

Resumo: O presente artigo pretende constituir um contributo para a comunidade editorial e para os interessados nas transformações que o mercado livreiro sofreu com o aparecimento do digital, apresentando o percurso e os marcos mais relevantes da transição do livro impresso para o *eBook*. Caracteriza detalhadamente os formatos presentemente mais utilizados, comparando-os entre si, e explora um conjunto de vantagens e desvantagens para o leitor e para o editor, relativamente ao *eBook*. Analisa o mercado editorial atual, direcionando a análise para o volume de mercado dos *eBooks* em determinados países.

Palavras-chave: eBook; Mercado editorial

Abstract: Abstract: This article aims to be a contribute to the publishing community and for those interested in the changes that the book market suffered with the emergence of digital, presenting the route and the most important landmarks of the transition of the printed book to eBook. Detailed features of the currently most popular formats are given, comparing them to each other. A set of advantages and disadvantages of the eBook to the reader and the editor is explored. This article also analyzes the current publishing market, directed to the market's volume of eBooks in certain countries.

Keywords: eBook; Publishing market

1. Introdução

A tecnologia tem hoje um grande protagonismo no panorama social, profissional e familiar, sendo utilizada em todas as tarefas do quotidiano, da mais trivial à mais diferenciada. No setor editorial surgiram grandes mudanças que colocaram em causa todo o modelo de negócio desta indústria. Onde havia uma estrutura de participantes bem definida, hoje há um a rede flexível de atores que podem ou não colaborar no processo de edição; o único interveniente garantido é apenas o autor, porque os restantes (editor, distribuidor, retalhista) têm vindo a tornar-se cada vez menos definidos. Com a evolução do *eBook* e dos *eReaders* (leitores de *eBooks*) tem-se assistido a um aumento, todos os anos, do número de pessoas que lê neste formato, deixando de lado o formato impresso ou, então, lendo em ambos.

Para termos uma noção mais clara do mercado atual e da sua evolução podemos partir da análise geral do mercado editorial musical. Este serve de comparação, ainda que registe números um pouco diferentes, pelo facto de que foi mais cedo atingido pela mudança.

No início deste século surgiu a partilha de ficheiros digitais em MP3, recorrendo a serviços como o Napster ou o Kazaa. A partir daí muitas empresas compreenderam que, só reformulando o modelo de negócio, é que poderiam capitalizar as vantagens trazidas pelas novas tecnologias. A expansão deu-se com o lançamento da loja de música *online*

iTunes, da Apple Inc., em 2003. Passou a ser possível comprar ficheiros singulares, todos a 99 cêntimos, independentemente do artista e da editora. A aposta revelou-se acertada, com as vendas em formato digital a ultrapassarem (50,3%) as vendas físicas, no ano de 2011 (Jornal da Tarde, 2012). No mercado de livros impressos e *eBooks* isso ainda está longe de acontecer, porque estes últimos ainda ocupam uma quota muito reduzida do mercado editorial global. Ainda assim, o seu crescimento é assinalável principalmente em países de língua inglesa, como os Estados Unidos da América (EUA) ou o Reino Unido, mas também em alguns países da Ásia Oriental. Por exemplo, nos EUA, nos primeiros 11 meses de 2011, as vendas de *eBooks* aumentaram 123,4%, comparando com o mesmo período de 2010, representando uma quota de mercado de 17%. No Brasil os números são razoáveis: o país disponibiliza mais de 16 mil obras. A primeira análise feita no país acerca da venda de *eBooks* abrange o período entre 2011 e 2012 e aponta para a venda de 227.292 *eBooks* nesses 2 anos, correspondente a uma faturação de 3.500 milhões de reais. A tendência é para aumentar largamente estes números, até porque a Apple apenas começou a vender *eBooks* brasileiros em Outubro de 2012 e a Google, a Amazon e a Kobo só chegaram ao mercado brasileiro em dezembro desse ano (MELO, 2013). Já na Coreia do Sul, os números não são tão representativos: na maior editora do país as vendas de *eBooks* representam menos de 2% do total de vendas e só se venderam 50 mil leitores de *eBooks* em 2010. Na China, por seu lado, o número de leitores de *eBooks* aumentou para 101 milhões, tendo as receitas em 2009 sido de 49 milhões de dólares, correspondentes a 53,7 milhões de *eBooks* vendidos (LEE, 2013).

2. Evolução do eBook

Projeto Gutenberg

O Projeto Gutenberg é considerado pioneiro na transição do impresso ao digital. Estávamos ainda no ano de 1971 quando Michael Stern Hart decidiu criar uma coleção eletrónica que abrangesse todo o tipo de livros e que atingisse um público o mais diversificado possível, pois percebeu que *“a maior valência criada pelos computadores não seria a computação mas o armazenamento, a recuperação e a pesquisa daquilo que estava armazenado nas nossas bibliotecas”*. Assim, o Projeto Gutenberg é considerado a mais antiga biblioteca digital do mundo. O principal objetivo, para além do enunciado acima, é o de divulgar milhares de obras, de forma gratuita, que possam ser lidas em quase todos os computadores para que, assim, haja uma transmissão de cultura entre todos. Isso mesmo pode ser verificado na declaração de missões do projeto, de forma mais completa (Project Gutenberg, 2013):

“Encourage the Creation and Distribution of eBooks”

“Help Break Down the Bars of Ignorance and Illiteracy”

“Give As Many eBooks to As Many People As Possible”.

O Projeto funciona quase exclusivamente em sistema de voluntariado (semelhante à *Wikipedia*), em que os voluntários fazem uma revisão cuidadosa dos textos e digitalizam-nos para ficarem disponíveis ao público. De realçar que todos os *eBooks* lançados até à data foram previamente editados em formato impresso por editoras certificadas, pelo que a sua qualidade está assegurada. Atualmente a coleção conta com mais de 38 mil livros

eletrónicos, sendo que disponibiliza mais de 100 mil através dos seus parceiros (Project Gutenberg, 2013). Até 1989 os textos eram inseridos manualmente, o que fez com que o ritmo de entradas de documentos fosse muito mais lento do que é hoje. Essa data coincide com a melhoria dos *scanners* de imagem e de *software* de reconhecimento ótico de caracteres e, conseqüentemente, da maior utilização dessa tecnologia, que tornou a digitalização de livros mais praticável.

Os textos estão disponíveis em vários formatos, como HTML, PDF, ePUB, MOBI e Plucker, daí falar-se na universalidade e na abrangência do projeto. A maioria dos documentos está, naturalmente, em língua inglesa mas também os há noutros idiomas. Por exemplo, em língua portuguesa há, até hoje, 523 obras e o objetivo para esta década é o de tornar o nosso idioma o terceiro europeu com mais obras na plataforma, segundo o que se pode ler no *website*. Por dia são efetuados, em média, cerca de 160 mil *downloads* de obras e outros idiomas fortemente representados são o Francês, o Alemão, o Finlandês, o Holandês e o Mandarim.

Com isto, percebe-se facilmente a importância que o Projeto Gutenberg teve (e tem) na transformação do mundo editorial como nós o conhecíamos há algumas décadas atrás. O projeto e o seu criador, Michael Stern Hart (falecido em 2011), são os pioneiros do modelo de negócio editorial digital e podem ser encarados como os verdadeiros precursores dos *eBooks*.

Pós-Projeto Gutenberg: percurso do eBook e do eReader

Após a ação pioneira de Michael Stern Hart em divulgar algumas obras *online*, numa altura em que isso parecia impossível, só 10 anos depois é que aparece o primeiro livro eletrónico com fins comerciais. Talvez o mercado não estivesse preparado ou não se soubesse que o livro eletrónico seria uma grande oportunidade de negócio e de geração de lucro, mas o facto é que esses anos passaram sem que houvesse uma iniciativa real de aproximação ao mercado. Foi apenas em 1981 que a editora Random House (uma das principais editoras de língua inglesa do Mundo) publicou um dicionário em formato digital (Pinheiro, 2011). O lançamento do livro *Literary Machines*, por Ted Nelson, no mesmo ano, foi também um marco importante na história do *eBook*. Nelson é considerado um dos pioneiros das tecnologias de informação, sendo o criador dos termos hipertexto, hipermédia, ou virtualidade. Nesta obra, ele aborda o tema da Internet, do que ela poderia trazer de novo e quais seriam as mais-valias resultantes do seu aparecimento.

Tal como tinha acontecido aquando da invenção da imprensa, por Johannes Gutenberg, também ela uma grande (r)evolução face ao vigente na altura, os manuscritos, houve um aproveitamento do suporte anterior, quase um “imitar as velhas formas físicas” (BUFREM e SILVA, 2001). Tal como com a chegada da imprensa de Gutenberg a leitura de manuscritos não acabou, também com a chegada do *eBook* não se perdeu o gosto pelo livro físico. Isto porque apenas o suporte sofre alteração, não o conteúdo, esse sim o mais importante. No entanto, é bom notar que esta evolução é muito mais significativa do que a ocorrida com a imprensa, já que aí apenas as técnicas sofreram uma mudança, enquanto que com o *eBook* acresce a mudança de suporte e tudo o que isso envolve. Talvez o livro físico seja visto daqui a umas décadas como as máquinas de escrever e as cartas manuscritas são vistas hoje: pouco utilizadas mas não extintas. Até agora, depois de algumas décadas de o *eBook* ter aparecido, o livro impresso ainda resiste.

Como já foi referido, na década de 80 do século passado, o futuro do *eBook* era ainda muito indefinido, não havia um público vasto e o desenvolvimento de ferramentas estava ainda a dar os primeiros passos. Muitos formatos estavam a emergir, quer fossem desenvolvidos por grandes companhias (como a Adobe Reader) ou por programadores de *open source*. Apareceram também alguns *eReaders* que, na maioria, estavam associados apenas a um formato, o que contribuiu para a fragmentação do mercado.

Um marco importante na história do *eBook* foi a escrita de *Afternoon, a Story*, em 1987. Esta obra de Michael Joyce (um especialista em literatura eletrónica norte-americano) é considerada a primeira ficção em hipertexto. Trata-se de um género inserido na literatura eletrónica, que se caracteriza pela sobreposição de narrativas com que o leitor se depara, “clicando” em hiperligações ao longo da leitura da história (JOHNSON, 2013). Isto é, a história vai sofrendo alterações mediante a “vontade” de quem está a lê-la. O termo pode ser abreviado para “*hyperfiction*”. A obra foi publicada e distribuída em disquete em 1990. Em finais do ano de 1998 e inícios de 1999 surgem os primeiros *sites* de venda de *eBooks*: *eReader.com* e *eReads.com*. Com isso, o crescimento da venda de *eBooks* acentuou-se para não mais parar. Para tal, em muito contribuiu o sempre ativo Projeto Gutenberg que, três anos antes, atingiu os mil títulos e projetou como objetivo a médio / longo prazo o milhão de obras. Foi também em 1998 que foi lançado o Rocket eBook, um dos primeiros *eReaders* como são conhecidos hoje. Criado pela NuvoMedia, depressa alcançou sucesso no mercado pelas suas características inovadoras: permitia “fazer anotações nas margens, sublinhar passagens e definir marcadores” (PC Magazine, 2013). Tinha memória para 4 mil páginas (cerca de 10 livros) e custava 500 dólares (EVANS, 1998). A versão seguinte, o Rocket eBook Pro version, já suportava 16 mil páginas (cerca de 40 livros).

Riding the Bullet, lançado em 2000, é tido como o primeiro *eBook* vendido em massa mundialmente. É da autoria de Stephen King, 27º autor mais vendido da década passada com 5.268.577 de cópias (MACARTHUR, 2009). Foi editado somente na Internet (numa primeira fase) e as suas 67 páginas eram vendidas a 2.50 dólares (CLARKE, 2001). Vendeu 400 mil cópias nas primeiras 24 horas e, mesmo que King tenha arrebatado uma pequena quantia por cada exemplar (cerca de 1.50 dólares) a verdade é que o ganho de reputação associada a esses números pode ter compensado esta aparente perda de ganhos. Além disso, se o livro fosse em formato físico seria mais caro e não seriam vendidas tantas cópias. Revelou-se, por isso, uma aposta acertada, tanto por parte do autor como por parte da editora, a Simon & Schuster, a 29ª maior editora do mundo em 2012 segundo a Publishers Weekly (2013). Se dúvidas houvesse, o mercado dos *eBooks* estava prestes a disparar, com um autor de renome a perceber as vantagens que isso traria (não só para ele como também para os leitores). Também se tornou num dos marcos mais importantes na história do *eBook*, já que é sempre vantajoso um produto emergente ter associação a um autor por demais (re)conhecido como Stephen King. Abriu portas a muitos outros que se lhe seguiram até que hoje se alastrou a todo o espectro de autores. E o próprio Stephen King começou a utilizar a Internet com frequência: nesse mesmo ano publicou *A Planta* num modelo diferente e ambicioso, ou seja, comprometeu-se a publicar os dois primeiros capítulos (num total de oito), sendo que a publicação dos restantes iria depender da adesão do público aos dois primeiros e se eles pagariam ou não pelo conteúdo. Na primeira semana em que esteve disponível, o primeiro capítulo foi descarregado 152.132 vezes, tendo mais de 76% dos leitores pago por ele (BING, 2000). Mais um sucesso para Stephen King e uma grande alavanca para o mercado de *eBooks*.

Após alguns anos de francas e constantes evoluções no mercado do *eBooks* e dos *eReaders* - com a Google a anunciar querer digitalizar as obras das maiores editoras (o que deu origem ao Google Books Library Projects, ainda hoje em evolução), em 2004, e os processos de que foi alvo no ano seguinte por parte das editoras devido à empresa ter digitalizado conteúdo ainda protegido por *copyright*; ou com o acordo entre a Google e a Biblioteca Nacional do Brasil para digitalizar 2 milhões de títulos, em 2006 – eis que os *eReaders* se transformam naquilo que são hoje. Há quatro aparelhos importantes e que ainda hoje são utilizados por milhões de pessoas: o Sony Reader, da gigante multinacional tecnológica japonesa Sony, o Kindle da Amazon, o Nook da Barnes & Noble e o Kobo. Os últimos modelos já têm uma memória superior a 34 Gb (com expansão micro SD incluída), muito superior aos cerca de 64 Mb iniciais. Ao contrário do que acontece nos computadores, *tablets* ou *smartphones* que usamos diariamente e nos quais podemos ler *eBooks* ou ficheiros eletrónicos, os *eReaders* não emitem luz, tornando a experiência da leitura o mais próxima possível da leitura de papel impresso. As vantagens desta tecnologia, chamada “*e-ink*”, ou tinta eletrónica, em português, são óbvias: 1) reduz substancialmente o esforço que os nossos olhos fazem para ler o impresso, tanto pela luz intensa a que estão expostos como pela radiação prejudicial que os ecrãs transmitem; 2) como qualquer dispositivo eletrónico, ajuda a poupar papel, recurso cada vez mais escasso e que, ao contrário do que muitas vezes se pensa, teve um brutal aumento de consumo com o aparecimento da Internet e das novas tecnologias - por exemplo, calcula-se que com o início do uso do *e-mail* o consumo do papel nos escritórios dos EUA tenha aumentado 40% (PACHECO, 2008); 3) tem uma autonomia bastante duradoura, visto que apenas consome energia quando se muda de página, estando sem consumir no momento da leitura em si.

O *eReader* mais vendido mundialmente é o Kindle. Poder-se-ia tecer muitas considerações acerca deste lançamento, mas talvez o aspeto mais elucidativo seja ao mesmo tempo o mais simples: o lançamento do Kindle, da Amazon, em 2007, mudou para sempre a indústria livreira, assim como alguns hábitos de milhões de consumidores de livros. Isto porque, para além de ser o *eReader* mais referido mundialmente, é provavelmente o mais visível ao público geral (CHIOU, LING e HUANG, 2013). No entanto, o considerável sucesso do Kindle deve-se não só à tecnologia inovadora mas ao abundante conteúdo digital da Amazon. A empresa conseguiu integrar com sucesso aparelhos para leitura (*eReaders*), conteúdo (*eBooks*) e serviço (o *site* da Amazon). Os utilizadores cedo perceberam as potencialidades deste produto e esgotaram a primeira encomenda de Kindles para as lojas em 5 horas e meia e o aparelho permaneceu esgotado até abril do ano seguinte (MASHABLE, 2014). Esta já é, aliás, uma tradição para a Amazon e o Kindle, pois o público esgota rapidamente os novos modelos.

3. Tipos de formatos

Como vimos, há uma grande variedade de formatos de *eBooks*. O problema para as editoras é que todos eles são válidos e convenientes para serem usados, dependendo do tipo de documento que se deseja criar (e também do gosto pessoal do editor), para além, obviamente, do tipo de aparelho que se possui, visto que alguns formatos são exclusivos de determinados dispositivos.

Formato MOBI

Começamos pelo MOBI, o qual se afigura como um dos formatos mais utilizados mundialmente. Desenvolvido para ser visualizado no leitor MobiPocket e para ser suportado pelo dispositivo Kindle, ambos da Amazon, o seu nome mais curto é também um diminutivo de mobile, o que significa que ele foi desenhado para dispositivos móveis mas, atualmente, é multiplataformas. É, ainda assim, mais adequado para pequenos ecrãs porque o limite de tamanho da imagem é de 64 Kb. Isso aliado ao facto de o formato da imagem ser GIF torna difícil a sua visualização em dispositivos maiores, como *tablets* (GUIDINGTECH, 2014). Tem a vantagem de permitir fazer anotações e possui um dicionário incorporado, uma ferramenta bastante útil e valorizada na leitura de *eBooks*. Esta aparente contradição de o formato MOBI ser concebido para Kindle mas não ter capacidade para ser visualizado em dispositivos maiores do que os *smartphones*, explica-se pelo facto de a Amazon ter desenvolvido, posteriormente, outro formato baseado no MOBI, o Kindle AZW, que é essencialmente uma cópia do MOBI mas com uma opção de alta compressão, que permite a leitura não só em *smartphones*, mas também em computadores e *tablets*. Difere ainda no esquema de DRM, um aspeto que iremos explicar mais à frente. Apesar de ser um formato muito utilizado no mundo inteiro, a grande vantagem do MOBI é estar associado à Amazon e ao Kindle, o que lhe permite ter grande visibilidade. Contudo, como este dispositivo permite a leitura de outros formatos, o mercado começa a inclinar-se para outros dois formatos de *eBook* que iremos analisar de seguida.

Formato ePUB

O ePUB é uma abreviatura de *electronic publication*, que se traduz por publicação eletrónica. Foi desenvolvido pelo IDPF – International Digital Publishing Forum – e assumida como padrão de uso dessa organização em 2007. A última versão do ePUB foi lançada em 11 de outubro de 2011 e é chamada de *EPUB 3.0 Recommended Specification*. A combinação de quatro especificações aumenta significativamente as capacidades do ePUB em suportar um maior número de requisitos das publicações, como *layouts* complexos, media avançada e interatividade. O objetivo é que o EPUB 3 seja utilizado numa vasta gama de conteúdos, como livros, revistas e publicações educacionais, profissionais e científicas (IDPF, 2011). O ePUB não é mais do que um formato para armazenamento e uso de publicações eletrónicas ou *eBooks*. Tem compatibilidade com vários leitores e, talvez por isso, se tenha assumido como a norma universal no setor dos leitores de *eBooks*. Ainda assim, o Kindle, da Amazon, que revolucionou o mercado digital de livros, não suporta o formato ePUB, sendo o único dos principais leitores de *eBooks* a não fazê-lo (HIDALGO, 2013).

O ePUB surgiu porque havia uma preocupação em relação à proliferação de formatos que eram incompatíveis e dificultavam a leitura de *eBooks* em dispositivos diferentes. Assim, quase toda a indústria americana está a utilizar o ePUB. Está construído em 3 partes: conteúdos de endereçamento, metadados do pacote e arquivo (FERRARA, 2013). Este formato trabalha com tecnologias utilizadas mundialmente e conhecidas de todos, como o XHTML, o CSS e o XML, o que é uma vantagem. O conteúdo é quase sempre escrito em XHTML e é formatado através de uma folha de estilo, o CSS.

Formato PDF

O formato PDF, sigla de *Portable Document Format* - formato de documento portátil - começou a ser desenvolvido pela Adobe Systems em 1993. O objetivo do cofundador da Adobe, John Warnock, ao criar o sistema “Camelot”, que evoluiu para PDF mais tarde, era o de conceber um formato de ficheiro que representasse documentos independentemente da aplicação do *software*, do *hardware* e do sistema operativo. O processo revelou-se bem-sucedido e o formato passou a descrever documentos com texto, gráficos e imagens.

A adoção do PDF no começo foi feita de forma lenta e isto aconteceu por vários motivos: 1) os documentos em formato PDF eram muito maiores do que os documentos de texto e isso levava a mais tempo de *download*, quando a velocidade da Internet era muito menor do que é nos dias de hoje; 2) o Adobe Acrobat, produto da Adobe para ler e criar ficheiros em PDF, não estava distribuído de forma gratuita; 3) as primeiras versões não possuíam suporte para *hiperlinks*, o que tornava inútil a sua utilização na Internet; e 4) a apresentação de arquivos PDF era lenta nas máquinas lentas dessa altura (PREPRESSURE, 2013).

Atualmente os ficheiros em formato PDF podem incluir etiquetas, texto equivalente, subtítulos, descrições em áudio, etc. Podem ter contidas restrições DRM, que limitam a cópia, a edição e a impressão, dependendo do *software* de leitura. Em suma, e segundo Bear (2013), o formato PDF pode ser utilizado, entre outras atividades, para:

- Partilhar ficheiros com outros que não tenham o mesmo *software*, *hardware* ou sistema operativo;
- Partilhar ficheiros que podem ser protegidos contra visualização, impressão, cópia e edição não-autorizada;
- Editar documentos eletrónicos;
- Criar ficheiros com anotações, *hyperlinks* e marcadores que poderão ser partilhados através de *e-mail* e na Web;
- Criar formulários interativos.

Comparação entre ePUB e PDF

A principal diferença entre os dois últimos formatos descritos é, essencialmente, o modo como apresentam a informação para o leitor. Se virmos o exemplo de uma página impressa com 500 caracteres e se ela for transformada para PDF e ePUB, para ser lida num computador, as diferenças não serão muitas. Pelo contrário, num *tablet* ou num *smartphone* a leitura altera-se drasticamente: se com o formato ePUB o texto se adapta ao dispositivo, alterando o tamanho da letra e a disposição do texto, com o PDF este mantém-se inalterado, o que tornará muito difícil a leitura de tantos caracteres num ecrã de dimensões reduzidas. Esta e outras características em que os formatos diferem um do outro estão resumidas na tabela seguinte:

Tabela 1 - Comparação entre os formatos PDF e ePUB

	PDF	ePUB
Texto	<p>A apresentação do texto é estática.</p> <p>Preserva o <i>layout</i> original com qualquer tipo de dados (texto, imagem, etc.).</p> <p>Ideal para textos curtos ou com várias tabelas, gráficos, imagens, mapas, etc.</p>	<p>O texto molda-se ao dispositivo onde é lido.</p> <p>Ideal para documentos longos ou com grande quantidade de texto.</p>
Dispositivo mais adequado	Computador	<i>eReaders</i> , <i>smartphones</i> e <i>tablets</i>
Tamanho do ficheiro	Grande	Pequeno
Leitura	O virar de página é feito de forma horizontal.	O leitor muda de página fazendo <i>scroll</i> na vertical. Devido às margens no topo da página o espaço entre o texto pode ser grande.
Segurança	A segurança DRM é obrigatória	A segurança DRM pode ser um complemento adicionado, não sendo no entanto obrigatória.

Ambos os formatos têm disponíveis funcionalidades importantes que tornam a leitura mais agradável: pesquisa, anotação, cópia de texto, áudio e vídeo. Analisando as características de cada um deles, surge a ideia de que o formato PDF foi bastante importante no começo do *eBook*, sendo pioneiro na apresentação de conteúdo. Contudo, e apesar de ser um formato muito popular, utilizado por milhões de pessoas em todo o mundo, no que diz respeito ao *eBook* não se conseguiu adaptar convenientemente e começa a ser ultrapassado pelo ePUB. Este último é mais voltado para o dinamismo do conteúdo, o que dá uma experiência de leitura bastante mais agradável. Para além disso, a leitura de *eBooks* faz-se recorrendo não só ao computador mas também (e sobretudo) a *eReaders*, *tablets* e *smartphones*, dispositivos em que a leitura em PDF se torna muito difícil e pouco prática.

Numa discussão que envolveu todo o território brasileiro, o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) decidiu que todos os livros escolares em formato digital nas áreas de Língua Portuguesa, Matemática, História, Geografia, Ciências e Arte (para alunos dos 6 aos 10 anos) passariam a estar disponíveis em PDF. Esta decisão gerou uma enorme discussão, tendo sido considerada “um retrocesso”. No entanto, Gabriela Dias, especialista em edição digital, resumiu a situação de forma a confirmar exatamente o que discutimos acima: “[...] O fato de o governo ter estipulado uma configuração mínima já pode ser considerado um avanço e o PDF, apesar de não ser o formato mais avançado, é o mais universal e portátil” (NETO, 2014).

4. Vantagens do eBook

Milhões de pessoas já leram ou lêem habitualmente *eBooks* e preferem este formato ao tradicional impresso. O que as levará a abandonar o formato que sempre conheceram para se aventurarem num mundo novo, ainda a dar os primeiros passos? Destacaremos a seguir as vantagens que nos parecem mais significativas do formato digital em relação ao impresso.

4.1. Vantagens para o editor

a) Poupança de custos de produção e de distribuição

Apesar do elevadíssimo custo inicial, tanto tecnológico como humano (uma das principais razões que inibe as editoras de entrar no mercado digital), após essa primeira fase os custos irão reduzir substancialmente, até mesmo acabar, nomeadamente na impressão, encadernação e distribuição dos livros. Apenas a título de exemplo e falando dos jornais, que também estão a aderir com bastante sucesso ao digital, Nicholas Carlson (2009) refere que imprimir o *New York Times* custa o dobro do que custaria enviar um Kindle para todos os subscritores do jornal. Por aqui se percebe a enormidade dos custos de impressão, que podem ser facilmente anulados com versões digitais. Mesmo assim, pode haver casos em que a produção de um *eBook* seja mais cara do que a sua versão impressa (principalmente quando o texto inclui *hiperlinks* multimédia ou um trabalho muito demorado de paginação feito pelo designer), sendo que somente na distribuição temos a certeza de que o custo baixa realmente.

b) Eliminação dos custos com excesso de stock

Segundo José Fernando Gonçalves (2010) há três tipos de custos associados a um sistema de *stocks*: 1) custo dos aprovisionamentos (valor pago ao fornecedor e custo associado ao processamento das encomendas, como papel, telefone, transporte, controle de qualidade, etc.); 2) custos associados à existência de *stocks* (armazenamento, seguro, perda de qualidade e custos de capital); e 3) custos associados à rutura dos *stocks* (que pode originar perda de clientes, um custo muito difícil de calcular). Com o *eBook* há, obviamente custos de *stock*, começando por um sistema de bases de dados, no entanto, o armazenamento e a rutura dos *stocks* são eliminados, criando uma vantagem para o editor.

c) Facilidade de edição

Uma das grandes vantagens dos *eBooks* para os editores é a facilidade com que eles podem ser editados, para correção de erros, para acrescentar informação ou simplesmente para lançamento de uma nova edição. Já no livro impresso acontece o contrário, onde um erro ortográfico pode demorar meses a ser corrigido, tendo em conta que o processo de edição é mais lento (e também mais dispendioso).

4.2. Vantagens para o leitor

a) Maior comodidade

Imaginemos o processo de compra de um livro impresso por parte de um leitor: tem que sair de casa, dirigir-se a uma livraria, feira do livro ou outro local que venda o livro que pretende e voltar para casa. Essa deslocação pode ser feita a pé, mas também de automóvel ou em transportes públicos onde o autor gastaria algum dinheiro. Considerando a venda *online*, o leitor terá o processo facilitado, todavia tem de esperar pela receção do(s) título(s) que adquiriu. Quando compra um *eBook* o leitor apenas tem que ligar o computador ou outro dispositivo que tenha essa funcionalidade, como *tablets* ou *smartphones*, escolher o livro que pretende e efetuar o pagamento, um processo que pode demorar menos de um minuto. A partir desse momento poderá ler o livro.

b) Poupança de dinheiro

Este é, talvez, o argumento que leva mais pessoas a adotarem o digital como principal formato de leitura de um livro. A perceção geral é a de que um *eBook* é entre 30% a 70% mais barato do que a sua versão impressa. Essa percentagem depende do género a que o livro pertence, bem como o local onde se compra e o momento. Veja-se um exemplo de um *best-seller* recente, lançado em Maio de 2013 (julho do mesmo ano, em Portugal), “Inferno”, de Dan Brown, em duas realidades distintas: na Amazon, líder mundial de venda de *eBooks*, a versão impressa custa 9 libras, enquanto o *eBook* do mesmo livro custa 2,40 (Amazon, 2015a); já no portal Wook, propriedade da Porto Editora, editora líder em Portugal, a versão impressa deste livro tem o preço de 19,98€ (WOOK, 2015a) e o *eBook* de 17,99€ (WOOK, 2015b). Ou seja, se no primeiro caso temos uma diferença de 7,40£, no segundo caso a descida é de apenas 2€. Esta diferença explica-se pela lei do mercado da oferta e da procura, em que a do nosso país é muito reduzida. De qualquer forma, o *eBook* é, em geral, mais barato do que a versão impressa, havendo casos em que é mesmo gratuito. Isto acontece pela redução de custos descrita acima. Poder-se-ia utilizar o argumento da necessidade de se possuir um aparelho para ler o *eBook*. Não sendo o argumento incorreto, a verdade é que grande parte da população dos países desenvolvidos é tecnologicamente avançada e autónoma e já possui computador e ligação à Internet, mesmo que não leia *eBooks*. Quanto aos *eReaders* usados especialmente com esta finalidade, trata-se de um investimento, mas que é feito esporadicamente, talvez uma vez de cinco em cinco anos, se for um leitor exigente e que goste de estar a par das novas tecnologias. O preço do Kindle em Portugal varia entre 67 dólares (a versão mais antiga), 109 dólares (Kindle Paperwhite) e 169 dólares (Kindle Voyage) (AMAZON, 2015b).

c) Grande interatividade

Os modelos mais recentes dos *eReaders* incluem ligação *Wi-Fi* que permite ligação às redes sociais. Com esta funcionalidade os leitores podem mostrar aos seus amigos o que

estão a ler e partilhar com eles as suas passagens favoritas do livro. Podem ainda avaliar e comentar o livro, ajudando, indiretamente, a promovê-lo. Possuem ainda uma ligação a dicionários *online* e, quando o leitor não souber o significado de uma palavra, basta que coloque o dedo sobre a palavra para que a sua definição apareça imediatamente.

d) Poupança de espaço físico

Quantos metros quadrados teríamos que reservar em nossa casa para armazenar 3 mil livros? Com as últimas versões de *eReaders* podemos ter essa quantidade de livros num dispositivo do tamanho de um livro apenas.

e) Possibilidade de leitura no escuro

Pode não parecer a característica mais fundamental de um *eBook* ou, neste caso, de um *eReader*, mas é sempre uma vantagem quando podemos ler em qualquer tipo de espaço, quer seja escuro ou iluminado. E isso não acontece com o livro tradicional, em que é preciso ter-se uma boa fonte de iluminação para se poder ler, ao contrário de um *eBook*.

f) Mais facilidade na procura de obras antigas

Um dos maiores problemas que encontramos nas livrarias físicas mais populares é a escassez de obras mais antigas, pois o negócio dessas livrarias está mais voltado para o presente e para as novidades que possam cativar os leitores.

g) Maior portabilidade

Já falámos na poupança de espaço físico e nas vantagens que o *eBook* traz em questões de armazenamento. Mas também no transporte dos livros há um grande benefício. Veja-se mais uma vez o exemplo do Kindle Fire, um dos *eReaders* mais vendido no mundo: o seu peso é de 394 gramas (THE VERGE, 2012).

Há ainda vantagens evidentes do *eBook*, não só para editores e leitores como para toda a Humanidade. A sustentabilidade do meio-ambiente é uma das consequências do uso do *eBook*, pela proteção do ecossistema ao diminuir o fabrico de papel. E, se todos tivermos consciência ambiental, provavelmente optaremos pelo que irá prejudicar menos a Natureza, neste caso o *eBook*.

5. Desvantagens do eBook

Apesar de, genericamente, o *eBook* oferecer grandes vantagens, quer a consumidores, quer a produtores e comerciantes, como, aliás, vimos atrás, ele não está isento de algumas desvantagens, sobretudo numa fase inicial de desenvolvimento. Seguidamente detalhamos alguns aspetos menos positivos relacionados com o *eBook*.

5.1. Desvantagens para o editor

a) Forte investimento inicial

Embora haja uma redução substancial nas despesas dos editores, nomeadamente na produção, no armazenamento e na distribuição, também é verdade que é necessário um grande investimento quando se aposta no digital. Uma organização tradicional que está habituada ao impresso não está preparada para enfrentar os desafios do digital. É essencial ter a tecnologia adequada e, mais importante, possuir o *know-how* necessário na produção e comercialização de *eBooks*, ou seja, recursos físicos, tecnológicos e humanos adequados.

5.2. Desvantagens para o leitor

a) Consumo de energia

Como qualquer dispositivo tecnológico, o *eReader*, o computador, o *tablet* e o *smartphone* (os principais aparelhos de leitura de *eBooks*) consomem energia. Ainda que haja avanços nesta tecnologia, como por exemplo o facto de a bateria dos últimos *eReaders* a serem lançados no mercado durar mais de um mês, todos os aparelhos consomem energia, por muito pouco que seja.

b) Risco oftalmológico

É muito comum o aparecimento de patologias oculares que podem estar associadas ao uso de computadores e de dispositivos eletrónicos de leitura, constituindo, um risco acrescido, sobretudo em casos de utilização prolongada (ROSENFELD, 2011).

c) Alteração de alguns hábitos

Muitas pessoas têm o hábito de emprestar livros a familiares ou amigos ou partilhar do movimento chamado *book crossing* que consiste, essencialmente, em deixarmos um livro num local público para que outros possam lê-lo. Quando acabarem a leitura o ciclo repete-se. E, para quem lê mais livros do que aqueles que poderia comprar, pedir um livro emprestado é uma ótima solução. Com o *eBook* isto deixa de acontecer, pois grande parte deles podem ser lidos exclusivamente em um dispositivo.

Nos meios rurais e mais isolados há algumas tradições importantes para a divulgação do livro e da leitura, normalmente promovidas pelas bibliotecas de leitura pública. Um desses hábitos é a requisição de livros às bibliotecas itinerantes, as quais se deslocam aos locais mais remotos onde, em muitos casos, não existem qualquer contacto com a cultura. É bastante importante sobretudo para as crianças com poucos recursos que assim podem ganhar o gosto pela leitura, o que de outra forma não seria possível. Se este método tem em comum com o *eBook* o facto de limitar as barreiras geográficas, difere no facto de este quebrar também barreiras económicas e sociais, sendo totalmente gratuito. Já com o *eBook* é necessário o investimento no dispositivo de leitura e ainda a compra do livro.

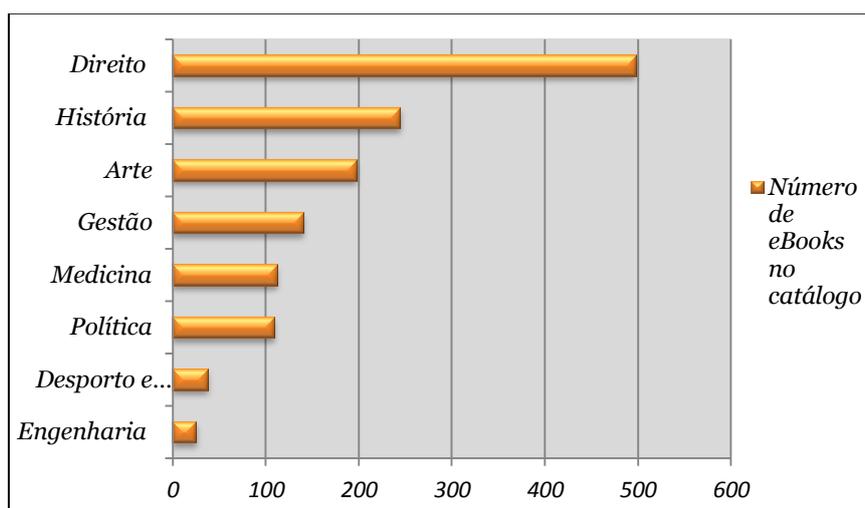
O livro é sempre um dos objetos a que recorremos quando queremos presentear alguém, pois é relativamente barato e há livros sobre os mais variados assuntos. Como diz Al Rocker, um livro é “o mais divertido que se pode ter por menos de 25 € (...)”. Julie Andrews acrescenta que “os livros são óptimos presentes porque são as coisas favoritas de

toda a gente”. Mas a declaração mais significativa vem de John Lithgow, dizendo que “os livros são ótimos presentes porque são algo que amamos e que podemos partilhar” (Books are Gifts, 2010). O que acontece com os *eBooks* é que essa partilha não existe. Já falámos do fim dos empréstimos, mas também ainda não se encontrou solução para as ofertas de livros. Como se processará? Teremos que fornecer a nossa *password* do sistema? Teremos que emprestar também o nosso *eReader*? Ambos os casos parecem-nos pouco práticos e, sobretudo, pouco seguros. Partimos, obviamente, do pressuposto de que os *eBooks* estão protegidos com a segurança DRM, caso contrário, a partilha e a oferta são ainda mais fáceis com o *eBook*.

d) Pouca quantidade de exemplares em algumas áreas do saber

Por ainda estar numa fase embrionária no que à projeção no mercado diz respeito, os *eBooks* atuais estão ainda muito limitados a certos temas. Dando o exemplo do portal da Wook, pode verificar-se isso mesmo no seguinte gráfico:

Gráfico 1 – Número de *eBooks*, por tema, presentes no catálogo da Wook



Fonte: www.wook.pt (consultado em 24 mar. 2015)

Depreende-se daqui que áreas mais especializadas, como Engenharia e Medicina, ainda não estão contempladas com muitos *eBooks* (têm 25 e 112 *eBooks*, respetivamente).

e) Pouca diferenciação estética

Um livro, para além de um objeto de leitura por definição, é também uma peça com representação estética. Se o conteúdo do livro não muda consoante seja ele impresso ou eletrónico, a sua forma altera-se bastante. E uma das principais críticas ao *eBook* é o facto de todos os livros ficarem semelhantes na sua estética exterior, havendo poucas diferenças entre eles.

f) Menos contacto das pessoas com os livros

Quando vamos a uma livraria ou qualquer outra superfície onde se comercializem livros, ainda que possamos estar em busca de um livro em específico, temos sempre contacto com outros livros, o que pode fazer com que encontremos alguma obra interessante e que não estava nos nossos planos. Durante uma visita rápida de 10 minutos a uma livraria vemos e folheamos dezenas de livros, enquanto num portal *online* o processo pode tornar-se mais demorado e cansativo.

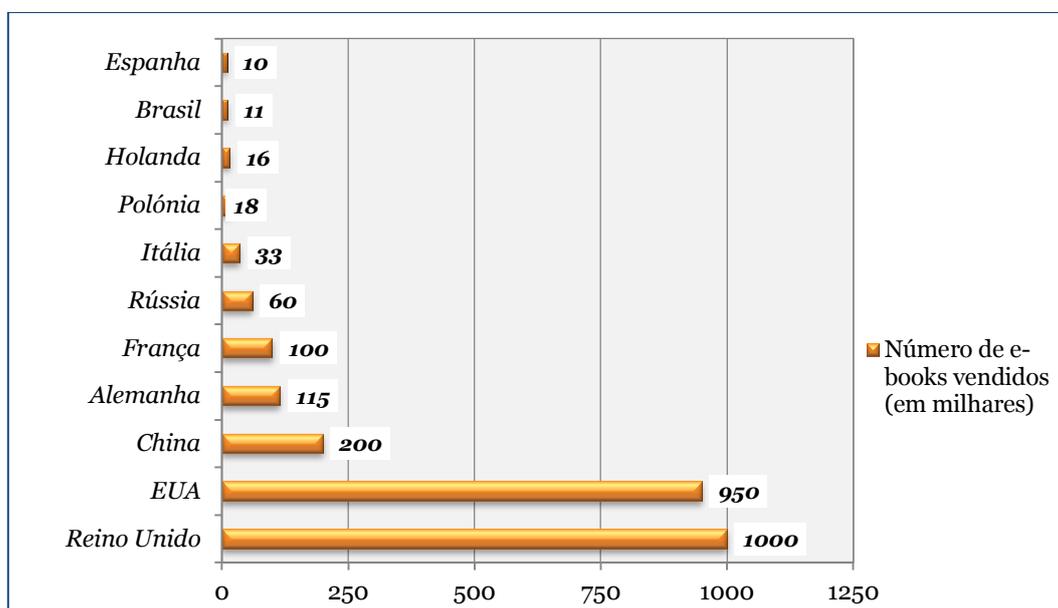
g) Desformatação do texto

Quando lemos algum *eBook* em formato ePUB (com o PDF isso não acontece) temos que nos adaptar ao modo como surge o texto, que se molda segundo o dispositivo onde é lido. O número das páginas altera-se conforme o tamanho do texto e não temos noção do quanto já lemos e do quanto nos falta ler para terminar o livro. Um outro aspeto relevante prende-se com a eventual ausência de compatibilidade com a numeração das páginas de um livro impresso. Neste caso, os livros de leitura obrigatória ou os manuais escolares em versão eletrónica podem causar alguma perturbação no processo de aprendizagem em sala de aula.

6. Caracterização do mercado de eBooks

Podemos afirmar, com segurança, que o mercado de *eBooks* (a sua produção e comercialização) está a crescer de ano para ano, a um ritmo acentuado. É a ideia geral que se tem, tendo em conta os números demonstrados nos relatórios anuais de cada país. No entanto, cada território tem o seu próprio mercado estabelecido e o crescimento existe na maior parte dos países, mas os valores reais desse crescimento, naturalmente, diferem bastante. Se os países desenvolvidos levam alguma vantagem em relação aos restantes, a verdade é que mesmo dentro desses ainda se encontram diferenças: os EUA e o Reino Unido são os líderes (ambos partilham o mesmo idioma), com outros países como Japão, Alemanha, China e França, estes também com grandes perspetivas de sucesso a médio-prazo. O resto dos países ainda se encontra numa fase muito inicial de implementação do *eBook* no mercado, conforme podemos visualizar no gráfico 2.

Neste tópico, será abordada a situação no passado e a atual de alguns países: os EUA e o Reino Unido por serem os líderes mundiais, Espanha por ser um país muito próximo do nosso e o Brasil por ser o maior país e o mercado mais forte de língua portuguesa. Portugal será, naturalmente, abordado mas, infelizmente, os dados são muito escassos. E mais do que isso, não há relatórios anuais dedicados a esta temática que se assumam como uma referência de análise ao mercado português de *eBooks*, como tantos outros países têm.

Gráfico 2 - Número de *eBooks* vendidos em alguns dos principais mercados mundiais em 2012

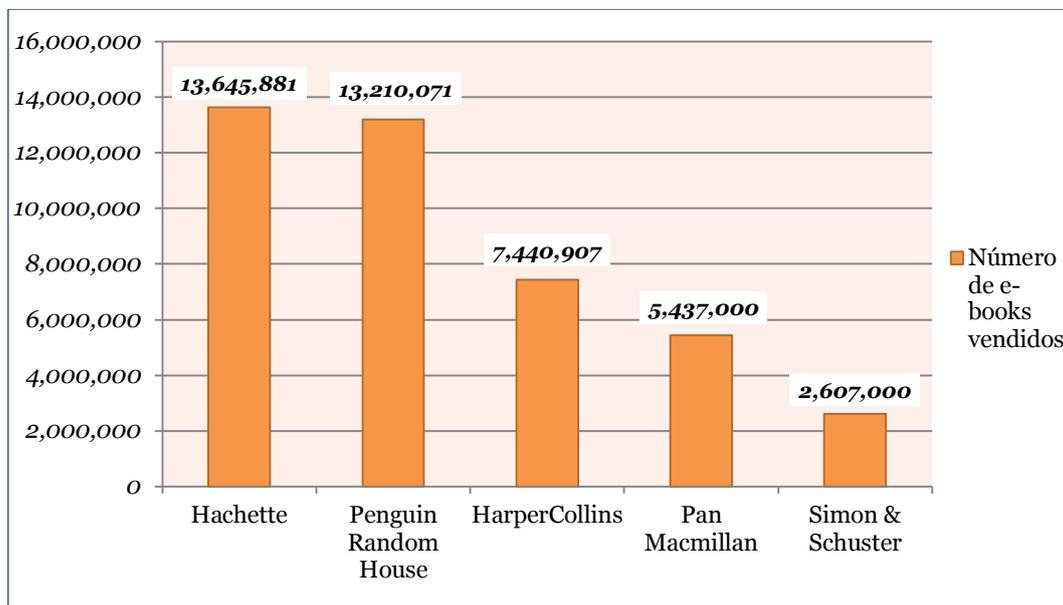
Fonte: CARRENHO, 2012

6.1. Reino Unido

Foram várias as mudanças que ocorreram no Reino Unido devido à ascensão do *eBook*, sendo um dos mercados mais fortes a nível mundial. Muitos consideram que o *eBook* tem sido prejudicial para as pequenas editoras. Alguns números interessantes podem ajudar a sustentar essa ideia: o *eBook* forçou ao encerramento de 98 editoras no Reino Unido (mais 42% do que no ano anterior), noticiou o jornal inglês *The Guardian* em novembro de 2013 (BURY, 2013). Isto acontece devido ao decréscimo acentuado que o *eBook* e as grandes empresas, como a Amazon, provocam no preço dos livros e na consequente pressão sobre as editoras para também baixarem os valores por elas praticados. Muitas dessas editoras, evidentemente, não conseguem acompanhar esta tendência. Liz Bury, no mesmo artigo, refere que o nicho académico é particularmente vulnerável, porque está bastante exposto ao fenómeno da pirataria digital e da “venda *online* de livros em segunda mão”. Em 2012 as vendas do *eBook* no Reino Unido subiram 134%, passando a valer 7,4% do mercado livreiro. A venda de livros impressos, por oposição, decresceu 1%. Já no ano de 2013 as vendas de *eBooks* aumentaram 20% em relação a 2012 (ver gráfico 3 relativo ao volume de vendas por editora), alcançando um valor próximo dos 250 milhões de libras, enquanto o mercado impresso, embora tenha registado uma descida de 4%, ainda domina claramente, com vendas de 2,2 mil milhões de libras (HOFFELDER, 2014).

A realidade do Reino Unido é a que mais se aproxima da dos Estados Unidos da América, em volume e crescimento, sendo uma das prováveis causas o idioma. No entanto, há outros motivos válidos para tal: a presença de grandes editoras que conseguiram adaptar-se aos novos tempos, como a Penguin, a Springer e a Simon & Schuster.

Gráfico 3 - Número de eBooks vendidos no Reino Unido em 2013 pelas principais editoras



Fonte: ABRAM, 2014

Também o facto de ser uma região próspera da Europa tem alguma influência. A tabela seguinte mostra como o número de utilizadores de *tablets* no Reino Unido está a aumentar (e apresenta a previsão de que a subida continue, pelo menos, até 2017):

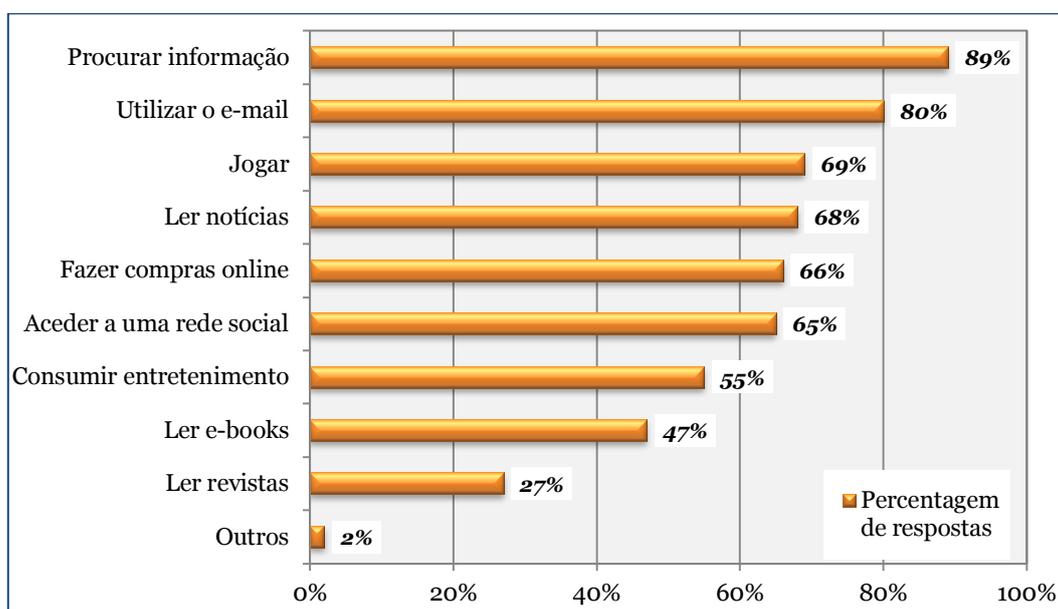
Tabela 2 - Utilizadores de *tablets* no Reino Unido

Utilizadores de <i>tablets</i> , 2011-2017							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Utilizadores de <i>tablets</i> (milhões)	5,3	14,1	19,7	24,4	28,1	31,6	34,6
% de aumento	221%	165%	39%	24%	15%	13%	9%
% da população total	8,5%	22,3%	30,9%	37,9%	43,3%	48,3%	52,4%
% dos utilizadores de internet	11,8%	30,4%	41,1%	49,7%	56,1%	62,0%	66,9%

Fonte: EMARKETER, 2014a

O aumento de *eBooks* registrar-se ao mesmo tempo que se vê um aumento de *tablets* não é simples coincidência. É necessário ter um dispositivo de leitura e, hoje em dia, o computador começa a perder protagonismo no mercado, com o *tablet* e os *smartphones* a assumirem alguma representatividade. E para quem possui um *tablet* é relativamente fácil adquirir e ler um livro eletrónico em pouco tempo. O gráfico seguinte mostra um número bastante razoável, nesta matéria, dizendo que 47% dos inquiridos (com idades entre os 18 e os 80 anos) utilizam o *tablet* para ler *eBooks*:

Gráfico 4 - Atividades preferidas dos utilizadores de *tablets* no Reino Unido em 2013

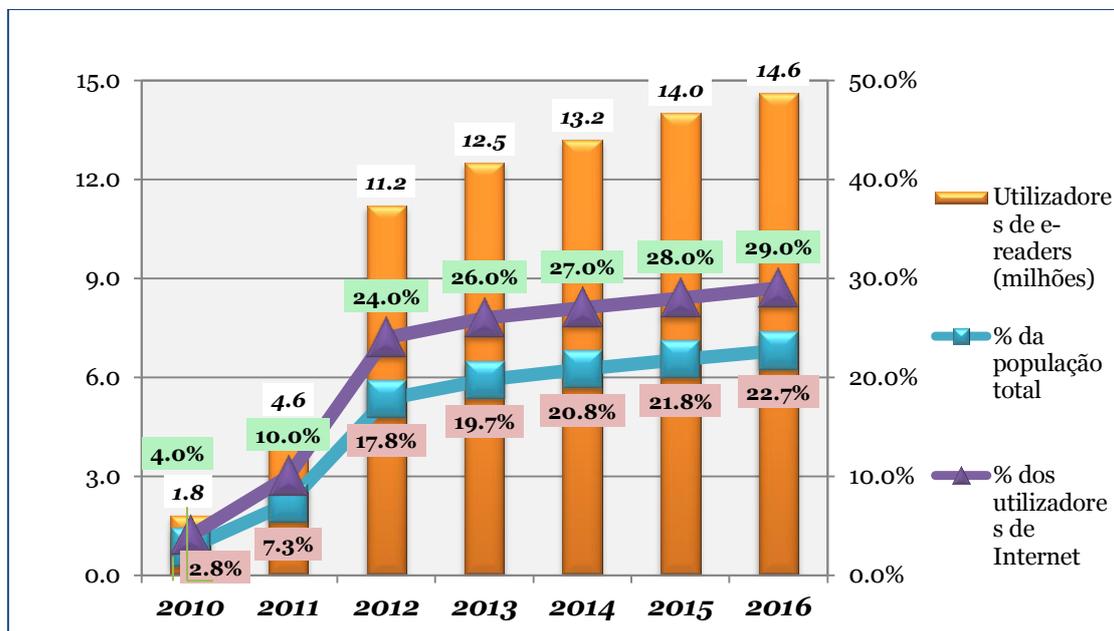


Fonte: EMARKETER, 2014a

Não nos podemos esquecer que aqui não estão representados os *eReaders*, que também contam com milhares de utilizadores. Em 2012, por exemplo, a eMarketer estima que houvesse 9,5 milhões de utilizadores de *eReaders* no Reino Unido. A previsão para 2016 é de 14,6 milhões de utilizadores, correspondentes a 22,7% da população (Gráfico 5).

A Amazon está muito presente no mercado britânico: nos primeiros três meses de 2013, 79% das pessoas que fizeram *download* ou partilharam um *eBook* utilizaram a plataforma da Amazon. A iBookstore da Apple foi a segunda plataforma mais utilizada, com 9% de acessos, e a Google a terceira, com 8% (CAMPBELL, 2013).

Gráfico 5 - Utilizadores de eReaders no Reino Unido



Fonte: EMARKETER, 2014b

6.2. Espanha

A Espanha, apesar de ser um país de média dimensão tendo em conta a área total e o número de habitantes, tem uma característica muito importante, o idioma. Com 650 milhões de pessoas a terem o castelhano como primeira língua, toda a cultura do país é dirigida e exportada para a América Latina. Isto faz com que seja dos mercados livreiros mais fortes do mundo: em 2010, por exemplo, Espanha registava 88 mil novos títulos por ano, tinha 48 mil *eBooks* disponibilizados e gerava um volume total de 2.772 milhões de euros em vendas de formato impresso e digital. O ano de 2011 foi bastante importante para o mercado espanhol: a entrada em força no país da Apple, em outubro, e da Amazon, em Dezembro, bem como o lançamento de uma plataforma espanhola por parte da Kobo e do aparecimento do Google Editions foram uma grande alavanca para a ascensão dos *eBooks* naquele território. Segundo David Pemán, o ano seguinte não ficou nada atrás: diz o autor que em 2012 “o mercado cresceu mais e aconteceram mais coisas que em toda a sua história” (PEMÁN, 2013). A subida galopante do mercado do *eBook* contrasta com a descida dos preços praticados: se em 2010 havia muitos *eBooks* com preço de lançamento de 14 euros, em 2011 o preço médio rondava os 8,5 euros e em 2012 os 7,8 euros. A faturação do *eBook* reflete esse sucesso: se em 2011 Espanha registava 2 milhões de euros de faturação neste produto (materializadas em 1,5 milhões de downloads), no ano seguinte o valor era de 12 milhões, 6 vezes mais (PEMÁN 2013).

A Federação de Grémios de Editores de Espanha, numa análise de 2011 solicitada à consultora Conecta, dá a conhecer uma evolução drástica desse ano em relação a 2010 (CONNECTA, 2012):

Tabela 3 - Edição digital em Espanha

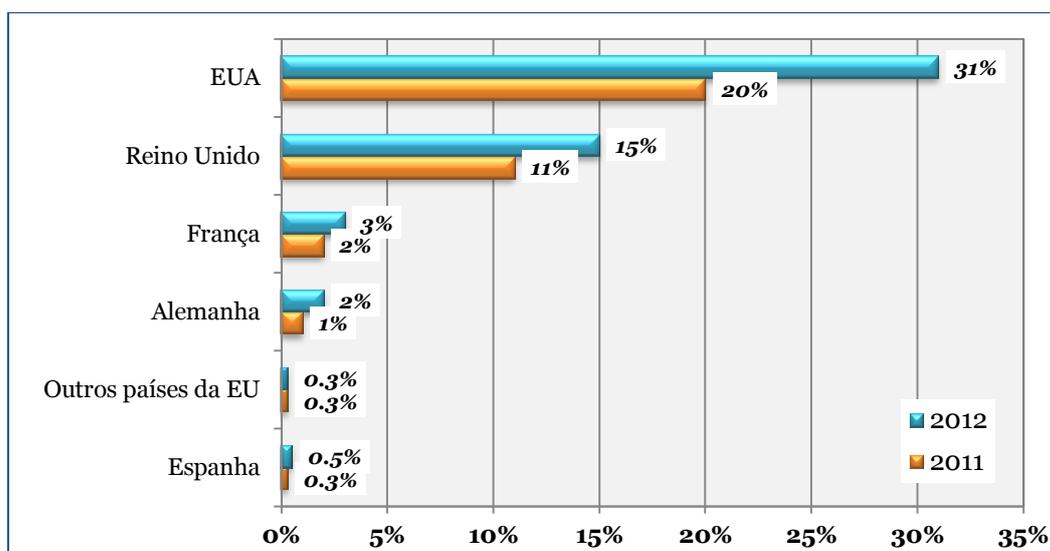
	2010	2011	Aumento de
Títulos editados em 2011	11.748	40.328	243,3%
Títulos digitalizados do fundo do catálogo	25.927	81.169	213,1%
Títulos comercializados em formato digital	25.567	52.005	103,4%
Faturação em venda de livros em formato digital (em milhões de euros)	70,50	72,58	2,9%

Fonte: CONECTA, 2012

6.3. EUA

Não poderíamos abordar o mercado mundial de *eBooks* sem mencionarmos o líder nesta matéria. Os Estados Unidos da América contam com um mercado firme e com sustentabilidade suficiente para se assumir como mais poderoso do que o tradicional já na próxima década. Nos primeiros 11 meses de 2011 as vendas de *eBooks* nos EUA aumentaram 123,4% comparado com o mesmo período do ano anterior, representando uma quota de mercado de quase 20%, muito mais do que os anteriores 9%. Nesse ano, o país tinha cerca de 1,7 milhões de *eBooks* disponíveis ao público. Em 2012 voltou a registar-se um aumento acentuado, com o *eBook* a atingir uma quota de 31% do mercado livreiro. No gráfico seguinte poderemos verificar isso mesmo, além de vermos o reforço do domínio dos EUA em relação aos outros países:

Gráfico 6 - Vendas de *eBooks* em comparação com o mercado global livreiro



Fonte: ENDERS ANALYSIS, 2012

Poder-se-ia dizer muito acerca do mercado digital neste país, mas tudo o que se escreveu atrás sobre a evolução do *eBook*, desde o projecto Gutenberg até aos dias de hoje, incluindo a chegada da Amazon e dos *eReaders* (e, posteriormente, os *tablets*), aplica-se apenas e só aos Estados Unidos da América, pois foi lá que tudo se iniciou e deu os primeiros passos. Desde o início que registaram progressos significativos e constantes e, mesmo hoje, os números continuam a ser muito animadores. A Simon & Schuster, uma das maiores editoras norte-americanas, refere que, no segundo trimestre de 2013, 29% das receitas dizem respeito à venda de *eBooks*. Mas foi também em 2013 que se viram os primeiros sinais de abrandamento do mercado: nos primeiros seis meses do ano os 731,4 milhões de dólares em volume de vendas mostram uma queda nas receitas de 3,6% (HOFFELDER, 2013).

No entanto, só o facto de a Amazon vender, desde 2012, mais *eBooks* para o Kindle do que livros impressos dá a entender que este produto está bem consolidado e em pouco tempo vai dominar o mercado livreiro no país. A consultora PwC previu que, em 2017, o mercado dos *eBooks* nos Estados Unidos será maior do que o mercado de livros impressos (Owen, 2013).

6.4. Portugal

Como dissemos anteriormente, o mercado de *eBooks* em Portugal ainda é reduzido e não há ainda dados concretos sobre ele, o que em muito dificulta uma análise objetiva e fiável. O estudo de José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos *Edição e comercialização de livros em Portugal: empresas, volume de negócios e emprego (2000-2008)*, de 2010, é muito interessante mas apresenta resultados que poderão estar desatualizados no presente momento (os mais recentes são de 2008) e, além disso, não se concentra no livro eletrónico, que é o que nos interessa neste trabalho. Seria interessante que fosse feito um estudo semelhante pelas entidades competentes e que abordasse os dois tipos de formato do livro, para se ter uma ideia da evolução da edição e das vendas do *eBook*.

Segundo a Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas, a editora Centro Atlântico foi a primeira, em Portugal a editar *eBooks*, em 1999 (PORTUGAL, 2014). Mas, como se pode ver na reportagem de Cruz (2011), em 2011 as editoras portuguesas tinham poucos *eBooks* em catálogo. Isto revela o grande atraso de Portugal a este nível porque, nos países digitalmente mais avançados, esse foi já um ano de confirmação do formato. A reportagem referida mostra que o grupo Leya, que integrava 17 editoras, era o *player* mais destacado na venda de *eBooks*, mas contava apenas com cerca de 200 obras em catálogo.

6.5. Brasil

O mercado brasileiro começou a desenvolver-se muito lentamente, mas tem vindo a registar resultados bastante interessantes. Estima-se que em 2013 havia já cerca de 9,5 milhões de leitores de *eBooks* neste país (SANTI, 2013).

Para as editoras, no início, era um risco muito elevado e, conseqüentemente, não estavam interessadas em vender para pequenas livrarias. Apenas a Xeriph, a primeira distribuidora e agregadora de livros digitais no Brasil, o fazia. Essas pequenas livrarias não conseguem suportar os custos elevados que um serviço de *e-commerce* exige (técnicos e tecnologia). Para se ligarem ao sistema da Xeriph as livrarias teriam que pagar à distribuidora 750 reais por mês, sendo que ficavam com uma parcela de 45% a 50% das

vendas. Isto significa que uma livraria teria que faturar 1500 reais por mês, o equivalente a 50 *eBooks* a 30 reais cada um, apenas para pagar o custo de ligação. Para quem tem uma base de clientes pequena o risco é muito grande (MELO e TAVARES, 2013).

No ano de 2012 deu-se o *boom* do mercado brasileiro: de fevereiro a agosto de 2012 foram colocados à venda mais de 5 mil novos *eBooks*, chegando aos 16 mil títulos (um aumento de quase 50%). As 10 maiores editoras ofereciam 1/3 dos *eBooks* em português; quase 30 ofereciam mais de 100 *eBooks* para venda (60% do total); por outro lado, mais de 150 editoras oferecem menos de 15 *eBooks* (6,7% do total). Quase uma centena delas oferecia menos de 5 *eBooks*, o que significa que havia ainda um longo caminho a percorrer. Em número de compradores, o Brasil alcançou o 3º lugar a nível mundial, com 15 milhões de compradores até fevereiro de 2012, apenas atrás dos Estados Unidos da América (57 milhões) e da Índia (25 milhões). Mercados aparentemente mais fortes, como o britânico ou o coreano foram ultrapassados pelo brasileiro.

No gráfico abaixo poderá ver-se a evolução da venda dos *eBooks* no Brasil durante todo o ano de 2012:

Gráfico 7 - Venda de *eBooks* no Brasil em 2012



Fonte: MELO, 2013

A razão mais plausível para o crescimento abrupto da venda de *eBooks* em dezembro de 2012 é o facto de este ter sido o primeiro mês em que a Amazon começou a vender no Brasil, com uma oferta inicial de 1,4 milhão de livros digitais, 13 mil deles em português. O crescimento continuou ainda no ano seguinte, tendo o Brasil alcançado o 10º lugar mundial dos maiores catálogos de livros digitais, com 11 mil publicações em português.

7. Considerações finais

As incertezas acerca do futuro do *eBook* e do seu mercado são ainda muitas. Este artigo constitui uma contribuição, em grande parte, para a percepção o mais aproximada possível da realidade atual que as editoras têm que enfrentar. Permite-nos tirar conclusões interessantes, algumas delas já esperadas:

- O *eBook* é o futuro da indústria livreira. É certo que a evolução para um modelo de negócio digital nos livros surgiu muito depois de outras indústrias, como a fonográfica ou a cinematográfica, mas hoje pode dizer-se que crescimento do *eBook* é inevitável, será impossível que ele não ocupe uma larga fatia do mercado nos próximos anos. Hoje, nos mercados mais fortes como são o britânico e o norte-americano, assiste-se já a uma presença bem vincada do digital, com cerca de 20% dos adultos em cada país a ter feito já o *download* de pelo menos um *e-book*. Uma previsão da PwC diz mesmo, como vimos atrás, que em 2017, nos Estados Unidos, o mercado de *e-books* irá ultrapassar o de livros impressos (OWEN, 2013);
- Apesar de as inúmeras vantagens elencadas ao longo do texto, a verdade é que os sucessivos avanços tecnológicos podem prejudicar a fixação plena do *eBook* nos tempos mais próximos em alguns mercados. Enquanto que o livro impresso teve (e tem) uma durabilidade como formato de vários séculos, com a tecnologia não sabemos com o que podemos contar: as ferramentas que usamos hoje, amanhã poderão estar obsoletas;
- O mercado português revela ainda uma certa desconfiança em relação ao *eBook*. Se podemos considerar este aspeto como algo normal resultante de sermos um mercado reduzido e de a grande parte das editoras serem de pequena/média dimensão, a verdade é que torna-se um pouco preocupante quando outros países têm já uma aposta consolidada e uma estratégia delineada para o digital. O facto de não haver qualquer estudo acerca desta realidade emergente demonstra essa mesma desconfiança.

Arriscamos afirmar que é bastante improvável que, nas próximas décadas, o *eBook* venha a substituir em definitivo o livro impresso. É certo que devido à evolução tecnológica galopante a que temos assistido, o mercado livreiro está, neste momento, em busca de novos públicos e modelos de negócio, parecendo apostar cada vez mais na valorização do conteúdo através de um suporte eletrónico, contudo, como diz Faustino (2011), “uma tecnologia nova nem sempre substitui uma tecnologia menos recente; a página impressa ainda não está a ponto de desaparecer”.

Referências

ABRAM, Stephen

2014 *The Ebook market in 2013*. Ontario: Stephen's Lighthouse, 2014. [Em linha]. [Consult. 10 mar. 2014]. Disponível em:

<http://stephenslighthouse.com/2014/02/01/the-uk-e-book-market-in-2013>.

AMAZON

2015a *Inferno [Hardcover]*. Seattle: Amazon, 2015. [Em linha]. [Consult. 3 mar. 2015]. Disponível em: http://www.amazon.co.uk/Inferno-Dan-Brown/dp/0593072499/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1389329334&sr=8-1&keywords=inferno.

AMAZON

2015b *Kindle*. Seattle: Amazon, 2015. [Em linha]. [Consult. 3 mar. 2015]. Disponível em: http://www.amazon.co.uk/gp/product/BookDRUCJY/ref=sv_kinc_o.

BEAR, Jaci Howard

2013 *PDF: definition of PDF: what is a PDF*. [S. l.]: About.com, 2013. [Em linha]. [Consult. 4 out. 2013]. Disponível em: <http://desktoppub.about.com/od/electronicpublishing/g/pdf.htm>.

BING, Jonathan

2000 *King leaves e-legacy; Stine's 'room' booms*. New York: Variety, 2000. [Em linha]. [Consult. 5 out. 2013]. Disponível em: <http://variety.com/2000/voices/columns/king-leaves-e-legacy-stine-s-room-booms-1117784493>.

BOOKS ARE GIFTS

2010 *Home*. [S. l.]: Books Are Gifts, 2010. [Em linha]. [Consult. 7 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.booksaregreatgifts.com>.

BUFREM, Leilah Santiago; SILVA, Giana Mara Seniski

2001 Livro electrónico: a evolução de uma ideia. In *XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação*. Campo Grande: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2001. [Em linha]. [Consult. 7 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP4BUFREM.pdf>.

BURY, Liz

2013 *Ebooks and discounts drive 98 publishers out of business*. London: The Guardian, 2013. [Em linha]. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.theguardian.com/books/2013/nov/04/ebooks-discounts-98-publishers-closure>.

CAMPBELL, Lisa

2013 *Amazon has 79% of e-Book market in UK*. [S. l.]: The Bookseller, 2013. [Em linha]. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.thebookseller.com/news/amazon-has-79-e-book-market-uk.html>.

CARLSON, Nicholas

2009 *Printing the NYT costs twice as much as sending every subscriber a free kindle*. New York: Business Insider, 2009. [Em linha]. [Consult. 3 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/2009/1/printing-the-nyt-costs-twice-as-much-as-sending-every-subscriber-a-free-kindle>.

CARRENHO, Paulo

2012 *15 tendências que nenhum editor brasileiro – especialmente você – pode ignorar*. [Em linha]. Brasil: Publishnews, 2012. [Consult. 12 Mar. 2014]. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/carrenho/15-tendencias-que-nenhum-editor-brasileiro-pode-ignorar>.

CLARKE, Roger

2001 *Stephen King and e-publishing*. Canberra: Australian National University, 2001. [Em linha]. [Consult. 4 out. 2013]. Disponível em: <http://www.rogerclarke.com/EC/KingEP.html>.

CONECTA

2012 *Comercio interior del libro en España 2011: avance de resultados*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2012. [Em linha]. [Consult. 10 mar. 2014]. Disponível em: http://www.federacioneditores.org/o_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2011.pdf.

CRUZ, Vanessa

2011 *Livros digitais: e se a moda pegar?* Lisboa: TVI24, 2011. [Em linha]. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.tvi24.iol.pt/media-e-comunicacoes/e-books-livros-livros-digitais-tablets-e-readers-agencia-financeira/1228457-5239.html>.

EMARKETER

2014a *Rising ebook sales prop up UK's overall book market*. [S. l.]: eMarketer, 2014. [Em linha]. [Consult. 10 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.emarketer.com/Article/Rising-Ebook-Sales-Prop-Up-UKs-Overall-Book-Market/1009891>.

EMARKETER

2014b *UK book sales move online, even as ebooks stall*. [S. l.]: eMarketer, 2014. [Em linha]. [Consult. 10 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.emarketer.com/Article/UK-Book-Sales-Move-Online-Even-Ebooks-Stall/1009770>.

ENDERS ANALYSIS

2012 *Digital Europe: diversity and opportunity*. [S. l.]: Enders Analysis, 2012. [Em linha]. [Consult. 20 jan. 2014]. Disponível em: https://www.letsgoconnected.eu/fileadmin/Events/Brussels_2012/Studys/Lets_go_connected_Brussels_090512_FINAL_REPORT.pdf.

EVANS, Peter

1998 *A Brief survey of current technologies*. [S. l.]: Bibliotech Review, 1998. [Em linha]. [Consult. 11 dez. 2013]. Disponível em: http://www.bibliotech.com/BTR999/January_99/e-book_technology.html.

FAUSTINO, Paulo

2011 *Estratégias, marketing, concentração e tendências de modelos de negócio nas editoras de livros. Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*. 8 (2011) 19-68.

FERRARA, Darla

2013 *A Look at electronic publication (EPUB): how does XML fit into world of e-publishing*. [S. l.]: About.com, 2013. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://webdesign.about.com/od/epub/a/look-at-epub.htm>.

GONÇALVES, José Fernando

2010 *Gestão de aprovisionamentos*. 2ª ed. Porto: Publindústria, 2010.

GUIDINGTECH

2014 *GT explains: what is the difference between EPUB, MOBI, AZW and PDF ebook formats?* [S. l.]: GuidingTech, 2014. [Em linha]. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível

em: <http://www.guidingtech.com/9661/difference-between-epub-mobi-azw-pdf-ebook-formats/>.

HIDALGO, Jason

2013 *EPUB definition: what is EPUB?* [S. l.]: About.com, 2013. [Em linha]. [Consult. 10 mar. 2014]. Disponível em: <http://portables.about.com/od/ebookreasers/f/What-Is-Epub.htm>.

HOFFELDER, Nate

2013 *eBook sales down almost 4% in the first half of 2013: AAP reports*. [S. l.]: The Digital Reader, 2013. [Em linha]. Disponível em: <http://www.the-digital-reader.com/2013/09/19/ebook-sales-almost-4-first-half-2013-aap-reports/#.UzX4yoUglKh>

HOFFELDER, Nate

2014 *UK ebook market grew by 20% in 2013*. [S. l.]: The Digital Reader, 2014. [Em linha]. [Consult. 21 mar 2013]. Disponível em: <http://www.the-digital-reader.com/?p=65228>.

INTERNATIONAL DIGITAL PUBLISHING FORUM

2011 *EPUB 3 overview: recommended specification*. [S. l.]: International Digital Publishing Forum, 2011. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.idpf.org/epub/30/spec/epub30-overview.html>.

JOHNSON, Steven

2013 *Why no one clicked on the great hypertext story*. New York: Wired Magazine, 2013. [Em linha]. [Consult. 2 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.wired.com/magazine/2013/04/hypertext>.

JORNAL DA TARDE

2012 *Música digital já vende mais do que CDs nos EUA*. São Paulo: Jornal da Tarde, 2012. [Em linha]. [Consult. 22 mar. 2015]. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/musica-digital-ja-vende-mais-do-que-cds-nos-eua/>.

LEE, Sungjoon

2013 An Integrated adoption model for e-books in a mobile environment: evidence from South Korea. *Telematics and Informatics* 30:2 (2013) 165–176. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S073658531200007X>.

MACARTHUR, Brian

2009 *Bestselling authors of the decade*. London: Daily Telegraph, 2009. [Em linha]. [Consult. 10 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/6866648/Bestselling-authors-of-the-decade.html>.

MASHABLE

2014 *Amazon kindle*. [S. l.]: Mashable, 2014. [Em linha]. [Consult. 7 jan. 2014]. Disponível em: <http://mashable.com/category/amazon-kindle>.

MELO, Eduardo

2013 *Ebooks no Brasil: faturamento de R\$ 3.85 milhões em 2012*. [S. l.]: Revolução eBook, 2013. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://revolucaoebook.com.br/ebooks-brasil-faturamento-3-85-milhoes-2012/>.

MELO, Eduardo; TAVARES, José Fernando, org.

2013 *O Mercado de ebooks no Brasil*. São Paulo: Simplíssimo Livros, 2013. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.kulturklik.euskadi.net/wp-content/uploads/2013/04/O-mercado-de-eBooks-no-Brasil-Eduardo-Melo2.pdf>.

NETO, Leonardo

2014 *MEC dá diretrizes para livros didáticos e cria polêmica*. [S. l.]: Publishnews, 2014. [Em linha]. [Consult. 15 fev. 2014]. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=75719>.

OWEN, Laura Hazard

2013 *PwC: the U.S. consumer ebook market will be bigger than the print book market by 2017*. [S. l.]: GigaOM, 2013. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível em: <http://paidcontent.org/2013/06/04/pwc-the-u-s-consumer-ebook-market-will-be-bigger-than-the-print-book-market-by-2017>.

PACHECO, Máximo

2008 O Crescimento do consumo de papel. In *330 Forum Anave*. São Paulo, 2008. [Em linha]. [Consult. 7 jan. 2014]. Disponível em: http://www.anave.org.br/forum_crise/10h55_Maximo_Pacheco.pdf.

PC MAGAZINE

2013 *Definition of: rocket ebook*. [S. l.]: PC Magazine, 2013. [Em linha]. [Consult. 7 nov. 2013]. Disponível em: <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/50592/rocket-ebook>.

PINHEIRO, Carlos

2011 *História do ebook*. 2011. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/ladonordeste/histria-do-ebook>.

PORTUGAL. Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas

2014. *Edição*. Lisboa: DGLAB, 2014. [Em linha]. [Consult. 5 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/links/Paginas/Edi%C3%A7%C3%A3o.aspx#edi%C3%A7%C3%A3o%20online>.

PREPRESSURE

2013 *The History of PDF*. New York: Prepressure, 2013. [Em linha]. [Consult. 16 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.prepressure.com/pdf/basics/history>.

PROJECT GUTENBERG

2013 *Project Gutenberg*. 2013. [Em linha]. [Consult. 10 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.gutenberg.org>.

PUBLISHERS WEEKLY

2013 *The World's 60 largest book publishers, 2013*. [S. l.]: Publishers Weekly, 2013. [Em linha]. [Consult. 7 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/58211-the-global-60-the-world-s-largest-book-publishers-2013.html>.

ROSENFELD, Mark

2011 Computer vision syndrome: a review of ocular causes and potential treatments. *Ophthalmic and Physiological Optics*. 31:5 (2011) 502-515.

SANTI, Gustavo

2013 *O Mercado de e-books no Brasil: infográfico*. [S. l.]: E-Commerce Brasil, 2013. [Em linha]. [Consult. 20 mar. 2014]. Disponível em: <http://www.ecommercebrasil.com.br/eblog/2013/05/06/o-mercado-de-e-books-no-brasil-infografico>.

THE VERGE

2012 *Amazon kindle fire HD (7-Inch)*. New York: The Verge, 2012. [Em linha]. [Consult. 3 jan. 2014]. Disponível em: <http://www.theverge.com/products/kindle-fire-hd-7-inch/6097>.

WOOK

2015a *Inferno*. Ed. portuguesa. Porto: Wook, 2015. [Em linha]. [Consult. 3 mar. 2015]. Disponível em: <http://www.wook.pt/ficha/inferno-edicao-portuguesa/a/id/14952312>.

WOOK

2015b. *Inferno: ebook*. Porto: Wook, 2015. [Em linha]. [Consult. 3 mar. 2015]. Disponível em: <http://www.wook.pt/ficha/inferno/a/id/15076501>.

Pedro Coutinho | mci2023@fe.up.pt

Mestre em Ciência da Informação – Universidade do Porto, Faculdade de Engenharia e Faculdade de Letras

Olívia Pestana | opestana@letras.up.pt

Universidade do Porto, Faculdade de Letras / CETAC.MEDIA