

Rupturas do conhecimento: o mercado editorial brasileiro entre o livro impresso e o livro eletrônico.¹

Autor: José de Mello Junior – mestrando em Comunicação Social na Universidade Paulista (UNIP).²

Resumo: Este trabalho trata o livro impresso como um dos formatos históricos do registro de conhecimento. Por cerca de cinco séculos, este formato foi hegemônico em suportar e registrar os conteúdos do conhecimento humano. Sua presença como objeto e produto gerou toda uma estrutura política, jurídica e comercial em torno da qual autores, editores e leitores se organizaram. O advento da sociedade da informação, notadamente o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação, impõe uma nova organização para o conteúdo/conhecimento, fazendo emergir novos suportes e novos formatos, colocando em cheque as cristalizadas estruturas jurídicas e políticas organizadas em torno do livro impresso.

Palavras-chave – livro; mercado editorial; *e-book*; sociedade da informação.

1. Antecedentes

O livro, como conhecemos hoje, no formato *codex*, impresso graficamente, tendo o papel por suporte, encontrou esta configuração no decorrer dos séculos XV e XVI, na medida em que a proliferação das impressões em prensa de tipos móveis exigiu um suporte que pudesse atender a grandes demandas. Por causa disso, o pergaminho gradativamente cedeu espaço ao papel, até que no século XVII este suporte, inventado na China 1600 anos antes, logrou tornar-se hegemônico. O desenvolvimento do livro neste período e sua popularização inserem-se no quadro mais geral da consolidação dos estados nacionais e da cristalização da burguesia como classe que lidera a erupção do modo de produção capitalista. Segundo Chartier, esta é a segunda revolução do livro (CHARTIER, 2000: 17), a primeira teria ocorrido entre os séculos I e IV de nossa era, quando o formato *volumen* (organização em rolos) foi gradativamente substituído pelo formato *codex* (organização em cadernos).

Com o passar do tempo o processo de produção do livro foi se profissionalizando e uma espécie de mitose aconteceu. Aos impressores ficou reservada a tarefa de imprimir e diagramar,

¹ Trabalho apresentado ao NP 04 – Produção Editorial, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² O autor é Editor, coordenou as edições de 1999, 2000 e 2001 do Anuário Editorial Brasileiro. Atuou como diretor de redação das revistas Editor e Livro Aberto. Foi gerente de conteúdos do Portal de e-learning da Xerox do Brasil. Atualmente é diretor do Universo Editorial, selo que reúne várias publicações impressas e eletrônicas destinadas a problematizar o mercado editorial brasileiro. E-mail: jomelloj@ig.com.br

aos livreiros a de vender e editar, quanto aos autores, estes passaram a exigir sua parcela no quinhão através dos direitos autorais. Estes, no princípio, pertenciam aos livreiros, mas depois de muita briga acabou sendo depositado sob a guarda dos autores.

O processo de consolidação do autor deve ser visto não apenas como o resultado das demandas da própria classe, mas como uma confluência de fatores de natureza política e comercial. Por um lado os livreiros editores buscavam impedir que seus sucessos fossem copiados pelos colegas e que os autores que trabalhavam para eles os deixassem por uma oferta melhor. Por outro, igreja e estado precisavam ampliar seu controle sobre as obras que circulavam, muitas vezes sem autoria definida e contestando os poderes instituídos. O reconhecimento da importância do autor foi o passo preliminar para que a devida retribuição pecuniária se processasse e que a propriedade se estabelecesse.³

A consolidação do livro impresso como suporte privilegiado dos conteúdos do conhecimento inaugura uma nova fase do desenvolvimento humano, qual seja, a criação de uma cultura letrada de massas, que no pico de sua pirâmide do saber, pôde contar com milhões de trabalhadores do conhecimento, aptos para liderar as transformações necessárias ao desenvolvimento capitalista.⁴

2. O Cenário: A sociedade da informação

No ano de 1999, uma comissão formada por cientistas, empresários e agentes governamentais trouxe a público um documento coletivo intitulado Sociedade da Informação no Brasil – Livro Verde. Este trabalho de elaboração coletiva buscava definir os contornos e diretrizes de um programa de ações que possibilitasse a inserção do Brasil na sociedade mundial da informação. O que este esforço de elaboração evidenciava é que o mundo globalizado vivia (e ainda vive) um acelerado processo de transformações da sociedade industrial para uma sociedade da informação. A principal característica desta sociedade emergente é o papel central da informação como mais importante bem do mundo capitalista. O Livro Verde descrevia três fenômenos inter-relacionados como originadores deste deslocamento:

³ Existe uma rica bibliografia historiográfica abrangendo os aspectos relacionados ao desenvolvimento do livro impresso e da leitura dos séculos XV ao XIX. Parte destes textos estão listados na bibliografia referencial deste artigo. Devido ao pequeno fôlego deste ensaio optamos por não nos delongar em citações desta bibliografia.

⁴ Consideramos como trabalhadores do conhecimento, aqueles dedicados a tarefas intelectuais na divisão social do trabalho. Estes sempre existiram, porém, com o advento da modernidade seu número e importância cresceram enormemente.

O primeiro, a convergência da base tecnológica, decorre do fato de se poder representar e processar qualquer tipo de informação de uma única forma, a digital....O segundo aspecto é a dinâmica da indústria que tem proporcionado contínua queda dos preços dos computadores relativamente à potência computacional, permitindo a popularização crescente dessas máquinas. Finalmente, em grande parte como decorrência dos dois primeiros fenômenos, o terceiro aspecto na base desta revolução é o fantástico crescimento da Internet. (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA, 2000: p. 3)

No seio da sociedade da informação engendram-se mudanças que afetam os modos de vida das pessoas, como estas aprendem, trabalham se relacionam entre si e com as instituições. Como fator dinamizador deste processo temos a nova economia:

O negócio eletrônico está no cerne da emergência de uma nova economia que se caracteriza pelo potencial crítico de profissionais autoprogramáveis, da inovação tecnológica e da avaliação do mercado financeiro como propulsores da economia. Como em todas as economias, a produtividade do trabalho é o motor do desenvolvimento, e a inovação está na fonte da produtividade. Cada um desses processos é levado a cabo e transformado pelo uso da Internet como meio indispensável de organização em rede, processamento de informação e geração de conhecimento. (Castells, 2003: 87)

Os trabalhadores do conhecimento, sempre necessários ao desenvolvimento de qualquer modo de produção, são ainda mais importantes na sociedade da informação. A cadeia de valores produtivos pode ser abastecida de forma abundante com esta mão de obra diferenciada graças ao que Manuel Castells chama de organização em rede. Ou seja, cadeias de transmissão e recriação de conhecimento que se valem da Internet como meio para inaugurar uma nova intersubjetividade e novas modalidades de aprender.

Não podemos, entretanto, aderir ingenuamente a uma concepção de sociedade da informação homogeneamente desenvolvida. Trata-se de uma transformação do capitalismo tardio que ocorre globalmente de forma desigual. Enquanto nos países desenvolvidos o fenômeno é intenso, seu ritmo é muito mais lento nas economias em desenvolvimento. Um dos termômetros deste fenômeno é a inserção da Internet na vida cotidiana. No Brasil existem cerca de 14,3 milhões de usuários domiciliares de Internet⁵. Nos EUA são cerca de 168,1 milhões de usuários e na Europa o número de internautas encontra-se na casa dos 135 milhões.⁶ As mudanças operadas pela

⁵ Conforme dados da pesquisa Ibope Netratings de dezembro de 2003.

⁶ Dados Nielsen-Netratings de dezembro de 2003.

emergência da sociedade da informação afetam todas as dimensões da vida humana, em especial a forma como se opera a apropriação da informação e a transformação desta em conhecimento. A porta de entrada é formada pelo mosaico de interfaces gráficas de computadores. Steven Johnson define deste modo esta nova conformação cultural:

A representação de toda esta informação vai exigir uma nova linguagem visual, tão complexa e significativa quanto as grandes narrativas metropolitanas do século XIX. Já podemos ver os primeiros movimentos dessa nova forma em designs recentes de interface que foram além da metáfora bidimensional do desktop para chegar a ambientes digitais mais imersivos: praças, shopping centers, assistentes pessoais, salas de estar. (Johnson, 2001: 20)

Para os limites deste artigo, não nos importa discutir de forma minuciosa o caráter das mudanças em curso, nos contentamos em identificar a emergência da informação como uma das forças centrípetas da sociedade capitalista contemporânea. A intensidade com que este fenômeno se processa nas diversas partes do globo é reconhecida por nossa caracterização.

Outra dimensão contemporânea a desfechar um golpe sobre os modelos tradicionais de registro e propagação de conteúdos é o fenômeno que por conveniência designamos por globalização. Na sociedade de informação o fluxo do conhecimento é contínuo e acelerado, o desenvolvimento da Internet intensificou a sensação de obsolescência oferecendo ao padrão de consumo de conhecimento um modelo ao mesmo tempo mais fragmentado e veloz. A oferta de conteúdos culturais de forma mercantil, segundo Bernard Miège, pode ser dividida em três grandes modelos: o de mercadorias culturais, o da cultura de fluxo e o de produção de informação. No primeiro caso temos os produtos editoriais como livros, CDs, fitas de vídeo, DVDs, filmes exibidos em cinema etc. Tais produtos necessitam ser vendidos ao consumidor, diretamente ou através de distribuidores, o mercado possui pequenas e médias empresas e alguns grandes oligopólios. Organiza-se com base no pagamento de direitos autorais e busca atingir um mercado consumidor de massas segmentado. No segundo caso temos a produção da televisão e do rádio, cuja amplitude e continuidade de difusão são significativamente maiores que os do modelo anterior. É um mercado marcado pela obsolescência dos produtos e, por isso, necessita de um fluxo contínuo de novas atrações. Neste campo cultura e informação estão em intersecção e, o financiamento se dá principalmente através da publicidade e do Estado. Há uma grande concentração de empresas e o controle de oligopólios. O terceiro modelo que envolve *sites* e jornais e revistas impressos e digitais, mistura parte dos dois modelos anteriores.

3. Novas tecnologias

Como vimos, os teóricos da sociedade da informação consideram a convergência da base tecnológica para o formato digital como uma das forças originadoras desta sociedade, sendo a Internet o segundo fator, conforme o Livro Verde. Quando olhamos o livro sob a luz destes dois fenômenos passamos a vislumbrar as transformações que poderão ocorrer neste formato.

O livro impresso alcançou seu apogeu como receptáculo privilegiado do conhecimento humano por apresentar as seguintes características: portabilidade, indexabilidade, baixo custo de produção e durabilidade. Estas quatro características não foram adquiridas pelo objeto livro de uma só vez. A primeira delas, a Indexabilidade, foi possível com a mudança de formatos, do *volumen*, forma de organizar em rolos para o *codex*, forma de organizar em cadernos, que prevalece até hoje. Esta mudança se iniciou no século I de nossa era, mas só por volta do século V o *codex* tornou-se hegemônico. As vantagens do *codex* sobre o *volumen* são várias: passou-se a utilizar os dois lados do suporte, pôde-se reunir um número maior de textos dentro de um único volume, criaram-se condições para a indexação na forma de páginas. Com o *codex* criou-se a tipologia formal, abriu-se assim caminho para toda a padronização de formatos associados aos gêneros e tipos de livros, normatização da qual são herdeiras as formas atuais de editoração. A indexação também permitiu o surgimento, séculos depois, da cultura de citações, importantíssima para o desenvolvimento do conhecimento científico.

A portabilidade é resultado da revolução gutemberguiana da impressão com tipos móveis, pois quando o papel se transforma na principal matéria prima do livro, este diminui de peso e passa a ser transportado para toda parte.

O baixo custo de produção também é resultado da disseminação da impressão, os antigos manuscritos eram de produção artesanal, contra os livros impressos produzidos em escala industrial. A questão da durabilidade é um tanto controversa, há aqueles que afirmam serem os manuscritos em couro mais duráveis que os em papel. Esta vantagem física, entretanto, perde completamente a importância quando lembramos que o número de exemplares manuscritos era muito menor, de forma que a pseudofragilidade do livro impresso era anulada pelo grande número de exemplares que circulavam, aumentando as chances de preservação.

No cenário da convergência digital, essas quatro características ganham novas proporções, vejamos: o conteúdo de um livro digitalizado pode ser indexado das mais variadas maneiras. Do ponto de vista dos metadados, pode-se buscar através de mineradores de dados qualquer palavra

ou frase presente no texto, aumentando imensamente as possibilidades de utilização tecnocientífica do conteúdo. A portabilidade é aprimorada, já que o conteúdo pode estar armazenado em qualquer parte, estando acessível de qualquer terminal ligado a Internet. Outra variante deste processo está na utilização de mecanismos dedicados à leitura, erroneamente chamados de *e-books*.⁷ Estes mecanismos podem armazenar milhares de páginas, diminuindo para gramas aquilo que seriam dezenas de quilos. O exemplo mais conhecido destes mecanismos são os computadores de mão (*palmtops*) que, porém, tem dimensões de tela e resolução de leitura muito aquém das apresentadas pelos mecanismos exclusivamente desenvolvidos para este fim. Os custos também podem ser reduzidos em relação aos livros impressos, essa redução não deve ser extraordinária. Estimamos que os livros digitais poderão ser vendidos por cerca 50% do preço de capa dos livros impressos, pois se eliminam os custos de impressão e distribuição física, preservando-se, no entanto, os custos de preparação (tradução, revisão, editoração) e os custos de divulgação, além é claro, dos direitos autorais. Pode haver um distribuidor eletrônico acarretando diminuição menor de custos.

4. A leitura nos espaços digitais: o hipertexto

A escrita foi a mais importante descoberta técnica dos homens, com ela inúmeros conhecimentos, outrora soterrados nos labirintos da oralidade⁸, puderam ser resgatados para gerações futuras, fundando uma nova modalidade de colaboração humana, conhecida por nós como ciência. À escrita devemos, portanto, todo o nosso progresso tecnológico. A ela devemos o intercâmbio entre as diversas culturas e raças que povoam nosso planeta. Não haveria escrita sem leitura, são as duas faces de uma mesma moeda, estão totalmente articuladas, a ponto de a própria originalidade de textos literários poder ser questionada pela influência que as leituras exercem sobre o autor. Escrever é registrar conhecimentos, formatar sensações, criar novas modalidades de entendimento, reinventar o mundo, valendo-se da combinação infinita de poucas letras. Ler, segundo Pierre Lévy, é atualizar o que foi escrito, mas não todo o conteúdo; quando lemos nos apropriamos apenas de uma parte do texto; ao conteúdo apreendido juntamos outros que vagam pelos desertos da memória, interpretamos e reinterpretemos o material apreendido e, ao final

⁷ Consideramos como livro eletrônicos todo o livro produzido em suporte digital, e não apenas os utilizados nos mecanismos dedicados à leitura.

⁸ Não menosprezamos o conhecimento preservado através da oralidade, em especial os de natureza histórica e literária. Porém, acreditamos que a ciência depende intensivamente do registro escrito.

deste movimento – que pode durar o mesmo tempo que o próprio ato da leitura –, estaremos diante de um outro texto, recortado, dobrado sobre si, modificado.

Se um texto só existe verdadeiramente quando lido, e se o ato de leitura implica numa transformação radical ou não do texto, toda a leitura é hipertextual. Hipertexto é uma das mais instigantes experiências textuais, tornada possível com o advento do universo digital:

“Com efeito, hierarquizar e selecionar áreas de sentido, tecer ligações entre essas zonas, conectar o texto a outros documentos, arrimá-lo a toda uma memória que forma como que o fundo sobre o qual ele se destaca e ao qual remete, são outras tantas funções do hipertexto informático.”
(LEVY, 1998: 43)

Desde de sua criação pela antiga civilização mesopotâmica, o texto ideogrâmico ou iconográfico e posteriormente alfabético constitui-se em objeto virtual. As mudanças processadas nos formatos e suportes do livro, transformaram também a leitura. A passagem do *volumen* para o *codex* permitiu o surgimento da leitura sentada e também livrou as mãos para tarefas de anotação. A disseminação dos livros impressos criou a leitura silenciosa. Encontramo-nos diante de uma nova mudança na leitura e escrita, diante da qual, postura corporal, velocidade de apreensão, leitura em camadas, são apenas as características mais visíveis deste processo.

Ao navegarmos por obras compostas em hipertexto constatamos que estas apresentam uma ampla variedade de *links*, que permitem ao leitor remeter-se à origem de determinados argumentos ou visualizar mapas e fotos da região que o texto descreve, ou mesmo ouvir a música produzida na época retratada. Mas ainda mais instigante é a possibilidade de o leitor registrar suas impressões a respeito do texto lido, ao mesmo tempo em que poderá consultar as impressões de um número indefinido de outros leitores. De forma definitiva, a postura aparentemente passiva do leitor é substituída por uma atividade leitora, que deixa marcas visíveis sobre o texto. Para este leitor emergente, novas formas de compor o livro deverão ser criadas. Mais do que nunca, a criatividade de editores e autores está sendo posta à prova.

5. O Mercado Editorial Brasileiro Contemporâneo

Para traçarmos um perfil do mercado brasileiro contemporâneo nos valem da análise de uma série de dados históricos. Procedemos à análise do Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro, realizado pela Fundação João Pinheiro, sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional de Editores (SNEL). Esta pesquisa possui levantamentos anuais que remontam ao ano de 1990. Durante este período, alguns itens da mesma sofreram alteração e outros foram incluídos ou retirados da amostra, mas de maneira geral, trata-se de um

levantamento que pode nos revelar as tendências de desempenho, que nos últimos 14 anos, o mercado editorial brasileiro apresentou. Nesse trabalho todos estes dados anuais foram agrupados em séries históricas, comparando-os entre si e com outros dados, como por exemplo, o aumento da população medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). Buscou-se uma visão dos seguintes aspectos: Produção de exemplares, produção de títulos, tiragens, faturamento, indicadores de rentabilidade, situação dos canais de comercialização, evolução do preço pago por exemplar, número de leitores per capita, número de leitores compradores per capita.

Produção de exemplares: Cresceram significativamente durante a década de noventa, atingindo seu ápice em 1998, quando se iniciou um declínio. Tal declínio é tão acentuado que coloca os números de 2003, abaixo da produção alcançada em 1991 (ver tabela 01).

Títulos produzidos: É interessante notar que durante um período considerável ocorreu uma tendência pelo aumento dos títulos em primeira edição (ver tabela 1) que saltaram de 10.871 em 1990, para 18.305 em 2000, quando se iniciou um declínio desta tendência, em 2003 se lançaram 13.340. O total de títulos produzidos em 2003 esteve abaixo da média histórica.

Tiragens: O comportamento das tiragens neste período obedece a uma lógica de pequena queda e estabilidade, quando olhamos para o mercado como um todo.

Exemplares, Títulos Produzidos e Tiragens - Tabela 01							
Ano	Exemplares			Títulos			
	1° edição	Reedição	Totais	1° edição	Reedição	Totais	Tiragens
1990	80.362.000	159.030.000	239.392.000	9.806	12.673	22.479	10650
1991	127.458.000	176.034.000	303.492.000	10.871	17.579	28.450	10668
1992	74.590.658	115.301.470	189.892.128	10.069	17.518	27.587	6883
1993	61.143.569	161.378.749	222.522.318	10.799	22.710	33.509	6641
1994	73.449.100	172.537.112	245.986.212	12.564	25.689	38.253	6431
1995	86.545.568	244.288.752	330.834.320	12.795	27.708	40.503	8168
1996	64.047.022	312.700.115	376.747.137	12.994	30.321	43.315	8698
1998	94.535.272	274.651.202	369.186.474	15.098	34.648	49.746	7421
1999	58.117.954	237.324.402	295.442.356	13.997	29.700	43.697	6761
2000	92.066.380	237.453.270	329.519.650	18.305	26.806	45.111	7305
2001	85.600.000	245.500.000	331.100.000	15.350	25.550	40.900	8095
2002	143.780.000	194.920.000	338.700.000	15.080	24.720	39.800	8510
2003	107.850.000	191.550.000	299.400.000	13.340	22.250	35.590	8412
		Tiragem média	297.862.661		Títulos média	37.611	7920

Rentabilidade: Um dos dados importantes referentes à rentabilidade, é a comparação entre exemplares lançados em primeira edição e exemplares lançados em reedição. A Tabela 01 mostra

que entre os anos de 1993 e 1999, ocorreu uma forte tendência por imprimirem-se muitos mais livros em reedição que em primeira edição. Este cenário é favorável à rentabilidade das empresas, já que na primeira edição encontram-se concentrados os principais custos de pré-impressão e preparação como: tradução, revisão, editoração, fotolitos, etc. Tais custos já se encontram amortizados e as reedições representam o lucro para a maioria dos editores. O tamanho médio das tiragens caiu cerca de 25%, considerando-se o conjunto do mercado, queda que pôde ser absorvida pelos desenvolvimentos tecnológicos em impressão e pré-impressão. Fatores relacionados à mão de obra não são avaliados aqui, porém, se sabe haver uma forte tendência por terceirização, cujos resultados podem melhorar a rentabilidade das empresas. Outro indicativo de rentabilidade encontra-se na tabela 02, e apresenta em dólares o preço médio de exemplares vendidos. Os valores obtidos nos últimos dois anos encontram-se 30% abaixo da média dos últimos



Faturamento: A tabela 2 mostra que o faturamento do mercado editorial viveu dois momentos distintos nestes catorze anos, primeiro houve uma forte alta, cujo ápice é novamente 1998, quando em dólares o mercado faturou US\$ 2.083.318.907,00 contra US\$ 901.503.687,00 faturados em 1990. O segundo momento é marcado pela mudança cambial promovida em 1999. Temos que analisar mais detalhadamente o que representou o plano real e a moeda real equiparada ao dólar para este mercado, já que seu melhor desempenho em todos os indicadores encontra-se circunscrito ao período que envolve tal equiparação. Entretanto, configuramos o segundo momento como sendo de queda de faturamento, pois, caso comparemos os anos de 2001, 2002 e 2003 com os anos de 1990, 1991 e 1992, veremos que houve um recuo do faturamento em dólares, no qual o resultado de 2003 foi 18% menor que o de 1990.

Exemplares Vendidos, Faturamento e Preço Médio - Tabela 02				
Ano	Exemplares Vendidos	Faturamento (US\$)	Valor dólar	Preço médio
1990	212206449	901.503.687		4,25
1991	289957634	871.640.216		3,01
1992	159.678.277	803.271.281		5,03
1993	277.619.986	930.959.670		3,35
1994	267.004.691	1.261.373.858		4,72
1995	374.626.262	1.857.377.029		4,96
1996	389.151.085	1.896.211.487		4,87
1997	348.152.034	1.845.467.967		5,30
1998	410.334.641	2.083.318.907	R\$ 1,10	5,08

1999	289.679.546	908.913.170	R\$ 2,00	3,14
2000	334.235.160	1.118.052.447	R\$ 2,00	3,35
2001	299.400.000	1.058.660.000	R\$ 2,40	3,03
2002	320.600.000	899.838.460	R\$ 2,60	2,61
2003	255.830.000	738.618.750	R\$ 3,20	2,89
			Média	3,97

Situação dos canais de comercialização: A tabela 03 mostra a dinâmica principal do mercado de livros quanto aos canais de comercialização. Enquanto o canal de vendas livraria vive um declínio sucessivo em sua participação nas vendas gerais e relativas, as vendas para o governo se ampliaram relativa e absolutamente.

Exemplares vendidos em livrarias e governo – Tabela 03				
Ano	Livrarias	%	Governo	%
1992	97.237.601	61	19.909.264	13
1993	188.781.590	68	55.523.997	20
1994	156.273.286	64	44376310	19
1995	124.908.120	42	156.568.451	50
1996	156.129.689	48	120.150.986	37
1998	148.962.941	42	150.373.527	43
1999	112.615.308	39	75.585.540	26
2000	101.766.332	30	134.259.315	40
2001	75.130.000	24	121.460.000	40
2002	74.680.000	23	162.200.000	51
2003	74.690.000	22	110.960.000	51

Número de exemplares per capita : O número de exemplares per capita foi obtido dividindo o número da população medido pelo IBGE, pelo número de livros produzidos. Optamos por apresentar três momentos, a tabela 4 mostra este número em 1990, 1995 e 2003. Notamos um significativo aumento em 1995, seguido de um declínio que apresenta os números de 2003 abaixo de 1990.

Consumo per capita de livros no Brasil – Tabela 04			
Ano	Exemplares Vendidos	Habitantes	Livros per capita
1990	212.206.449	147.053.940	1,44
1995	374.626.262	161.400.000	2,32
2003	255.830.000	178.939.611	1,43

Número de exemplares comprados no comércio per capita: Neste caso, obedecendo aos mesmos intervalos do item anterior, encontramos na tabela 5, a confirmação da diminuição dos canais comerciais na venda de livros. O número per capita de 2003 é 40% inferior ao de

1990. O percentual de exemplares comprados diretamente pelo público consumidor diminuiu significativamente. Em contrapartida, aumenta os exemplares adquiridos pelo governo.

Consumo per capita de livros no Brasil sem compras Governo			
Tabela – 05			
Ano	Exemplares Vendidos	Habitantes	Livros per capita
1990	192.297.185	147.053.940	1,3
1995	218.057.811	161.400.000	1,35
2003	144.870.000	178.939.611	0,8

6. Os dilemas do livro impresso na sociedade brasileira da informação

Os números apresentados no item anterior indicam que o mercado editorial brasileiro vive um forte processo de estagnação. Após uma reação significativa durante a década de 90, retomou-se uma dinâmica de estagnação que pode ser definida pelas seguintes características:

- Estagnação na produção de exemplares;
- Diminuição da margem de lucro sobre exemplares vendidos;
- Queda do faturamento em dólares;
- Diminuição do mercado varejista de livros, com enfraquecimento do canal livrarias;
- Forte dependência das compras governamentais;
- Queda nas tiragens médias;
- Queda do preço dos exemplares vendidos.

Quando avaliamos esta conjuntura à luz da emergência da sociedade da informação verificamos que o mercado editorial brasileiro tem se beneficiado apenas parcialmente de seus aspectos mais positivos e, por outro lado, tem sofrido negativamente alguns de seus efeitos. É certo que a tecnologia do *desktop publishing* serviu para que as editoras baixassem o custo dos processos de editoração e revisão. Também as novas tecnologias de comunicação facilitaram os processos de terceirização de mão-de-obra na forma de *work house*. Nos processos de pré-impressão e impressão, novos equipamentos digitais possibilitaram que a diminuição das tiragens não sofressem um aumento considerável no preço. Mas foi só.

Valendo-nos dos três modelos de Bernad Miège para avaliar a indústria das mídias, a saber: modelo de mercadorias culturais, modelo da cultura de fluxo e modelo de produção de informação, acreditamos ter encontrado, na sociedade de informação, uma tendência a hegemonia do modelo de fluxo que penetra as outras esferas impondo sua dinâmica. O aumento significativo dos títulos editados é um exemplo deste processo, influenciando o mercado editorial. Por si só, a

edição de um número maior de títulos não é prejudicial ao mercado, porém, quando vemos que os canais de comercialização se encontram estagnados, que o espaço reservado ao livro nos canais tradicionais é escasso, entendemos parte das complicações. Mais títulos em tiragens menores, somados a um mercado consumidor que não se renova e cuja capacidade de aquisição e de leitura parece ter atingido seu limite, podem explicar em parte a estagnação do mercado brasileiro.

A isso devemos acrescentar que a Internet como fonte de informação está hegemonizada pelo modelo de fluxo. Em nosso país a imensa maioria dos intrenautas pertence às camadas mais abastadas da população, que não por acaso são também os consumidores tradicionais do livro de varejo. A tabela abaixo apresenta a situação do segmento do Mercado brasileiro de livros científicos, técnicos e universitários, que nos parece ser o mais afetado pela dinâmica descrita acima.

Científico Técnico Universitário – Tabela 06						
Ano	Exemplares	Faturamento	Títulos	Valor dólar	Tiragens	Preço médio exemplar
1990	37.846.825	185.305.579				4,90
1991	77.982.682	227.046.376				2,91
1992	15.132.886	133.540.558	7.216		2.097	8,82
1993	19.741.991	152.284.571	7.777		2.539	7,71
1994	27.466.492	301.252.282	10.359		2.651	10,97
1995	25.033.047	356.337.690	11.542		2.169	14,23
1996	23.265.749	347.916.779	9.337		2.492	14,95
1997	19.909.956	351.561.805	10.442		1.907	17,66
1998	21.403.866	396.774.719	10.590	R\$ 1,10	2.021	18,54
1999	19.403.417	183.911.980	11.654	R\$ 2,00	1.665	9,48
2000	21.566.480	201.052.450	13.130	R\$ 2,00	1.643	9,32
2001	22.500.000	180.416.670	12.250	R\$ 2,40	1.837	8,02
2002	21.200.000	145.384.620	11.830	R\$ 2,60	1.792	6,86
2003	20.000.000	122.812.500	9.560	R\$ 3,20	2.092	6,14

Entre o início da década passada e o ano de 2003 a produção de exemplares recuou em mais de 45%. O faturamento caiu de US\$ 185 milhões para US\$ 133 milhões aproximadamente. O preço unitário em dólares subiu cerca de 25%. Mas o mais importante é que neste período o número de estudantes universitários e de pessoas com formação superior no Brasil cresceu significativamente. Segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), o número de matrículas no ensino superior cresceu 87% entre 1990 e 1999. Com quase o dobro de estudantes universitários consome-se a metade de livros.

É fato que as cópias piratas e o baixo rendimento econômico são fatores importantíssimos para chegarmos a este quadro. No entanto, acreditamos que o modelo de fluxo e as novas formas de se obter conhecimento, contribuem com este quadro. Mais importante é dizer que os editores

brasileiros tem usado mal a Internet e as novas tecnologias da informação a fim de minimizarem e até mesmo inverterm a atual tendência de consumo de livros. O Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro, revela que a venda de livros na Internet representa menos de 0,5% no total de vendas de varejo do mercado brasileiro. Pesquisa⁹ realizada durante a Bienal Internacional do Livro de São Paulo revelou que 98% das empresas entrevistadas possuíam sites na Internet, mas deste universo 36% não vendiam livros pelo site, 42% faturavam cerca de 2% de seu faturamento total pela Internet e 28% faturavam cerca de 3% e apenas 5% faturavam mais de 10% de seu faturamento total pela rede.

A inserção do livro eletrônico também é insignificante. Apenas três editoras operam comercialmente este formato, a esmagadora maioria das editoras não oferece edições eletrônicas de seus livros. Grande parte dos contratos de direitos autorais ainda não se encontram adaptados às possibilidades das novas tecnologias. Existe uma forte resistência dos editores a estas mudanças. Podemos atribuir tal resistência às incertezas que a venda de conteúdos pela Internet representa. Embora existam poderosos softwares que realizam a criptografia e proteção dos conteúdos, permitindo o controle dos direitos autorais, a tecnologia é vista como uma caixa preta.

Todos sabem, inclusive os fabricantes dos softwares, que os mesmos podem ter sua segurança violada, o que no caso poderia representar um imenso estrago. Mas esta é apenas uma forma de ver as coisas. Qualquer internauta neófito, pode escanear um livro e disponibilizá-lo na Internet, o que representa ameaça similar, sem os benefícios que a venda de conteúdos pela web pode representar. Bernard Miège nos fala de uma tendência à desmaterialização dos suportes, que afetam as indústrias do conteúdo nesta era da informação.

Entender os livros como um suporte histórico e, portanto transitório, talvez seja o primeiro passo para que os editores aceitem travar um diálogo com os novos suportes. Apostamos na hipótese de que o livro eletrônico, em seus diversos formatos, possa conviver por muito tempo com os formatos impressos. Para a totalidade dos livros textos, já é possível oferecer uma versão digital com inúmeras vantagens: possibilidade de vender capítulos ao invés do livro inteiro; possibilidade de acesso ao conteúdo à qualquer hora e de qualquer lugar; portabilidade através de mecanismos dedicados à leitura (*e-books*, *palms*, etc); menores custos de distribuição e armazenamento; possibilidade de atualização; menores preços de venda e inesgotabilidade dos

⁹ Pesquisa realizada com 103 editores durante a Bienal Internacional do livro de São Paulo no mês de abril 2004 sob minha direção. Tais editoras correspondem a 15% do total de empresas editoriais existentes no país. E foram selecionadas aleatoriamente.

títulos. Para a categoria de livros científicos, técnicos e universitários, esta seria uma alternativa para combater as cópias piratas, pois livros que estavam esgotados poderiam ser novamente vendidos e juntamente com todos os outros títulos dos catálogos, a oferta poderia ser feita em capítulos, páginas ou integralmente.

7. Poucas respostas, muitas perguntas

Sabemos que as dificuldades de ordem política e econômica para a implementação deste tipo de tecnologias são imensas, já citamos a desconfiança dos editores para com as tecnologias de segurança, mas existe também a resistência da indústria gráfica e do papel, cujos interesses em longo prazo podem ser ameaçados por esses novos formatos. Também devemos ressaltar o interesse dos autores, que diante da proliferação destes novos modelos podem simplesmente abandonar seus editores, embarcando em carreira solo. Finalmente devemos questionar a recepção deste novo formato. Até que ponto os leitores estão utilizando os textos digitais? Seria este novo suporte adequado apenas a leituras breves? Como se comportam os jovens leitores diante das telas? Está se desenvolvendo uma nova cognição no universo da leitura? Os autores vão continuar precisando das editoras? Nossa investigação encontra-se apenas no início, no desenrolar da pesquisa pretendemos responder a estas e outras perguntas, tentando compreender os papéis que editores, autores e leitores irão desempenhar nesta nova economia da escrita e da leitura.

Bibliografia

AYMARD, Maurice. As metamorfoses do livro e da leitura. *Tempo Brasileiro*. Rio de Janeiro, 142: 51-65, jul.-set., 2000.

CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO & SINDICATO NACIONAL DE EDITORES. *Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 e 2003*

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar editor, 2003. 243 p.

CHARTIER, Roger. A morte do leitor? . *Nexos*. São Paulo, 4 (6): 15-23, set. 2000.

EPSTEIN, Janson. O Negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial. Rio de Janeiro, editora Record, 2002. 170 p.

FREITAG, Barbara. Era Informacional e uso do livro. *Tempo Brasileiro*. Rio de Janeiro, 142: 103-116, jul.-set., 2000.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 8. ed. Rio de Janeiro, DP&A editora, 2003. 102 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Evolução da população brasileira*.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. *Sinopse Estatística do Ensino de Graduação – 2000*.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar editor, 2001. 189 p.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo, editora 34, 1998. 157 p.

MELLO JR., José de. O livro digital. *Revista Editor*. São Paulo, 2 (8): 12-23, fev.-mar. 2000.

_____. Direitos autorais: dos primórdios aos meios digitais. *Revista Editor*. São Paulo, 2 (11): 12-16, ser.-out. 2000.

_____. O norte digital: e-book e e-learning, novas oportunidades para o mercado editorial *Revista Editor*. São Paulo, 3 (15): 08-13, out.-nov. 2001.

_____. O e-book e a revolução da leitura. *Revista do livro*. Rio de Janeiro, 14 (45): 217-237. Out. 2002.

MIÉGE, Bernard. *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble, Press Universitaires, 2000.

_____. Las Industrias de la cultura y de la información. Conflicto con los nuevos medios de comunicación. *Telos*. Barcelona, 29. 1990. (disponível no endereço eletrônico: http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_029/opi_perspectivas0.html)

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Sociedade da Informação no Brasil: o livro verde*. Brasília, 2000.

SILVA, Ezequiel Theodoro da (org.). *A leitura nos oceanos da Internet*. São Paulo, Cortez editora, 2003. 128 p.