

CEFAS ALVES MEIRA

**TABLETS (LEITORES DIGITAIS) E OS E-BOOKS. O LIVRO IMPRESSO
ESTÁ COM OS DIAS CONTADOS?**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica, com ênfase em Marketing.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora em 24/08/2011.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga

Belo Horizonte

2011



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Departamento de Ciências Administrativas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização e Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do(a) Senhor(a) **Cefas Alves Meira**, REGISTRO Nº **2009748586**. No dia 24/08/2011, às 19:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização e Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**TABLETS (LEITORES DIGITAIS) E OS E-BOOKS. O LIVRO IMPRESSO ESTÁ COM OS DIAS CONTADOS?**", requisito para a obtenção do **Título de Especialista**. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Ricardo Teixeira Veiga, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno(a) para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do(a) aluno(a). Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do(a) aluno(a) e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

() APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (PRAZO MÁXIMO de 60 SESENTA DIAS)

() NÃO APROVADO

O resultado final foi comunicado publicamente ao(a) aluno(a) pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 24/08/2011.

Prof. Ricardo Teixeira Veiga _____
(Orientador)

Prof. Marco Antônio Machado _____

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS - UFMG
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS - FACE
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO -
CEPEAD
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA – CEGE

TABLETS (LEITORES DIGITAIS) E OS E-BOOKS. O LIVRO IMPRESSO
ESTÁ COM OS DIAS CONTADOS?

Cefas Alves Meira
Orientador: Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga

Belo Horizonte
2011

RESUMO

O presente trabalho é uma breve análise sobre o impacto dos e-books (livros eletrônicos) no mercado editorial brasileiro. O surgimento de tecnologias que permitem a digitalização de conteúdos, e conseqüentemente, aumenta o acesso as informações, que passam a ser publicadas com mais rapidez, nos faz questionar sobre o destino das publicações impressas.

O lançamento de e-readers, como o Kindle e tablets, como o iPad aumentaram a divulgação de livros eletrônicos no país. Segundo um estudo realizado pela Bain & Company, no qual foram ouvidos 3.000 pessoas em seis países – EUA, Coreia do Sul, Reino Unido, Alemanha, Japão e França -, cerca de 25% dos livros vendidos nos maiores mercados consumidores do mundo serão em formato digital.

Frente a esse cenário, surge a discussão de como o mercado editorial brasileiro irá se adaptar a digitalização de conteúdo. Com isso, essa mostra que a mídia impressa, em especial, os livros ainda terão o seu espaço no mercado editorial, mesmo que reduzido em relação as inovações tecnológicas.

Palavras-chave: tecnologia, e-book, mercado editorial, mídia impressa, livros

ABSTRACT

This paper is a brief analysis of the impact of e-books (electronic books) in the Brazilian publishing market. The emergence of technologies that allow the scanning of content and, therefore, increases access to information, which gets published faster, makes us question about the future of printed publications.

The launch of e-readers such as Kindle and tablets, as the iPad increased spreading of electronic books in the country. According to a survey by Bain & Company, which were heard 3,000 people in six countries - USA, South Korea, UK, Germany, Japan and France - about 25% of books sold in major consumer markets in the world will be in digital format.

Facing this scenario, rises is discussion of how the Brazilian publishing market will adapt to scanned content. Thus, this shows that the print media, specially, the books will still have its place in the publishing market, even though small in relation to technological innovations.

Keywords: technology, e-book, publishing market, press media, books

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS.....	8
2.1. Objetivo geral	8
2.2. Objetivos específicos.....	8
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
3.1. Origem do livro	9
3.2. O livro no Brasil.....	10
3.3. Produção editorial no Brasil.....	12
3.4. Panorama atual da leitura no Brasil.....	14
3.5. O livro e o processo de comunicação	15
4. O ADVENTO DA INTERNET	18
4.1. A internet no Brasil	20
5. SURGIMENTO DOS E-BOOKS.....	22
5.1. O conceito de e-readers.....	22
5.2. O impacto dos livros eletrônicos no mercado.....	23
6. CONCLUSÃO	25
7. REFERÊNCIAS.....	27

1. INTRODUÇÃO

O mercado de livros sofreu poucas alterações desde o surgimento da imprensa, quando os livros passaram a ser impressos em grande escala e foram popularizados. Na primeira década do século XXI, no entanto, apareceram novas oportunidades e ameaças para o setor. O uso da internet difundiu-se entre a população e o avanço nos setores de informática e comunicação permitiu o advento dos livros eletrônicos. O *Kindle*, produto da empresa Amazon detentor da maior fatia do mercado de livros eletrônicos, surgiu em 2007 e, desde então, vem conquistando cada vez mais adeptos. O crescimento do mercado de livros eletrônicos nos faz refletir sobre o futuro dos livros de papel e, conseqüentemente, das editoras.

Estamos vivendo em um momento em que sustentabilidade e políticas ambientais são fortemente discutidas e aplicadas em todos os segmentos da indústria e comércio. Ao analisarmos a quantidade de árvores que são destruídas para a obtenção do papel e, conseqüentemente, para a fabricação de livros, percebemos que algo precisa ser feito para mudar esse cenário. Nesse contexto, destaca-se como ecologicamente correto o surgimento dos livros eletrônicos, os quais permitem a mesma leitura, mas de uma forma identificada com a sustentabilidade, com a preservação ambiental.

O avanço tecnológico surge, então, como mola propulsora para a substituição dos livros de papel pelos livros eletrônicos, nascendo os e-readers - *tablets*, *smartphones*, entre outros. São aparelhos muito requisitados pela população, sobretudo os adolescentes e jovens, a chamada geração Y, que já nasceram no ambiente digital. A cada dia esses aparelhos vêm conquistando mais espaço, sendo utilizados por todas as faixas etárias tanto para a leitura de jornais quanto para a de obras literárias.

Contribuindo também para o aumento da preferência pelos livros eletrônicos, podemos apontar a praticidade dos mesmos (muito mais leves que os livros de papel – pode-se carregar mais de uma obra em um único aparelho); agilidade para acesso às obras (fácil realização de downloads, não sendo necessária a ida até uma livraria ou aguardar o livro chegar por correio); e o custo reduzido, comparado aos livros tradicionais.

Porém, a aceitação dos livros eletrônicos também sofre algumas barreiras. É exacerbado o tradicionalismo de alguns grupos de pessoas, que insistem em acreditar que o livro de papel jamais conseguirá ser substituído por uma ferramenta eletrônica no Brasil. Outro fator que atrasa um pouco essa novidade em nosso país é a dificuldade que a maior parte da população tem em adquirir esse aparelho, tanto pelas condições financeiras da população, como pelo analfabetismo tecnológico.

Por fim, não podemos deixar de ressaltar que, mesmo com muita aceitação ou não dos consumidores, a proposta do livro eletrônico sofrerá algumas barreiras naturais, como a dificuldade de construir um acervo tão rico quanto o acervo de obras literárias impressas.

A partir dos pontos apresentados anteriormente iniciamos uma análise sobre o futuro das editoras de livros no mercado editorial brasileiro, as quais, de alguma forma, terão que se adaptar às mudanças e avanços tecnológicos.

No caso do Brasil, o país tem passado por um momento de crescimento econômico nos últimos anos. Políticas de inclusão social e fatores externos, como as crises econômicas que se abateram sobre os Estados Unidos e Europa a partir de 2008, têm contribuído para fortalecer nossa economia, nossa moeda e nosso mercado interno, embora penalizando o setor de exportações. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 32 milhões de brasileiros foram alçados à classe média no período do governo Lula (2003 - 2008). Isso revela uma grande tendência de aumento do consumo e uma excelente oportunidade para a indústria.

Esse cenário acompanha a atual expansão do mercado de *e-books*, uma vez que, atualmente, a *Amazon.com* vende mais livros eletrônicos do que livros impressos. Outras editoras e distribuidoras começam a se adaptar gradualmente à nova modalidade, à medida em que os consumidores aderem aos novos hábitos.

O mercado consumidor cresce impulsionado pelo desenvolvimento do país. O Brasil mantém a boa fase econômica e as políticas de distribuição de renda amenizam a desigualdade social. O mercado interno agora é a principal fonte de desenvolvimento do país e empresas estrangeiras (como a Amazon) e nacionais (a Positivo) disputam os leitores. A concorrência acirrada promove a melhoria contínua

da qualidade dos produtos e baixa os preços aos consumidores, o que atrai ainda mais leitores.

O Ministério da Educação, em conformidade com práticas já consolidadas em outros países, estimula a utilização dos livros e eletrônicos em todas as instituições públicas de ensino, visando à redução de custos, à inclusão digital e à preservação do meio ambiente. O combate à pirataria se intensifica no que diz respeito aos *e-books*. Novos formatos criptografados são desenvolvidos, inibindo a cópia e a distribuição de produtos ilegais.

Os autores têm seus direitos autorais preservados e apoiam a nova modalidade. Simultaneamente, o mercado brasileiro atrai várias empresas e a concorrência estimula a pesquisa e o aprimoramento dos leitores de livros eletrônicos. Os custos são reduzidos e os leitores beneficiados.

Os *e-books* consolidam-se como a forma mais popular de difusão de conhecimento e os *stakeholders* de maneira geral beneficiam-se com o novo conceito de livro. Ocorre uma revolução do conhecimento comparável à invenção da imprensa por Gutenberg no século XV.

Diante desse panorama, político, econômico e social, o eixo central deste trabalho é analisar se houve impacto na venda de livros no Brasil após o lançamento dos *e-books*.

2 . OBJETIVOS

1.2. Objetivo Geral

Verificar o impacto na venda de livros no Brasil após o lançamento dos *e-books*.

1.3. Objetivos Específicos

Averiguar a adesão dos consumidores aos *e-books*.

Verificar se o consumo de livros impressos está ameaçado devido à existência dos *e-books*;

3. REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão de literatura inicia-se pela origem do livro no mundo e no Brasil, ressaltando o princípio da produção editorial; passa pelo surgimento da internet e a sua chegada no Brasil e, por fim, faz um breve panorama sobre as novas tecnologias que envolvem o mercado editorial atual, como o uso de tablets, e-books e e-readers pelos leitores.

3.1. Origem do livro

Os livros impressos surgiram concomitantemente com a nossa própria sociedade moderna, com registros que superam 4 mil anos. O suporte para o registro da história e conhecimentos humanos variou ao longo dos séculos. Os sumérios, por exemplo, guardavam suas informações em tijolo de barro. Já os indianos faziam seus livros em folhas de palmeiras. Os maias e os astecas, antes do descobrimento das Américas, escreviam os livros em um material macio existente entre a casca das árvores e a madeira. Os romanos escreviam em tábuas de madeira cobertas com cera (CALDEIRA, 2002).

Os egípcios desenvolveram a tecnologia do papiro, uma planta encontrada às margens do rio Nilo, suas fibras unidas em tiras serviam como superfície resistente para a escrita hieróglifa. Os rolos com os manuscritos chegavam a 20 metros de comprimento. O desenvolvimento do papiro deu-se em 2200 a.C e a palavra papyrus, em latim, deu origem a palavra papel.

Nesse processo de evolução surgiu o pergaminho feito geralmente da pele de carneiro, que tornava os manuscritos enormes, e para cada livro era necessária a morte de vários animais.

No início do século 2, na China, surgiu o papel. Feito a partir do córtex de plantas, tecidos velhos e fragmentos de rede de pesca sua produção baseava-se no cozimento de fibras do líber - casca interior de certas árvores e arbustos -

estendidas por martelos de madeira até se formar uma fina camada de fibras. Posteriormente, as fibras eram misturadas com água em uma caixa de madeira até se transformar numa pasta. Mas a invenção levou muito tempo até chegar ao Ocidente.

Segundo Caldeira (2002) o papel é um dos suportes mais importantes para a divulgação de informações. Dados históricos mostram que o papel foi muito difundido entre os árabes, e que foram eles os responsáveis pela instalação da primeira fábrica de papel na cidade de Játiva, Espanha, em 1150 após a invasão da Península Ibérica.

No final da Idade Média, a importância do papel cresceu com a expansão do comércio europeu e tornou-se produto essencial para a administração pública e para a divulgação literária.

Apesar dos registros, a concepção de livro da forma que conhecemos se consolidou a partir do século XV com o surgimento da imprensa de Gutenberg. Ele inventou o processo de impressão com caracteres móveis, denominado tipografia. De acordo com Caldeira (2002) em 1442, foi impresso o primeiro exemplar em uma prensa. Em 1448, na Alemanha, Gutenberg volta à sua cidade natal e dá início a uma sociedade comercial com Johann Fust, fundando a 'Fábrica de Livros' - nome original Werk der Buchei. Entre as produções está a conhecida Bíblia de Gutenberg de 42 linhas.

A partir do século XIX, aumenta a oferta de papel para impressão de livros e jornais, além das inovações tecnológicas no processo de fabricação. O papel passa a ser feito de forma mecânica e deixa de ser artigo de luxo, tornando-se mais barato. Dessa forma, foi possível a propagação das técnicas de impressão e, conseqüentemente, dos livros para todo o globo, chegando até o Brasil.

3.2. O livro no Brasil

Segundo Carvalho (1908), a primeira tentativa efetiva de introduzir a tipografia no Brasil foi feita pelos holandeses, durante o período em que ocuparam o nordeste brasileiro, entre 1630 e 1650. Cerca de 60 anos depois, Recife teve a primeira impressora do Brasil.

Em contrapartida, Serafim Leite (2004), relata que a impressora funcionou de 1703 a 1706, e defende que o tipógrafo era um jesuíta, Antônio da Costa, mas não há nenhuma prova, entretanto, da existência de tal impressora.

No Rio de Janeiro, em 1747, há provas definitivas de ter havido uma impressora, por meio de folhetos impressos na época. O tipógrafo era Antônio Isidoro da Fonseca, reconhecido tipógrafo de Lisboa, que vendera lá seu negócio e viera para o Brasil.

Segundo Hallewell (1985), a proibição de Portugal para a impressão no Brasil foi o fator que fez com que todos os originais brasileiros passassem a ser publicados na Europa ou a permanecer na forma de manuscritos. Há vários trabalhos escritos por brasileiros e impressos, na época, em Portugal, entre eles as poesias de Cláudio Manoel da Costa, trabalhos de José de Santa Rita Durão, José Basílio da Gama (autor de “Uruguai”, de 1769), Tomás Antônio Gonzaga (cuja obra Marília de Dirceu teve quatro edições em Lisboa entre 1792 e 1800).

Ainda, de acordo com o autor, em 1792, havia apenas duas livrarias no Rio de Janeiro, e possivelmente uma das duas era de Paul Martim, natural de Tours e o primeiro livreiro carioca. Os livros oferecidos eram, geralmente, de medicina ou religião, e a sua maior parte chegava ao Brasil por meio de contrabando.

Hallewell (1985) afirma que o aumento na circulação de livros no país aconteceu em 1808, quando a família real, por pressão da invasão napoleônica, transferiu-se para o Brasil e trouxe consigo 60 mil volumes da Biblioteca Real. Instalados na nova capital, Rio de Janeiro, Dom João VI e seus ministros criaram, entre os demais empreendimentos, a Biblioteca Real, atual Biblioteca Nacional, criada em 1810.

A mudança da corte para as terras brasileiras trouxe impactos para o mercado editorial. O número de livrarias cresceu: de duas existentes em 1808 (as de Paulo Martim e Manuel Jorge da Silva), passaram para cinco em 1809 (além das anteriores, somaram-se a de Francisco Luiz Saturnino da Veiga, Manuel Mandillo — que após 1814 associou-se a José Norges de Pinho — e João Roberto Bourgeois); sete em 1812 (além das anteriores, Manuel Joaquim da Silva Porto — que em 1815 associou-se a Pedro Antônio de Campos Bellos — e José Antônio da Silva); 12 em 1816 (além das anteriores, Fernando José Pinheiro, Jerônimo Gonçalves Guimarães, Francisco José Nicolau Mandillo, João Batista dos Santos), e em 1818,

mais três (Antônio Joaquim da Silva Garcez, João Lopes de Oliveira Guimarães e Manuel Monteiro Trindade Coelho).

De acordo com Hallewell (1985), a primeira impressão de livro em Minas Gerais aconteceu em Vila Rica (atual Ouro Preto), em 1807, antes do surgimento da Imprensa Régia. O governador da época, Athayde de Mello, futuro Conde de Condeixa, ficou tão satisfeito com um poema feito em sua honra por Diogo de Vasconcelos, que desejou vê-lo impresso. Tal impressão foi feita pelo padre José Joaquim Viegas de Menezes, em uma pequena prensa para fins domésticos. Associado ao português Manuel José Barbosa Pimenta e Sal, aos poucos foram criando a “Typographia Patriota de Barbosa & Cia”, que ficou pronta em 1821.

3.3. Produção editorial no Brasil

A produção editorial teve início em fevereiro de 1821. Tal acontecimento deve-se ao fato da nova constituição portuguesa criada nesse período, que aboliu a censura prévia, medida que proibia a impressão e publicação de livros no Brasil. Com a revogação dessa lei, as publicações aumentaram, principalmente, sobre as que discutiam questões políticas. Outra medida, segundo Hallewell (1985), que intensificou a publicação no Brasil foi a extinção do monopólio da impressão feito pelo governo. Além disso, em 1821, foi permitida a instalação da “Nova Officina Typographica”, de propriedade particular, seguida pela “Typographia de Moreira e Garcez”, no Rio de Janeiro. Nesse período, já existiam no país, cerca de sete estabelecimentos tipográficos. Mediante a quantidade de tipografias, houve um aumento do número de livrarias no Rio de Janeiro. A cidade predominou o mercado editorial brasileiro de 1840 até 1880.

Apesar de vários estados brasileiros, como o Rio de Janeiro, São Paulo e Recife, já realizarem impressões e publicarem alguns livros, até a Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918), os livros brasileiros eram impressos, em sua maioria, na Europa. A Editora Garnier, utilizada por Machado de Assis e quase todos os acadêmicos, era francesa e matinha as suas oficinas em seu país de origem. As editoras e livrarias brasileiras dedicavam-se mais aos livros didáticos.

A situação do mercado editorial brasileiro se consolidou por meio da iniciativa do escritor Monteiro Lobato. O autor imprimiu por conta própria, nas oficinas do jornal “O Estado de São Paulo”, seu livro *Urupês*, e verificou que, na época, o Brasil contava com apenas 30 livrarias capazes de receber e vender livros. Dessa forma, escreveu para todos os agentes postais do Brasil, (1300 ao todo), solicitando nomes e endereços de bancas de jornais, papelarias, armazéns e farmácias interessadas em vender livros. “Quase 100% dos agentes postais responderam, proporcionando uma rede de quase dois mil distribuidores espalhados pelo país. Lobato começou a publicar obras de seus amigos e de escritores iniciantes”. (HALLEWELL, 1985, p. 33).

Dessa maneira, surgiu a Cia. Gráfico-Editora dirigida por Monteiro Lobato. No entanto, a editora não durou muito tempo e Octalles Marcondes Ferreira (1899-1972), que fora auxiliar de Lobato e, posteriormente, se tornara seu sócio, o incentivou a abrir outra editora. Com isso, em novembro de 1925, criou-se a Companhia Editora Nacional, que publicou uma versão, supervisionada por Lobato, do primeiro livro escrito no Brasil no século XVI, o relato de Hans Staden, “*Meu Cativo Entre os Selvagens Brasileiros*”, com a tiragem de 5 mil exemplares.

Com o *crash* de outubro de 1929, em Nova York, nos Estados Unidos, que atingiu o mercado financeiro brasileiro, Lobato precisou vender a Octalles, desfazendo-se de suas ações da editora, e passou a contribuir apenas como autor e tradutor das obras publicadas pela editora, que com o cenário econômico desfavorável, começou a investir títulos educacionais.

Na década de 30 do século passado, o mercado editorial brasileiro se desenvolveu pouco. Em 1931, com o aparecimento do Departamento Oficial de Propaganda, idealizado por Getúlio Vargas, puniu editoras; perseguiu escritores, como Jorge Amado e confiscou várias edições de livros que poderiam prejudicar a sua imagem de governista. Reorganizado em 1934, como Departamento Nacional de Propaganda e Difusão Cultural, o órgão foi substituído em dezembro de 1939 pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), cujo objetivo foi controlar a informação e a produção cultural do país. Além da leitura adulta, o governo controlava também a leitura infantil: criou a Comissão Nacional do Livro Escolar, que escolhia os livros a serem adotados nas escolas. Apenas em 1945, que a censura a

produção editorial do Brasil terminou. Tal ato foi realizado por José Américo de Almeida.

Ainda na década de 50, em decorrência das políticas governamentais de censura e economia, o mercado editorial brasileiro passava por um período difícil.

Foi com o Plano de Metas, que buscava o desenvolvimento brasileiro a partir de relações com os Estados Unidos, do então presidente da república, Juscelino Kubitschek, que o parque gráfico do país e a produção de livros se desenvolveram. Com o fim da taxa de câmbio favorável à sua importação, tornaram-se mais vantajosas as edições brasileiras. Tais políticas, aliadas aos subsídios à indústria do papel, elevaram a produção de livros no Brasil para 66 milhões de exemplares.

De acordo com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros, o crescimento do mercado editorial voltou a acontecer apenas nos anos 80 do século passado. Novas editoras surgiram e outras foram substituídas ou incorporadas a editoras já existentes. Editoras antigas sobreviveram, como a Editora Brasiliense e a Editora Vozes, a mais antiga ainda atuante do Brasil.

Novas editoras cresceram e diversificaram o cenário editorial nacional, como Editora Perspectiva (1965), Editora Nórdica (1970), Editora Cátedra (1970), Martin Claret (1970), Alfa-Ômega (1973), Editora Rocco (1975), Companhia das Letras (1986), entre outras. Dessa maneira, a circulação de livros e publicações se tornaram intensas no Brasil e o mercado editorial ficou mais consolidado. Com isso, podemos perceber que o número de leitores e o interesse por esse tipo de material cresceu no país.

3.4. Panorama atual da leitura no Brasil

O Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), a Câmara Brasileira do Livro (CBL), a Associação Brasileira de Editores de Livros (ABRELIVROS) e a Associação Brasileira de Celulose e Papel (BRACELPA) pesquisam os hábitos de leitura dos brasileiros e fornecem informações para o planejamento do mercado e das políticas públicas, e atualmente têm cerca de 659 editoras cadastradas.

Um levantamento da Associação Nacional de Livrarias (ANL), disponibilizado em 27 de julho de 2010, mostra que no país existem, atualmente 2.980 lojas — 11% a mais do que havia em 2006. A ANL aponta, porém, que os brasileiros leem apenas 1,9 livros por ano, o que fica aquém dos chamados países desenvolvidos. Pesquisa realizada em agosto de 2007 pela Associated Press/Ipsos revela que nos Estados Unidos a média de leitura entre a população é de 4 livros por ano. A França, um dos países com maior índice de leitores no mundo, a média de 11 títulos por ano para cada francês.

Voltando ao levantamento da ANL, a região Sudeste é a que tem o maior número de lojas; São Paulo, com 864 varejistas especializados em livros, tem mais que o dobro do 2º colocado, seguido pelo Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. O Paraná está em 5º lugar em número de livrarias.

A Bahia tem o maior número de livrarias na região Nordeste, sendo o sexto colocado no país, empatado com Santa Catarina.

3.5. O livro e o processo de comunicação

A ação comunicativa extensiva, entendida por Simeão e Miranda (2004) como norteadora da comunicação em rede, caracteriza a implosão da realidade atual com as tecnologias interativas, como a internet, marcadas também pela hipertextualidade e pela hipermediação.

Marshall McLuhan (1974) observa que da cultura oral, passou-se à escrita, marcada pela invenção da tipografia, que “confirmou e estendeu a nova tendência visual do conhecimento aplicado, dando origem ao primeiro bem de comércio uniformemente reproduzível, à primeira linha de montagem e à primeira produção em série”. (McLUHAN, 1977, p. 176).

A obra de McLuhan é essencial para a compreensão da evolução e das conseqüências dos meios de comunicação quanto ao seu papel de registrar e compartilhar o conhecimento. O autor afirma que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. Por sua vez, a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou

tecnologia introduz nas coisas humanas, concluindo assim, que “o meio é a mensagem” (McLUHAN, 1977, p. 23)

McLuhan (1974) divide os meios de comunicação em dois: os quentes e os frios. Segundo o autor, o meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em “alta definição” - entendendo-se por alta definição aquela que se refere a um estado de alta saturação de dados (McLUHAN, 1974, p. 38) -, como é o caso da fotografia e do rádio, que não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pelo receptor da mensagem.

Por sua vez, um meio frio, proporciona envolvimento em profundidade e expressão integral, como o telefone e a fala. Portanto, a forma quente exclui e a forma fria inclui. Isso porque, dentro do binômio quente-frio de McLuhan, a *web* é altamente inclusiva e interativa. Não deixa vácuos, lacunas na relação pessoa-máquina, e principalmente no envolvimento pessoa-máquina-outra pessoa. E com o sistema *skype*-câmera duas pessoas conversam, ignorando distâncias geográficas, como se estivessem frente a frente.

Assim, a internet pode ser entendida, a partir das deduções de McLuhan (1974), como um meio quente. É possível então perceber o ciberespaço como um aglutinador dos mais diversos meios, que se encontram em evolução rumo a uma inter-relação cada vez mais presente.

Do livro e jornais para os tablets. Nessa evolução do modo de se fazer leitura, vale lembrar o conceito de “limite de ruptura” de Kenneth Boulding, segundo o qual “o sistema subitamente se transforma em outro ou atravessa um ponto irreversível em seu processo dinâmico” (BOULDING *apud* McLUHAN, 1974, p. 56).

Exemplo disso foi, no final do século passado, a substituição da máquina de escrever pelo computador. Equipamento que, além de realizar a função de editoração de textos, incorporou várias outras funções antes dissociadas, como a da calculadora, a do papel carbono e a do mimeógrafo, trazendo novas funções, dentre as quais, a Internet.

Para se explicar a adesão e receptividade dos leitores digitais, McLuhan (1974) discorre sobre o mito grego Narciso e o narcisismo, destacando a questão da extensão de si mesmo pelo espelho. Para o autor, o que importa nesse mito é o fato

de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios, mergulhando-os num estado de entorpecimento. Seriam os tablets, os leitores digitais, entorpecedores?

McLuhan (1974) trata dos meios como tradutores, onde “tradução” é entendida como um desvendamento de formas do conhecimento. Portanto as tecnologias são meios de traduzir uma espécie de conhecimento para outra e a “mecanização”, uma tradução da natureza e de nossas próprias naturezas para formas ampliadas e especializadas. Nesse sentido, McLuhan (1974, p. 76), afirma que “Todos os meios são metáforas ativas em seu poder de traduzir a experiência em novas formas”, como foi o caso da palavra falada em relação à escrita.

Ler é armazenar experiências, frisa Julian Huxley (*apud* McLUHAN, 1974, p. 79). Ele analisa que as máquinas são metáforas do homem, num processo de transmissão e transformação de sua experiência. Nesse sentido, é latente a intenção do homem em tentar reproduzir nos computadores a função do sistema nervoso central quanto ao processamento das informações na construção do conhecimento. “Quando uma tecnologia de um determinado tempo implica num impulso poderoso numa direção, a sabedoria aconselha a opor-lhe um outro impulso” (Julian Huxley *apud* McLUHAN, p. 91).

Nesse quadro, McLuhan (1974, p. 94) sugere a reflexão quanto ao especialismo da indústria mecanizada e da organização do mercado que, segundo ele, “impôs ao homem ocidental [...] o desafio da manufatura pela *mono-fratura*, ou seja, a montagem de todas as coisas e operações peça por peça”.

Assim, “*O meio é a mensagem* significa, em termos da era eletrônica que já se criou um ambiente totalmente novo”, em que “o novo transforma seu predecessor em forma de arte” (McLuhan, 1974, p. 11-12). É assim que as tecnologias começam a desempenhar a função da arte, tornando-nos conscientes das conseqüências psíquicas e sociais desses meios (McLuhan, 1974, p. 12). Nesse sentido, cabe fazer uma breve revisão teórica sobre o surgimento da internet.

4. O advento da Internet

De acordo com Limeira (2003) o termo Internet é derivado da junção de duas palavras em inglês, *internacional network*, que significa rede internacional e designa a rede mundial pública de computadores interligados, por meio da qual são transmitidos dados e informações para qualquer usuário que esteja conectado a ela. Com essas características, a Internet tornou-se o primeiro meio de comunicação que permite a interação entre o cliente e a empresa a baixo custo e com agilidade.

A Internet, apesar de ser um meio midiático recente, cresce muito mais rapidamente que qualquer outra inovação que já tenha existido. O avanço da tecnologia com a ampliação da velocidade de transmissão, a chamada largura de banda, e a maior difusão de acesso, ajudará a ampliação da utilidade e do uso da Internet mundialmente. (LIMEIRA, 2003)

O embrião da internet surgiu em 1957, período de Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética. O departamento de Defesa (DoD) dos Estados Unidos criou a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) com o intuito de estabelecer a liderança norte-americana em ciência e tecnologia na área militar. A ARPA apoiou diversos projetos na área de informática, principalmente em assuntos relacionados a redes de computadores e sistemas operacionais.

Um desses projetos foi a criação de uma rede que pudesse conectar diferentes computadores distantes entre si, de forma que a informação, que antes trafegava em forma de pacotes separados e roteados (com uma rota obrigatoriamente predefinida) entre dois computadores, pudesse fluir independentemente da disponibilidade de qualquer ponto dessa rede, ou seja, caso algum ponto de rede estivesse desconectado, a rede não seria paralisada como um todo.

Essa rede iniciou sua operação em setembro de 1969 e foi chamada de ARPANET. O primeiro nó da rede foi o computador SDS Sigma 7 (da *Scientific Data Systems*, hoje Xerox), da Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), que se interligou posteriormente ao computador SDS 940, do Instituto de Pesquisas de Stanford (SRI), ao computador IBM 360/75 da Universidade da Califórnia em Santa Bárbara (UCSB) e, finalmente, ao computador DEC PDP-10 da Universidade de Utah.

A abrangência da internet, por permitir a troca de informações (organizadas em pacotes) em grande escala, exigiu o desenvolvimento de melhorias na tecnologia. Em 1969, a Bell Laboratories criou o UNIX, sistema operacional que permitia o acesso de computador a computador, com o objetivo de aumentar a capacidade de transmissão de informações. Porém, a demanda aumentou e em 1983 pesquisadores de Berkeley adaptaram ao UNIX o protocolo TCP/IP, que permitiu o uso dos computadores para codificar e decodificar pacotes de dados que eram transmitidos pela rede. Contudo, antes da invenção do protocolo TCP/IP, em 1978, Ward Christensen e Randy Suess criaram o *modem*, dispositivo que transfere programas de um microcomputador ao outro via telefone. Os *modems* intensificaram a conexão entre redes, o que desencadeou a invenção de mais uma tecnologia para estruturar a rede: a Usenet, um dos primeiros sistemas de conversa eletrônica em larga escala, criada em 1979. Por meio da Usenet foram realizados fórum de discussões *on-lines*.

Segundo Castells (1999), o surgimento da internet foi uma abordagem contracultural, pois os sistemas, como a UNIX, a Usenet foram distribuídos gratuitamente. Dessa forma, o sistema de rede se tornou horizontal, pois quem tivesse um pouco de conhecimento em tecnologia e um computador podia ter acesso a rede. O autor atribui a espontaneidade, a não-organização, a adesão e a diversificação da comunicação na rede a esse princípio de gratuidade que moldou a sua utilização. Outros aspectos, ainda na concepção de Castells (1999) que também contribuíram para o caráter liberal e global da rede foram o uso do computador pessoal, que estimulou a criação de sistemas de boletins informativos que circulavam na rede e a World Wide Web (Rede de Alcance Mundial ou WWW), que é uma rede flexível formada por redes dentro da internet onde qualquer tipo de instituição e de indivíduo pode criar conteúdo. A WWW permite a comunicação individualizada, porém interativa.

A comunicação global mediada por computadores (CMC) surgiu na década de 90 do século passado e o desenvolvimento permitiu a configuração de uma sociedade interativa. O autor aponta quatro características do sistema multimídia, decorrente da CMC: a diferenciação social e cultural, que é a segmentação dos usuários que recebem mensagens que correspondem aos seus interesses; a estratificação social entre os usuários, que aponta a condição econômica e a formação cultural do

indivíduo como fatores determinantes no uso da interação multimídia. Ou seja, o campo multimidiático terá dois tipos de populações: aquelas capazes de selecionar os seus circuitos multidirecionais de comunicação (interagentes) e aquelas que apenas recebem um número restrito de opções pré-empacotadas (receptoras de interação). Outra característica é a integração de todas as mensagens em um padrão cognitivo comum. Apesar da diversidade de temas e mensagens, e das pessoas poderem selecionar o conteúdo, a interatividade vai permitir uma integração entre as informações e opiniões. Por último, a construção de um novo ambiente simbólico, que faz da virtualidade a nossa realidade, pois a multimídia capta a maioria das expressões culturais, que conseguem dividir espaço no ambiente digital.

Com essas características da tecnologia da informação (nesse caso, os tablets, os e-books e os e-readers estão incluídos) e os processos sociais decorrentes dessa tecnologia, o tempo e o espaço estão sendo modificados. A comunicação mediada por computadores e o sistema multimídia eletronicamente integrado possibilita o diálogo em tempo real, a instantaneidade da informação e a união de indivíduos que possuem os mesmos interesses.

4.1. A internet no Brasil

Segundo Limeira (2003), até 1988 as universidades brasileiras se conectavam às redes internacionais de pesquisa utilizando a rede BITNET. Já em 1989, com o objetivo de implantar no Brasil uma rede de pesquisa que interligasse as principais universidades, órgãos governamentais e não-governamentais e instituições de pesquisa, o Ministério da Ciência e Tecnologia formou um grupo composto por representantes do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs), para discutir o tema. Como resultado, surgiu o projeto da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) que conta, atualmente, com o apoio do Comitê de Gestor da Internet e da Fapesp.

Quanto à penetração e ao uso da Internet, são muitas as estatísticas publicadas, apresentando números bastante díspares, dependendo do método usado para a estimativa e dos objetivos e interesses de cada organização promotora.

Segundo dados publicados pelo jornal Meio e Mensagem, no dia 19 de julho de 2010, referente a pesquisa realizada pelo IBOPE Nielsen Online, o Brasil possui 67,5 milhões de usuários de internet. Desse montante, 36,9 milhões são usuários ativos. A publicação revela também que a participação de usuários em comunidades virtuais chega a 32,4 milhões de pessoas. A matéria mostra ainda que 35,6 % dos usuários ativos já visitaram uma rede social.

5. Surgimento dos e- books

A disponibilização de livros eletrônicos por meios digitais não é um processo necessariamente recente. Desde 1971, Michael Hart desenvolveu o Projeto Gutenberg, no qual livros que já caíram em domínio público eram transformados para o formato ASCII. Hart, na época, era um estudante da universidade de Illinois, e teve acesso ilimitado ao computador da instituição. Ele acreditava que um dia os computadores estariam acessíveis ao público em geral e decidiu disponibilizar obras de literatura em formato eletrônico de graça.

Porém, os primeiros *e-books* só chegaram ao mercado em 1998. O leitor de *e-books*, como o Kindle e o Ipad, é um suporte digital em que o indivíduo tem a opção de ler uma obra ou imprimir de acordo com a sua necessidade através de um programa que possibilita a leitura no micro, *laptop*, *notebook* ou num *Reader Device*.

No Brasil, apenas em 2010 que os livros eletrônicos começaram a ser comercializados. Em março de 2010, a Livraria Cultura, uma das maiores do ramo no país, começou a comercializar livros também no formato eletrônico por meio de sua loja virtual. Na Livraria Saraiva, os e-books entraram no catálogo no dia 10 de junho de 2010. Ambas as empresas disponibilizaram as obras em arquivos PDF. Apesar de serem duas das maiores redes de livrarias, o volume de vendas de livros eletrônicos ainda é restrito e muito recente. O principal empecilho que a Livraria Cultura enfrenta é o mesmo de qualquer concorrente: a falta de livros nacionais. Com 110 mil títulos disponíveis na loja virtual, menos de mil são em português – e ainda assim, a maioria, traduções e obras de domínios públicos.

5.1. O conceito de e-readers

E-readers são, basicamente, pequenos aparelhos que têm como função principal mostrar em uma tela, para leitura, o conteúdo de livros digitais (e-books) e outros tipos de mídia digital. Lançado nos Estados Unidos em 2007, o Kindle, da Amazon foi o pioneiro nesse setor comercial. Com a evolução deste segmento, outras empresas desenvolveram projetos para entrar no mercado de leitores de livros eletrônicos. O iPad, dispositivo em formato de tablet produzido pela Apple Inc e lançado em 2010, é um aparelho que reúne as funções de computador, e-reader e

dispositivo de navegação na internet. O iPad atingiu mais de 7 milhões de unidades vendidas. Com a concorrência e consolidação deste mercado, acredita-se que em 15 anos tal produto vire uma ferramenta eletrônica comum, presente na maioria dos domicílios.

Um parâmetro também interessante de ponderar análises quantitativas é o número de pessoas com acessibilidade ao computador e Internet no país. Segundo o F/Nazca, somos 81,3 milhões de internautas brasileiros (a partir de 12 anos). Este número é essencial para avaliarmos a proporção do tamanho bruto de mercado que os livros digitais podem alcançar. Segundo o instituto Ibope Nielsen Online, de outubro de 2009 a outubro de 2010, o número de usuários ativos (que acessam a Internet regularmente) cresceu 13,2%, atingindo 41,7 milhões de pessoas. Somado às pessoas que possuem acesso no trabalho, o número salta para 51,8 milhões. 87 % dos internautas brasileiros entram na internet semanalmente.

5.2. O impacto dos livros eletrônicos no mercado

O mercado de livros eletrônicos tem sua consistência confirmada pela expansão que vem sofrendo nos meios digitais atualmente. A concorrência e a facilidade de acesso são fatores que consolidam um novo tipo de mercado. Os tablets estão disponíveis não somente em Ipads como também em celulares como Blackberry. Além disso, a Amazon já comercializa três vezes mais livros para o Kindle do que livros de capa dura. O mercado de livros eletrônicos cresceu, em 2010, 164%, chegando a negociar US\$ 441 milhões (ou R\$ 750 mi). Porém as editoras de livros ainda não estão combatendo esse mercado, pois os livros tradicionais ainda representam a maior parcela de venda da empresa Amazon, e a indústria de livros nos Estados Unidos ainda tira 90% de seu lucro da venda de impressos. Tais dados mostram a plausibilidade da continuidade de existência dos livros tradicionais mesmo daqui a 10 anos. Alguns livros como livros de arte, de viagens, de ilustrações, de cozinha e até inovações altamente criativas não terão tanta graça na versão eletrônica quanto na versão física.

Mesmo com a atualidade digital que atinge o mercado de livros, os escritores ainda continuam muito reticentes à nova tecnologia, já cientes da perene atração do livro tradicional. Mas outros já pensam nos lucros oferecidos pelas novas ferramentas,

como o jornal The New York Times, que informou que apesar da preocupação existente entre os editores sobre a economia do mundo do livro digital, o jornal pode oferecer aos autores um meio de ter maiores lucros com as suas publicações.

É evidente que as editoras de livros sofrerão um impacto econômico inicial, já que o mercado de livros eletrônicos surgirá como uma possibilidade inovadora, econômica e disponível para os consumidores de livros. Haverá um desenvolvimento e expansão tecnológica dos livros eletrônicos que irão atrair novos fornecedores e distribuidores especializados nesse mercado. Haverá também uma forte divulgação inicial, implantando nos consumidores uma necessidade de compra desses produtos. Após esse cenário inicial, e depois de 10 anos essa comercialização, as editoras de livro vão ter que passar a investir em novas formas de atingir o público consumidor de livros. A tendência é que as editoras foquem suas vendas na criação de novas necessidades de compra nos consumidores de livro. Como as editoras de livro não irão conseguir concorrer diretamente com os livros eletrônicos nos quesitos de preço, disponibilidade e inovação, elas, provavelmente, irão procurar chamar a atenção dos consumidores a partir de quesitos emocionais e tradicionais - as imagens na sobrecapa, as fontes convidativas, o cheiro do papel. As editoras irão investir na busca de consumidores que continuem vendo os livros físicos como forma de um comportamento ligada a sentimento. Além disso, as editoras terão o apoio dos autores, das livrarias e dos fornecedores de matéria prima que irão incentivar o hábito da leitura através de livros físicos. O que pode ocorrer também é o desenvolvimento de pesquisas que mostrem alguns malefícios da leitura através de telas digitais. Essas pesquisas iriam ser financiadas pelos principais prejudicados com a venda de livros eletrônicos e seria um ponto positivo para não diminuir e incentivar a venda de livros físicos.

6. Conclusão

No Fórum Econômico Mundial de Davos, em 2008, um especialista fez conjecturas sombrias sobre os principais acontecimentos dos próximos 15 anos no mundo. Um deles é o fim do livro.

O escritor Umberto Eco e o roteirista francês Jean-Claude Carrière estavam entre os convidados e fizeram uma reflexão sobre o assunto. Dentre o que foi discutido, com base na pergunta “o livro impresso está fadado à extinção?”, podemos destacar a afirmativa feita por Eco:

Continuo simplesmente a me perguntar se, mesmo com a tecnologia mais bem adaptadas às exigências da leitura, será viável ler *Guerra e Paz* (Leon Tolstói) num e-book. Veremos. Em todo caso, não poderemos mais ler os Tolstói e todos os livros impressos na pasta de papel, pura e simplesmente porque eles já começam a se desfazer em nossas estantes. (CARRIÈRE; ECO, 2010, p. 25)

Tal afirmação norteia a conclusão desse trabalho. Podemos afirmar que a extinção do livro não irá acontecer. “O e-book não matará o livro [...] O filme matou o quadro? A televisão, o cinema? Boas-vindas então às pranchetas e periféricos de leitura que nos dão acesso, através de uma única tela, à biblioteca universal doravante digitalizada”. (TONNAC, 2010, P. 7-8).

Parece ser consenso entre os atuantes do segmento literário, que o mercado editorial está em uma fase de transição onde inevitavelmente teremos uma espécie de fusão entre livros virtuais e livros convencionais. Parece ser muito mais viável essa idéia do que uma competição onde de qualquer forma os livros convencionais irão perder espaço. Como afirma CARRIÈRE (2010):

[...] nunca tivemos tanta necessidade de ler e escrever quanto em nossos dias. Não podemos utilizar um computador se não soubermos escrever e ler. [...] Empreenderíamos um retorno à oralidade se nossos computadores fossem capazes de transcrever diretamente o que dizemos. Mas isso é outra questão: podemos nos exprimir com clareza sem saber ler ou escrever? (CARRIÈRE, 2010, p.19-20)

Outra questão importante nos livros digitais é a otimização de espaço. Seguindo a tendência básica, será possível transportar milhares de livros em um só aparelho.

Apesar disso, é importante ressaltar que é impossível garantir a integridade de informações em meios digitais, seja pela forma de evasão dessas informações (pirataria) ou por algum tipo de problema técnico que impossibilite a leitura em determinado momento.

O livro se adaptará à nova realidade digital, a novos leitores que foram criados já na realidade dos recursos tecnológicos. Estes leitores já estarão treinados a este novo modo de ler. O da leitura em doses pequenas e rápidas. O desafio será descobrir uma fórmula em que pouco será muito, com conteúdo e que desperte a atenção deste leitor digital que tem muitos atrativos da vida moderna.

Como afirma o jornalista Nicholas Carr, em entrevista publicada pelo jornal Folha de S. Paulo, no dia 20 de setembro de 2010, as transformações no mercado editorial não serão imediatas.

As coisas não mudam de imediato. O número ao menos dos que leem livros sérios vem caindo há um bom tempo, mas haverá pessoas lendo livros por muito tempo no futuro. [...] à medida que mudamos para dispositivos como Kindle ou iPad para ler livros, mudamos nossa maneira de ler, perdemos algumas das qualidades de imersão de leitura. (CARR, 2010, p. A14)

É evidente que as livrarias, as gráficas, as editoras e demais indústrias do ramo serão afetadas com o desenvolvimento dos e-readers e o aumento da publicação de e-books. Tais empresas irão precisar remodelar a sua forma de fazer negócio. As livrarias deverão oferecer um espaço que inspira conforto e promova encontros, deixando de ser apenas uma loja que vende livros. Editoras poderão se unir à gráficas e indústrias de papéis, para criar livros com atrativos diferenciados, como design, papel diferente, investindo mais nas questões sensoriais dos consumidores, como o visual e o tato, despertando a memória dos leitores.

O fim dos livros não parece ser provável. Afinal, o fax, as rádios AM, os telefones fixos continuam sendo utilizados pela população. Os livros continuarão sendo adquiridos, talvez em menor escala. Tentar uma interatividade, uma complementaridade, entre os meios eletrônicos – computadores e tablets – com o meio impresso parece ser o caminho da contemporaneidade.

7. REFERÊNCIAS

CALDEIRA, Cinderela. **A história do livro**. Acessado em: <www.usp.br/espacoaberto>. Acessado em: 29 jul. 2011.

CARRIÈRE, Jean-Claude; ECO, Umberto. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

CARVALHO, Alfredo Ferreira de. **Annaes da imprensa periodica pernambucana de 1821-1908**. Recife: Jornal do Recife, 1908.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: EdUSP. Coleção Coroa Vermelha, Estudos Brasileiros, v. 6, 1985.

INTERCOM – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002.

LEITE, SERAFIM. **História da Companhia de Jesus no Brasil**. São Paulo: Ed. Loyola, 2004 (2a edição).

MATTOS, José Veríssimo. **História da Literatura Brasileira**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1969.

Revista Espaço Aberto, outubro 2002, USP, Cinderela Caldeira

RIZZINI, Carlos. **O Livro, o Jornal e a Tipografia no Brasil**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1946.

Site Sindicato Nacional dos Editores de Livros. Disponível em: <www.snel.org.br>. Acessado em: 29 jul. 2011.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Memórias de um escritor**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.

VILLAÇA, Nízia. **Sobre o e-book; produção editorial e novas tecnologias**. XXV INTERCOM, 2002.