



## **Livro Digital: Percalços e Artimanhas de um Mercado em Reconfiguração<sup>1</sup>**

Rennam VIRGINIO<sup>2</sup>

Marcos NICOLAU<sup>3</sup>

Universidade Federal da Paraíba

### **RESUMO**

Cinco séculos após a invenção da prensa, por Gutenberg - que permitiu posteriormente a produção em massa de impressos -, o livro reconfigurou-se e hoje também pode ser encontrado em formato digital, conhecido como *e-book*. Na sua nomenclatura aportuguesada, o livro digital traz ao usuário uma nova experiência em leitura por ser hipertextual, o que garante a possibilidade de serem explorados recursos interativos. Atualmente a empresa norte-americana Amazon já vende mais *e-books* do que livros impressos, enquanto o mercado brasileiro ainda dá os primeiros passos. Entretanto, em todo o mundo, o mercado editorial digital - pressionado pelas ameaças de pirataria - faz uso de práticas mercadológicas que limitam a liberdade dos leitores e a dinâmica editorial. Este artigo busca expor e discutir os percalços e as artimanhas deste novo mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** livro digital; mercado editorial; reconfiguração.

### **Introdução**

O livro tem sido um dos principais meios utilizados para a difusão do conhecimento adquirido pelo ser humano. Entretanto, após cinco séculos de supremacia do livro impresso, os avanços tecnológicos e as necessidades do homem moderno, permitiram a criação – ainda na década dos anos de 1970 - de uma nova forma para a publicação de obras, mas que só agora vem ganhando notoriedade e se mostrando como um forte produto comercial: o livro digital, também conhecido como *eBook* (abreviação de *eletronic book*).

O livro, na versão eletrônica, explora os recursos do hipertexto e traz aos leitores uma nova experiência de ler, podendo conter diversos elementos interativos que

---

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

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação em Mídias Digitais pela UFPB. Bolsista do Programa de Iniciação Científica (PIBIC/UFPB) pelo projeto Para Ler o Digital. Email: [rennam.virginio@hotmail.com](mailto:rennam.virginio@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Coordenador do Projeto Para Ler o Digital – DEMID/UFPB. Email: [marcosnicolau.ufpb@gmail.com](mailto:marcosnicolau.ufpb@gmail.com)



dinamizam as possibilidades dos usuários. Muito tem se discutido sobre o livro digital, sua usabilidade, legitimidade e o modo como as livrarias e editoras tem conduzido as atividades mercadológicas deste novo produto.

Os *eBooks* já são mais vendidos do que os livros impressos na livraria virtual da gigante norte-americana Amazon, que também vende o *e-Reader* – leitor digital - mais popular, o *Kindle*. O segredo do sucesso está no modelo utilizado, aliando preços acessíveis a um produto de qualidade.

Entretanto, no Brasil, poucas livrarias e editoras resolveram entrar no mercado e os leitores digitais (*e-Readers*) ainda são vendidos a altos preços, impedindo o crescimento comercial no país. Essa realidade pode mudar com a chegada da Amazon ao Brasil a partir de setembro deste ano.

O objetivo deste artigo é mostrar as práticas atuais do mercado editorial digital, - com todas as suas contradições e dilemas para implantação de um sistema de vendas que seja satisfatório - exemplificando os principais casos, com destaque para a Amazon, maior vendedora de livros digitais do mundo, além de fazer um apanhado do mercado nacional e das novas possibilidades de publicação de obras a partir do modelo digital, que permite que autores independentes publiquem suas obras sem muitos custos.

## **1 Do impresso ao digital: a evolução do livro**

### 1.1 O livro depois da prensa de Gutenberg

Desde o surgimento da máquina de pensar criada pelo alemão Johannes Gutenberg, no século XV, o livro passou a ser um importante produto comercial e de difusão de informações e conhecimentos durante todos estes séculos. Antes da prensa de Gutenberg, os livros eram manuscritos ou produzidos a partir de matrizes de impressão feitas de materiais pouco resistentes, como cerâmica ou madeira, que se estragavam rapidamente e se tornavam totalmente inutilizáveis, enquanto que a máquina criada por Gutenberg possibilitou a cópia em grande quantidade de livros a partir de uma única matriz feita de metal e com tipos móveis, que possibilitava a combinação e a recombinação livre dos tipos, sempre que necessário.

McLuhan (1972) reforça a importância da criação de Gutenberg para a história do livro, concluindo que esta invenção confirmou e estendeu a nova tendência visual do conhecimento aplicado, dando origem ao primeiro bem de comércio uniformemente reproduzível, à primeira linha de montagem e à primeira produção em série.



Entretanto, a criação de Gutenberg não foi a primeira grande contribuição para a formação do livro impresso tal como conhecemos hoje:

Uma importante inovação, para a palavra escrita, foi a de substituir o rolo de papiros ou de pergaminho pela encadernação de folhas de pergaminho, de tamanho regular, sob forma de livro, permitindo que se escrevesse nos dois lados da folha. O difícil processo de ler, mediante o gradual desenrolar de papiros ou pergaminhos, ficou substituído pelo fácil manuseio de um texto escrito em folhas costuradas por sua margem esquerda, ou direita, para certas grafias, graças ao sistema de códex, inventado pelos cristãos no século IV d.C.. (JAGUARIBE, 1996, p.24)

Percebemos, então, que antes mesmo da prensa de Gutenberg, o livro passou por diversas transformações, tanto no material utilizado – começou com papiros e pergaminhos, até chegar ao papel -, quanto em seu formato, conforme vimos na afirmação de Jaguaribe.

## 1.2 O livro na era da cibercultura

Atualmente, na era das tecnologias digitais e da cibercultura, o livro também se apresenta em formato digital, possibilitando aos leitores uma nova experiência de leitura, conhecido como *eBook*.

Os livros digitais surgiram no início dos anos de 1970, a partir do Projeto Gutenberg, liderado pelo norte-americano Michael Hart. O projeto visava a produção e distribuição gratuita de livros eletrônicos.

Passaram-se algumas décadas e hoje os livros digitais movimentam um lucrativo mercado, que vem crescendo ano após ano. Além dos próprios livros digitais, também são vendidos os aparelhos dedicados a leitura destas obras em versões eletrônicas: os *e-readers* (leitores eletrônicos). Apesar dos *eBooks* poderem ser lidos também em computadores de mesa ou *notebooks* com auxílio de simples aplicativos, o mercado de *e-readers* também movimenta milhões e é amplamente lucrativo para os principais desenvolvedores, como a Amazon, empresa norte-americana que atualmente domina os mercado de livros digitais e leitores eletrônicos, com seu popular aparelho *Kindle*, *e-reader* lançado em 2007 custando US\$399,00 Dólares mas que já pode ser encontrado por menos de US\$100,00 em suas versões mais simples. Vale lembrar que os livros digitais também podem ser lidos em tablets, como o famoso *iPad* da Apple.



Os livros digitais apresentam uma diferente forma de texto, conhecido como hipertexto. Segundo Lévy (1996), hipertexto é uma matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com um usuário. Esse tipo de recurso é bem explorado não só nos livros digitais como também nas revistas lançadas em formatos digitais, que vem trazendo cada vez mais recursos interativos que tornam a leitura mais dinâmica e inovadora.

Pierre Levy (1999, p. 40) ainda afirma que “a digitalização e as novas formas de apresentação do texto só nos interessam porque dão acesso a outras maneiras de ler e de compreender”.

Portanto, atualmente temos os livros – ou pelo menos parte deles – disponíveis em dois formatos: o impresso e o digital. Cabe ao leitor encontrar o formato que mais lhe agrade e atenda às suas necessidades de uso.

## **2 Faça você mesmo: os livros digitais facilitam a publicação de autores independentes**

Uma atividade que ganhou força com a cibercultura e as possibilidades que a Internet oferece, foi a cultura do “faça você mesmo”, que consiste na prática independente de algum trabalho ou atividade, dispensando o auxílio de serviços profissionais.

Na Internet, através de ferramentas disponíveis – quase sempre gratuitamente – na grande rede, qualquer usuário pode publicar seus trabalhos. Sites como *Youtube*<sup>4</sup> e *MySpace*<sup>5</sup> revelaram e ainda revelam novos artistas de diversas áreas devido ao alcance inestimável que esses serviços permitem. O mesmo processo também pode acontecer agora com escritores independentes.

Para estes escritores, lançar um livro é sempre um desafio devido aos altos custos que o processo de edição, impressão e distribuição que um livro requer. Muitos acabam financiando a impressão por conta própria em gráficas e o resultado geralmente é abaixo do padrão editorial e com uma pequena tiragem.

---

<sup>4</sup> Disponível em: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)  
Acesso em: 27/03/2012

<sup>5</sup> Disponível em: [www.myspace.com](http://www.myspace.com)  
Acesso em: 27/03/2012

Os livros digitais permitem aos autores independentes a publicação de suas obras com valor acessível – podendo até ser de graça, caso o próprio autor faça a edição e diagramação em formato digital – e com um alcance enorme, pois estaria disponível para download na Internet.

Além do já citado *Amazon's Kindle Direct Publishing*, podemos apontar a Simplíssimo, editora nacional, que produz livros digitais em formato *ePub*. O autor envia o texto, e a editora faz a diagramação em formato *ePub*, podendo ainda disponibilizar para venda em grandes lojas.

SIMPLES serviço básico	ESPECIAL serviço completo
✓ Registro no ISBN	✓ Registro no ISBN
✓ Ebook em formato ePub	✓ Ebook em formato ePub
✗ Capa	✓ Capa
✗ Revisão	✓ Revisão
R\$990 <sup>00</sup>	R\$1499 <sup>00</sup>
peça abaixo	peça abaixo

**Peça já**  
Envie seus dados abaixo e entraremos em contato assim que possível.

FIG.2: Pacotes de serviços oferecidos pela editora Simplíssimo.

Fonte: <http://www.simplissimo.com.br/autores-livres/>

### 3 As redes sociais para os leitores de livros digitais: uma nova ferramenta de interação

As redes sociais vêm crescendo a cada ano, e já são os sites mais acessados do mundo. Muito desse sucesso deve-se ao *Facebook* e ao *Twitter*, redes sociais que contam com os maiores números de usuários.

Aproveitando esse momento, Amazon e Submarino criaram redes sociais especiais para os leitores de livros digitais que compram em suas respectivas lojas. As redes sociais funcionam como uma grande rede de interação entre os usuários e possibilita o agrupamento de pessoas com interesses afins.

Tanto a rede social da Amazon quanto a do Submarino, a Submarino Digital Club, buscam criar interações entre os leitores de *eBooks*. O aplicativo permite que os usuários possam criar comunidades, fazer anotações, comentar sobre os livros, avaliar, adicionar e seguir outros usuários, e marcar os livros que já leu, que está lendo e que pretende ler.

A interação, nesse caso, tem seus atrativos, entretanto, nenhuma das duas redes emplacaram. No Brasil, já existia uma rede social voltada para os leitores de livros, o *Skoob*<sup>6</sup>, só que este era voltado para leitores de livros impressos. Mas, fazendo uma análise dos recursos e funções que cada um agrega, não encontramos muitas diferenças, apenas uma divisão do público entre leitores das versões digitais e leitores das versões impressas.

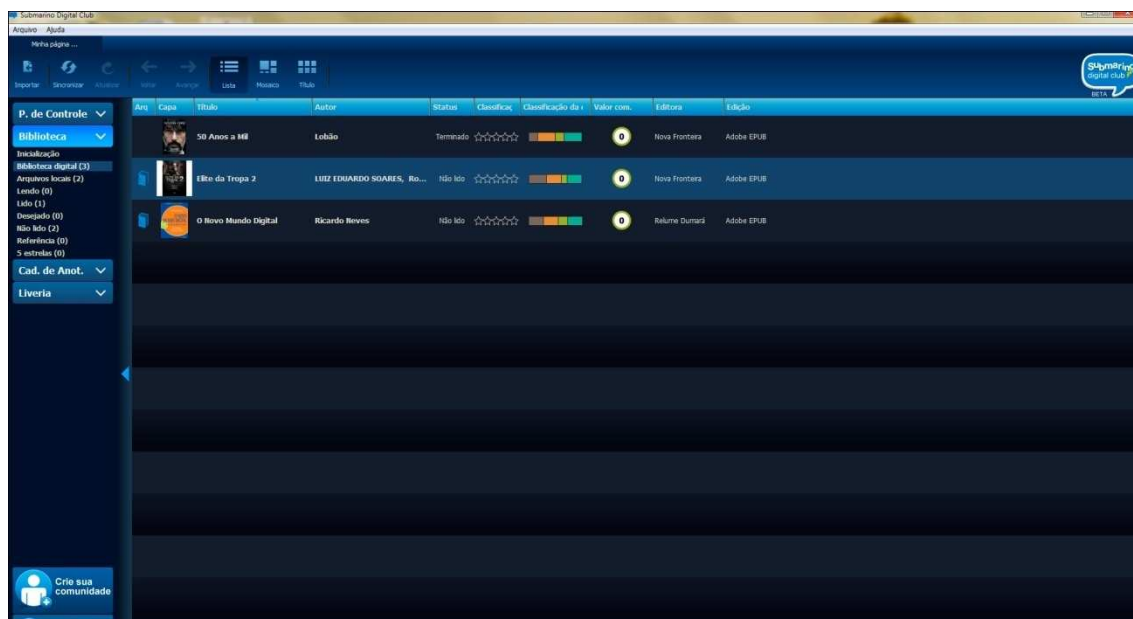


Fig.3: Submarino Digital Club  
Disponível em: <http://submarino.thecopia.com/home/index.html>

<sup>6</sup> <http://www.skoob.com.br/>  
Acesso em: 23/03/2012



#### 4 O mercado editorial e suas artimanhas

O mercado de livro impressos já está consolidado, enquanto que o mercado de livros digitais ainda engatinha e sofre para encontrar um modelo de negócio que seja viável diante das ameaças de pirataria, constantes na Internet.

O que encontramos no mercado atual de livros digitais são uma série de empecilhos surgidos a partir das práticas mercadológicas impostas pelas editoras que se lançaram no mercado dos livros digitais e descaracterizam as propriedades de um livro impresso. Por exemplo, o simples ato de emprestar um livro a um amigo, torna-se uma tarefa um pouco difícil de ser realizada quando tratamos de livros digitais.

Segundo Procópio (2010), uma das estratégias utilizadas pelas editoras que lançam livros digitais é a aplicação de DRM<sup>7</sup>, que além de atuar como uma senha de segurança, impossibilitando a cópia ilimitada de um *eBook*, também faz todo o trabalho de porcentagem para terceiros e de quantificação do número de cópias vendidas. Essas DRM's são facilmente “quebradas” por *hackers*, inclusive nos formatos de *eBooks* que possuem sistemas de DRM mais modernos e seguros, como o *Mobi* e o *ePub*.

Vendo-se ameaçadas a perderem grande parte de seus lucros, as editoras restringem ao máximo a liberdade do leitor com o livro digital. O *ePub* foi criado com a intenção de se tornar um formato universal para *eBooks*, entretanto, cada editora busca usar um formato diferente e limitar a leitura destes arquivos em um *software* específico criado por ela mesma. Hoje encontramos o Saraiva Reader, Amazon Reader e alguns outros. Essa falta de convergência acaba bloqueando naturalmente o interesse dos consumidores de adquirir um livro digital.

Apesar de termos o caso da Amazon como um exemplo de sucesso na venda de *eBooks*, faturando milhões nas vendas de livros eletrônicos – hoje superior à venda de livros impressos -, o sucesso talvez não seja fruto do interesse dos leitores pelo livro digital em si. Lemos (2010) afirma que o fetiche do papel migra para o fetiche do dispositivo, como os Tablets e os *e-readers* e talvez esteja aí uma das razões para o relativo sucesso deste mercado. Outro fator que influencia nos resultados bem sucedidos da Amazon é a grande quantidade de livros digitais a venda para serem lidos no *Kindle*: são mais de um milhão de obras.

---

<sup>7</sup> DRM, ou Digital Rights Management, são tecnologias para controlar a distribuição e a visualização de conteúdos digitais





Os *eBooks* já são populares nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, enquanto que no Brasil este mercado está dando os primeiros passos, pois o mercado brasileiro ainda não oferece uma plataforma eficiente e segura que dê suporte e variedade de livros digitais que atraia os consumidores – como acontece com o *Kindle* nos EUA -, além de não possuir no mercado um leitor (*e-reader*) com boa relação entre custo/benefício.

No cenário atual, encontramos diversos modelos de negócios para o mercado dos livros digitais, porém, apenas a Amazon têm obtido êxito, ao mesmo tempo em que muitas outras editoras e livrarias ainda não conseguiram emplacar neste mercado, sobretudo no Brasil.

#### 4.1 Amazon: um modelo de sucesso

A partir de uma análise do modelo de negócio da Amazon, compreendemos porque esta empresa vem lucrando cada vez mais: ela oferece suporte a escritores e leitores, além de disponibilizar para venda uma grande variedade de livros. Aqui no Brasil, são poucos os livros que saem em formato digital e impresso.

Na Amazon você pode comprar o *e-reader Kindle* a partir de 79 dólares. O aparelho já vem com WI-FI, permitindo conexão sem fio com a internet aos usuários. Através desta conexão, é possível acessar a loja virtual, que disponibiliza mais de um milhão de títulos para compra, grande parte com preço até 10 dólares. O leitor pode baixar gratuitamente um trecho do livro para degustação e decidir se efetuará a compra ou não. Após a confirmação da compra, o download do livro é realizado e em poucos segundos já é possível ler o livro.

O *Kindle* pode ser encontrado em quatro versões: *Kindle*, com WI-FI, tela de 6 polegadas e manuseio através de botões; *Kindle Touch*, com tela de 6 polegadas e que também está disponível com conexão 3G, além de WI-FI e manuseio a partir de toque na tela; *Kindle Keyboard*, com configurações semelhantes ao *Kindle Touch*, mas que também vem com um teclado físico, que permite ao leitor fazer anotações e escreve mais rapidamente; e o *Kindle DX*, similar ao *Kindle Keyboard*, mas com tela de 9,7 polegadas. Recentemente a Amazon lançou o *Kindle Fire*, mas este se caracteriza como um *Tablet* e não como um *e-reader*.

O *Kindle* possui uma tela com tecnologia *e-ink*, também conhecido como “papel eletrônico” ou “tinta eletrônica”, que é uma tecnologia que mimetiza o papel





impresso em um display, o que permite uma leitura agradável e sem reflexos da luz, como acontece em telas de LED, LCD e Plasma.

**kindle**  
Lighter, smaller, faster  
with built-in Wi-Fi

Kindle  
Wi-Fi, 6" E Ink Display  
★★★★☆ (4,183 customer reviews) | Like (3,386)

**\$79.00** Free Super Saver Shipping Details

Select: **Kindle with Special Offers**

With Special Offers \$79	Without Special Offers \$109	Special Offers & S Learn more
-----------------------------	---------------------------------	----------------------------------

**In Stock.**  
Ships from and sold by Amazon Digital Services. Gift-wrap

**Want it delivered Monday, March 26?** Order it in the next 2 hours

**The all-new Kindle - Lighter, smaller, faster**

- 30% lighter, less than 6 ounces
- 18% smaller body, same 6" screen size - fits in your pocket
- Most advanced E Ink display, reads like paper
- Built in Wi-Fi - get books in 60 seconds
- Massive book selection, over 800,000 titles are available
- Borrow Kindle books from your public library

**NEW - Kindle Owners' Lending Library**  
With an Amazon Prime membership, you can borrow up to 100 current and former Kindle books for free.

See all 76 customer images | Share your own customer images

Fig1: Um dos modelos do *Kindle* vendido no site na Amazon.

Fonte: [http://www.amazon.com/gp/product/B0051QVESA/ref=famstripe\\_k](http://www.amazon.com/gp/product/B0051QVESA/ref=famstripe_k)

Entretanto, há limitações: os *eBooks* comprados na Amazon podem ser lidos apenas no *Kindle* ou em um software específico e não podem ser compartilhados.

A Amazon também pensou nos escritores independentes e permite que qualquer pessoa coloque seu livro a venda e ainda o promova, sob algumas condições. Basta efetuar um cadastro no Amazon's Kindle Direct Publishing<sup>8</sup>, formatar o *eBook*, enviar e pronto.

Recentemente, a empresa norte-americana confirmou a abertura de suas atividades no Brasil para o dia primeiro de setembro deste ano, vendendo Cd's, DVD's, livros impressos, games, *softwares* e o *Kindle* e, dependendo dos resultados obtidos na vendas dos primeiros três meses, venderão também eletrônicos em 2013. A chegada da Amazon ao Brasil pode ser um divisor de águas para o mercado de livros digitais, que até agora mostrou resultados pouco expressivos.

<sup>8</sup> <https://kdp.amazon.com/self-publishing/signin?ie=UTF8&ld=AZKindleMakeM>  
Acesso em 22/03/2012



#### 4.2 *eBooks* no Brasil: um mercado que não empolga

Podemos apontar diversos fatores como causas para o fraco desempenho das vendas de livros digitais no Brasil, como o reduzido número de livros digitais colocados à venda, deixando o leitor com poucas opções, o elevado preço dos *eBooks*, quase sempre próximo ao valor do livro impresso, a ausência de um *e-reader* com boa relação custo/benefício e as limitações impostas pelas editoras e livrarias aos livros digitais.

No mercado brasileiro, é desvantajoso para o consumidor comprar um *e-reader*. O *Cool-er*, comercializado pela Gato Sabido<sup>9</sup>, porque sai em média por R\$800,00. O *Alfa*, da Positivo, por sua vez, sai por R\$700,00. O preço assusta os consumidores, que acabam preferindo adquirir um *Tablet*, que custa um pouco mais, porém conta com muito mais recursos. O problema é que com um *e-reader*, o consumidor consegue se voltar mais para a leitura, pois o aparelho se limita a isto e a uma simples navegação monocromática pela internet, enquanto que o *Tablet* conta com diversos aplicativos, *games* e funções, além de uma tela colorida. Todos esses elementos distraem o usuário e este perde o foco pela leitura.

Algumas das grandes livrarias nacionais já vendem – mesmo que timidamente – livros digitais: a Saraiva, a Leitura, além da Gato Sabido, pioneira no Brasil e o gigante do *e-commerce* Submarino, que recentemente lançou um aplicativo para leitura de *eBooks* que opera também como uma Rede Social e que veremos mais adiante.

Também está no mercado o IBA, lançado pela Editora Abril e que é dedicado à venda das versões digitais interativas de suas revistas, como *Veja*, *Superinteressante*, *VIP* e muitas outras, além de livros e jornais de todo Brasil.

O IBA, a Saraiva e o Submarino lançaram aplicativos para a leitura de seus *eBooks*, enquanto que a Gato Sabido e a Leitura permitem que as obras digitais adquiridas em suas lojas possam ser lidas com o *Adobe Digital Editions*, leitor de *eBooks* da Adobe, no qual o usuário efetua o *login* e tem acesso a sua “biblioteca”.

O brasileiro se vê diante de muitas opções de livrarias digitais para adquirir seu *eBook*, mas o número limitado de livros disponíveis, o preço ainda elevado tanto das

---

<sup>9</sup> [www.gatosabido.com.br](http://www.gatosabido.com.br)  
Acesso em: 22/03/2012



obras quanto dos leitores dedicados (*e-readers*), torna o livro digital ainda inviável para um consumo imediato.

As limitações impostas pelas vendedoras de *eBooks* no Brasil são semelhantes às praticadas pela Amazon. A diferença é que na Amazon os leitores têm variedade, suporte e preços acessíveis, que tornam o livro digital mais acessível.

É compreensível que as editoras tomem certos cuidados diante das ameaças de pirataria, porém o mercado brasileiro mostra-se ainda um pouco temeroso com um mercado que teria tudo pra crescer e gerar grandes lucros. O livro digital não dá custo para impressão e transporte, portanto, não há uma explicação lógica para que os preços do livro impresso e o livro digital sejam tão próximos.

### **Considerações finais**

O livro ganhou novos suportes e formatos de publicação, consequência do avanço tecnológico característico da era da cibercultura. Essas transformações mudaram o mercado editorial de alguns países e a perspectiva é que esse processo se expanda. Muito tem se discutido sobre o livro digital e os rumos que o mercado editorial pode tomar, principalmente no que se diz respeito aos livros impressos e seu futuro.

É fato que o livro digital vem ganhando espaço no mercado, assim como também é fato que o livro impresso ainda detém a maior fatia de participação no mercado e que essa realidade não deve mudar, pelos menos por algum tempo. O que temos agora são diferentes opções para publicação de livros que procuram atender às necessidades de acordo com o perfil de cada leitor.

No Brasil, o livro digital ainda não ganhou notoriedade por diversas razões, tais como a pequena variedade de livros digitais disponíveis a venda e o alto preço dos *e-Readers* vendidos no país, como o Alfa, do Grupo Positivo e o Cool-er, importado pela Gato Sabido, pioneira na venda de *eBooks* no Brasil, além das limitações impostas pelas livrarias e editoras.

Muitas dessas artimanhas mercadológicas praticadas pela livrarias e editoras, como a proteção dos livros digitais por DRM's, são consequências das ameaças que a pirataria digital oferece, podendo gerar grandes prejuízos ao mercado. Porém, embora essa atitude seja válida do ponto de vista do mercado – apesar de, em muitos casos, ter-se mostrado ineficiente - deparamo-nos com um paradoxo: de um lado temos a subsistência das editoras e livrarias - mas estas só publicam o que lhes interessam; de



outro, a possibilidade de todo e qualquer autor publicar sua obra por conta própria, no processo natural de difusão do conhecimento. Portanto, diante deste entrave, faz-se necessário a criação de um novo modelo que contemple as necessidades de todos sem prejudicar o autor, a editora ou leitor.

## REFERÊNCIAS

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

LEMOS, André. **Livro e mídia digital**. Disponível em: <http://andrelemos.info/2011/10/flica/>  
Acesso em: 02/04/2012

LÉVY, Pierre. **O que é virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

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

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

### Sites:

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

[www.iba.com.br](http://www.iba.com.br)

[www.submarino.com.br](http://www.submarino.com.br)

[www.gatosabido.com.br](http://www.gatosabido.com.br)

[www.simplissimo.com.br](http://www.simplissimo.com.br)

[www.positivoalfa.com.br](http://www.positivoalfa.com.br)