



Produção de Editoras Gaúchas e o Mercado do Livro Digital¹

Marília de Araujo BARCELLOS²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo:

A produção editorial está permeada pela tecnologia característica deste início de século. Frente a mudanças e ajustes às ferramentas de publicação, o mercado demanda posturas inovadoras nas relações do campo editorial. Isso implica em capacitação dos profissionais, em investimentos e, por consequência, em novos rumos para a produção literária. Tal contexto leva a crer que o livro digital se constitui em uma das oportunidades para ampliar o acesso ao livro e à literatura. O presente texto disserta a respeito desse quadro constituído e elabora a reflexão sobre os desafios a serem desvendados ao longo do processo. Nesse sentido, são abordados tópicos como a linha editorial e as publicações disponíveis na produção de editoras sediadas em Porto Alegre, pertencentes ao Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

Palavras-chave: produção editorial; livro digital; Clube do Editores; literatura; pequenas e médias editoras.

(...) os livros não apenas relatam a história; eles fazem a história

Robert Darnton³

O mundo digital mexe com todas as áreas e desafia, em especial, àqueles que produzem o conteúdo que será lido em um novo formato. A partir desse pressuposto, surgem questões norteadoras para os profissionais atuantes no campo literário: por que entrar nesse mercado? como produzir o livro digital? quem são as editoras que produzem livro digital no Brasil? quais as publicações disponíveis? como se posicionam frente a essa modalidade de suporte? quem é o usuário de eReaders? o que ele quer ler? Segundo Robert Darnton a história do livro, desde muito, levanta essas questões. Este autor aborda em A questão dos livros temas pertinentes à área e é acompanhado dessas ideias, que o presente texto percorre sua trajetória.

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Dra. em Letras/ Estudos de Literatura PUC-Rio; professora do Centro de Ciências da Comunicação da UNISINOS; emails: mabarcellos@unisinis.br e mariliabarcellos@gmail.com

³ DARNTON (2009, p. 219).



A investigação a respeito do tema livro digital é pauta no mercado. Em março de 2010, no I Congresso Internacional do Livro Digital, reuniram-se em São Paulo profissionais do setor para participar do evento e debater o assunto junto aos conferencistas convidados. O foco girou em torno de Transmídia⁴, mídia de rede social, adaptação de conteúdo e padronização de software para o conteúdo publicado. Os presentes, público do setor do livro sedento por informações e soluções para essa tendência, percebem que é o momento de especular alternativas, experimentar e ousar, sem muita fórmula para um futuro certo. Experiências coletivas têm permitido atividades em conjunto, em que cada empresa contribui com o seu saber para a inserção e desenvolvimento da cadeia produtiva.

O diretor da Feira do Livro de Frankfurt Jüergen Boos comenta: "A internet dá as ferramentas para se fazer melhor algumas das tarefas editoriais", além disso, ele salienta que o papel de editor permanece nesse contexto porque o conteúdo deve ser selecionado a fim de atender aos leitores. Acrescenta: o texto precisa ser depurado, organizado, isso permanece ainda que sejam publicações de internet⁵. É necessário cuidar do conteúdo, persistir na figura do editor, mesmo que no livro digital a tarefa de estabelecer o “filtro” entre o autor e o leitor torne-se alterada.

Manter-se como aquele que, conforme aponta Aníbal Bragança, —a partir de diferentes abordagens da função ao longo das bibliografias —, pensam a qual público “devem servir, como serão feitos esses livros. Mesmo quando não é deles a iniciativa dos projetos, é deles que parte a direção a seguir. É neste lugar de decisão e de comando, e de criação, que está o coração do trabalho de editor. É também esse lugar que exige dele saberes específicos (‘escolher, fabricar, distribuir’), que o diferenciam dos demais agentes envolvidos no processo editorial” (2005, p. 224). Nesse sentido, o livro digital requer a definição de onde e como publicá-lo, em qual site localizar as

⁴ Produto altamente elaborado, o Transmídia apresenta exemplos de sucesso, vale conferir:

O seriado *Lost* e o filme *a Bruxa de Blair* são paradigmas do uso da transmídia como publicidade. Segundo a Revista *Isto é dinheiro* www.istoedinheiro.com.br. Acesso em 02/04/2010 “As primeiras cinco edições de *Lost* renderam apenas em publicidade mais de US\$ 1 bilhão à emissora ABC, da Disney”; e o filme *Filme Bruxa de Blair* introduziu o elemento web à transmídia. Veja, também, outros vídeos sobre livro digital:

Para quem quiser conhecer produção gaúcha independente, o publicatário Guilherme Verzoni oferece em sua *Transmedia Storytelling - Estúdio Verzoni.org* de *Coisas Fantásticas*, narrativas transmídia em português. <http://verzoni.org/>

Revista de esporte com efeitos interativos *Magazine Sports Illustrated* http://www.youtube.com/watch?v=U3j7mM_JBNw

Alice no País das Maravilhas A versão do iPad de *Alice no País das Maravilhas*

Revista *Wired*: <http://www.youtube.com/watch?v=zBlitccr7bw>

(Fonte: Revista *Veja* <http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/video/a-versao-do-ipad-de-alice-no-pais-das-maravilhas/> acesso em 15/07/2010);

Editora Penguin Books - DK <http://www.youtube.com/watch?v=0QCAPv-IKuU> . Acesso em 12/06/2010.

Enciclopédia sobre o Corpo humano: <http://www.youtube.com/watch?v=pjzjTRnZOA&feature=related>

Como uma criança de 02 anos usa o iPad; Apple iPad Review - iBooks and Kindle eBook applications for iPad.

⁵ Não refere-se aqui a conteúdos coletivos, tampouco de redação em blogs ou de cunho de publicação do autor.



vendas e a circulação do conteúdo. Tais ações levam à necessidade de uma gestão para administrar essas informações, trabalhar com elas para que circulem e alcancem o leitor da melhor maneira possível. Esse enlace iniciado na preparação do conteúdo, adaptação do material tem sua continuidade na venda em sites das lojas virtuais.

Preparar-se para esse mercado torna-se uma constante. Quem quiser atuar no campo contemporâneo tem de compreender suas especificidades. A primeira coisa é perceber que os jovens, os nativos digitais, são quem mais dominam a ferramenta. Faz parte do conhecimento a ser adquirido prestar atenção à nova geração. É instaurada uma comunicação em que conteúdo e formato se complementam. O foco está na facilidade de publicação direta, sem a intervenção de outrem, como é o caso de escrita em blogs e redes de mídia digital.

Conforme Rosely Boschini, presidente da Câmara Brasileira do Livro “O contingente de pessoas com acesso à internet e à tecnologia é grande, principalmente entre os jovens. A entrada do livro digital na vida das pessoas é irreversível” (Correio Brasiliense, 16 jul. 2010). O cenário do mercado é o de que em 2009 foram 1.7 bilhões de usuários de internet, 126 milhões de blogs. A blogosfera cresce em torno de 19 milhões; há 400 milhões de usuários no mundo. No Brasil 2,4 usuários do facebook compartilham 5 bilhões de conteúdo. No twitter o número de usuários está em primeiro lugar na Inglaterra, em seguida EUA e em terceiro Brasil. Empresa de pesquisa de tendências, comScore,⁶ registra uma alta entre os consumidores de eReaders entre 25 e 34 anos.

O leitor, cada vez mais migrante digital, ambienta-se a novas propostas de leitura. Essa realidade chega às editoras que têm o desafio de pensar nessa possibilidade enquanto um presente, não mais como o futuro do livro. Há de se ter calma para lidar com esse quadro. A tecnologia demanda estudo e investimento. Por isso, inicialmente as empresas publicadoras de pequeno e médio porte tendem a experimentar o livro digital a partir de seu formato em PDF⁷, matriz utilizada, igualmente, para o impresso. A tendência é a de que o conteúdo deva tornar-se atrativo para o leitor e alcançar, um formato de narrativa extensiva, inclusive, para a publicação em telefones celulares.

Preparar os profissionais que lidam com o processo editorial para essa nova realidade, torna-se relevante. As editoras, em uma migração tênue, iniciam a transportar

⁶ Conforme matéria publicada no site da agência internacional de pesquisa de tendências comScore.: Releases Results of Study on Apple iPad and eReader Consumer Attitudes, Behaviors and Purchase Intent.

⁷ Portable Document Format (PDF) “formato usado pelo software Acrobat da Adobe. Além de apresentar bem imagens vetoriais, bitmap e textos, pode conter hipertextos e índice de procura de documento eletrônico, além de características de operação como navegadores da Web”. Fonte: MARTINS (2005, p.30).



seus originais para o novo formato. No entanto, há os que iniciam a fazê-lo direto no meio virtual, como é o caso da editora UNESP (Universidade Estadual Paulista). Esses dois movimentos são concomitantes no mercado: do impresso e o virtual, o segundo ainda em pequena escala de produção.

As etapas de produção do livro digital apresentam uma nova concepção. A começar pelo design que será adequado conforme a linguagem para a publicação, seja em pdf, ePub, Kindle, etc. Designer e editor, por consequência, devem ter o domínio dessas novas modalidades, para otimizar o processo e obter resultados significativos em termos de publicação, difusão e circulação do livro.

Especificidades para publicação de livro digital: bastidores da produção

Na década de 1990 surgiram os primeiros livros eletrônicos, denominados de eBooks, para suprir os dispositivos portáteis com tela⁸ de LCD⁹. Foram desenvolvidos dispositivos que suprissem a deficiência de leitura do material publicado. Com isso, nasceram os eReaders (leitores de eBooks: Kindle, iPad, Cool-er, Cybook, Sony e outros), equipados com telas eInk, que possibilitaram uma leitura confortável, cada vez com mais nitidez e legibilidade; os livros digitais podem ser lidos em mais de um dispositivo, inclusive em aparelhos celulares e computadores. Os aparelhos foram aprimorados e transformaram-se em mais um dos suportes para a recepção de conteúdo. Em decorrência, o mercado editorial percebeu a possibilidade de ampliar o leque de consumidores de livros, e o leitor, mais uma maneira de expandir seu acesso à leitura.

A publicação de livros digitais recebe tratamento diferenciado do livro impresso desde a sua produção. A Simplíssimo, distribuidora fundada no Rio Grande do Sul, com experiência na publicação de eBooks, menciona o ePub como uma das alternativas para publicação de livro digital. O ePub foi criado por um consórcio de empresas intitulado IDPF – International Digital Publishing Forum¹⁰ – para ser um formato de padrão universal. Este dispositivo se adapta facilmente a outras linguagens: “a principal diferença entre o ePub (e derivados) e o PDF, é a de que o texto do ePub é repaginado

⁸ Informações relativas ao eBook foram retiradas e adaptadas do texto *Simplicissimus Book Farm / Simplíssimo livros: Operação Stealth® para todos, perguntas e respostas*. Porto Alegre, 2010. Disponível em <<http://simplissimo.com.br/blog/operacao-stealth-para-todos/>>. Acesso em 16/06/2010. Aqui o termo eBook é sinônimo de livro digital.

⁹ Liquid Crystal Display. Modalidade de tela para monitores, composta por duas lâminas de vidro, entre as quais há uma camada de cristal líquido. A imagem se forma pela combinação de pontos que permitem ou não passagem de luz. Fonte: Dicionário de informática on-line. Disponível em: <<http://www.dicweb.com/>>. Acesso em: 17 julho 2010.

¹⁰ Fazem parte do IDPF empresas como a Sony, Adobe, Microsoft, grandes editoras norte-americanas e inglesas.



automaticamente pelo dispositivo onde está sendo lido, enquanto o texto no PDF está ligado ao conceito de ‘páginas’...”(2010, p.5). Pressupõe-se que a portabilidade e adaptação desse formato sejam oportunas para a adequação do conteúdo, dentre outras características, porque o texto poderá ser lido em telas de tamanhos variados, seja na de iPad, computador de 17 polegadas, ou de celular.

O design gráfico e a diagramação do livro digital devem considerar alguns fatores para a produção. O ePub trabalha com uma forma diferente de inserção de notas – que são agrupadas e acessadas por um link –, e sumário, por exemplo. Segundo a designer Stella Dauer:

Para termos um bom arquivo em ePub pouco importará a cor do fundo, os grafismos no final da página, as aberturas de capítulos ou os símbolos usados embaixo dos números da página. Se você não prestar atenção e não indexar corretamente todos os títulos e subtítulos, o livro eletrônico já não terá uma de suas melhores funções funcionando, o sumário. (ABRINDOOLIVRO, 4 jul. 2010)

A relação com a Tecnologia de Informação se aproxima. As linguagens rumam para o formato de arquivo XML e CSS ¹¹(define o layout de documentos HTML controla fontes, cores, margens, linhas, alturas, larguras, imagens de fundo, posicionamentos etc.). As fontes, conforme o eReader, ao contrário da tipografia tradicional, podem ser manuseadas pelo próprio leitor. É possível inserir uma fonte especial para cada livro, mas deve-se levar em conta o tamanho da mesma, pois um eBooks carrega em torno de 300-600 Kb e se ficar carregado pode implicar em menor velocidade na hora de baixar o material.

Dando continuidade à cadeia produtiva do livro, o mesmo acontece para a modalidade de distribuição. É necessário ter um ponto de venda do livro. As parcerias acontecem em âmbito internacional. É o caso da Simplíssimo, distribuidora de livros digitais, que a partir de um trabalho em conjunto a empresa italiana Simplicissimus Book Farm, disponibiliza a venda dos mesmos na internet. A distribuidora brasileira firma acordo com editoras e lojas para a comercialização das obras por meio da

¹¹ XML: Extensive Mark up Language. Versão reduzida da Standard Generalized Markup Language (SGML), que permite a criação de tags (códigos, marcas) personalizadas de modo a facilitar a organização e apresentação das informações contidas numa página Web.

HTML: Hypertext Markup Language – linguagem de marcação de hipertexto - , linguagem padrão para criação de páginas em um site. Fonte: Dicionário de informática. Disponível em: < <http://www.dicweb.com/hh.htm#html>>.

CSS: ver anexo deste texto.

plataforma Stealth. A concentração dos títulos em um mesmo ponto, segundo a empresa, facilita a procura pelo usuário e as vendas para a editora.

Nesse caso, a rede na cadeia do livro ocorre com a distribuição dos livros digitais para lojas que possam comercializar os conteúdos. A distribuidora se prepara para um mercado que tende a crescer e se desenvolver nos próximos três anos, como declara Eduardo Melo, um dos diretores do empreendimento. Afirma que a parceria com as editoras é necessária para que o leitor, frente a informações cada vez mais fragmentadas, tenha acesso ao livro de uma maneira facilitada. Trata-se de lidar “não como uma coisa idealizada, mas que concentre esses conteúdos e forneça para os demais, como faz o Google, que centraliza e distribui vários tipos de conteúdo”, disse. Destaca como modelo de negócios o trabalho da americana Baen books, que existe há uns 10 anos, publica ficção científica e não trabalha com DRM (Digital Rights Management; dispositivo de segurança de direitos do autor), uma das preocupações de autores e editores.

Cabe atentar para a simplicidade do layout em que o texto, disponível em domínio público, está legível e se apresenta de maneira a dispensar um trabalho de diagramação mais elaborado. Não há paginação no livro, de modo que isso altera, inclusive, a referência bibliográfica de citações e referências em estudos acadêmicos. A seguir, um modelo de livro digital publicado em kindle pela editora Plus, de Porto Alegre, visto a partir de uma página de PC, (Figura 1):

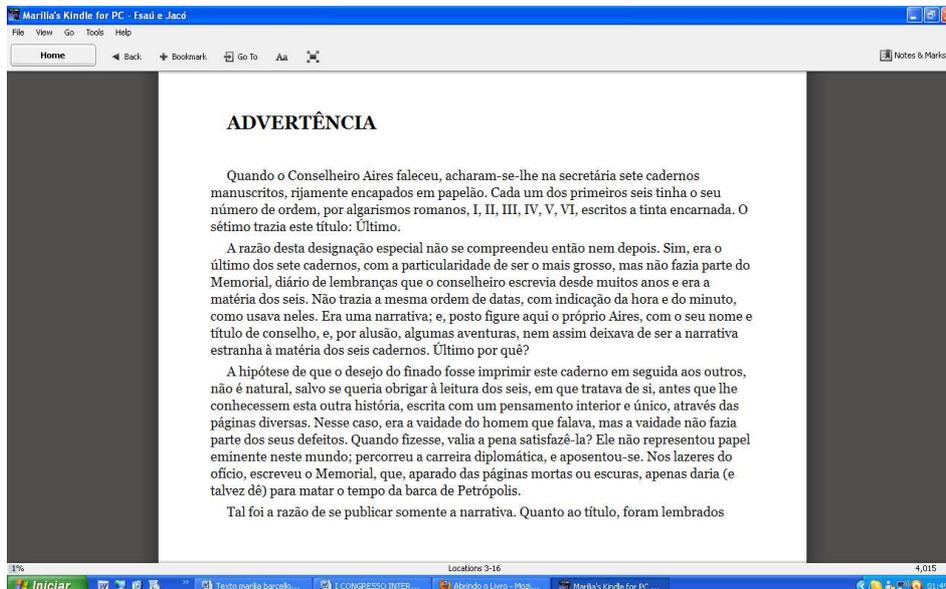


Figura 1 – Romance Esau e Jacó, de Machado de Assis, publicado em kindle.

Neste dispositivo o leitor pode inserir notas e controlar o tamanho das fontes no texto, conforme as figuras seguintes (Figuras 2 e 3):

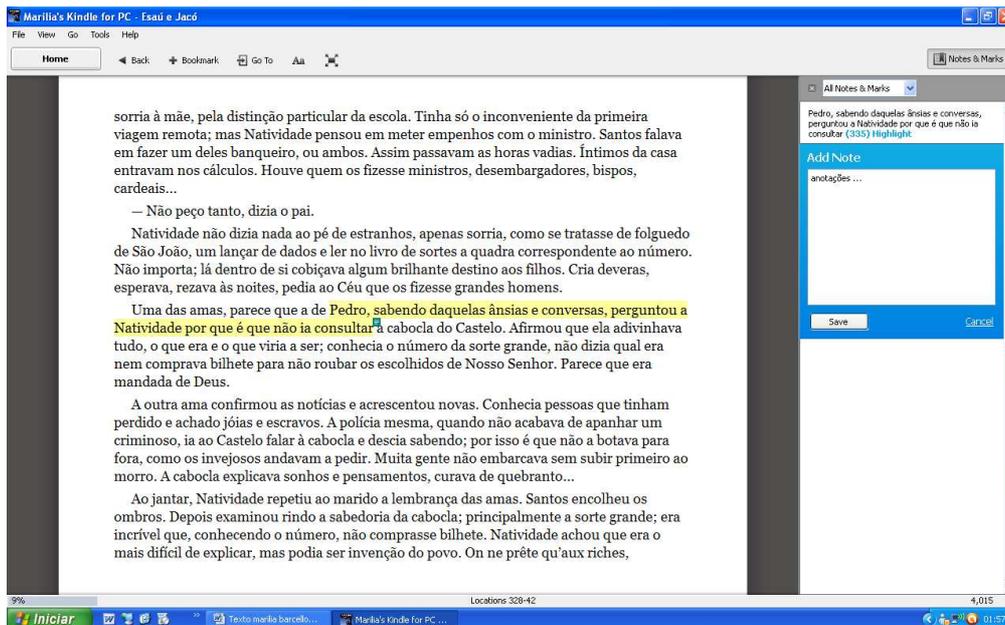


Figura 2 – Texto publicado em kindle permite inserção de anotações.

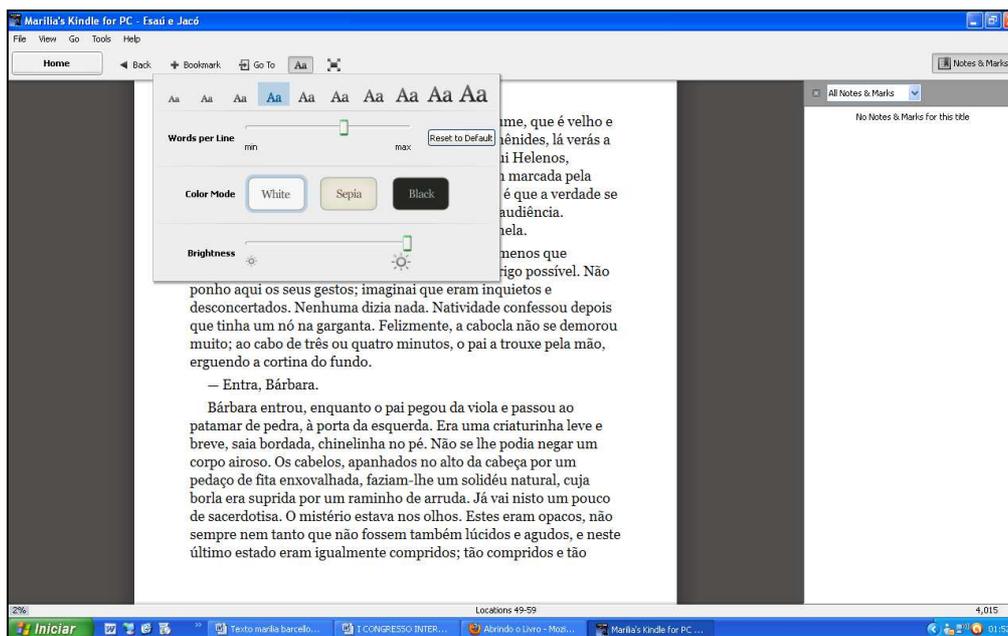


Figura 3 – Texto publicado em kindle possibilita a formatação das fontes.

Em formato ePub os recursos se assemelham aos do Kindle: comando de fonte, sumário visível, mas com a possibilidades de arquivar os livros na biblioteca. Os textos podem ser publicados em mais de um formato. A seguir o mesmo título de Machado de Assis, agora em ePub (Figura 4):

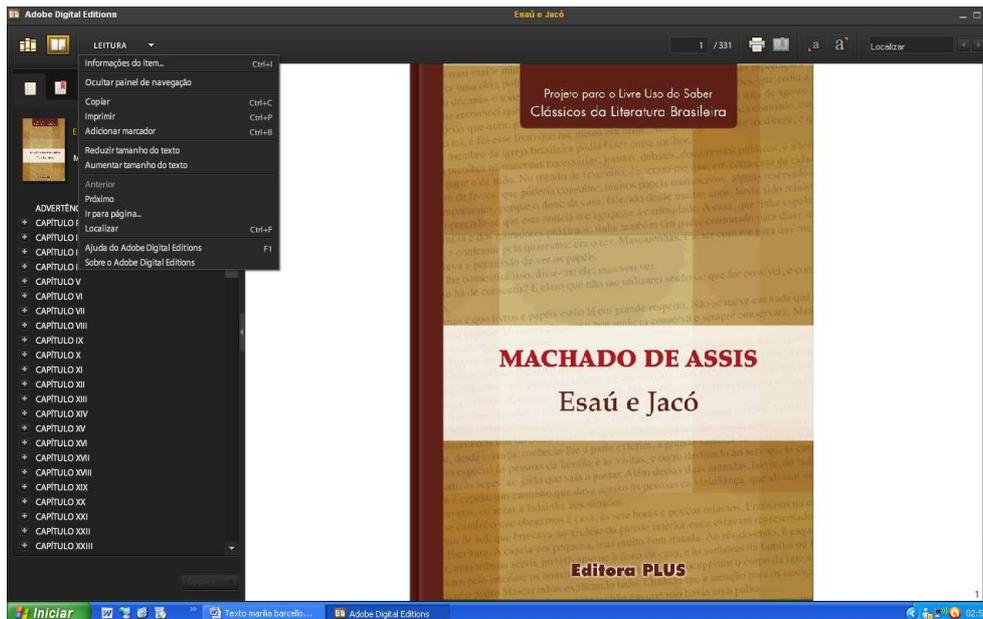


Figura 4 – Esau e Jacó, publicação em ePub.

Editoras do Clube e a produção de Livros Digitais

O Clube dos Editores do Rio Grande do Sul foi fundado oficialmente, em 2003, na cidade de Porto Alegre. Reúne editores sediados no Estado e objetiva a discutir, desenvolver e implementar programas e ações que possam beneficiar o setor editorial. Em início de 2010 congrega 19 membros entre seus associados: AGE, Arquipélago, Artes e Ofícios, Artmed, EDIPUCRS, Fábrica de Leitura, JÁ Editores, Libretos, Literalis, L&PM, Magister, Martins Livreiro, Mediação, Projeto, Rígel, Sulina, Tomo, Ulbra e Zouk.

Em 2009 organizou, em Porto Alegre, o primeiro Seminário sobre o Negócio do Livro. Um ano depois se repete o evento¹², oportunidade em que é debatido, dentre outros temas, a publicação do livro digital. Na ocasião, Luis Fernando Araujo, editor da Artes e Ofícios, arrisca a especular em sua palestra A formação do Preço do Livro, o valor de produção e de venda do livro digital. No mesmo evento, a participação de Frederico Indiani, da Livraria Saraiva, anuncia perspectivas de venda de livros digitais no site; quando é abordado pelo público para divulgar o percentual de desconto utilizado nas negociações entre a Livraria e as editoras declara: “são estudados caso a caso, até 10 % da negociação comum”, refere-se comparando a com o livro impresso.

¹² Seminário realizado de 16 a 18 de junho de 2010, no Instituto Goethe.



A questão do lucro com livros digitais ainda é uma incógnita. John Makinson, CEO da Penguin american, editora parceira da Companhia das Letras na publicação de livros digitais no Brasil, afirma em entrevista ao jornal Estado de S. Paulo que a produção do “eBook não exige nada de manufatura, não exige investimento em distribuição e estoque. Você ainda tem o investimento, é claro, na edição, na divulgação do livro, mas não há custos físicos”. A declaração não é consenso para alguns editores, que se reservam para apostar nesse novo mercado e buscam soluções de segurança para a preservação dos direitos autorais das obras disponibilizadas.

No que diz respeito à produção disponível, foi realizada para este estudo, uma pesquisa na a internet, mais especificamente no site das editoras e nos das redes de mídias sociais, para buscar a presença de tópicos que indicassem o posicionamento das editoras frente ao tema do livro digital. Além disso, o depoimento de alguns dos editores foi importante para a linha de investigação a ser seguida. A velocidade com que o assunto é se desenvolvido permite uma aproximação de dados, nesse sentido, as informações coletadas estão longe de se pretender completas e conclusivas. O que se segue, neste texto, são apontamentos que intencionam expor características do sistema editorial gaúcho, a partir da análise do material disponível nas editoras membro do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul, a saber:

A editora Libretos investe em novos formatos para seus títulos. Segundo a editora Clô Barcellos foi em 2010 que a empresa deu início a produção de livro digital e audiolivro. Declara que, nesta etapa do procedimento o livro digital é publicado em pdf., parte do mesmo processo de produção para o impresso, mas que a tendência é a de ampliar para as tecnologias específicas para tanto. Nova experiência, o primeiro livro da editora foi selecionado para a adaptação ao formato digital. Por encontrar-se esgotado no catálogo, a publicação virtual, nesse caso, permitiu a leitura gratuita do livro no site da editora. Registrado agora como livro digital, publicado ainda a partir de recursos simples, “O livrão e o jornalzinho”, literatura infanto-juvenil de Rafael Guimaraens está de volta ao mercado¹³. Conforme declara a editora, 2010 constitui-se como ano fundamental para a experimentação de novos formatos.

A Editora Magister, com catálogo especializado em títulos jurídicos, publica livros digitais desde 2005. Conforme Tuchaua Rodrigues, diretor Jurídico e de Recursos

¹³ Concomitante ao digital, outros títulos da editora ganharam formato para além do impresso, é a versão em audiolivro, que a partir da participação em editais e em parceria com o estúdio Habaneros tem um objetivo de atingir o leitor com problema visual.



Humanos da empresa, foram “cinco títulos de publicações periódicas, que, além da versão impressa, têm acesso via internet”. Além disso, investiu em publicação exclusivamente via internet. A Magister tem seu público-alvo bem determinado, com títulos direcionados à área técnica e linha editorial definida. Tal perfil permite que o trabalho de circulação e difusão das obras seja bem direcionado.

A linha editorial acadêmica está representada nos livros digitais produzidos pela Editora universitária EIPUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), que anuncia estar no mercado nesse setor desde 2007, reunindo em seu catálogo 79 títulos. Afirmam que “a maior dificuldade é a falta de autores que escrevam para esse tipo de publicação, explorando os recursos que o livro digital permite”, e as facilidades são a velocidade de publicação; maior distribuição (embora sejam não comercializáveis); exploração de recursos multimídia”, sinaliza a publicadora.

Dessas editoras, que apresentam em seu conjunto linhas editoriais variadas e um leque de publicações, a presença no mundo do livro digital ainda é reduzida. Parte delas pode ser encontrada em mídias de redes sociais como facebook e twitter, mas a publicação no formato digital, até o presente momento, é investimento de uma minoria como a Libretos, a Arquipélago e EDIPUCRS em publicações universitárias. Voltada para linha editorial acadêmica, coloca as obras ao alcance de seu público-alvo por meio de recursos digitais. Revistas e livros são publicados e inseridos na página da editora. De maneira que há manifestações e inserções no universo virtual como a publicação gratuita da Revista Norte, pela Arquipélago, e mesmo *teaser* de livros afins promocionais nos sites, mas de fato, o campo editorial gaúcho tende a manter-se na publicação de livro impresso. Enquanto editora de grande porte, a Artmed, especializada em livros técnicos e acadêmicos, se destaca-se ao empregar recursos digitais para atrair leitores, circular conteúdos, informar sobre seu catálogo. Disponibiliza trechos de livros, Revista digital, participa de redes sociais, além de divulgar as obras e ações da editora para seus clientes por email.¹⁴

A inserção parcial de títulos em formatos digitais também são práticas das editoras Libretos, Literalis que disponibilizam esses excertos para seus leitores. Outras como a L&PM investem em mídias sociais, mas ainda não apresentam livro digital à venda. A comunicação se dá, em parte, por meio de twitter, blog, além de material sobre as obras em podcast, inclusive na língua original, no caso de tradução. A Editora Sulina,

¹⁴ É comum encontrar catálogos editoriais e Revistas em sites de publicações digitais gratuitas como o ISSUU e o youblisher.



igualmente, mantém contato com o leitor no ambiente virtual por meio de redes de mídia digital, referidas no site. Enquanto que a Zouk traz, em seu site, textos complementares sobre as obras publicadas.

Segundo Robert Darnton documentos editoriais são fonte de trabalho para a área da história do livro, uma vez que possibilitam o acesso a informações que registram uma época. Nesse sentido, todo o material veiculado no site das editoras, seja ele catálogo, livros digitais gratuitos, ações promocionais, etc., pode ser investigado. Complementa: “Aprenderíamos bastante sobre atitudes em relação aos livros e o contexto de seu uso estudando a maneira como eram apresentados — a estratégia do apelo, os valores invocados pela escolha de palavras — em todo tipo de publicidade, dos anúncios em jornais aos cartazes de rua.”(2009, p. 210). Considere-se, pois, o teaser sob essa perspectiva publicitária e fonte de investigações futuras.

Em se tratando de um mercado em expansão, a parcimônia do setor gaúcho corresponde a um grupo maior de expectativas e dúvidas em relação aos resultados provenientes desse formato. Postura igualmente encontrada em outras instâncias do campo editorial, para além das fronteiras do extremo sul do país.

Fragmentação das narrativas

Para aqueles que dispõem de leitor de livro digital (eReader), uma parcela de editoras brasileiras disponibiliza, em seu catálogo, publicações em formato digital. Nessa produção, encontram-se literatura infantil, livros técnicos, acadêmicos. Enquanto os editores percebem o mercado para o livro digital, os leitores buscam os conteúdos. O papel do impresso em face à socialização desse formato, que exige um suporte diferente para sua leitura, retoma uma questão bem antiga na qual a leitura fragmentada da narrativa faz parte da história das práticas da cultura. Nas palavras de Robert Darnton:

Houve um tempo em que os leitores mantinham ‘commonplace books’. Sempre que encontravam uma passagem interessante, copiavam o trecho em um caderno (...) Envolvia uma maneira especial de absorver a palavra impressa.(...) os ingleses da era moderna liam de forma intermitente, pulando de um livro para o outro. Dividiam os textos em fragmentos, que agrupavam em ovos padrões ao transcrevê-los ... você criava seu próprio livro um livro com a marca de sua personalidade”. (DARNTON, 2009, p. 164)



O ‘commonplace books’¹⁵ como “ferramenta” da leitura e escrita praticada por autores entre eles John Milton, John Locke, Francis Bacon por toda a Inglaterra, no início da era moderna, deixaram rastros. Trilhas estas que as marcações virtuais, ao contrário do impresso, embora permitam a inserção de comentários ao longo do texto, não garantem a permanência do registro das anotações. Isso ocorre porque ainda não se tem duração no tempo, das informações disponíveis no meio virtual, seja em CD, DVD, pen drive e outros componentes tecnológicos.

Darnton termina o capítulo, “Os mistérios da leitura”, de forma poética e metafórica. Referencia o ato da escrita-leitura commonplace books, quando diz que escrever tais livros “era como costurar colchas de retalhos: produzia imagens (...) os fragmentos que a formaram, a costura que os uniu, os rasgões que os dividiram e o tecido comum a partir do qual foram compostos” (2009, p. 188). Quem costura uma colcha o faz combinando cada retalho, casa pedaço, cada fragmento. A ideia da colcha permite pensar na construção de uma identidade. Aproximando-se a noção do fragmento, enquanto aquele que será reunido posteriormente, à da composição partilhada em narrativas na internet, pode-se aferir que a leitura em livros digitais, apesar de fragmentada em sua materialidade, permite a sequencialidade da história contada, as anotações e apontamentos do que se torna relevante para o leitor e a costura dos fragmentos lidos, em outro documento. A fragmentação está relacionada à procura do conteúdo e, portanto, a uma tendência a concentração das informações. Esse conceito de conteúdo lembra muito o Google, por se tratar de uma quantidade de informações que partem de uma busca para serem reorganizadas.

É justamente na leitura que se percebe uma fragmentação das narrativas, utilizadas em práticas como as da fotocópia, em que a leitura se estabelece não mais a partir da obra, do livro como um todo, mas a partir de uma seleção de excertos. O historiador francês Roger Chartier fala um pouco a respeito em entrevista durante evento em Madrid:

Para o público são fragmentos, que se pode recompor, extraídos de várias partes, de uma maneira efêmera, em frente à tela. Satisfazer a esse mercado da informação que se há descoberto, não quer dizer que corresponda, necessariamente à lógica da edição da biblioteca, ou de uma leitura definida em relação a sedimentação histórica do códice, da imprensa e da obra como tal (...) Não há linearidade da página impressa. As fronteiras desaparecem, por um lado uma hierarquia, por outro uma continuidade. Parecem

¹⁵ Aqui utilizado como livros elaborados a partir de anotações sobre obras Preferiu-se manter o termo no original, por acreditar que a tradução como “livros de lugares-comuns”, não contempla o sentido da palavra nesse contexto.



contraditórias, mas na verdade não são. Deve-se aprender a compreender essa tensão e de como domá-la.¹⁶ (GÓMEZ; ODEL, 2009)

Refere-se às novas tecnologias e a maneira de apreensão das informações. Afirma que “há de se cuidar a cultura escrita, a reflexão, e manter a compreensão ao mesmo tempo em que explorar as novas possibilidades”. Corrobora com a reflexão José Afonso Furtado quando afirma o efêmero dos conteúdos digitais: os usuários “querem apenas a informação de que necessitam numa filosofia de acesso cada vez mais rápido e permanente e de qualquer local” (entrevista, 23/04/2010). Em contrapartida à perenidade do livro impresso que, conforme escreve Millôr Fernandes em sua humorada coluna na Revista Veja: “Livro não enguiça”, para slogan da Bienal do livro (2005).

Há de se ponderar que o livro digital passa pelo mesmo processo de produção, “o circuito de comunicação que vai do autor ao editor... ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor”, conforme trata Darnton (2009, p. 193). A tecnologia disponível para livros digitais, ainda em pdf, ePub ou outros gêneros que trabalham com o texto, tendem a ser enriquecidos com as mídias interativas que possibilitam a participação do leitor e a publicação dos títulos diretamente pelo autor, alterando parte da cadeia produtiva e do que chama o historiador de circuito da comunicação. Aos editores cabe utilizar essa ferramenta da melhor maneira possível, seja para firmar contratos com autores, publicar, divulgar, estabelecer relação com livreiros, vender o livro, seja ele impresso, ou não.

Referências

BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor: notas para sua história. **Revista Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 219-237, jul./dez. 2005. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2005_v11_n2/1_sobreoeditor.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2010.

Clube dos Editores do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.clubedoseditores.com.br>>. Acesso em: 12 jul. 2010.

COZER Raquel. Pinguim invade praia do Brasil. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 16 jul. 2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100716/not_imp582015,0.php>. Acesso em: 16 jul. 2010.

¹⁶ Texto transcrito a partir do vídeo disponível no YouTube, de Martín Gómez e Pablo Odell: I Fórum Atlântida: la función social del editor. Barcelona, 2 e 3 nov. 2009. Disponível em <<http://www.forumatlantida.com/>>. Acesso em: 13 jun. 2010. Conversación com Roger Chartier., 4. <http://www.youtube.com/watch?v=SLuDqox30WQ> Acesso em: 20 jun. 2010.



COZER Raquel. O desafio é tornar a leitura interessante nos E-BOOKS', **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 16 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,o-desafio-e-tornar-a-leitura-interessante-nos-e-books,581968,0.htm>>. Acesso em: 17 jul. 2010.

comScore. Releases Results of Study on Apple iPad, 22 março 2010. Disponível em: <<http://www.comscore.com/>>. Acesso em: 26 março 2010.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros**: passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DAUER, Stella. **O conteúdo é rei: aprendendo com webdesigners**, 04 jul. 2010. Disponível em: <<http://simplissimo.com.br/blog/o-conteudo-e-rei-aprendendo-com-webdesigners/>>, proveniente de <<http://abrindoolivro.wordpress.com/>>. Acesso em: 06 jul. 2010.

FERNANDES, Millôr. **Revista Veja** on-line. Edição 1905. 18 de maio de 2005. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/180505/millor.html>>. Acesso em: 12 jul. 2010.

FURTADO, José Afonso. Tendência é para compra de fragmentos de informação. **Diário de Notícias**, Lisboa, 23 abril 2010. Disponível em: <http://dn.sapo.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=1551230&seccao=Livros>. Acesso em : 30 abril 2010.

FURTADO, José Afonso. Os documentos digitais e o “paradoxo de Roger”. **Revista de comunicação e linguagens**: escrita, memória, arquivo.(org.)BABO, Maria Augusta; MOURÃO, José Augusto. N. 40. Lisboa, out. 2009. p. 53- 62.

GÓMEZ, Martín; ODELL, Pablo: I Fórum Atlântida: **Conversación com Roger Chartier**, parte 4. Disponível em < <http://www.youtube.com/watch?v=SLuDqox30WQ>>. Acesso em: 13 jun. 2010.

MARTINS, Nelson. **A imagem digital na editoração**. São Paulo: SENAC, 2005.

PACHECO Silvia. Baixar livros na internet é uma das principais formas de acesso à cultura e a publicações pela juventude brasileira. **Correio Brasiliense**, Brasília, 16 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/182/2010/07/16/tecnologia,i=202706/baixar+livros+na+internet+e+uma+das+principais+formas+de+acesso+a+cultura+e+a+publicacoes+pela+juventude+brasileira.shtml>>. Acesso em: 17 jul. 2010.

Operação Stealth para Todos. **Simplíssimo Blog**, 02 abril 2010. Disponível em: <<http://simplissimo.com.br/blog/operacao-stealth-para-todos/>>. Acesso em: 16 jun. 2010.

Observatório do Livro. Disponível em: <<http://www.observatoriodolivro.com.br/ler.php?modo=material&id=26>>. Acesso em 16 maio 2010.

Revista Norte. Disponível em: <http://arquipelagoeditorial.com.br/norte/?page_id=85. Arquipélago editora>. Acesso em: 15 jul. 2010.

Revista Artmed Editora: Revista virtual. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/5358-Artmed-em-revista/>>. Acesso em: 20 maio 2010.



Participaram da pesquisa:

BALDI, Annete, diretora Editora Projeto. Site disponível em www.editoraprojeto.com.br. Acesso em: 10 jul. 2010.

BARCELLOS, Clô, diretora Editora Libretos. Site disponível em <http://www.libretos.com.br>. Acesso em: 10 jul. 2010.

MELO, Eduardo, diretor, Distribuidora Simplíssimo. Site disponível em <http://simplissimo.com.br/blog/>. Acesso em: 10 jul. 2010.

RODRIGUES, Tuchaua, Diretor Jurídico e de Recursos Humanos, Editora Magister. Site disponível em www.editoramagister.com. Acesso em: 10 jul. 2010.

ANDRADE, Gilberto Keller de; PEREIRA, Gabriela Viale, setor de publicações eletrônicas, EDIPUCRS. Site disponível em <http://www.pucrs.br/edipucrs/>. Acesso em: 10/ jul. 2010.

De forma indireta, toda editora membro do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

ANEXO

Informações adicionais

Pequeno dicionário para o entendimento de publicações digitais:

CSS: é a abreviatura para Cascading Style Sheets (Folha de Estilos em Cascata).

eossistema: as relações na cadeia do livro que permitem a “saúde” do sistema.

eInk: tecnologia para painel eletrônico; utilizada em e-readers.

ePub : O ePub é um padrão internacional de formato eletrônico para e-books. É compatível com diversos modelos de equipamento, foi criado por um consórcio de empresas como Sony, Adobe, McGraw-Hill e outras, parte do IDPF (International Digital Publishing Forum).

DRM: Digital Media Receiver, tecnologias de criptografias para arquivos, criada para a proteção contra cópias dos conteúdos e direitos autorais.

Metadata: palavras-chaves inseridas nos conteúdos, para facilitar a busca.

Plataforma STEALTH®: plataforma utilizada para administrar e gerenciar catálogo de e-books.

Social media manager: profissional que organiza as informações em redes sociais, persegue possíveis leitores e assessora os editores para a divulgação do material.

Watermarker: software de marca d'água para proteção de direitos autorais.