Andrea Fava, *Ebook, qualcosa è cambiato: scenari, trasformazioni e sviluppi dei libri digitali*

Helder Mendes

Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cultura/1177>

DOI: 10.4000/cultura.1177

ISSN: 2183-2021

Editora

Centro de História da Cultura

Edição impressa

Data de publicação: 1 junho 2012

Paginação: 285-289

ISSN: 0870-4546

Refêrencia eletrónica

Helder Mendes, « Andrea Fava, *Ebook, qualcosa è cambiato: scenari, trasformazioni e sviluppi dei libri digitali* », *Cultura* [Online], Vol. 29 | 2012, posto online no dia 13 novembro 2013, consultado a 22 setembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cultura/1177> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cultura.1177>

Este documento foi criado de forma automática no dia 22 setembro 2020.

© CHAM — Centro de Humanidades / Centre for the Humanities

Andrea Fava, *Ebook, qualcosa è cambiato: scenari, trasformazioni e sviluppi dei libri digitali*

Helder Mendes

REFERÊNCIA

Andrea Fava, *Ebook, qualcosa è cambiato: scenari, trasformazioni e sviluppi dei libri digitali*, Bologna, Baskerville, 2011, 229 pp.

- 1 Originalmente tese de mestrado do autor, este texto faz um diagnóstico da edição digital desde os seus primórdios, focando-se no ebook e nas duas tentativas de criação de um mercado, uma em 1999, falhada, e a mais recente em 2010, ao que tudo indica, fazendo fé nas sucessivas estatísticas, bem sucedida. As razões subjacentes quer ao malogro inicial, quer ao êxito presente são trazidas à liça, dando importância ao contexto italiano, mas cujos argumentos são transversalmente válidos; pelo meio, reflecte-se acerca do estatuto do ebook (e sua relação com o impresso) e sobre a posição do editor em todo o cenário. Transversal já não é a constatação feita na introdução à obra, da pena de Peppino Ortoleva, indicando haver, em Itália, abundância de literatura sobre tais temas. Não é o caso entre nós, onde as poucas abordagens são responsabilidade de um parco número de autores e é algo extemporâneo falar de mercado do ebook, não obstante os passos dados nesse sentido, o mais recente (Julho de 2012) sendo o acordo, entre editoras, para adopção de um formato único de ebooks, o eWOOK. Ora, é também pela virtude de poder antecipar trilhos por percorrer no nosso país que julgamos capital o contacto com o presente texto de Fava, que é Project Editor and Digital na UTET, casa pertencente ao grupo De Agostini, conferindo conhecimento *in loco* dos assuntos tratados no livro que, na sua estrutura, se compõe de cinco capítulos: os dois primeiros tocam o advento do digital e da edição multimédia, primeiro *offline* e depois *online*. Segue-se um terceiro, que trata o conceito de crossmedia e analisa os projectos editoriais mais relevantes, pós-bolha *dot.com*. O

quarto capítulo, nuclear, intitulado *Ebook 2.0*, dá nota dos pontos que definem a segunda encarnação do ebook, bem como do papel que este poderá desempenhar no estímulo do mercado editorial. O quinto e último, que antecede as considerações finais, discute o estatuto e funções do editor. Mas é no prefácio que Fava dá o tom para o resto do texto, ao referir estar em trânsito um processo de inovação e mudança no sector da edição, evidenciando-se que nada será como antes, pois “*o que mudou nos últimos anos, ou está a mudar, é o paradigma da leitura*” (p. 19), posição sustentada também por personalidades como Chartier e Darnton, que cedo compreenderam vir a passagem dos átomos para os bits alterar o modo como os conteúdos são fruídos. Tal é verdadeiro para o texto, mas estende-se a outras formas de produção cultural, como a música ou o cinema.

- 2 Precisamente, é na música que se dá o germen para o que será a edição multimédia: a criação, em 1979, do CD. Embora de curta duração enquanto *state of the art*, o CD virou do avesso a indústria discográfica e marcou o início de uma era cujos desenvolvimentos oferecem pistas à indústria da edição, sendo o mais óbvio a invasão pelo computador, que conduziu ao nascer da edição digital e à redefinição da produção do próprio livro impresso, tornada dependente da Informática (Fava, não sem algum exagero, considera o *desktop publishing* uma revolução comparável à de Gutenberg). O multimédia propriamente dito surgirá graças a ulteriores inovações, como a criação de aplicações integradas em sistemas operativos como o Windows95 e capazes de gerir texto, som e imagem. Não foram, no entanto, os editores os primeiros a tomar consciência do potencial destas invenções e sim outros intervenientes, já dotados das novas TIC, e sabendo utilizá-las na circulação de conteúdos, que assumiram a iniciativa e conquistaram quota de mercado aos *big players* tradicionais. Situação, de resto, não exclusiva do digital: basta recordar que os impressores roubaram o monopólio da circulação de textos aos escribas medievais.
- 3 De qualquer modo, os primeiros produtos multimédia, lançados em suportes como o CD, o DVD ou outros mais efémeros, não cumpriram as expectativas que muitos depositaram, mesmo considerando casos de sucesso como as enciclopédias. O não preenchimento das promessas deveu-se a factores como: a concepção errónea do hipertexto e do hipermédia; a complexidade da edição multimédia; o desfasamento entre o contínuo melhoramento das características dos produtos e a estagnação dos aparelhos leitores, normalmente PC nem sempre facilmente actualizáveis; o facto de qualquer produto multimédia *offline* ter de ser criado *ab ovo* (uma nova versão de um produto equivale, *lato sensu*, a um novo produto); e, não menos importante, o limbo no qual estes conteúdos se situavam, já que nunca se percebeu se um produto multimédia era um bem livreiro ou um bem informático. A edição multimédia, no entanto, sofreria novo ímpeto nos finais do século passado graças à Internet. Em pouco tempo, as editoras, e não só, perceberam que produzir algo como um CD-ROM se tornara obsoleto, tendo os conteúdos tudo a ganhar se fossem publicados na Web, o que traduz a passagem do *offline* para o *online*. Assiste-se então à *net economy*, que terá o seu colapso não muito depois, fruto da bolha *dot.com*, episódio analisado com detalhe por Fava devido aos seus efeitos, pois se o *online* sofreu com a bolha, tal não significou o fim dos projectos multimédia, dando-se um reviver do *offline*, que possuía as vantagens da fisicalidade (ter um valor perceptível pelo comprador), ao invés da Web, insegura e marcada pela desconfiança, passando a ser utilizada mais como meio de comunicação do que como eixo de negócio. É na sequência desta viragem que faz sentido falar do crescimento do fenómeno *crossmedia*, designando a união, reforçada pelas plataformas

digitais, entre meios de comunicação para a “*criação e distribuição de conteúdos informativos ou de entretenimento*” (p. 103). A aposta no *crossmedia* é visível na publicação de obras multimédia associadas a outras tradicionais, como por exemplo juntar a um livro ou revista um CD com informação relacionada ou acrescentada. Esta fórmula revelou-se eficaz em canais como os quiosques e levou a uma revitalização da edição, sobretudo quando os jornais diários entraram no jogo, comprando conteúdos aos editores e lançando-os com o jornal a preços convidativos. Em Itália, tal como em Portugal, alguns destes diários construíram autênticos catálogos, por vezes apoiados em campanhas também elas *crossmedia* utilizando, além dos próprios jornais, cartazes, a rádio, a Internet ou a televisão para publicitar os produtos, acções que “*nenhum editor teria podido suportar*” (p. 109).

- 4 Também o ebook, surgido de forma consistente em 1999, prometera muito, havendo quem aí visse o futuro da edição. De novo as promessas saíram frustradas. As causas para o falhanço desta tentativa de formação de um mercado são várias: a bolha *dot.com* refreou o investimento; os e-readers funcionavam num modelo *lock in* e os formatos eram múltiplos; uma leitura no ecrã pouco ágil; uma frágil gestão dos direitos de autor; um curto catálogo de títulos; o acesso à Internet era possível em alguns dispositivos, bem como a visualização de multimédia, mas com limitações de velocidade e qualidade. Outro problema está na conceptualização do ebook. O ebook foi, e de algum modo ainda é, perspectivado na sua relação com o impresso. “*A imitação do livro caracteriza a primeira geração de ebooks*” (p. 89) e na realidade Fava peca por defeito. Continua a ser o fantasma do impresso a pairar sobre o grosso dos ebooks, levando autores a defenderem estarmos na fase dos e-cunábulo, por semelhança aos incunábulo e sua imitação dos manuscritos. Mesmo aquelas propriedades tidas por indissociáveis do impresso, caso do cheiro, estão em vias de mimetização digital, e muitos e-readers tinham, e têm, o aspecto de um livro de bolso. Paradoxalmente, a subalternidade do ebook face ao impresso não tem servido para o seu reconhecimento, como prova a atitude do Conselho Europeu, que se recusa a ver no ebook um livro: a declaração 9400/90 dá liberdade aos Estados-membros de aplicar uma taxa reduzida de IVA a vários produtos e serviços, incluindo livros. O ebook não é contemplado, sendo visto como produto informático. É esse desalinho que explica a aplicação, em Portugal, do IVA a 6% ao impresso, e de 23% ao ebook.
- 5 A travessia do deserto do ebook termina em 2010. Uma nova geração de livros electrónicos entra em cena, conquistando uma parcela significativa do mercado e obrigando a reflectir no que mudou para esta tentativa pegar, quando há uma década a sua falência fora estrondosa. As razões voltam a ser de ordem vária. A tecnologia dos e-readers evoluiu consideravelmente, o mesmo se passando com os hábitos de consumo. O *lock in* foi mitigado, pois os fabricantes de dispositivos, embora mantendo formatos proprietários, abriram-se a outros, como o PDF ou o ePUB, oferecendo ao utilizador maior liberdade de escolha de títulos. O aparecimento dos tablets é também de destacar, ao permitir uma leitura “*mais digital e crossmédica*” (p. 147) e colocar o mercado em duas direcções activas: a dos e-readers, baseados na tecnologia e-ink e numa superior duração da bateria, e precisamente a dos tablets, menos um objecto que imita o livro e mais um aparelho multifunções. Crucial é, no entanto, a nova forma de encarar o livro por parte dos editores. Em lugar de objecto, cresce a ideia de que o livro é acima de tudo conteúdo. Nesse sentido, interpreta Fava, o ebook não é substituto ou opositor do livro impresso, que terá sempre o seu mercado. É antes um potencial dinamizador da oferta editorial, ampliando-a e permitindo atingir novos *targets*. A posição de Fava pode

aqui parecer contra-intuitiva, mas é bem sustentada e notícias recentes confirmam-no: logo após o lançamento em 2012 do sítio Pottermore, onde se vendem versões ebook e áudio dos livros da saga Harry Potter, deu-se um crescimento nas vendas das versões impressas. Veicular conteúdo em diferentes suportes pode traduzir-se não na canibalização e sim na diversificação da oferta: o mesmo texto pode chegar a mais pessoas se for publicado em impresso, em ebook, se tiver uma versão para telemóvel e para tablet; mesmo que exista uma ou outra sobreposição entre o ebook e o impresso, este terá sempre nichos nos quais aquele dificilmente poderá entrar, casos do fac-símile e do livro de luxo, segmentos que, adianta o autor, estão em franco crescimento (p. 132). Também a teoria da cauda longa vem conferir viabilidade ao ebook: o digital torna rentável e atraente uma oferta ilimitada, mesmo reunindo produtos pouco vendáveis, uma vez que os custos de manutenção, ao contrário do que acontece com livros físicos, são nulos. Porém, o ebook não está isento de problemas. O preço, como se viu a propósito do IVA, é um deles. A grande incógnita é contudo a questão dos direitos de autor, que instrumentos como o DRM ainda não permitem resolver. A Internet abriu uma fractura entre os defensores da propriedade intelectual e os paladinos do livre acesso ao conhecimento e desconhece-se como conciliá-los. O conselho dado por Fava, mesmo admitindo não haver fórmula perfeita, é o do bom senso: requer-se protecção de modo a criar confiança neste mercado, mas essa protecção deve limitar-se ao mínimo, para que o utilizador possa sentir como seu um produto legalmente adquirido (p. 184).

- 6 Importa, por fim, verificar como todas estas mudanças são sentidas do lado profissional. O digital trouxe o ocaso de modelos tradicionais: “*o encontro da indústria cultural com a tecnologia exige, talvez pela primeira vez, a superação das barreiras que dividem o universo humanista do científico e tecnológico*” (p. 64), pedindo-se agora competências mistas. Mas as funções *core* permanecerão e não podem ser de forma alguma ameaçadas pelo digital ou pelo surgimento de novos intervenientes como os *prosumers* que fervilham desde a ascensão da Web 2.0. Essas funções são a selecção e filtragem de conteúdos e a intermediação entre autores e leitores, garantindo a qualidade dos produtos finais. Tais capacidades fazem a diferença, mesmo numa época em que a autopublicação cresce. Fava recorre, aqui, ao exemplo da plataforma da Amazon, a Kindle Direct Publishing, que contém o chamado *ebook spam*, sendo frequente encontrar textos que são plágios ou até cópias de outros, mudando só a capa, o título e o autor. Tais textos são vendidos na plataforma e, não havendo *gatekeeper* que separe o trigo do joio, são por vezes adquiridos pelo utilizador. O editor, em suma, faz falta. Por outro lado, o editor deve ser capaz de entender as novas lógicas proporcionadas pelo digital e acima de tudo reconhecer que editar “*não é imprimir livros e sim difundir a cultura, ideias, informações e narrativas na forma de livro impresso ou em qualquer outra*” (p. 125).
- 7 O livro de Andrea Fava apresenta, portanto, reflexões que urge reter, mormente por todos os que estão ligados ao sector editorial. Refira-se, em remate, que a obra está publicada nas versões impressa e digital, esta última podendo ser descarregada, em PDF, gratuitamente no sítio da editora.

AUTORES

HELDER MENDES

Centro de História da Cultura da FCSH-UNL.