os principais componentes associados ao *e-book*:

a) O *software reader* – também denominado apenas de *reader*, é o programa, *software* ou aplicativo que auxilia a leitura de conteúdo digital nas mais diferentes telas, sejam de computadores (PC ou *notebook*) sejam de dispositivos específicos para livros digitais (*e-readers*) ou de dispositivos para bolso (*mobiles*, *smartphones*) e aparelhos multifuncionais (*tablets*). Alguns desses dispositivos citados tendem a apresentar de forma

embutida no aparelho um aplicativo ou *software* de leitura que permite maior comodidade no uso dos livros digitais. Conforme o dispositivo, é possível instalar outros *softwares* de leitura, visto que há diferentes programas opcionais e muitos são disponibilizados gratuitamente pelas empresas criadoras. A escolha do *software* ou aplicativo a ser utilizado não é feita apenas considerando-se o dispositivo, mas também o formato do livro ou do conteúdo digital, pois se alguns *software readers* conseguem decodificar um número variado de formatos, outros decodificam apenas um formato específico, limitando as possibilidades de leitura.

b) **O dispositivo de leitura** – o dispositivo representa o *hardware*, ou seja, o aparelho. Enquanto o *software reader* é o equivalente a um programa que decodifica conteúdos digitais, o dispositivo de leitura representa o recipiente desse *software* que serve de suporte para a exibição de tais conteúdos. Assim, os dispositivos vão desde o computador de mesa, o computador portátil, até os dispositivos dedicados aos livros digitais, os dispositivos para bolso e os *tablets*. Cada um deles apresenta características diferentes, como peso, tamanho e capacidade de armazenamento, além de funções que também podem variar, caso dos *e-readers*, cujo principal propósito é servir de suporte especialmente aos livros digitais, oferecendo ferramentas específicas de auxílio à sua leitura. Assim, ao escolher o aparelho de acordo com sua finalidade, o consumidor também precisa observar os demais atributos do dispositivo selecionado, como o tipo da tela (se LCD ou não e se sensível ao toque, ou seja, *touch screen*), os níveis de ajuste da luminosidade, duração da bateria e expansão da memória (PROCÓPIO, 2010).

c) **O livro** – é a própria obra escrita, o conteúdo em si, ou seja, o título que se pretende comprar. “O conteúdo é a parte mais importante entre as partes que compõem esse novo cenário” (PROCÓPIO, 2010:50), justamente por ser a essência de todo o negócio do livro. É a narrativa, independente do gênero, cujos elementos principais são a história contada e a informação transferida, que fazem do livro um objeto de consumo. Para a elaboração do livro digital, que precisa ser visualizado na tela dos dispositivos, é necessário construir uma linguagem usual da *web*, também aplicada em *sites*, *homepages* e *blogs*. Essa linguagem tem como base códigos de

marcação como XHTML, XML, CSS. Tais códigos podem ser modificados em diferentes programas de edição, conhecidos também como *publishers*, pois esses programas específicos para tal função convertem o conteúdo em um formato cuja linguagem os *softwares readers* conseguem decodificar, como o formato ePub. Mas os *e-books* ainda podem ser criados por meio de programas de criação e de “[...] softwares de autoria ou de diagramação, como o caso do Adobe Indesign. Após ser convertido para livro eletrônico, o arquivo final do trabalho do autor poderá ter diferentes formatos, entre eles: RB, PDF, LIT, PDB, PRC, ePub, etc.” (PROCÓPIO, 2010:51).

Assim, compreender o livro digital a partir desses três pontos possibilita entender algumas dificuldades que os editores encontram na produção e na comercialização dos livros impressos para estabelecer novas estratégias de negócios quando se trata dos *e-books* em sua rotina. Com isso, de que modo esses novos produtos devem ser colocados em circulação para o acesso daqueles que usufruem dos suportes compatíveis com tais livros digitais? A fim de discutir melhor essa questão, é necessário abordar a rotina das editoras e dos editores, visto que ela tem um papel essencial na cadeia do livro e na produção da cultura letrada.

5. O PAPEL DOS EDITORES E A INSERÇÃO DOS LIVROS DIGITAIS EM SUA ROTINA

O desenvolvimento de um livro ganha vida com as ideias do autor, que, ao finalizar a elaboração de seu texto, tende a procurar uma editora, a fim de viabilizar a construção do livro e colocá-lo em circulação e à venda. Alguns autores se utilizam de agentes literários que atuam como intermediários entre eles e a editora com o intuito de auxiliar no processo de negociação da obra (HASLAM, 2007). Entretanto, muitas vezes o autor entra diretamente em contato com a editora. Segundo a revista *BNDES Setorial* (2000), publicada pelo Banco Nacional do Desenvolvimento:

[...] o negócio da editora é conseguir o direito do autor, preparar a edição e levar o livro aos pontos de vendas, o que prescinde de investimentos em ativos permanentes, tais como imóveis e gráficas. O principal ativo de uma editora é o seu catálogo de títulos e autores, a

capacidade de seu corpo editor em selecionar o que deve ser ofertado e a contratação de serviços de terceiros, tais como tradução, gráfica, trabalhos de artes, entre outros. (GORINI; BRANCO, 2000:7).

A editora costuma contar com uma equipe de profissionais com diferentes funções para viabilizar a criação de um projeto editorial que resulte na obra finalizada. De acordo com o livro *O Negócio da Edição de Livros*, lançado pela UNESCO (1992), uma editora que deseja ser organizada necessita dos seguintes departamentos básicos: editorial, *design* e produção, *marketing*, contabilidade e finanças. Entre os profissionais atuantes estão o editor, o revisor (de textos e de provas), o consultor técnico, o diretor de arte, o *designer*, o pesquisador de imagens, o gerente de licenciamento, o fotógrafo, o gerente de direitos autorais, o gerente de produção editorial, o impressor, o gerente de distribuição, os divulgadores e o varejista (HASLAM, 2007). Deve-se lembrar, porém, que, ao longo da história, os papéis e as relações entre alguns personagens do mundo editorial (autor, editor, livreiro e leitor) sofreram transformações advindas de mudanças econômicas e culturais.

Nesse contexto, o papel do editor é um dos que tende a chamar a atenção em razão de ser o de selecionar quais textos devem ser transformados em livros, o que implica um poder de escolha e de decisão que permite aos editores, muitas vezes, ajustar o conteúdo para direcioná-lo ao público desejado. Os estudos de Chartier (1998b) esclarecem sobre o surgimento da figura do editor, indicando que seu papel tal qual o conhecemos fixou-se em 1830, quando foi considerado um profissional intelectual e, ao mesmo tempo, comercial, por buscar textos, selecionar e encontrar autores, organizar e controlar todo o processo, desde a criação até a distribuição do livro. Chartier (1998b:53) também frisa que “[...] tudo gira em torno deste empreendedor singular que se vê também como um intelectual e cuja atividade se faz em igualdade com a dos autores; daí, aliás, suas relações frequentemente difíceis e tensas”. Como o editor intervém não somente com sugestões, mas também com algumas restrições e com alguns critérios para tornar o conteúdo mais atraente e vendável, é possível dizer que o autor encontra no editor seu primeiro leitor. Todavia, é por meio do diálogo entre ambos e dos acordos realizados sobre a influência da editora que o

próprio editor também se torna, de alguma forma, autor. Entretanto, a palavra “editor” pode caracterizar funções e atividades diferentes se se considerarem a cultura e a história do mercado editorial de duas ou mais regiões distintas. Consequentemente, outras nomenclaturas começam a compor o quadro editorial das editoras, além do próprio termo “editor”. Em razão disso, é válido aproveitar, novamente, a visão da revista *BNDES Setorial*:

No mercado internacional, particularmente nos Estados Unidos, são bem definidas as funções do “editor” (profissional que seleciona as obras) e do “publisher” (financiador). Ademais, os distribuidores têm grande influência nos lançamentos, com promoções, seleção dos pontos de venda e, algumas vezes, não apoiando certos projetos. Em contraste, no Brasil essas três funções encontram-se misturadas e, em geral, são exercidas pelas editoras – algumas atuam inclusive na parte gráfica –, com todas as ineficiências associadas às baixas escalas e à difusa distribuição de tarefas. (GORINI; BRANCO, 2000:7).

Pela hierarquia e pelo conceito mantido nos EUA, o editor encarrega-se não somente da seleção e sistematização dos originais, mas também de sua publicação. Já o profissional conhecido como *publisher* é responsável pela parte comercial do livro, considerando-o um produto que necessita de distribuição, de estratégias de *marketing*, de publicidade, de apoio para eventos, entre outras questões ligadas à divulgação e comercialização da obra. Na configuração do mercado brasileiro, porém, é muito tênue a fronteira entre as funções de um editor e as de um *publisher*, sendo frequente encontrar, dentre as tarefas do editor, tanto as atividades de supervisionar a produção dos textos quanto as de articular e gerenciar os interesses comerciais e editoriais de um livro. Todavia, conforme Bragança (2005:221-222), o editor brasileiro tende a dar forma ao livro sem abandonar as questões comerciais, viabilizando sua distribuição e venda, pois “[...] o conceito de editor, incluindo as atividades de ‘dar à luz’ e de ‘publicar’, [...] insere implicitamente como encargo do editor a publicação, não apenas no sentido de dar à luz o livro impresso, mas na ação de torná-lo publicamente conhecido [...]”.

Quanto a isso, é possível fazer referência à crescente comercialização de *e-readers* e,

principalmente, de *tablets*, visto que a lógica de produção e de distribuição dos *e-books* não equivale à do livro impresso. Por meio de programas dedicados à edição de texto (como *Word*, *Adobe Indesign*, entre outros) e programas específicos para a edição de código (como *Sigil*, *Adobe Dreamweaver*, etc.) é possível diagramar o conteúdo, ajustar sua linguagem de marcação e exportá-lo já em outro formato que não o conhecido PDF, cujo texto apresenta algumas limitações no conforto da leitura. Ou seja, o acesso a diferentes *softwares* de edição, o aquecimento do mercado com a venda de suportes multifuncionais e a possibilidade de gerar e gerenciar conteúdo pela internet são fatores convidativos para quem deseja publicar por si mesmo um livro e abrem espaço para que os autores repensem se necessitam do editor como intermediário entre o livro e o leitor. Esse contexto leva o editor a modificar sua oferta de serviços, a fim de atender os autores e os leitores que desejam produzir e comprar o livro no formato digital. Além disso, o editor, com o restante da equipe que compõe a editora, necessita entender e escolher estratégias de comercialização e distribuição do *e-book*, definindo tabelas de preço, plataforma de distribuição, meios de divulgação, ofertas e pacotes de produção.

Com tais alterações na cadeia do livro, a figura do editor aparenta, em um primeiro momento, estar ameaçada. Principalmente por ter a manutenção e a existência de seu papel colocadas em questão. Contudo, ainda que tal preocupação não seja consistente, é importante que os editores revejam sua visão de mercado, pois a exigência do leitor quanto ao serviço oferecido ou ao produto consumido (o livro) tende a crescer. Portanto, disponibilizar serviços voltados ao digital é uma ação imprescindível para os editores, principalmente quando a região onde atuam apresenta um número considerável de leitores assíduos e um número relevante de consumo de livros.

6. AS PECULIARIDADES DO MERCADO EDITORIAL GAÚCHO

A professora e pesquisadora Márcia Abreu (2010) costuma apontar o ano de 1808 como o início efetivo da imprensa brasileira, pois nesse período, após a transferência da família real para o Brasil, o príncipe regente dom João decretou a instauração da Imprensa Régia no Rio de Janeiro.

Para manter a monarquia nas terras brasileiras, as atividades mais burocráticas eram penosas, visto que, sem uma imprensa instalada, os documentos ganhavam registro por meio do manuscrito (ABREU, 2010). Com a imprensa, no entanto, diferentes personagens contribuíram para a manutenção e o aperfeiçoamento do sistema instalado, possibilitando que, em 1921, os impressos já não se limitassem mais a pequenos folhetos, principalmente, em razão da circulação de livros e de jornais para fora do Rio de Janeiro, que, após a Independência de 1822, aliançou províncias como a do Rio Grande do Sul (ABREU, 2010). Nesse ponto, a historiadora e professora Elizabeth Torresini (2010) contribui ao lembrar que, nas primeiras décadas do século XIX, o Rio Grande do Sul estava envolvido em guerras, mantendo atividades ligadas à pecuária, à charqueada, à agricultura, ao artesanato e a um pequeno comércio. Existiam poucas escolas, raros leitores e uma escassa circulação de livros, mas a ocupação de terras por imigrantes e o deslocamento paulatino da população rural para os centros urbanos que começavam a se formar marcaram o início de um novo cenário, no qual o comércio e a circulação de livros prosperavam, influenciados pela República e pelo Partido Republicano Rio-Grandense (PPR), com bases no positivismo (TORRESINI, 2010). A criação dos jornais não apenas colaborava com a formação de leitores, como também articulava a venda de livros a partir de anúncios regulares, fortalecendo a imprensa literária e a vida intelectual que se estabelecia, mesmo em períodos difíceis em razão da ameaça de novas guerras (TORRESINI, 2010).

Além de aparecerem as bibliotecas, nasceram as casas especializadas na venda de livros, que deram origem às editoras e livrarias, como a Gundlach, a Americana, a Universal e a Livraria Globo, cujo destaque nacional e internacional a posicionou, ao longo do tempo, como uma forte colaboradora na formação da cultura letrada no Estado do Rio Grande do Sul, por abrir “[...] caminho para a expansão das livrarias e casas editoriais gaúchas atuais” (TORRESINI, 2010:251). Entretanto, segundo a professora Sandra Pesavento (2010), importa lembrar que, na transição do século XIX para o XX, diferentes gerações foram influenciadas pela ideia mítica da figura do gaúcho – forte, guerreiro e monarca –, tendo como referência a Revolução Farroupilha. Além disso, existia “[...] uma homogeneização de

valores – todos os rio-grandenses eram herdeiros das 'gloriosas tradições de 35' – e com um congelamento do tempo, como se o passado se impusesse, explicando o presente e determinando o futuro” (PESAVENTO, 2010:439).

Conseqüentemente, o mercado editorial possuía movimentação e produção literária significativas para o local, porém limitadas, o que levou a elite letrada a buscar no Rio de Janeiro ou na Europa oportunidades de vivenciar outra cultura, acrescentando outros valores aos seus conhecimentos literários. Quem, no entanto, não conseguia deslocar-se para o Rio ou além-mar, precisava “[...] contentar-se com a vida na capital sulina e seus espaços de encontro: os jornais, os cafês, as praças e as livrarias [...]” (PESAVENTO, 2010:441). As livrarias ainda servem de espaço para encontrar amigos além de livros, apesar das transformações trazidas pelo tempo. As editoras gaúchas também buscaram nas mudanças ocorridas ao longo da história estratégias que aprimorassem seus serviços, ampliando seu catálogo de vendas para oferecer livros de autores de diferentes Estados e países além dos escritores gaúchos. Apesar dessa medida, o mercado editorial gaúcho ainda é visto por outros Estados brasileiros como um mercado peculiar cuja força se encontra especialmente centrada na produção e na comercialização da literatura local. Contudo, essa é apenas uma dentre outras dificuldades que os editores gaúchos encontram, visto que, além de buscarem expandir sua distribuição por outras regiões brasileiras, há também um esforço para compreender e acompanhar as mudanças e movimentações provocadas pela transição do livro impresso para o digital.

7. O EDITOR GAÚCHO DIANTE DA TRANSIÇÃO DO LIVRO IMPRESSO PARA O DIGITAL

Para falar dos editores gaúchos, é essencial lembrar que, desde 1987, mesmo que informalmente, foi criada uma associação em Porto Alegre denominada Clube dos Editores do RS, cujo objetivo era representar os editores perante as autoridades administrativas e judiciárias, defendendo seus direitos. Atuando oficialmente desde 2003, o Clube dos Editores do RS busca, entre outras ações, fomentar o desenvolvimento da indústria editorial do livro e

promover iniciativas que o favoreçam, propondo medidas legislativas e administrativas que sejam benéficas à sua categoria econômica.

Além disso, o Clube procura organizar eventos, encontros, conferências e palestras relacionadas ao mercado editorial, na tentativa de fortalecer as 21 editoras gaúchas atualmente associadas. Essa associação entre as editoras possibilita o fortalecimento destas, apesar de algumas buscarem conquistar o mesmo público leitor. Quando surgem problemas e dificuldades que possam afetar os editores de um modo geral, a tendência é o assunto tornar-se pauta de discussão no Clube dos Editores, com o intuito de analisar e debater o cenário em questão. Tal fato pode ser exemplificado pela já mencionada dificuldade que algumas editoras encontram em distribuir seus livros a diferentes Estados no Brasil.

De acordo com a matéria intitulada *A Saga dos gaúchos*, da revista *Panorama*, edição n. 60, produzida pela CBL – Câmara Brasileira do Livro –, os editores gaúchos sofrem com o rótulo de “editoras gaúchas”, tendo dificuldade em expandir suas vendas pelo Centro do país, como se a literatura gaúcha fosse indicada somente para gaúchos. Tal imagem tende a ser fixada em razão da própria história do mercado editorial gaúcho. Contudo, conforme afirmação de Gustavo Faron, sócio da editora Dublinense, em entrevista à revista *Panorama*, “O que todo mundo busca é ser uma editora brasileira”. Tal afirmação indica a preocupação em lançar livros que sejam vistos e considerados brasileiros, apesar de serem escritos por autores gaúchos. Ainda em relação a esse rótulo, o jornalista e coordenador-geral da Artmed/Panamericana Editora, Geraldo Huff (2012, *on-line*), faz questão de lembrar:

A literatura gaúcha é tão universal quanto a literatura de outros estados, temos escritores gaúchos com sucesso de vendas em todo o Brasil. “Editoras gaúchas” com excelente resultado comercial em todo o país também temos, cito três exemplos, Grupo A, L&PM e Artes e Ofícios. A Editora Mediação também está com bom resultado. Sim, mas são somente três? O mesmo acontece em outros estados, onde existem grandes editoras e pequenas editoras. Assim como temos literatura mais dirigida para um público gaúcho, também temos a paulista, a carioca e a nordestina. Como sempre disse Paixão Cortês, nada mais universal do que o regional.

A partir dessa fala, é possível dizer que há editoras gaúchas que trabalham e que buscam ser tão brasileiras quanto as de outros Estados do Brasil, pois o caminho é ter competência para evitar rótulos e para conquistar espaço no mercado. Então, se o negócio do livro no RS é visto como um catálogo focado principalmente na literatura local, é válido lembrar que “[...] nem sequer temos uma editora dedicada ao “gênero gaúcho” com bom resultado de vendas no Rio Grande do Sul. O exemplo mais claro [...] foi o que aconteceu com nossas livrarias ‘gaúchas’. Onde estão?” (HUFF, 2012, *on-line*). Tais palavras reforçam o fato de as editoras do RS apresentarem potencial para expandir seus negócios por não corresponderem à visão equivocada de que a força da literatura está apenas nas histórias regionais. Mas esse potencial não se encontra apenas direcionado ao impresso, visto que o próprio Clube dos Editores do RS está apostando em temas e debates que norteiam assuntos voltados às novas tecnologias e aos livros digitais. Esse posicionamento por parte do Clube contribui para o fortalecimento e para a organização das editoras associadas quando se trata da tão discutida transição dos livros impressos.

A Câmara Rio-Grandense do Livro (em São Paulo é a Câmara Brasileira do Livro) tem como associados editores, livreiros, distribuidores e creditistas (venda porta a porta). O seu papel é o de sempre contemplar todos estes segmentos do mercado editorial. Os editores resolveram criar seu espaço para uma defesa mais aproximada de seus interesses específicos. Principalmente a profissionalização e a discussão dos espaços de mercado. E nessa perspectiva também está o livro digital. O Clube dos Editores está realizando um trabalho que há muitos anos deveria estar acontecendo, como em São Paulo e no Rio de Janeiro, a categoria discutir e buscar soluções, principalmente a partir de informações e experiências de cada um e do mercado internacional. (HUFF, 2012, *on-line*).

A partir dessa afirmação, consegue-se identificar que o Clube dos Editores estabelece, como ponto relevante para que ocorram as transformações, não apenas as mudanças no modelo de negócio do livro, mas também a própria profissionalização dos envolvidos nessa cadeia. É uma questão importante que todas as discussões partam do princípio de que a qualidade

dos conteúdos digitais é fundamental para a inserção dos livros digitais nas editoras. E se a profissionalização é um dos pontos discutidos entre os editores em cursos e palestras, isso indica que o posicionamento tomado pelos editores gaúchos é o de interesse pelas novas tecnologias, apesar de os *e-books* ainda não serem uma realidade para todos os leitores. Conforme Huff (2012, *on-line*) observa:

O mercado editorial gaúcho, salvo algumas características individuais, como em qualquer lugar do planeta, está se comportando como acontece com todas as transformações de mercado. Existem exemplos em abundância e históricos sobre comportamento diante de novos produtos no mercado. Como o cinema, a televisão e mais recente a música. É importante lembrar que há interesse por parte das grandes indústrias em vender equipamentos e aparelhos que suportem livros digitais, assim como há interesse dos meios de comunicação em venderem seus espaços comerciais para tais empresas divulgarem seus produtos. Com o tempo, teremos a acomodação e cada suporte com seu público, em função da característica do produto. O nível cultural da população gaúcha é bom e está sabendo discernir adequadamente. Mas o mercado do livro digital ainda depende muito da situação financeira individual do consumidor.

A produção de conteúdo digital oferece a possibilidade de trabalhar não apenas com *e-books*, mas também com outros serviços que possam colocar o autor em contato com seus leitores, seja por meio de estratégias que se utilizem das redes sociais, seja mediante outros conteúdos digitais criados para manter vínculos emocionais com o livro e os personagens. Em relação a essas estratégias, é possível dizer que o editor gaúcho tem feito experimentações e tem buscado, com certo cuidado, observar a movimentação do mercado editorial brasileiro para ousar mais na produção de conteúdos digitais. Não são todas as editoras gaúchas que produzem e negociam livros digitais, mas aquelas que já comercializam *e-books* consideram que a diversidade de suportes de leitura e os preços elevados desses aparelhos dificultam a procura por livros em formato digital. Os editores gaúchos que trabalham com *e-books* tendem a adicionar em suas atividades a tarefa de elucidar leitores e autores sobre como se dá o processo de produção de compra e de leitura de tais livros. Ou seja, as

atividades dos editores já estão sendo redefinidas em consequência de algumas mudanças tecnológicas – cabe a esse profissional despender mais esforços para permanecer no mercado. Tal ponto pode ser compreendido da seguinte maneira:

O editor gaúcho está procedendo como na maioria dos mercados editoriais, com cautela, realizando experimentações com alguns títulos de seu catálogo e aguardando uma melhor definição do público leitor. Os custos de realização de livros digitais estão muito altos e o retorno ainda muito baixo. Também há necessidade de uma maior profissionalização na realização de livros digitais, melhores soluções de passagem do impresso para o virtual ou de produção direta. E, da mesma forma como na circulação do livro impresso, existem enormes barreiras a serem superadas, principalmente em relação a formatos e domínio de mercado. (HUFF, 2012, *on-line*).

Com a presença dos *e-books* no mercado, a revisão e supervisão dos textos dos autores pelos editores podem ser dispensadas, caso o escritor assim deseje, visto as novas possibilidades de publicação dos originais. No entanto, o editor tem sido o intermediário não apenas entre o autor e o leitor, mas entre as novas tecnologias e o público em geral, pois ainda são numerosos, entre esses autores e leitores, aqueles que desejam compreender e ter acesso ao universo digital. Por isso, torna-se vantajoso para as editoras capacitar sua própria equipe, assim como é fundamental que o profissional que pretende trabalhar com livros digitais perceba que os *e-books* podem gerar novos negócios para a empresa, mesmo que o retorno seja ainda pequeno.

8. CONCLUSÃO

Existem inúmeras deficiências de leitura que contribuem para que milhões de brasileiros sejam considerados não leitores. Também se considera não leitora aquela pessoa que domina o ato de ler, mas não o faz por vontade. Consequentemente, isso remete ao fato de que uma cultura letrada não se sustenta sem leitores. Não existindo o interesse de ler, por parte de quem o sabe fazer, a manutenção da cultura letrada passa a ser gerada por um pensamento crítico limitado e falho. Quando esse dilema se intensifica, e aumenta o número de pessoas que não se interessam pela leitura, a ameaça passa a ser não mais ao livro,

mas sim a cultura letrada.

No entanto, além das questões relacionadas à baixa escolaridade dos brasileiros, à falta de entusiasmo por livros, aos valores elevados cobrados por eles, ainda há a crescente produção de conteúdo digital, que gera um debate sobre as vantagens e desvantagens em adotar um novo modelo de negócio. A cadeia do livro e a rotina dos editores estão passando não somente por mudanças, mas também por dificuldades para conseguir compreender, de modo menos difuso, quais caminhos seguir para melhor atender autores e leitores. Afinal, no caso dos livros digitais, as diferentes etapas de produção, distribuição e comercialização se alteram ao seguirem a lógica digital. Muda o papel do editor, assim como de todos os profissionais ligados ao livro. De todos os personagens relacionados a essa trajetória de construção do livro, o editor é o personagem principal “[...] para que as ideias dos autores deixem de ser simples manuscritos (ou datiloscritos, ou arquivos digitais) e se transformem nos livros que caem na vida.” (LINDOSO, 2004:9). Justamente pelo poder de decisão sobre quais textos devem ser editados é que se torna importante compreender o posicionamento dos editores sobre a produção dos livros digitais num contexto de transformações do mercado editorial.

Os editores gaúchos, por exemplo, manifestam receios em relação à comercialização de *e-books* porque, entre outros motivos, a demanda de livros digitais ainda é pequena. No caso, a Região Sul apresenta um número reduzido de leitura realizado pela internet. Esse mesmo número, porém, ainda representa uma parcela considerável de leitores que usa o computador e a *web* para adquirir livros digitais. Portanto, “Sim, *e-book* assusta quem faz, quem lê e quem vende. Então, por que, diabos, fazer isso? Porque (quase) todos admitem que ter a opção de se livrar do físico quando der vontade é uma boa ideia” (LEOPOLDO, 2011, *on-line*). A própria editora gaúcha L&PM criou algumas ações de negócio para a produção e comercialização de *e-books*, dentre as quais ser uma das editoras que compõem a DLD – Distribuidora de Livros Digitais² –, para

² As editoras Record, Objetiva, Sextante, Rocco, Planeta e L&PM Editores firmaram uma sociedade para criar a DLD, a primeira grande

distribuir seus títulos já em formato digital. Essa união entre editoras demonstra que o desafio dos editores, independentemente da região em que se encontram, é entender como funcionam os inúmeros recursos e as diferentes ferramentas disponibilizados nos suportes e nos *softwares*, a fim de estudar a melhor forma de entregar o conteúdo digital aos mais diferentes públicos.

9. REFERÊNCIAS

ABREU, Márcia. *Duzentos anos: os primeiros livros brasileiros*. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (Org.). *Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

BELO, André. *História & livro e leitura*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

BNDES SETORIAL. *Panorama do Setor Editorial Brasileiro*, Rio de Janeiro, n. 11, p. 3-26, mar. 2000.

BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor. Notas para sua história. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 219-237, jul./dez. 2005.

CHARTIER, Roger. *A Aventura do livro: do leitor ao navegador*. Tradução Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998a.

_____. O livro e seus poderes (séculos XV a XVIII). In: COUTINHO, Eduardo Granja; GONÇALVES, Márcio Souza (Org.) *Letra impressa: Comunicação, cultura e sociedade*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Tradução Mary Del Priore. Brasília:

distribuidora de livros digitais do país. Com sede no Rio de Janeiro, a DLD abrigará em sua plataforma – e distribuirá por toda a cadeia de comercialização – os *e-books* das editoras associadas e de editoras que queiram ser distribuídas por meio da nova empresa. Disponível em: <http://www.lpm-editores.com.br/site/default.asp?TroncoID=805133&SecaoID=816261&SubsecaoID=935305&Template=/artigosnoticias/user_exibir.asp&ID=609193>. Acesso em: 25 mar. 2013.

Editora Universidade de Brasília, 1998b.

CLUBE DOS EDITORES DO RS. Disponível em: <http://clubedoseditores.com.br/blog/?page_id=2>. Acesso em: 25 mar. 2013.

FURTADO, José Afonso. *O papel e o pixel*. Do impresso ao digital: continuidades e transformações. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

HASLAM, Andrew. *O livro e o designer II – Como criar e produzir livros*. Tradução Juliana Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

HUFF, Geraldo. *O mercado editorial gaúcho*. Porto Alegre, 9 abr. 2012. Entrevista concedida exclusivamente via *e-mail* a Danusa Almeida de Oliveira.

LEOPOLDO, Cindy. *E-book não é assunto de editor*. *Publishnews*, 26 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id=64374>>. Acesso em: 25 mar. 2013a.

_____. Por que só se fala em *e-books*? *Publishnews*, 31 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id=66917>>. Acesso em: 25 mar. 2013b.

LINDOSO, Felipe. Livros demais no Brasil. In: GABRIEL, Zaid. *Livros demais: sobre ler, escrever e publicar*. São Paulo: Summus, 2004.

L&PM EDITORA. Disponível em: <http://www.lpm-editores.com.br/site/default.asp?TroncoID=805133&SecaoID=816261&SubsecaoID=935305&Template=/artigosnoticias/user_exibir.asp&ID=609193>. Acesso em: 25 mar. 2013.

MANGUEL, Alberto. A biblioteca de Robinson. In: PORTELLA, Eduardo (Org.). *Reflexões sobre os caminhos do livro*. Tradução Guilherme João de Freitas. São Paulo: UNESCO/Moderna, 2003.

_____. *Uma história de leitura*. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

PANORAMA EDITORIAL. Revista produzida

pela CBL – Câmara Brasileira do Livro. *A saga dos gaúchos*, São Paulo, n. 60, p. 40-44, jul./ago. 2011.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. O que se lia na velha Porto Alegre: do romance da vida para a vida levada como romance. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (Org.). *Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora Unesp, 2010

PUBLISHNEWS. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id64374>>. Acesso em: 25 mar. 2013a.

_____. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/Default.aspx>>. Acesso em: 25 mar. 2013b.