

Pontifícia Universidade Católica de Campinas
PUC-CAMPINAS

Enzo Enrico Gaio de Carvalho

INOVAÇÃO: A INVENÇÃO DO LIVRO DIGITAL COMO UM PROCESSO DE
DESTRUIÇÃO CRIATIVA DENTRO DO PANORAMA EDITORIAL.

Graduação em Ciências Econômicas

Campinas

2023

Enzo Enrico Gaio de Carvalho

INOVAÇÃO: A INVENÇÃO DO LIVRO DIGITAL COMO UM PROCESSO DE
DESTRUIÇÃO CRIATIVA DENTRO DO PANORAMA EDITORIAL.

Dissertação apresentada à banca examinadora da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, como exigência parcial para obtenção do título de BACHAREL em Ciências Econômicas sob a orientação do(a) prof.(a), dr.(a) Cândido Ferreira Da Silva Filho.

Campinas

2023

Ficha catalográfica elaborada por Adriane Elane Borges de Carvalho CRB 8/9313
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

658.406 Carvalho, Enzo Enrico Gaio de
C331i

Inovação: a invenção do livro digital como um processo de destruição criativa dentro do panorama editorial / Enzo Enrico Gaio de Carvalho. - Campinas: PUC-Campinas, 2023.

54 f.: il.

Orientador: Cândido Ferreira da Silva.

TCC (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Faculdade de Ciências Econômicas, Escola de Economia e Negócios, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023.

Inclui bibliografia.

1. Inovações tecnológicas. 2. E-book - Mercado editorial. 3. Indústria editoria - Livro físico. I. Silva, Cândido Ferreira da. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Escola de Economia e Negócios. Faculdade de Ciências Econômicas. III. Título.

23. ed. CDD 658.406

Banca Examinadora

À todos que me apoiaram.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que sempre estiveram ao meu lado e me deram todo o suporte necessário para que eu conseguisse realizar esse meu sonho maluco de fazer duas graduações ao mesmo tempo.

Ao professor Cândido, que suportou minhas maneiras estranhas e inconsistentes de escrever e me apoiou mais do que eu merecia.

À Queens of the Stone Age e à Soundgarden, que foram a minha companhia nos incontáveis dias e noites em que passei escrevendo e reescrevendo esse trabalho.

À Triss e Luna, minhas gatinhas que, apesar de esporadicamente passearem no meu teclado e bagunçarem as palavras que tentavam sair da minha mente, são minhas melhores amigas e nunca deixaram de estar ao meu lado.

Aos meus melhores amigos, Oscar e Victor, que, indiretamente, me deram excelentes ideias para a monografia - e me ajudaram a terminá-la sendo parceiros de grupo incríveis nas outras matérias.

*Se o conhecimento pode criar problemas,
não é através da ignorância que podemos
solucioná-los. ~ Isaac Asimov*

RESUMO

CARVALHO, Enzo Enrico Gaio de. **INOVAÇÃO: A INVENÇÃO DO LIVRO DIGITAL COMO UM PROCESSO DE DESTRUIÇÃO CRIATIVA DENTRO DO PANORAMA EDITORIAL.**

Estudar as transformações do livro e da leitura também é estudar a própria história da humanidade – estudar a evolução das maneiras de se pensar, de se escrever, de se difundir conhecimento, de produzir e de existir. Portanto, visto a nova onda de inovações tecnológicas que varrem o mundo atual e que atingiram fortemente a maneira que se lê, é necessária uma reavaliação da maneira pela qual os livros são produzidos, distribuídos e publicados. Assim, o presente trabalho visa discorrer sobre a evolução do mercado editorial com o advento de novas tecnologias que possibilitaram maneiras digitais de publicação. Por meio de um estudo do mercado editorial brasileiro e global, busca-se compreender como a criação dos livros digitais impactou e impactará o mercado literário e a existência dos livros físicos. Para além da discussão de se os livros físicos deixarão de existir no futuro próximo, este trabalho busca refletir sobre o impacto do modelo de publicação digital na própria estrutura de um dos mercados mais estabelecidos no mundo – o mercado editorial.

Palavras-chave: Livro digital; Ebook; Mercado editorial; Indústria editorial; Livro físico.

ABSTRACT

CARVALHO, Enzo Enrico Gaio de. **INNOVATION: THE INVENTION OF THE DIGITAL BOOK AS A PROCESS OF CREATIVE DESTRUCTION WITHIN THE EDITORIAL PANORAMA.**

To study the transformations of books and reading is also to study the history of humanity itself – study the evolution of ways of thinking, writing, disseminating knowledge, producing and existing. Therefore, given the new wave of technological innovations that are sweeping the world today and that have strongly affected the way we read, it is necessary to reevaluate the way in which books are produced, distributed and published. Therefore, this work aims to discuss the evolution of the publishing market with the advent of new technologies that have enabled digital forms of publishing. Through a study of the Brazilian and the global publishing market, this work seeks to understand how the creation of digital books has impacted and will impact the literary market and the existence of physical books. In addition to discussing whether physical books will cease to exist in the near future, this work seeks to reflect on the impact of the digital publishing model on the very structure of one of the most established markets in the world – the publishing market.

Keywords: Digital book; ebook; Editorial Market; Publishing industry; Físical book.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO:	11
1. EBOOKS E A TEORIA DA INOVAÇÃO	13
1.1 Inovação, Schumpeter e a história do livro.....	13
1.2 Destruição criativa e o mercado literário.....	16
1.3 O livro digital e suas consequências.....	20
2. O MERCADO LITERÁRIO BRASILEIRO E NORTE AMERICANO	26
2.1 As necessidades de uma análise mercadológica.....	26
2.2 O mercado editorial global e o ebook.....	27
2.3 O mercado editorial brasileiro e o ebook.....	36
3. O FUTURO DAS FORMAS DIGITAIS NO MERCADO EDITORIAL	47
CONCLUSÃO: O FUTURO DO MERCADO LITERÁRIO BRASILEIRO	50
REFERÊNCIAS	52

INTRODUÇÃO:

Desde os primórdios da humanidade, a cultura sempre esteve em uma posição central para a construção da civilização. Seja para a difusão de conhecimento objetivo, seja para a apresentação e manutenção de histórias e legados geracionais, a cultura sempre foi fundamental para o desenvolvimento gradual da humanidade. Inicialmente transmitida somente de maneira oral – por meio da contação de histórias –, logo foi adaptada e transformada para poder ser transmitida também pela madeira e pelo papel, com as primeiras xilogravuras e pergaminhos. No século XV na Alemanha, a segunda grande revolução no modo de difusão da cultura ocorreu com a criação da prensa de Gutemberg que possibilitou uma maior difusão desses pedaços de cultura escritos – denominados agora de livros – sendo esse o marco inicial para a criação do que podemos chamar de mercado editorial de fato. Assim, de certa forma, estudar as transformações do livro e da leitura também é estudar a própria história da humanidade – estudar a evolução das maneiras de se pensar, de se escrever, de se difundir conhecimento, de produzir e de existir.

A prensa de Gutenberg certamente foi um marco na história dos livros e da leitura, e por consequência da humanidade, sendo uma representação excelente do que o economista Schumpeter denominou de “Destruição Criativa”. Dessa forma, trazendo essa imagem para os dias atuais, resta a questão: a invenção dos livros digitais é um processo de destruição criativa dentro do panorama editorial tal qual a prensa de Gutenberg?

Portanto, visto a nova onda de inovações tecnológicas que varrem o mundo atual e que atingiram fortemente a maneira que se lê, é necessário uma reavaliação da maneira pela qual os livros são produzidos, distribuídos e publicados. Assim, a presente pesquisa visa discorrer sobre a evolução do mercado editorial com o advento de novas tecnologias que possibilitaram maneiras digitais de publicação. Por meio de um estudo do mercado editorial global e brasileiro, busca-se compreender como a criação dos livros digitais impactou e impactará o mercado literário e a existência dos livros físicos. Para além da discussão de se os livros físicos deixarão de existir no futuro próximo, este trabalho busca refletir sobre o impacto do modelo de publicação digital na própria estrutura de um dos mercados mais estabelecidos no mundo – o mercado editorial.

A presente monografia é dividida em três capítulos, além da introdução. O primeiro capítulo contém uma apresentação do referencial teórico (Schumpeter) e uma breve incursão sobre as questões teóricas que cercam o livro digital e a história do livro e da leitura, trazendo artigos e visões relevantes de outros autores sobre o impacto da invenção dos livros digitais no panorama literário. Já no segundo capítulo, é feita uma análise descritiva e individual do mercado editorial global e brasileiro. Por fim, no terceiro e último capítulo são discutidos os padrões e as tendências presentes no mercado editorial e o possível futuro dos livros digitais.

1. EBOOKS E A TEORIA DA INOVAÇÃO

1.1 Inovação, Schumpeter e a história do livro

Seguindo o pensamento de Schumpeter (1988), o desenvolvimento econômico se dá de maneira espontânea, surgindo de mudanças econômicas advindas da livre iniciativa privada. Schumpeter também conclui que, além da mudança nos processos econômicos, nas organizações estruturais das economias e dos processos de produção, o desenvolvimento econômico também acarreta - e é acarretado por - mudanças nos próprios produtos produzidos. Schumpeter define esse processo como “inovação” ou “destruição criativa” e o coloca no cerne da existência capitalista. Assim, a “inovação” não é somente uma consequência do processo capitalista de acumulação mas também um fundamento para a própria existência do capitalismo. Pode-se concluir, portanto, que a inovação é um processo fundamental para todos os processos produtivos, produtos, e facetas da vida social e econômica. Com isto, chegamos à reflexão proposta por este estudo: com esse processo constante de inovação, a existência dos livros físicos, e do próprio mercado editorial, estaria condenada a inexistência?

Para começar a elaborar uma possível resposta para essa pergunta, é importante ressaltar que, como aponta Schumpeter em seu livro *Teoria do desenvolvimento econômico* (1911), não existe transformação econômica isolada de um passado - seja ele econômico, social, militar ou ético. Dessa forma, é necessário uma incursão - ainda que breve - na história do livro e da leitura, que traça seu caminho muitas vezes paralelamente a história de desenvolvimento da própria humanidade.

Não há aqui nenhuma pretensão no aprofundamento na história do livro, visto que é um campo de estudo recente e muito abrangente (Robert Darnton o define como a maneira de “compreender como as ideias foram transmitidas sob forma impressa e como a exposição à palavra impressa afetou o pensamento e a conduta da humanidade nos últimos quinhentos anos.” em sua clássica obra publicada em 2010 “A questão dos livros”), mas somente uma contextualização histórica do processo de produção, comercialização e consumo de informações de maneira impressa ou por meio da leitura.

Apesar de já existirem formas anteriores de impressão e distribuição de livros, a maneira de consumir e distribuir livros como conhecemos hoje em dia teve seu

começo efetivo com a criação da prensa de Gutenberg, a primeira grande invenção no campo literário. A invenção da prensa, não foi somente responsável pela nova maneira de criação de livros, como também foi responsável por uma reestruturação completa do processo de produção e distribuição - e até mesmo de uma maior difusão de livros na sociedade. Não sendo mais necessária a cópia a mão, a prensa de Gutenberg possibilitou uma produção com custos menores e com um número de impressões maiores, sem uma necessidade de capacitação dos trabalhadores tão elevada. Apesar de muito rudimentar, a prensa possibilitava que um ateliê de cinco a dez artesãos produzissem uma quantidade de livros inatingível para uma oficina de dez a vinte copiadorees treinados. Em pouco tempo, produziam-se vinte a cem livros no ateliê de Gutenberg, sendo que cada copiadoree demorava de seis meses a um ano para produzir uma única cópia.

Dessa forma, o preço dos livros pôde ser reduzido e, como consequência, houve um progressivo aumento na demanda por livros. Embora não de maneira imediata, a invenção e aprimoração da prensa de Gutenberg gradualmente foi responsável pela destruição da manufatura de cópia à mão (que era o processo produtivo anterior pelo qual os livros eram produzidos) e pela distribuição e integração dos livros como parte fundamental da sociedade ocidental. Assim, os livros passaram a ser parte intrínseca da existência humana, estando presentes em universidades e escolas, oficinas e fábricas.

É importante pontuar, que, apesar das dificuldades de produção serem um problema evidente na produção por cópias, não foi a demanda exacerbada por livros que causou a mudança pela invenção da prensa de Gutenberg, mas foi Gutenberg que, observando o fenômeno por meio da ótica da oferta, propôs uma novidade para a produção literária. Como o próprio Schumpeter aponta:

“...as inovações no sistema econômico não aparecem, via de regra, de tal maneira que primeiramente as novas necessidades surgem espontaneamente nos consumidores e então o aparato produtivo se modifica sob sua pressão. Não negamos a presença desse nexos. Entretanto, é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar. Portanto, apesar de ser permissível e até necessário considerar as necessidades dos consumidores como uma força independente e, de fato, fundamental na teoria do fluxo circular,

devemos tomar uma atitude diferente quando analisamos a mudança.” (SCHUMPETER, 1911, P. 76).

Trazendo essa discussão para o contexto atual, tem-se a invenção da internet e das redes globais de comunicação, responsáveis por profundas mudanças não só nas estruturas produtivas mundiais mas também nas maneiras de interação interpessoal. Com o advento das redes sociais, das megacorporações de varejo online, como a Amazon, e a criação do modelo de compras pela internet, era só uma questão de tempo até que houvessem grandes mudanças na maneira de produzir ou consumir livros.

Não entrando na discussão sobre a nova maneira que consumimos informações de maneira digital (com as redes sociais e os aplicativos de mensagens) - que também é uma discussão muito extensa e complexa e não cabe ao propósito deste estudo -, o modo de produção, de venda e de consumo de livros físicos passou por uma transformação profunda. Darton (2010) define o processo padrão de produção dos livros impressos como “um circuito de comunicação que vai do autor ao editor (se o livreiro não assumir esse papel), ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor.” (p. 179). Entretanto, com o novo modelo de negócios do varejo online, esse processo não é necessariamente mais o único modo de produzir e vender livros. Utilizando a Amazon como exemplo, agora é possível um autor escrever um livro, listá-lo na Amazon e vendê-lo diretamente para o consumidor (que receberá o livro no conforto de sua casa), sem intermédio de um editor ou livreiro. Atualmente é possível, ainda falando em termos de livros impressos, que uma só empresa - nesse exemplo, a Amazon - trabalhe tanto como impressora, como livreira e como distribuidora. Dessa forma, é evidente a ameaça que esse modelo de negócio altamente concentrado apresenta tanto para editoras, quanto para gráficas e livrarias.

É nesse contexto que surge a invenção possivelmente mais disruptiva de todas, o livro digital. Um livro que, diferentemente de sua versão física, não possui suporte fixo. Não é lido em papel e não é encadernado. Pode ser lido em um celular, um tablet, um computador ou até mesmo em aparelhos eletrônicos que simulam a textura e o visual de papel pólen, como o *Kindle* da Amazon, por exemplo. Um livro que, por natureza, ultrapassa o passo da impressão na produção, visto que não é impresso. Um livro que tem a capacidade de alterar permanentemente a estrutura do mercado editorial internacional.

1.2 Destruição criativa e o mercado literário

Para além da questão da obsolescência ou não dos livros físicos (que também será discutida, embora não componha o foco do estudo), o cerne da discussão aqui presente é o impacto que as novas tecnologias - entre elas, o livro digital - causaram e possivelmente causarão na estrutura do mercado literário, um dos mercados mais velhos e estabelecidos do mundo. Não há como prever uma análise perfeita das consequências do impacto do livro digital na conjuntura do mercado literário internacional, entretanto, utilizando-se do contexto econômico e social passado (seguindo o pensamento de Schumpeter) e de dados estatísticos do presente é possível uma reflexão séria e embasada sobre os efeitos das tecnologias e mudanças e os possíveis efeitos futuros dessa tecnologia recente.

Para realizar essa análise, contudo, é necessária uma incursão no conceito concebido por Schumpeter de “destruição criativa” ou “destruição criadora”. Schumpeter define destruição criativa como “o surgimento e consolidação de produtos e métodos capitalistas inovadores que ocupam espaço no mercado, causando o desaparecimento de produtos e métodos antigos” (SCHUMPETER, 1961 *apud* DA COSTA NOGAMI, 2018, p.10). Dessa forma, não seria longínquo a classificação do livro digital como possivelmente um estopim para um novo ciclo desse processo, visto que a sua invenção ameaça diretamente a utilidade e a existência do livro em formato físico.

Essa é uma questão muito complexa, como Robert Darnton e Roger Chartier (teóricos no campo do estudo do livro e da leitura) já apresentaram, e não pode-se dizer atualmente com absoluta certeza que o livro digital irá em algum momento substituir completamente o físico, entretanto, uma coisa é certa, o modelo de publicação e distribuição que o livro digital propõe é, de fato, uma “inovação disruptiva” na maneira que se comercializa literatura pelo mundo. Assim, para conseguir compreender a imagem completa por trás dessa invenção, é necessário uma breve exposição do modelo editorial único em vigor antes do advento dos livros digitais.

Como já citado anteriormente, o modelo de publicação e comercialização de livros consistia basicamente em “um circuito de comunicação que vai do autor ao editor (se o livreiro não assumir esse papel), ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor” (DARNTON, 2010, p. 179) e essa era a única maneira de produção e

consumo de literatura até a popularização das “livrarias digitais”, plataformas como a Amazon ou a Google Books, responsáveis futuramente pelo avanço e a invenção dos livros digitais.

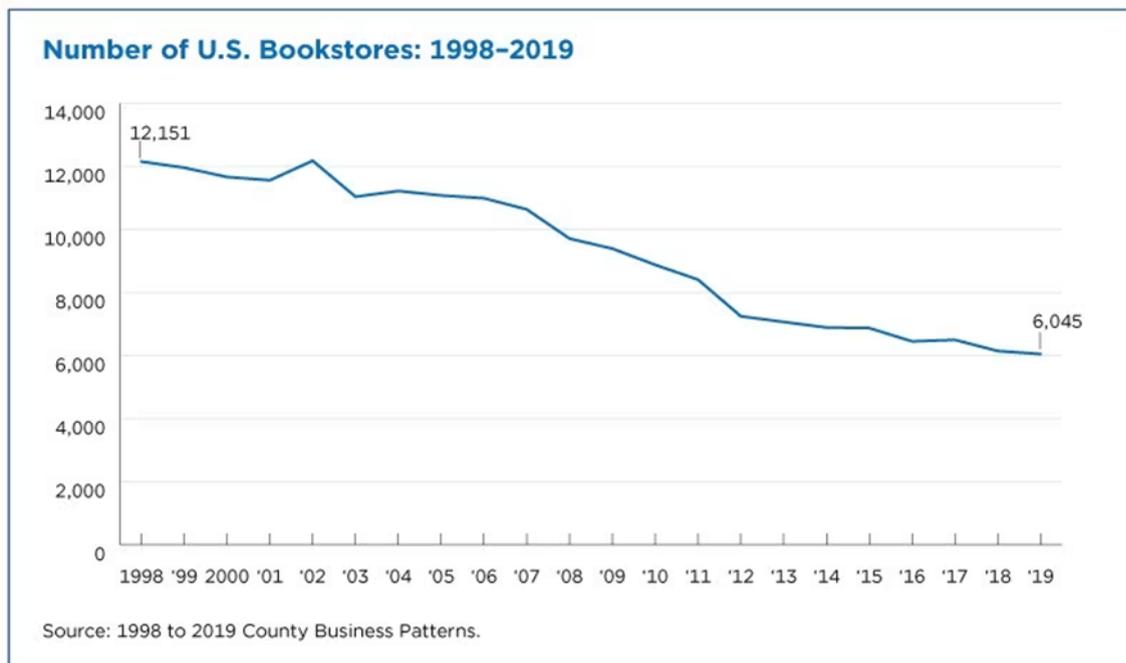
No passado, para um livro poder existir e ser distribuído ele precisava, primeiramente, passar do manuscrito do autor para a mão de alguma editora, seja ela prestadora de serviço (editoras que cobram o autor para a publicação), seja ela uma editora tradicional (editoras que recebem os lucros somente na venda dos livros para os leitores, sem custos para o autor). Assim, o autor necessitava passar por um processo de seleção e análise, e, caso fosse selecionado, teria que assinar um contrato e seu texto precisaria passar por um longo processo de editoração encabeçado pela editora. Após essa a conclusão dessa primeira etapa, seu manuscrito ainda necessitaria ser levado a gráfica, impresso, distribuído pelas cadeias e conexões que a editora possui, colocado nas prateleiras das livrarias e, somente nesse momento, estaria pronto e capaz de ser comercializado para possíveis leitores interessados. Mesmo se o autor decidisse por realizar uma auto publicação, o que, embora mais difícil e menos comum naquela época, era possível, ele ainda necessitaria buscar um editor/revisor de texto, uma gráfica e uma maneira de distribuir seus exemplares, tarefa que, sem os contatos e as facilidades provenientes de uma editora, se tornava praticamente impossível. Não havia como fugir desse modelo, não havia maneira de se esquivar das editoras e tampouco das livrarias. Claro que o autor podia vender suas cópias independentemente, mas essa era uma maneira ineficiente e incapaz de alcançar a escala e a precificação das grandes livrarias - eram por essas razões, inclusive, que no passado, livros auto publicados tinham tiragens infinitamente reduzidas. As livrarias, embora concorressem entre si, possuíam o monopólio da venda de livros. Isto é, até a internet e o varejo digital entrar na situação. Como define José Teófilo de Carvalho (2021) em sua crítica do livro *Um mundo sem livros e livrarias?* (2001) do prestigiado teórico Roger Chartier, “[Chartier] realça o fenômeno das vendas on-line pelas editoras e distribuidoras, mercado monopolizado pela Amazon. Para o autor, as livrarias sobreviventes [...], são utopias” (p.2).

Dessa forma, fica evidente a primeira grande inovação que impactou seriamente a estrutura do mercado literário: a invenção e a difusão da internet e, conseqüentemente, a invenção das vendas on-line por editoras e distribuidoras. A criação desse novo modelo de negócios, liderado pela Amazon, cortava as livrarias

do processo completamente. O livro, nesse novo processo, era listado nas plataformas digitais de venda (como a Amazon) e era vendido e entregue diretamente na porta do consumidor. Essa nova maneira mais conveniente e menos custosa de vender livros de fato se solidificou como um caso de “destruição criativa”, onde se criaram novas gigantescas megacorporações, como a própria Amazon, e destruíram-se quase completamente empresas grandes como a Saraiva e a Livraria Cultura, que se encontram fechando as portas. Hoje em dia, como coloca Chartier (2001), as livrarias são como “utopias” e aquelas que conseguiram sobreviver existem devido a outros fatores (sejam eles a capacidade de interação com autores ou a experiência física de estar em uma livraria) do que única e exclusivamente a capacidade e a comercialização de livros, pois é bastante difícil para essas empresas conseguirem competir em termos de precificação e disponibilidade com as distribuidoras da internet.

Os gráficos abaixo demonstram isso visualmente:

Figura 1- Número de livrarias nos Estados Unidos 1998 à 2019



Dados do Censo do Governo Norte-americano. Disponível em:

<https://www.census.gov/library/stories/2021/12/do-not-turn-the-page-on-bookstores.html>

Essa redução no número de livrarias, principalmente após os anos 2000 (época de início da internet), entre muitos fatores (que também serão discutidos posteriormente), foi uma consequência indireta da criação do varejo digital. Isso é visível no próximo gráfico, também do Censo do governo Norte-americano, que

Dados da rede de televisão BBC, matéria “*Amazon at 25: The story of a giant*”. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-48884596>

Mesmo que não tenham (ainda) aniquilado completamente as livrarias presenciais, o modelo de negócios das distribuidoras online causou um impacto severo na viabilidade econômica das mesmas, visto que apresentou um modelo de comercialização mais cômodo para os consumidores – pois eles possuem uma maior diversidade de livros a sua disposição e podem receber os livros no conforto de suas próprias casas – e, muitas vezes, com um menor custo, ganhando assim a briga de preços com as livrarias. É visível um processo de “destruição criativa (ou criadora)” nesse contexto similar ao da Netflix (e os serviços de streaming) com as locadoras de filmes. Isso não significa, necessariamente, que o destino das livrarias seja o mesmo das locadoras, mas certamente demonstra uma alteração significativa no modelo estrutural da indústria literária mundial, que, independentemente do resultado final, já foi obrigada a se adaptar a esse novo arranjo comercial – seja dando descontos para as livrarias, possibilitando assim sua permanência, seja se organizando de maneiras para tirar maior proveito dos benefícios que o varejo digital apresentam para os autores e editores.

Ademais, o modelo de comercialização do varejo digital também facilitou a auto publicação para os autores, com um serviço de impressão por demanda e uma rede de distribuição independente das conexões de uma editora, cortando assim mais uma parte do processo tradicional de publicação. Nesse processo de auto publicação, ainda é necessária a gráfica e o custo da impressão ainda fica para o autor – mesmo que dentro da precificação de seu livro – mas não é mais necessária a intermediação desse processo e da distribuição por uma editora. Foram-se os dias em que era necessário que o autor possuísse uma maneira de levar seus livros até as prateleiras das livrarias, as distribuidoras online possuem a maior vitrine do mundo: a internet.

É nesse contexto que surge o livro digital, uma inovação tecnológica que tem a capacidade de alterar ainda mais esse processo, pulando etapas e, possivelmente, criando novas não antes premeditadas.

1.3 O livro digital e suas consequências.

Diferentemente do que diz o senso comum, não há uma definição única e concreta para o conceito de livro digital. Inicialmente, portanto, é de suma

importância elencar algumas características centrais que possam definir o que, de fato, compõe essa inovação. Assim, tendo elencado suas características e suas formas, pode-se analisá-la com mais naturalidade e precisão.

Como já citado, não existe uma instituição, organização ou órgão que controle e defina o que é um livro digital e o que não é um livro digital. O artigo “O LIVRO DIGITAL: HISTÓRICO, DEFINIÇÕES, VANTAGENS E DESVANTAGENS” (2016), apresenta algumas definições de livro digital e tenta possibilitar alguma resposta:

“Paiva (2010, p. 84) explica a etimologia do termo: “[...] e-book, abreviação inglesa de electronic book, é um livro em formato digital, que pode ser lido em equipamentos eletrônicos tais como computadores, PDAs ou até mesmo em celulares que suportam esse recurso.”. Pinheiro (2011, p. 14) entende que o e-book [...] designa uma publicação em formato digital que, para além de texto, pode incluir também imagens, vídeo e áudio. Outras designações são livro digital ou livro digitalizado.” E complementa: “Muitas vezes utiliza-se, erradamente, o termo ebook para designar um ereader.”, que é o aparelho leitor específico para livros digitais (PINHEIRO, 2011, p. 14). Conde e Mesquita (2008, p. 3) acrescentam que “E-books ou electronic books são publicações digitais ou livros eletrônicos e estão disponíveis na web em vários formatos que podem ser descarregados para o computador através de downloads.”.

Assim, tem-se algumas características principais elencadas e comuns na maioria das definições. Para o propósito deste estudo, trataremos o livro digital definido como: publicações digitais que estão disponíveis na web de vários formatos, podendo ser lidos por *ereaders* (aparelhos específicos feitos para a leitura como o *kindle reader* por exemplo) ou de outras maneiras - como celulares, computadores, etc. Nesse contexto, também se leva em consideração PDFs, EPUBs e outras maneiras de se publicarem livros de forma digital, não somente aqueles produzidos e publicados em marketplaces de comercialização massiva (embora o trabalho pretenda se aprofundar nesse quesito futuramente, visto que os dados das plataformas de comercialização massiva são mais livremente disponíveis). Por fim, é importante ressaltar que o livro digital assim como o livro físico possui ISBN, ficha catalográfica, e, dessa forma, é registrado na biblioteca central de seu país de origem, podendo assim ser catalogado e tendo seu conteúdo protegido pelas leis de direitos autorais do devido país de origem.

Tendo definido o conceito de livro digital, avançamos para a análise de seus impactos na maneira de comercialização dos livros. De acordo com Reis (2016) o conceito de livro digital começou a ser pensado em 1945 pelo engenheiro e cientista

americano Vannevar Bush, diretor do Office of Scientific Research and Development. “Ele acreditava que o crescimento do volume de pesquisas e, conseqüentemente, o acúmulo de conhecimento humano, deveria estar acessível, de forma que o tempo utilizado em realização de pesquisas não fosse desperdiçado” (REIS, 2016, p.5). Dessa forma, Bush foi o primeiro a defender fortemente “a necessidade de mudanças e inovações no processo de registrar, armazenar e consultar as informações” (REIS, 2016, p.5).

Entretanto, mesmo com seus esforços científicos e políticos, o livro digital da maneira que conhecemos só teve seu início de fato em 1971, com Michael Hart, o responsável por digitalizar a declaração de independência dos Estados Unidos, o primeiro documento a ficar inteiramente digital. Depois desse feito, Hart criou o Projeto Gutenberg,

“a biblioteca digital mais antiga do mundo que realiza digitalização de livros em domínio público, arquiva-os e os disponibiliza gratuitamente. Em 2012 oferecia mais de 38.000 livros eletrônicos gratuitamente, disponíveis em 42 idiomas, em diversos formatos [...] . A partir do Projeto Gutenberg, outros surgiram. Alguns tiveram continuidade, sendo comercializados, outros não foram de interesse da indústria tecnológica, nem do mercado editorial, ficando no nível de protótipos. Esses projetos nortearam os passos de seus sucessores no que tange à padronização, flexibilidade, funcionalidades e interoperabilidade dos equipamentos de leitura.” (Reis, 2016, p.7).

Assim, vê-se que o livro digital foi criado, pensado com o intuito inicial de democratizar, eternizar e difundir a leitura. Hart pensou na digitalização de textos para o formato digital como maneira de eternizar e preservar o conhecimento e o conteúdo que livros físicos, na sua forma frágil de papel, poderiam perder caso fossem destruídos ou esquecidos - como já foi o caso muitas vezes na história da humanidade, como por exemplo na destruição da biblioteca de Alexandria.

Contudo, vendo uma oportunidade comercial nesse conceito, o livro digital evoluiu de diversas formas, passando por vários estágios e impactando profundamente a organização empresarial do mercado editorial. Utilizando-se dos conceitos resumidos de inovação apresentados por Moricochi (1994) em sua revisão crítica do livro “Teoria do desenvolvimento econômico” de Schumpeter (1911), podemos analisar melhor a maneira que o livro digital (e sua difusão) progrediu e impactou o mercado:

“"inovação" significa "fazer as coisas diferentemente no reino da vida econômica". As inovações podem ocorrer da seguinte forma: a) introdução de um novo bem não familiar aos consumidores ou então de nova qualidade de um certo bem; b) introdução de um novo método de produção - método ainda não experimentado dentro de certo ramo produtivo, mas que não precisa obrigatoriamente derivar de qualquer descoberta científica; c) abertura de um novo mercado, ou seja, um mercado em que o produto de determinada indústria nunca tivera acesso antes, independente deste mercado ter ou não existido anteriormente; d) descoberta de uma nova fonte de matéria prima ou de produtos semi-acabados, também, independente desta fonte ter existido ou não anteriormente; e e) reorganização de uma indústria qualquer, como a criação ou a ruptura de uma posição de um monopólio” (SCHUMPETER *apud* MORICOCCHI, 1957, P. 30).

Assim, vê-se que, inicialmente, a criação do livro digital se caracteriza como uma introdução de um bem não familiar aos consumidores (ou uma qualidade nova, nesse caso, uma forma nova do livro), inclusive sem interesses monetários imediatos, afinal, mesmo para Schumpeter o empresário inovador não busca (necessariamente) só o lucro, mas

“"antes de tudo, há o sonho e a vontade de fundar um reino particular, geralmente, embora não necessariamente, uma dinastia também ...Depois há o desejo de conquistar; o impulso de lutar, para provar a si mesmo que é superior aos outros, ter sucesso, não pelos frutos que podem daí advir, mas pelo sucesso em si... Finalmente há a alegria de criar, de realizar as coisas, ou simplesmente de exercitar sua energia e engenhosidade" (SCHUMPETER *apud* MORICOCCHI, 1957, P. 29).

Contudo, o livro digital não ficou preso a esta configuração, e logo revolucionou mais do que somente a materialidade do produto final. Brevemente após sua inepção, diversas empresas, principalmente aquelas relacionadas a crescente área digital na época como o Google e a Amazon, tomaram interesse nessa nova maneira de formatar e organizar livros. Vendo uma grande oportunidade de corte de custos, além de uma expectativa de lucros futuros por meio de tanto uma vantagem competitiva quanto um possível domínio de um novo mercado, essas empresas se apropriaram da nova tecnologia e investiram em seu desenvolvimento. Assim surgiram os novos *marketplaces* inteiramente digitais, como o *Google books*, e, conjuntamente, os Ereaders fabricados especificamente para a leitura digital como o *Kindle* para complementar o marketplace e o formato *kdp* do marketplace da amazon. Nesses desdobramentos, foi onde surgiu o maior elemento disruptivo do

ebook, como já citado anteriormente: a capacidade do livro digital de transformar inteiramente a cadeia produtiva do mercado editorial. Além dos novos *marketplaces* digitais que apresentavam novas vitrines e modos de comercializar a literatura, não mais seriam necessárias as editoras, as gráficas, os produtores de papel, as livrarias. Tudo, a partir do *ebook*, seria digital. A difusão do *ebook* ameaçava a existência de toda uma indústria. Já se fora a era das editoras, chegava a era das megacorporações de tecnologia.

Mesmo que ainda estejamos no princípio dessa inovação, o medo de que os livros digitais substituam os físicos já é bem difundido no meio literário. Milhares de pensadores como Chartier e Darnton, citados neste trabalho, discorrerem infundavelmente sobre as possibilidades do futuro do material impresso e da maneira que absorvemos as informações e histórias ficcionais. Entretanto, para além das vantagens e desvantagens materiais dos diferentes produtos, a própria indústria editorial também vem respondendo a essa iminente reestruturação do mercado.

Como demonstra o processo promulgado pela firma de advocacia norte americana “Hangens Berman” contra “um acordo ilegal entre as cinco grande editoras e a apple”, que visava a fixação de preço e uma “sufocação” do mercado de ebooks. Nesse processo antitruste (que pode ser visto inteiramente no site da Hangens Berman, sobre o nome de “Apple E-books Anti-trust Litigation”), as cinco maiores editoras do mundo (HarperCollins Publishers, Hachette Book Group, Macmillan Publishers, Penguin Group Inc. and Simon & Schuster Inc) buscaram a instalação de um preço mínimo obrigatório no serviço de publicação de livros digitais da apple, além de forçarem a apple a aumentarem os preços de ebooks gerais (colocando piores divisões de lucros para autores autopublicados que decidem por vender seus livros com um preço abaixo dos demais), para que, dessa forma, os livros produzidos pelas grandes editoras continuem tendo competitividade e mantendo parte de sua margem de lucro prévia.

Esse não é o único processo em decorrência desse conluio geral contra a nova precificação que os ebooks são capazes de trazer. A mesma firma de advocacia “Hangens Berman”, por exemplo, também possui o mesmo tipo de processo antitruste contra a Amazon e as cinco maiores editoras do mundo - outra gigante (talvez a maior) do meio de distribuição de livros digitais. Esse processo também é visível por meio do site da firma, sobre o nome de “Amazon E-books Price Fixing”. Como o processo demonstra, a maneira de organização dessas grandes

editoras é a mesma e é difundida por todo o mercado: as editoras entram em um acordo de preços entre-si, depois entram em contato com as distribuidoras de livros digitais pela internet e forçam elas a adotar os preços que elas decidiram (ameaçando a retirada de seus livros das plataformas digitais caso suas demandas não fossem atendidas), normalmente subindo os preços de outros livros também que não pertencem à essas editoras, gerando assim uma precificação uniforme e anticompetitiva. Dessa maneira, quando os consumidores vão à internet à procura de um livro digital, eles encontram preços iguais entre diversos sites, marketplaces, e produtos.

Como essas e outras ações demonstram, assim como os argumentos antes apresentados nessa primeira parte, os ebooks são vistos não somente como um novo produto, mas também como uma ameaça concreta à própria estrutura do mercado editorial. E, mesmo com a tentativa constante para domar essa nova tecnologia, as grandes editoras e os grandes autores vêm tendo que se adaptar a essa nova e crescente organização de mercado.

2. O MERCADO LITERÁRIO BRASILEIRO E NORTE AMERICANO

2.1 As necessidades de uma análise mercadológica.

Tendo situado brevemente a discussão teórica em volta das circunstâncias e dos impactos gerados pela criação do ebook, faz-se fundamental uma análise do mercado editorial para observar se, na prática, os dados colaboram ou destoam da noção geral de que os ebooks estão transformando a maneira em que consumimos e experienciamos a literatura.

Também é importante ressaltar que, devido a menor extensão desse trabalho, um aprofundamento maior no mercado editorial mundial não será possível e tampouco desejável (visto que não será suficientemente explicativo, tanto em termos absolutos quanto relativos à situação brasileira), portanto, visando uma aproximação da situação mundial e um foco maior na necessidade de explicação da realidade brasileira, as análises de mercado se restringiram às especificidades do mercado brasileiro e as generalidades do mercado global.

Partindo do pressuposto que o mercado editorial norte americano é o mercado líder mundial em vendas e em receita - em 2023 o mercado norte americano sozinho foi responsável por cerca de 24.7% das vendas mundiais de acordo com a pesquisa anual de 2023 de estatísticas do mercado literário conduzida pela empresa independente Wordsrated - busca-se neste capítulo uma maior compreensão do funcionamento real do mercado editorial global (inferindo possíveis padrões e tendências globais) e de suas complexidades quanto a inovação do ebook.

Posteriormente, ainda neste capítulo, será conduzida uma breve análise do funcionamento específico do mercado editorial brasileiro, para destacar e compreender se esses padrões e tendências seguem presentes no Brasil (e, se seguem, em que proporção eles se apresentam), para que assim possa-se ver a interação do ebook como inovação no mercado brasileiro.

Juntando a discussão teórica já apresentada, este capítulo dedica-se a compreender o funcionamento real do mercado editorial, mais especificamente, se o ebook de fato se concretizou (ou está se concretizando) como uma inovação disruptiva no contexto do mercado editorial.

2.2 O mercado editorial global e o ebook.

Utilizando dados e estatísticas pesquisados e apresentados pela WIPO (World Intellectual Property Association, uma agência da ONU formada por 193 países membros com o intuito de garantir um projeto de futuro mais justo e transparente para a indústria criativa global) no relatório de mercado “The Global Publishing Industry in 2021”, podemos verificar a evolução do mercado editorial nesses últimos anos. Antes de analisar mais profundamente, é importante ressaltar, como o próprio relatório comenta, que os órgãos de coleta de dados da indústria editorial global não são unificados, dessa forma, embora o relatório combine informações de diversas fontes, é possível que haja uma pequena disparidade entre o relatório da WIPO e outros relatórios de análise global (como o relatório da AAP, “Association of American Publishers”) quanto a tamanho e tendências de mercado. Devido a restrições temporais, monetárias e de escopo, outros relatórios internacionais não serão abrangidos tão profundamente quanto o da WIPO, que, como corroborado por outras organizações internacionais que analisam o mercado editorial (como, por exemplo, a IPA, “International Publishers Association” e a empresa de coleta de dados “Statista”) é um dos - senão o relatório mais relevante em questão a indústria editorial global. Por fim, é importante comentar que o relatório a ser analisado será em relação aos anos de 2021 e anteriores, visto que é o relatório mais recente disponível no momento de concepção deste trabalho.

Começando a análise, o relatório nos dá que:

“The combined publishing industry revenue for these 23 countries was USD 71.6 billion in 2021. The largest sales revenue was reported by the United States of America (US) (USD 26.8 billion), followed by Germany (USD 11.4 billion), Japan (USD 11.3 billion), the United Kingdom (UK) (USD 5.4 billion) and Italy (USD 4.1 billion) (table 1).¹ Revenue data for the Republic of Korea in 2021 is unavailable, but in 2020, the country generated USD 5.4 billion from book sales, enough to place it among the top five countries in terms of sales revenue. Among the top five countries, strong revenue growth was reported by the US (+13.6%) and Italy (+12.2%) in 2021, while Japan (+7.5%), the UK (+5.1%) and Germany (+3.5%) also reported healthy revenue growth.” (WIPO, 2023, p. 6).

Dessa forma, podemos notar que os países com maior crescimento e maior receita de mercado são os Estados Unidos (como já comentado), a Alemanha, o

Reino Unido e a Itália - países com alto grau de desenvolvimento e com altos PIB per capita. Da mesma forma, inicialmente, o relatório pontua que:

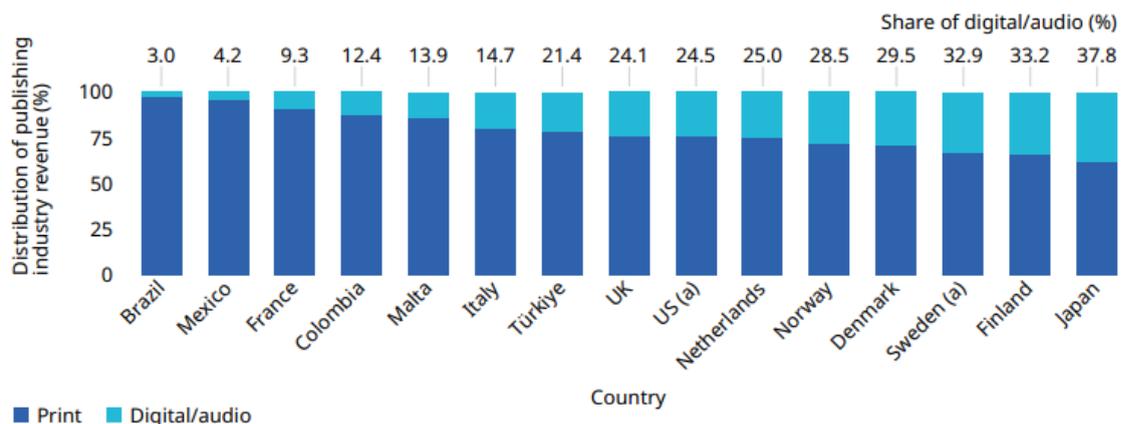
“The 2021 revenue by format data – print, digital and audio formats – were available for 15 countries. The share of revenue generated by digital and audio formats ranged from 3% in Brazil to 37.8% in Japan (figure 1). In Finland, Japan and Sweden, digital and audio formats contributed around a third of total revenue. All three countries experienced a slight increase in the share of revenue generated by digital and audio formats from 2020 to 2021. For instance, Japan’s digital/audio formats share rose from 33.1% in 2020 to 37.8% in 2021, while Finland saw a 5% increase over the same period.” (WIPO, 2023, P.6)

Ou seja, esse trecho demonstra que a receita gerada pelo formato digital e de audiolivros em relação à receita total (em porcentagem), assim como o crescimento desse tipo de formato, é altamente variável, dependendo fundamentalmente do país em que os formatos estão inseridos. Como exemplo, tem-se a disparidade entre o Brasil e o Japão. No Brasil, a venda de ebooks e audiolivros compõe cerca de 3.7% da receita total, enquanto no Japão, a venda de ebooks e audiolivros compõe cerca de 37,8% da receita total - tendo um aumento de 4% no entre 2020 a 2021. Esse fenômeno pode ocorrer devido a diversos fatores, como a disparidade de preço entre ebooks e livros físicos em diferentes partes do mundo, ou a própria preferência por diferentes formatos em diferentes localidades. De qualquer forma, esses fatores serão discutidos de maneira mais detalhada posteriormente.

Continuando com a análise de consumo de livros por formato em diferentes locais do mundo, o gráfico abaixo é uma representação visual do parágrafo já mencionado:

Figura 4 – Gráfico de receita por formato de publicação em 2021

Figure 1. Distribution of publishing industry revenue by format, 2021



Note: Data for Italy are at market value calculated from retail prices.

(a) trade sector only.

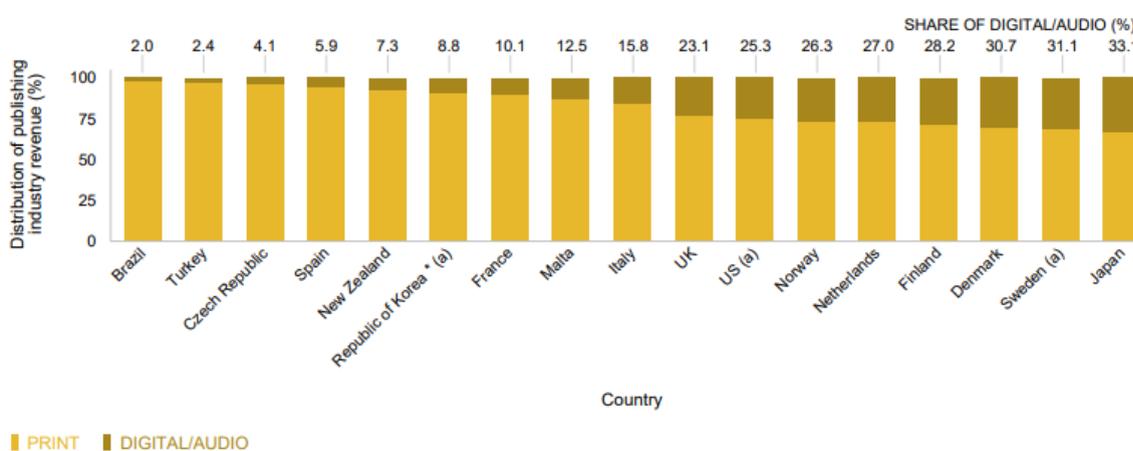
Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), February 2023.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2021” da WIPO.

Como o gráfico acima complementa, a tendência inicial que pode ser observada é que, países com um maior PIB per capita e um maior IDH tendem a ter uma maior porcentagem de sua receita total composta por livros digitais. Além disso, a porcentagem da receita total do mercado composta por livros digitais, como brevemente já apresentado no relatório, vem evoluindo substancialmente nos últimos anos, como o gráfico abaixo do relatório de mercado de 2020 ilustra quando em comparação com o gráfico de 2021 apresentado acima:

Figura 5 – Gráfico de receita por formato de publicação em 2020

Figure 1. Distribution of publishing industry revenue by format, 2020



Note: Data for Italy and Spain are at market value calculated from retail prices.

(a) Trade sector only.

* 2019 data.

Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), April 2022.

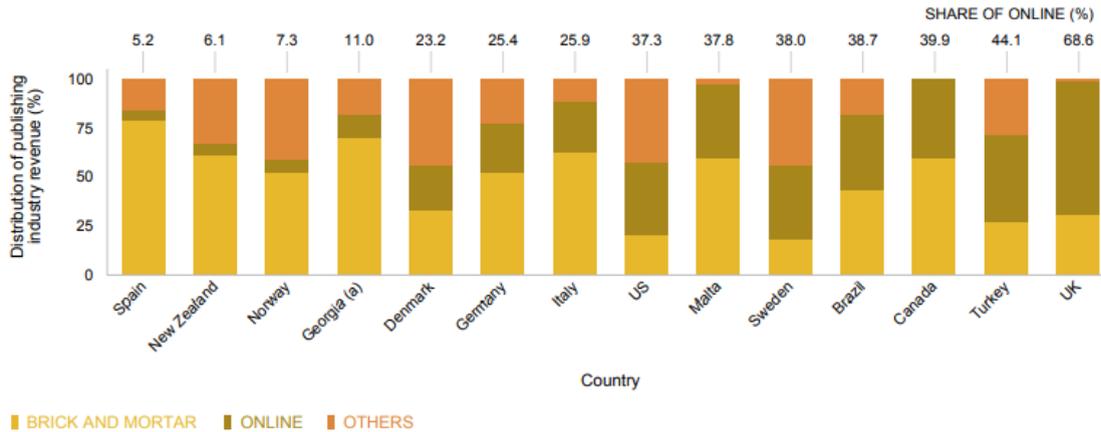
Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2020” da WIPO.

É possível ver, por meio da comparação deste gráfico com o gráfico do ano posterior, que a maioria dos países tiveram um crescimento quanto a representação dos livros digitais na receita total. Foram poucos os países que reduziram a representação dos livros digitais na receita total - e mesmo esses países sofreram uma redução mínima (como a Itália que saiu de 15.8% e foi para 14.7%; ou a França que foi de 10.1% para 9.3%) -, sendo que esses países reportaram aumento nas receitas totais. A Itália, por exemplo, passou por um aumento de 12.2% de receita total de 2020 para 2021, com apenas uma redução mínima na representação dos livros digitais na receita total. Entretanto, a situação padrão, como a análise dos relatórios representa, é um aumento tanto na receita total dos países quanto na maior composição da receita da vendas de livros digitais na receita total.

Continuando essa discussão com uma outra relação sumariamente importante, o relatório de 2021 e o relatório de 2020 também comprovam a relevância do modelo de compras digitais (do varejo digital) como os gráficos abaixo, que dividem a receita por modos de compra e venda demonstram:

Figura 6 - Gráfico de distribuição de receita por canais de venda em 2020

Figure 3. Distribution of publishing industry revenue by sales channel, 2020

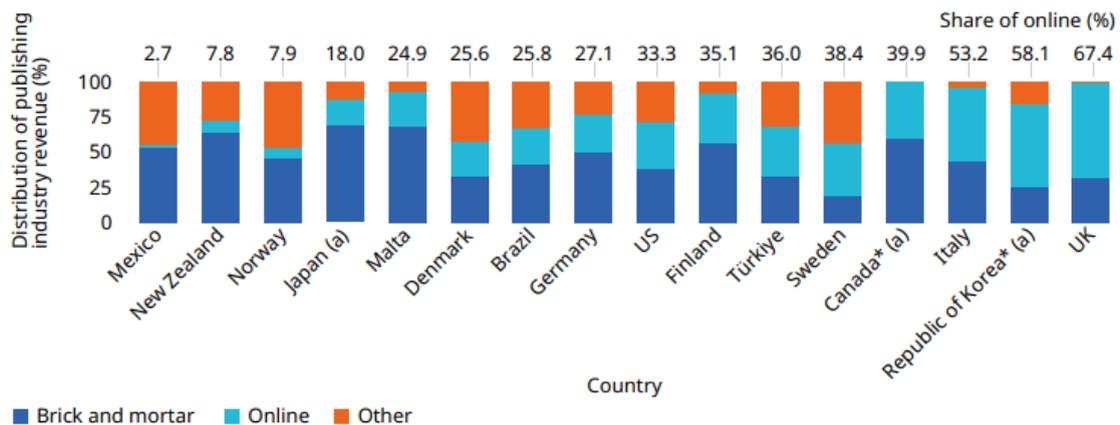


Note: Data for Germany, Italy and Spain are at market value calculated from retail prices.
 (a) Trade sector only.
 Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), April 2022.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2020” da WIPO.

Figura 7 - Gráfico de distribuição de receita por canais de venda em 2021

Figure 3. Distribution of publishing industry revenue by sales channel, 2021



Note: Data for Germany and Italy are at market value calculated from retail prices. Online category includes digital sales.
 (a) trade sector only.
 * 2020 data.
 Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), February 2023.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2021” da WIPO.

Os gráficos demonstram que a venda online compõe, em muitos dos países, uma porcentagem significativa das vendas totais, isso fica especialmente exacerbado quanto ao Reino Unido (UK) e a Coreia do Sul, onde as vendas digitais são responsáveis por, respectivamente, 67.4% e 58.1% das vendas totais em 2021. Ademais, os relatórios também comentam que as vendas online tem, progressivamente, representado uma maior porcentagem das vendas totais nos últimos anos, especialmente em alguns países mais desenvolvidos - como é demonstrado pela situação do Reino Unido, por exemplo, onde a maioria de seus habitantes realizam as compras de maneira digital.

Entretanto, essa progressão linear das vendas digitais é, de alguma forma, colocada em cheque ao comparar os gráficos de 2020 e 2021, que acabam por apresentar uma imagem um tanto diferente do esperado. Ao invés de uma progressão linear entre os anos de 2020 e 2021 e os anos anteriores, pode-se ver uma evolução irregular em relação a relevância da venda digital, com alguns países como o Reino Unido, por exemplo, tendo uma maior porcentagem de vendas online em relação as venda totais no ano de 2020.

Como o próprio relatório comenta:

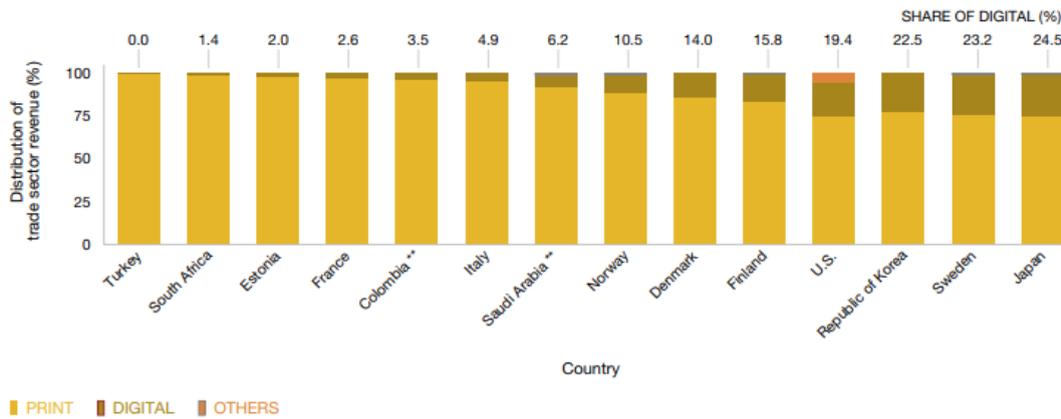
“The data on revenue generated by sales channels such as brick and mortar, online, and others 7 are available for 14 countries for the year 2021. In the UK, online sales constituted a significant proportion of total publishing industry revenue, accounting for 67.4% (figure 3). Italy generated over half of its total revenue through online sales, accounting for 53.2%. In addition, Finland, Sweden, Türkiye and the US likewise generated a substantial portion of their total revenue through online sales, reporting 35.1%, 38.4%, 36.0% and 33.3%, respectively. Conversely, brick and mortar remained the major source of revenue in Japan, Malta and New Zealand, generating 69.6%, 67.9% and 64.6% of total revenue, respectively” (WIPO, 2023, p.7).

Dessa forma, analisando ambos os relatórios, conseguimos observar que existe uma grande participação tanto dos ebooks quanto da venda digital na composição da receita total. Isso fica ainda mais evidente quando se compara esses dados aos dados do relatório de 2018 da WIPO, em que tanto os livros digitais como as compras online representam um número significativamente menor da receita total, como é possível observar nos gráficos abaixo. É importante ressaltar que, durante esse período, a indústria editorial aumentou sua receita de 50 bilhões de dólares (WIPO, 2020) para 71,6 bilhões de dólares, portanto, esses aumentos na

significância dos livros digitais e do modelo de vendas online na receita total é ainda mais significativo, visto que estão englobados num contexto de crescimento do mercado. Podemos ver isso claramente, na comparação dos gráficos dos três período justapostos uns aos outros abaixo:

Figura 8 - Gráfico de receita por formato de publicação em 2018

Figure 1. Distribution of trade sector revenue by format, 2018



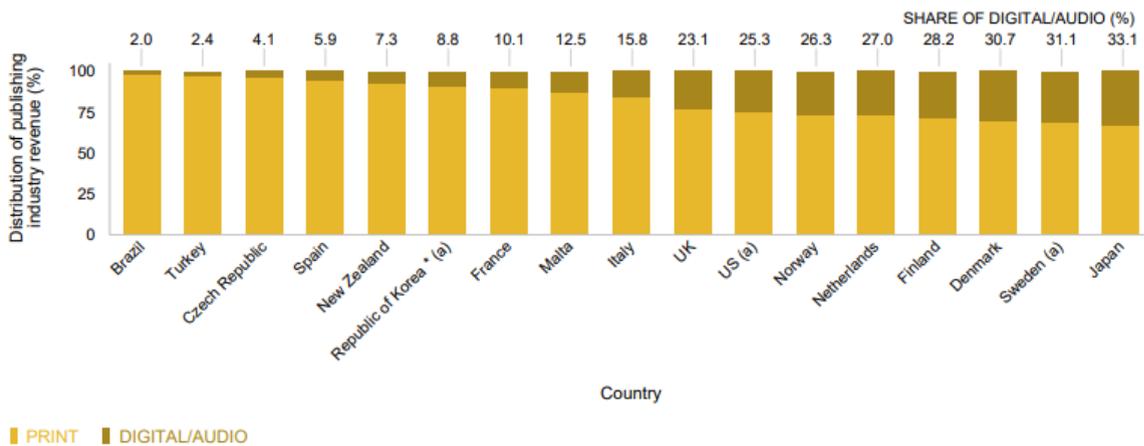
** indicates 2017 data.

Source: WIPO Statistics Database, December 2019.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2018” da WIPO.

Figura 9 - Gráfico de receita por formato de publicação em 2020

Figure 1. Distribution of publishing industry revenue by format, 2020



Note: Data for Italy and Spain are at market value calculated from retail prices.

(a) Trade sector only.

* 2019 data.

Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), April 2022.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2020” da WIPO.

Figura 10 - Gráfico de receita por formato de publicação em 2021

Figure 1. Distribution of publishing industry revenue by format, 2021

Note: Data for Italy are at market value calculated from retail prices.

(a) trade sector only.

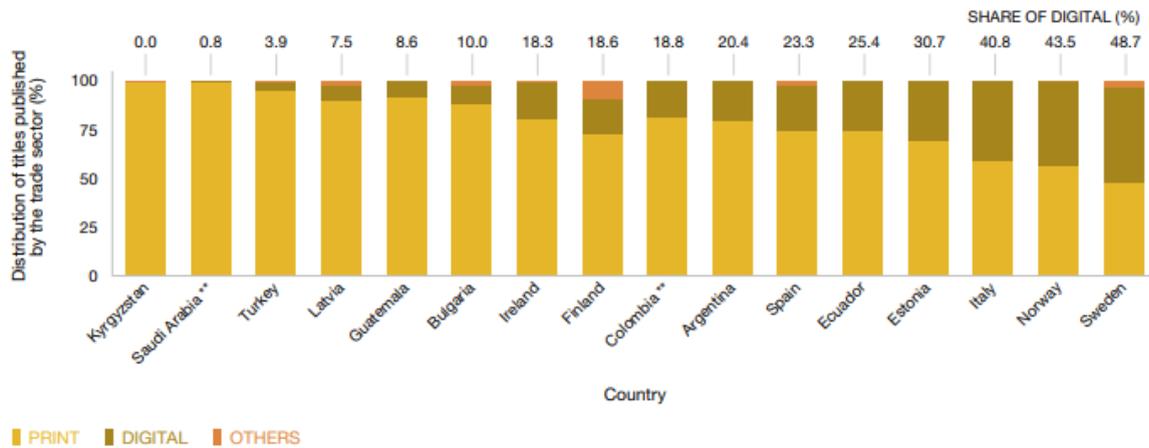
Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), February 2023.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2021” da WIPO.

Por fim, antes de terminar a análise, um outro quesito relevante à discussão é a porcentagem de publicações por formato e sua evolução com o tempo. Utilizando dos três relatórios, podemos ver uma crescente adoção pelo formato digital em comparação com o formato físico. O que, em alguns pontos, levanta certas incoerências. Como será apresentado nos gráficos futuros, o Brasil, por exemplo, é o país com a maior porcentagem de publicações em formato digital em relação ao total de publicações, entretanto, é um dos países com a menor participação da receita dos livros digitais na receita total. Não que isso não seja possível, porque os dados demonstram que isso é exatamente o que vem ocorrendo nos últimos anos, mas esse fenômeno propõe outras questões, para além da substituição dos livros físicos por digitais, que também merecem algum nível de atenção.

A progressão das distribuição da quantidade de publicações por forma também nos apresenta um aumento na participação dos ebooks e dos audiolivros na quantidade total de publicações, mesmo com um aumento de publicações totais (independentemente de formato), como é visível nos gráficos abaixo:

Figura 11 - Distribuição de títulos publicados pelos setores comerciais e educacionais por formato em 2018



** indicates 2017 data.

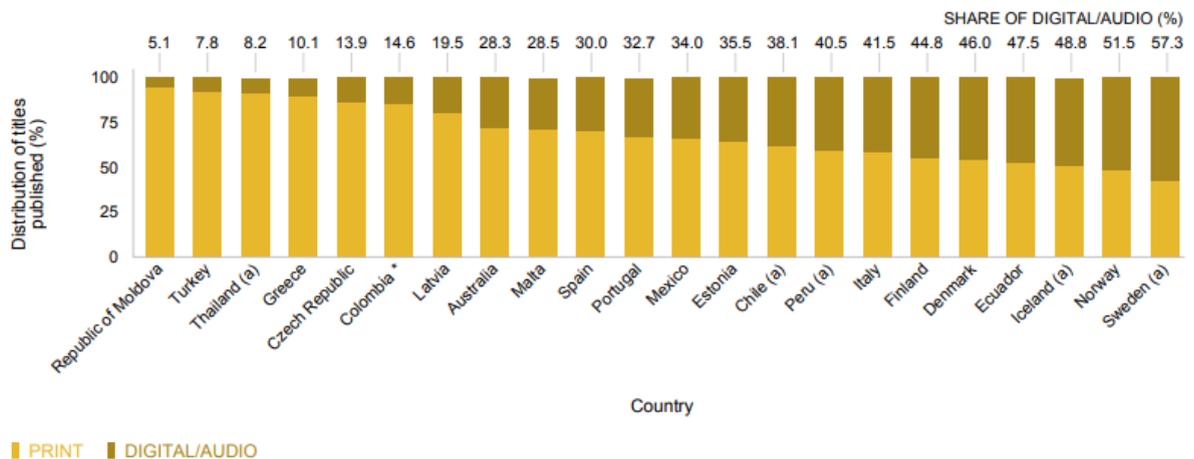
Source: WIPO Statistics Database, December 2019.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2018” da WIPO.

É importante pontuar que, devido a disparidade de dados em 2018 devido a adoção de menos países nessa época à iniciativa da WIPO de estudar e apresentar informações sólidas do mercado editorial global, os dados de distribuição de títulos publicados em 2018 apresentam uma *pool* menores de países quando comparados aos dados de 2020 e 2021, entretanto, ainda são relevantes para mostrar a progressão do formato digital na quantidade de publicações.

Figura 12 - Distribuição de títulos publicados pelos setores comerciais e educacionais por formato em 2020

Figure 4. Distribution of titles published by the trade and educational sectors by format, 2020



(a) Trade sector only.

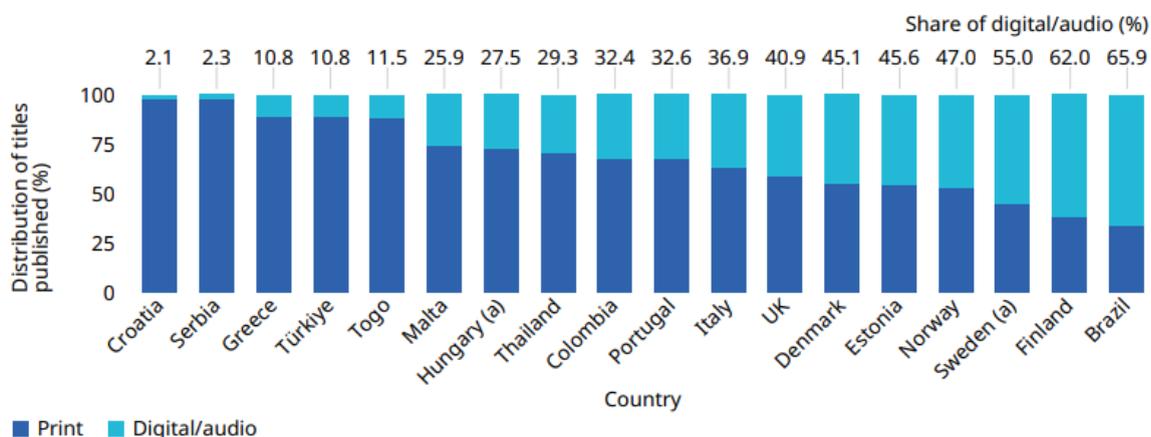
* 2019 data

Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), April 2022.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2020” da WIPO.

Figura 13 - Distribuição de títulos publicados pelos setores comerciais e educacionais por formato em 2021.

Figure 4. Distribution of titles published by the trade and educational sectors by format, 2021



(a) trade sector only.

Source: WIPO Statistics Database and Federation of European Publishers (FEP), February 2023.

Dados do relatório “The global Publishing Industry in 2021” da WIPO.

Como é possível observar pela evolução dos dados, existe uma representatividade substancial dos livros digitais e audiolivros na distribuição de títulos publicados mundialmente que vem aumentando nos últimos anos. Como já discutido previamente no capítulo passado, as razões para essa crescente importância dos livros digitais são múltiplas, entre elas estão: a facilidade para a publicação de ebooks quando comparados com livros físicos e os custos baixos associados com sua produção. Outro argumento que corrobora esse fato e está presente nos três relatórios é a preferência de subsetores com menores números de vendas- como a literatura universitária e científica, por exemplo - pela publicação de ebooks a livros físicos, pois eles reduzem os custos, aumentam as margens (que, usualmente, são baixas), aumentam o escopo de venda e reduzem preocupações logísticas.

Essa alta publicação de ebooks, contudo, como já comentado, levanta algumas outras questões. Como os dados apresentam, grande parte da produção e distribuição mundial contemporânea de literatura é feita de ebooks, entretanto, a porcentagem da receita total que os ebooks representam é infinitamente inferior à sua presença como produto no mercado. Há, claro, a questão do preço inferior dos ebooks quando comparados aos livros físicos, fenômeno esse que pode explicar parte da disparidade quanto a representação dos ebooks na receita total. Entretanto,

a disparidade entre a participação na receita total e a produção de ebooks em certos países é tamanha que somente a diferença na precificação não é suficiente para explicar essa diferença no consumo e na produção.

Essa questão, embora não consiga ser completamente esclarecida neste trabalho, será melhor discutida na análise mais aprofundada da situação do mercado literário brasileiro, que se faz necessária após essa breve incursão nos padrões e tendências do mercado editorial internacional.

2.3 O mercado editorial brasileiro e o ebook.

Tendo brevemente discutido o mercado editorial internacional e suas tendências, principalmente quanto à relevância do ebook na constituição do mercado geral e seus impactos na indústria, faz-se necessária uma análise mais aprofundada do mercado editorial brasileiro em si. Dessa forma, será vista a evolução do ebook no mercado brasileiro utilizando dos dados e estatísticas apresentadas pela Câmara Brasileira do Livro e da SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros) que

“promove e apoia estudos regulares sobre o mercado editorial em parceria com institutos de pesquisa e entidades do livro, como o Painel do Varejo de Livros no Brasil (Nielsen), a Pesquisa de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (Nielsen) e a Retratos da Leitura no Brasil (Ibope Inteligência).” (SNEL, *site*, 2023).

Assim, neste capítulo, a análise buscará englobar tanto o estado do mercado editorial em 2022, quanto a evolução histórica do mercado por meio da análise da série histórica de 2006 a 2022, produzida pelo “Nielsen book data”, além de uma visão mais especializada dos ebooks e dos audiolivros com a pesquisa “conteúdo digital do setor editorial brasileiro” também proposta pela Câmara Brasileira do Livro e do SNEL.

Antes de analisar a pesquisa, é importante destacar sua metodologia para que possamos compreender completamente o relatório e seus dados. Como a imagem a seguir pontua, os dados dessa pesquisa se dão por meio de um preenchimento de um questionário online, enviado pela Nielsen Book Research para as editoras brasileiras. Ademais

“As questões existentes no questionário referem-se à produção e às vendas realizadas pelas editoras, tanto para e-book quanto para audiolivro e todas as suas clivagens: acervo, novos ISBNs, unidades vendidas, faturamento à la carte,

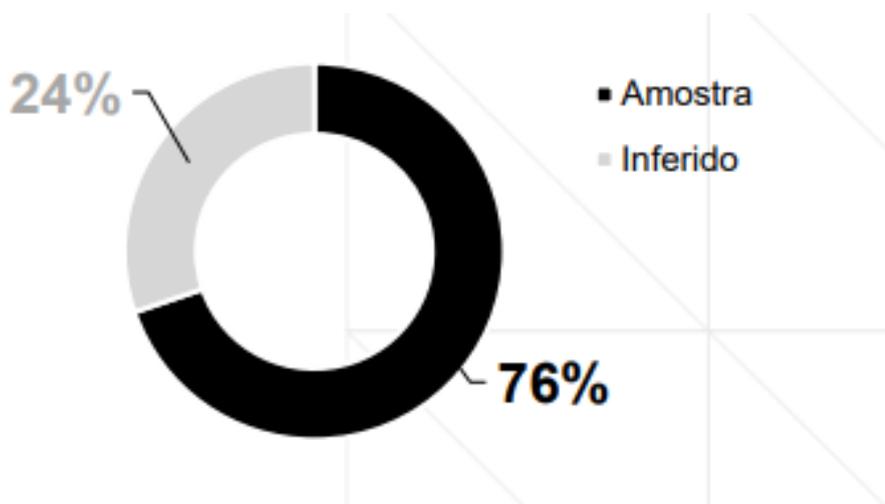
faturamento com assinatura de conteúdo, faturamento com bibliotecas virtuais, etc. A pesquisa realizada em 2023, com ano base de 2022, passou também a considerar o subsetor de Didáticos através da inserção da categoria de faturamento, Plataformas Educacionais.” (Nielsen, 2023, p.12).

Além disso, também é clarificado que:

“As comparações entre o mercado de livro físico e o mercado de conteúdo digital foram realizadas a partir dos dados referentes as vendas ao mercado. Os dados foram extraídos da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro. Foram excluídas, portanto, as vendas para o governo.” (Nielsen, 2023, p.12).

Por fim, também é comunicado que a amostra do relatório é formada por “editoras emparelhadas, ou seja, editoras que responderam o questionário no ano corrente e que também o fizeram no ano anterior. Pesquisa ano base 2022, a Amostra foi de 76% em termos de faturamento.” (Nielsen, 2023, p.12), como demonstra o gráfico abaixo:

Figura 14 - Composição dos dados



Dados do relatório “Desempenho real do mercado editorial brasileiro 2022” da Nielsen Book Research.

Dessa forma, tendo como base os dados coletados do ano presente e do ano anterior, “aplica-se o processo de inferência estatística para alcançar os valores referentes à totalidade do mercado”(Nielsen, 2023, p.12).

Assim, tendo pleno conhecimento das ferramentas utilizadas para a pesquisa e iniciando análise por meio da observação dos dados que da série temporal, tem-se visto que o primeiro importante fenômeno que o relatório da Nielsen apresenta é que, embora o mercado editorial brasileiro tenha crescido nominalmente nos últimos anos, o crescimento real do mercado (isto é, o crescimento nominal menos a

inflação - aqui calculada por meio do IPCA) tem sido constantemente negativo como os gráficos abaixo demonstram:

Figura 15 - Crescimento do mercado editorial brasileiro real e nominal

SETOR

Análise em termos reais - preços constantes de 2022

Variação Percentual			
	2021-2022	2014-2022	2006-2022
Mercado	-3	-39	-40
Total	-11	-36	-36

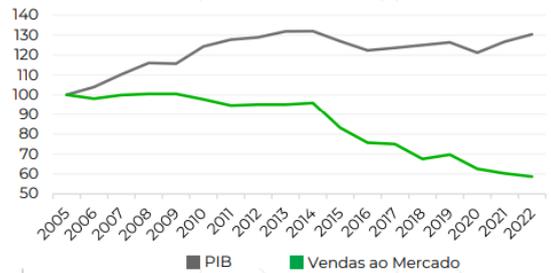
VENDAS AO MERCADO

CRESCIMENTO NOMINAL de 3% **NÃO** foi suficiente para **SEGURAR** a queda em **TERMOS REAIS**.

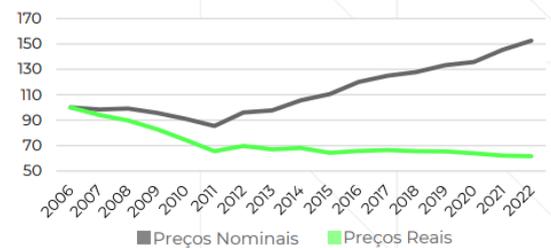
Nielsen BookData



PIB x Vendas ao Mercado
Crescimento Real - Número Índice



Preços Médios x Vendas ao Mercado
Valores Correntes e Valores Constantes - Número Índice



Nielsen BookData | Desempenho Real do Mercado Editorial Brasileiro PCR\$2022
© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

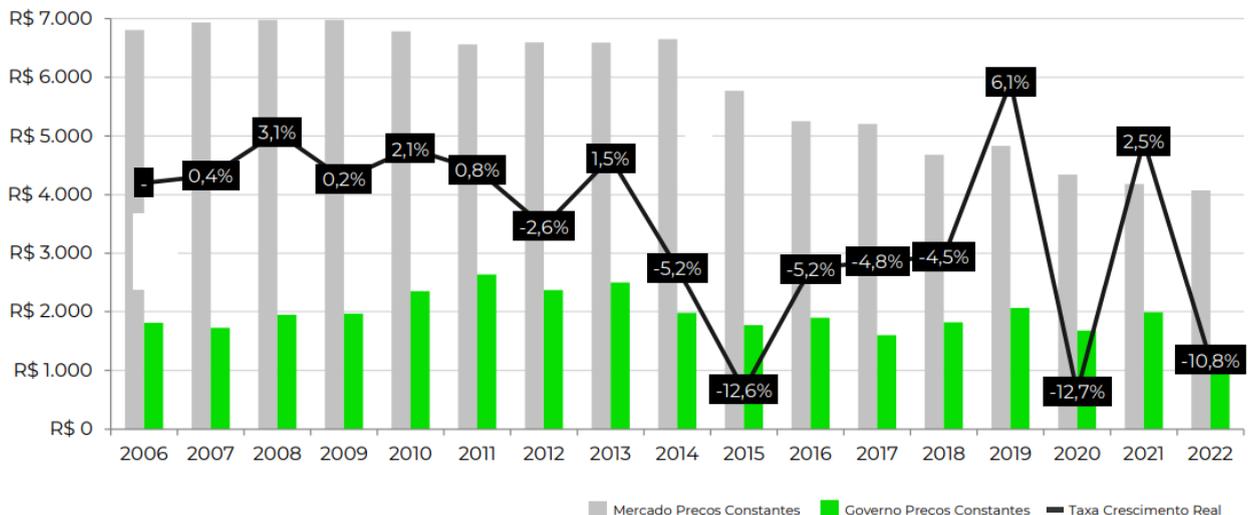
Dados do relatório “Desempenho real do mercado editorial brasileiro 2022” da Nielsen Book Research.

Figura 16 - Evolução do faturamento real “mercado + governo”

SETOR

Evolução do Faturamento Real – Mercado + Governo
preços constantes de 2022 – Em milhões

Nielsen BookData

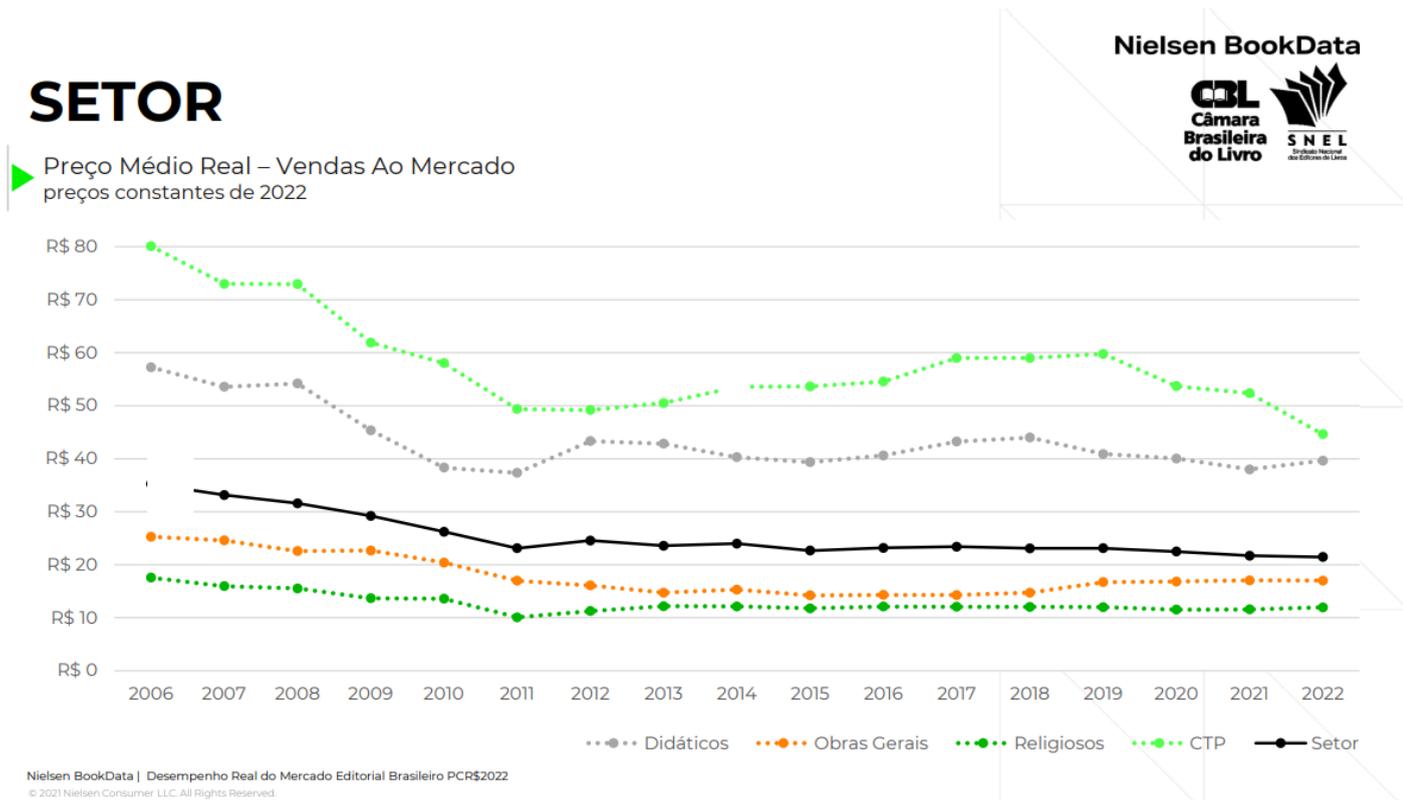


Nielsen BookData | Desempenho Real do Mercado Editorial Brasileiro PCR\$2022
© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Dados do relatório “Desempenho real do mercado editorial brasileiro 2022” da Nielsen Book Research.

Ademais, as séries históricas também pontuam contundentemente que, embora o preço nominal dos livros tenha aumentado com o passar dos anos, o preço real dos livros, em geral, diminuiu. O gráfico abaixo, que contém a precificação de inúmeros subsectores, demonstra essa regressão dos preços médios gerais.

Figura 17 - Série histórica dos preços médios, dividido por subsectores



Dados do relatório “Desempenho real do mercado editorial brasileiro 2022” da Nielsen Book Research.

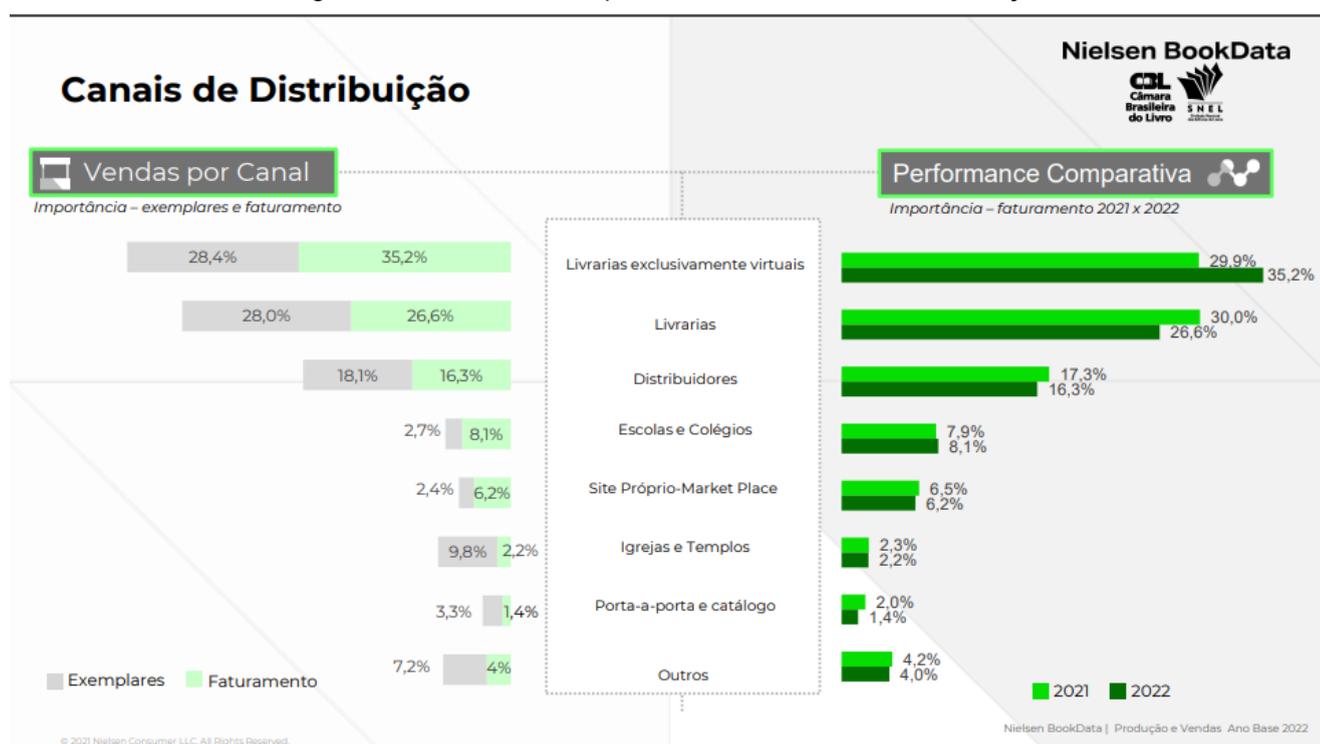
Assim, pode-se ver que, tanto a progressão do faturamento total quanto dos preços reais no mercado editorial brasileiro foi negativa nos últimos anos. Como os dados corroboram, o mercado literário foi bastante afetado pelas dificuldades macroeconômicas do país - além de sofrer intensamente com outros quesitos como a baixa taxa de escolaridade do Brasil (75,2% em 2022 segundo o IBGE) e a baixa quantidade de leitores. Tendo estabelecido a situação geral do mercado, a análise mais aprofundada do impacto do ebook se faz necessária - análise essa, invariavelmente ligada aos anos mais recentes nos quais sua presença vem se intensificando.

Portanto, observando os dados de 2022 e 2021, tem-se que, mesmo com uma redução de cerca de 5% na produção de novos títulos impressos de 2021 para

2022, houve um aumento de 15% na produção de livros digitais de 2021 para 2022. Vê se que, mesmo com uma queda expressiva na produção (-5%) e na venda (-11% no total) de livros físicos, houve um aumento relativo expressivo na produção e na venda de livros digitais. Tem-se, no mercado editorial inteiro em 2022, um faturamento de 5,5 bilhões (Nielsen, 2023, p.8) Entretanto, visto que os ebooks compõem uma pequena fração do mercado total, em termos absolutos seu faturamento é bastante inferior ao faturamento dos livros físicos. Nominalmente, os ebooks foram responsáveis por cerca de 131 milhões de reais de faturamento em 2022, o que equivale e confirma, de grosso modo, a porcentagem de 3% apresentada no relatório da WIPO sobre a composição da receita do mercado editorial brasileiro.

Antes de progredir mais profundamente no relatório de vendas digitais do mercado Brasileiro, é de suma importância destacar um fato bastante presente nos últimos anos e que já apareceu recorrentemente neste trabalho. Como já foi apresentado no relatório internacional da WIPO, a venda online de livros vem se impondo cada vez mais sobre o mercado literário e, no Brasil, de acordo com o último relatório da Nielsen (2023), a venda de livros por meio do varejo online já é a principal maneira de consumir literatura - como demonstram o gráfico e a tabela abaixo, que ranqueiam e comparam os canais de distribuição (tanto em faturamento quanto em quantidade de exemplares vendidos):

Figura 18 - Gráfico de ranqueamento dos Canais de distribuição



Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Figura 19 - Tabela de ranqueamento dos Canais de distribuição

Canais
Vendas



	2021		2022		
	Faturamento	Participação %	Faturamento	Participação %	Variação %
Livrarias exclusivamente virtuais	1.179.956.817	29,86	1.435.145.245	35,24	22%
Livrarias	1.183.692.783	29,95	1.082.305.641	26,57	-9%
Distribuidores	685.458.926	17,34	665.775.803	16,35	-3%
Escolas e Colégios	311.964.781	7,89	329.148.769	8,08	6%
Site Próprio-Market Place	256.068.731	6,48	250.713.576	6,16	-2%
Igrejas e Templos	89.775.605	2,27	91.090.281	2,24	1%
Porta-a-porta e catálogo	78.264.421	1,98	56.140.961	1,38	-28%
Empresas	29.100.443	0,74	27.893.668	0,68	-4%
Exportação	17.204.244	0,44	24.757.890	0,61	44%
Feiras do Livro/Bienal	4.155.148	0,11	24.555.322	0,60	491%
Clube do Livro	32.227.460	0,82	20.946.657	0,51	-35%
Supermercado	26.208.068	0,66	20.494.989	0,50	-22%
Biblioteca Privadas	20.602.349	0,52	19.990.958	0,49	-3%
Bancas de jornal	6.988.410	0,18	8.074.725	0,20	16%
Marketing Direto (mala direta, correio)	1.042.104	0,03	803.461	0,02	-23%
Outros	29.466.373	0,75	14.864.314	0,37	-50%
Total	3.952.176.663	100	4.072.702.259	100	3%

Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Assim, se vê não só que o varejo digital contém a maior parte do faturamento e da quantidade de exemplares vendidos, mas também é possível ver um substancial aumento da participação das livrarias digitais (e uma redução na participação das livrarias comuns) no faturamento total ao comparar 2021 à 2022. Dessa forma, é, mais uma vez, visível a influência da internet, das novas maneiras de comercialização e das megacorporações de varejo digital no mercado editorial brasileiro.

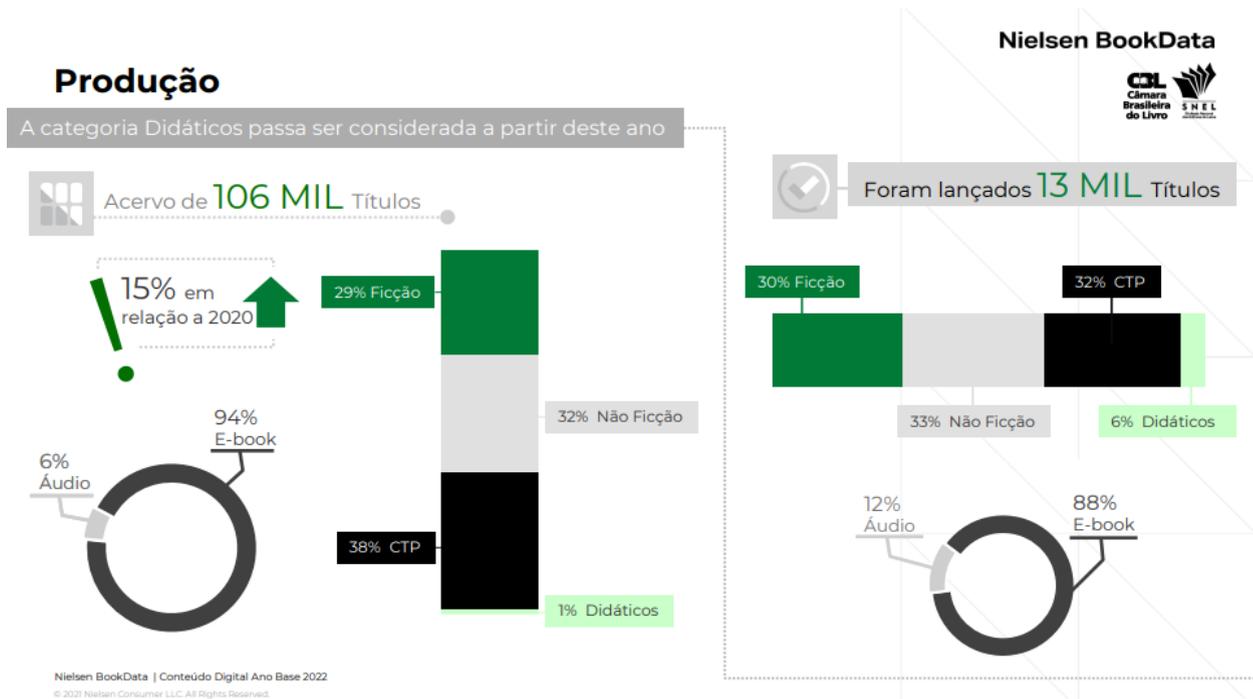
Tendo estabelecido essa tendência mais uma vez como uma das forças motrizes mais fortes na progressão e evolução do mercado editorial como um todo, a progressão para a análise do ebook em si no mercado brasileiro é o próximo passo para uma maior compreensão dos efeitos da digitalidade nesse mercado.

Como já comentado anteriormente, e destacado no relatório, “O faturamento total com conteúdo digital apresentou crescimento nominal de 35%, quando considerada a inflação do período o crescimento é de 28%” (Nielsen, 2023, p. 26), ou seja, houve um crescimento real positivo de 28% no segmento de livros digitais de 2021 para 2022. Ademais, como também está destacado no relatório, “Nos

últimos 4 anos, o faturamento das editoras com conteúdo digital apresentou crescimento de 95% em termos reais” (Nielsen, 2023, p. 26), o que demonstra que, embora o faturamento dos livros digitais compõe apenas uma pequena porcentagem do total (em termos absolutos), o setor está evoluindo em altas taxas relativas.

O gráfico abaixo descreve a situação da quantidade de títulos disponíveis no acervo digital.

Figura 20 - Distribuição de livros digitais no mercado brasileiro



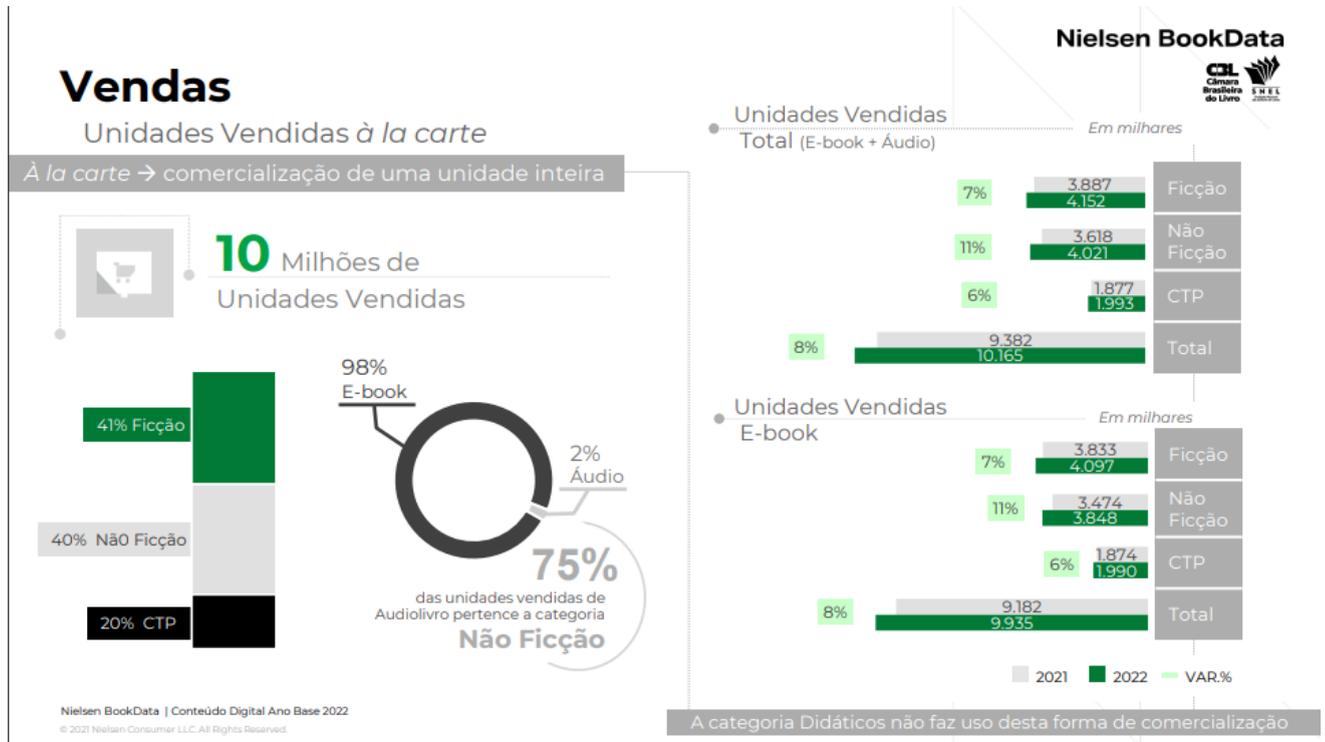
Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Assim como o relatório da WIPO pontuou, há um crescimento desproporcional na quantidade de títulos digitais publicados quando comparados ao consumo de livros digitais. Além disso, é visível por meio do gráfico acima a desproporcionalidade também na produção de livros digitais e audiolivros - livros digitais compõem 94% do acervo digital total, enquanto audiolivros compõem somente 6%. Seja por não familiaridade ou por baixo incentivo e investimento na produção, os audiolivros compõem uma parcela minoritária da produção e da receita digital (e, conseqüentemente, uma parcela ainda menor da receita total) no mercado literário Brasil.

Assim, os números totais de venda e de receita do formato digital mantém a superioridade do livro digital sobre o audiolivro e explicitam a preferência no consumo de audiolivros de não ficção aos de ficção, enquanto demonstram uma

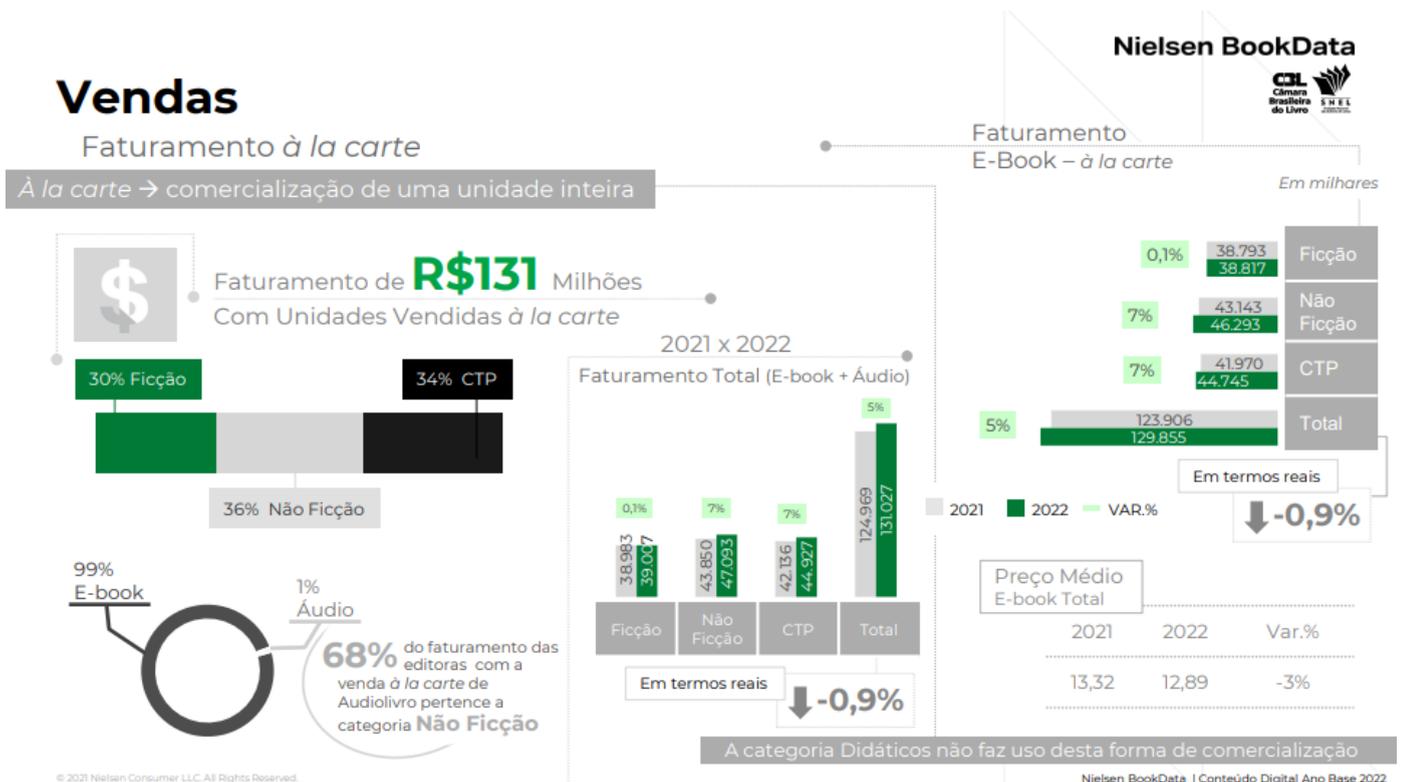
situação bastante balanceada em relação aos subgêneros da literatura em relação aos livros digitais:

Figura 21 - Gráfico de venda do formato digital em exemplares



Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Figura 22 - Gráfico de venda do formato digital em faturamento

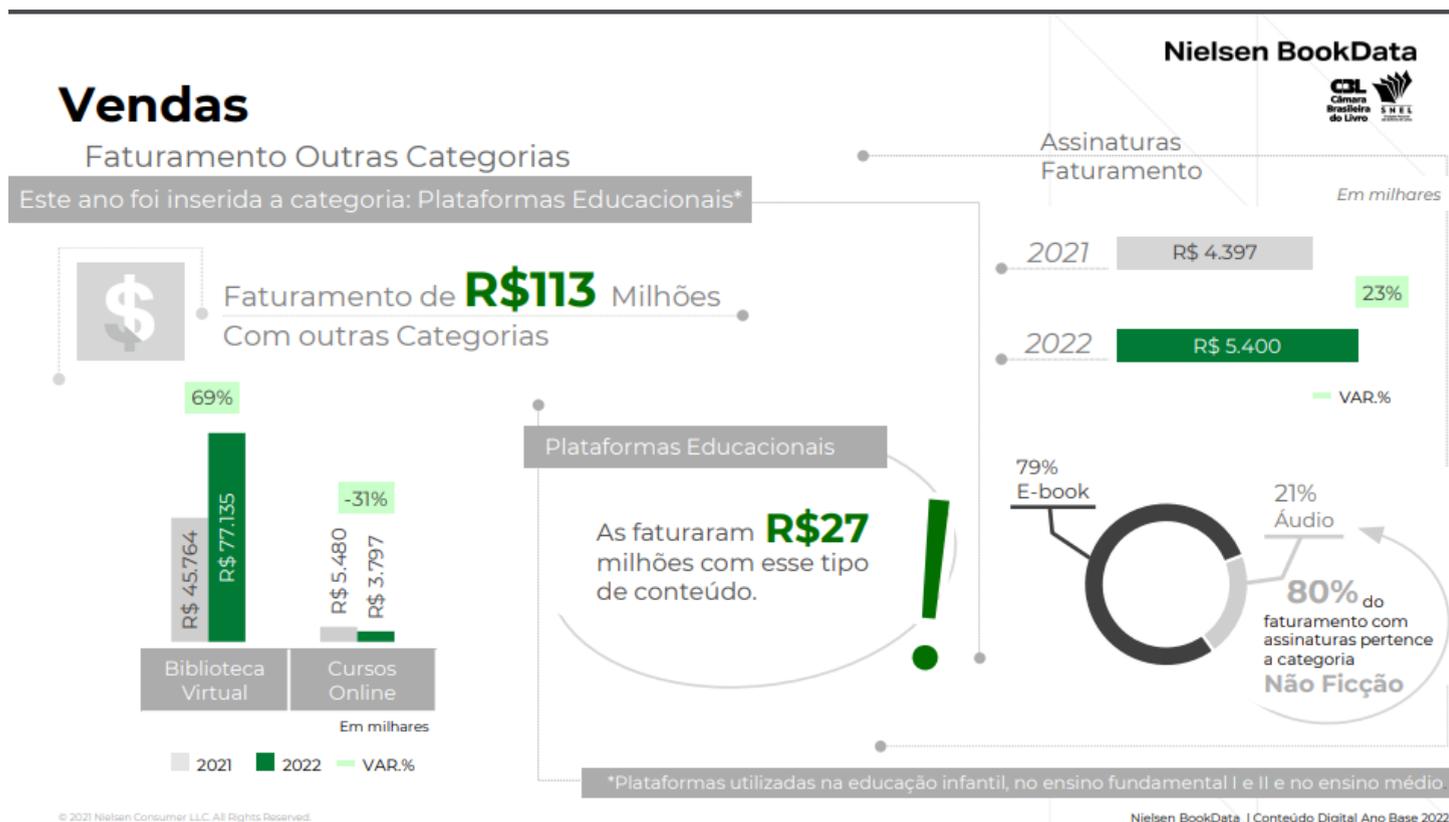


Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Uma observação importante é que, mesmo com um faturamento digital total real positivo (de cerca de 7%), a venda exclusiva de livros digitais e audiolivros em 2022 não teve um crescimento suficiente para ter um rendimento real positivo quando comparada a 2021 - na verdade, ela teve um rendimento real negativo de 0,9 por cento.

Dessa maneira, como demonstra o gráfico abaixo, a complementação das vendas de livros digitais com os rendimentos das plataformas digitais, bibliotecas digitais e cursos online é responsável por garantir um aumento real no faturamento no ano de 2022 mesmo em um contexto de crise em que toda a indústria editorial está sofrendo constantes prejuízos.

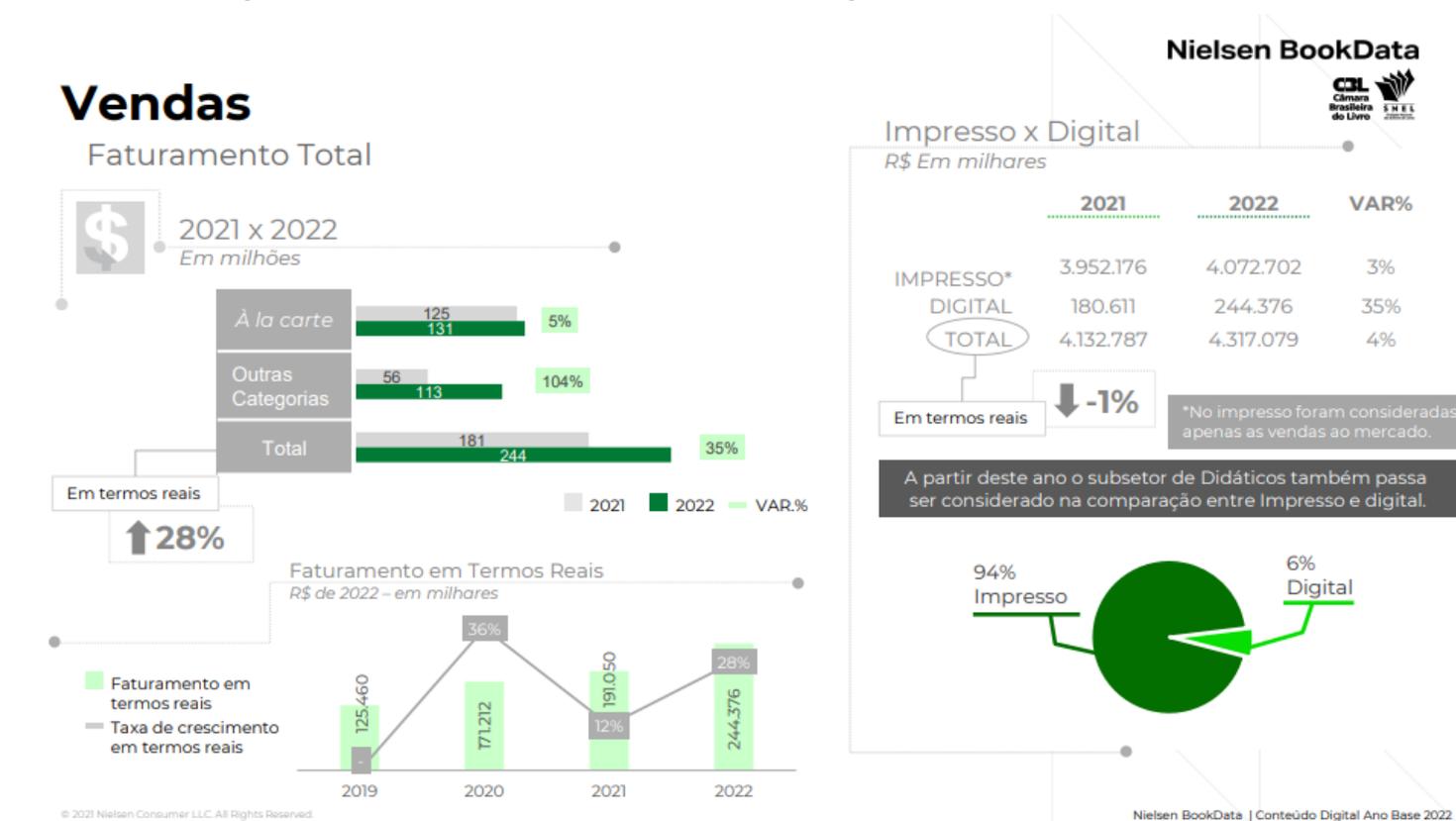
Figura 23 - Gráfico de venda de outras categorias do formato digital (em faturamento)



Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Outra consideração importante é que, neste quesito, há uma maior prevalência do formato de áudio (como o gráfico de distribuição no canto inferior esquerdo demonstra). Assim, a formação do faturamento total da parcela digital da indústria editorial brasileira é colocada da seguinte forma:

Figura 24 - Gráfico de faturamento total do formato digital da indústria editorial brasileira



Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Dessa forma, como pode-se ver, juntando tanto a venda de livros online quanto às receitas geradas por outras formas digitais complementares (como as bibliotecas digitais e os cursos e livros interativos), tem-se um aumento em termos reais de 28%, como já anteriormente comentado. Infelizmente, apesar do constante aumento na participação e no tamanho da receita e difusão dos livros digitais, o aumento na venda do formato digital, no Brasil, não vem sendo o suficiente para compensar as reduções no formato impresso e assim manter a indústria editorial brasileira em crescimento em termos reais (como pode-se ver no gráfico acima, que apresenta a indústria editorial mais uma vez com decréscimo total em termos de receita de 2021 para 2022). Pode-se ver também no gráfico acima, no canto superior direito, a tendência que vem sendo apresentada e discutida ao longo desse trabalho, que é o crescimento rápido das formas digitais - não só em termos monetários (tamanho do faturamento), mas também em termos reais, contendo a maior taxa de crescimento na indústria editorial nacional.

Além disso, também há uma tendência clara no mercado editorial mundial - e no nacional - pela preferência de livrarias exclusivamente digitais, o que, aliado a

baixa taxa de crescimento do faturamento e da demanda de livros físicos e alta taxa de crescimento dos livros digitais, pode indicar um possível caminho para o futuro do mercado editorial brasileiro - um mercado onde o livro físico tenha menos espaço no mercado, mesmo que não deixe de existir. Claro que, com a diferença discrepante em termos absolutos e em porcentagem de mercado no ano de 2022, esse futuro ainda aparenta ser distante, entretanto, a imposição dos formatos de venda digital sobre o formato de venda convencional já está se impondo no mercado brasileiro - em muitos dos subsetores literários, como pode ser visto mais aprofundadamente na figura 18 (já apresentada) e no relatório da Nielsen (2022).

Por fim, é importante ressaltar que, no mercado brasileiro, o governo é o maior responsável pela demanda de livros, como demonstra a comparação abaixo entre os exemplares vendidos e o faturamento para o governo e para o resto do mercado.

Figura 25- Faturamento e Exemplares vendidos para o governo 2021 e 2022.

Vendas

Faturamento e Exemplares Vendidos para o Governo

	Exemplares Vendidos			Faturamento		
	2021	2022	VAR.%%	2021	2022	VAR.%%
PNLD	182.191.359	115.724.160	-36,48	1.500.825.310	1.148.828.263	-23,45
PNLD Literário	28.931.527	3.160.078	-89,08	165.781.494	21.817.522	-86,84
Total Governo Federal	211.122.886	118.884.238	-43,69	1.666.606.803	1.170.645.785	-29,76
Outros Órgãos do Governo	6.420.119	7.176.491	11,78	215.145.554	262.065.558	21,81
Total	217.543.005	126.060.729	-42,05	1.881.752.357	1.432.711.343	-23,86

EM 2022 O GOVERNO FEDERAL COMPROU LIVROS PARA O ENSINO FUNDAMENTAL 2 E FEZ A REPOSIÇÃO DOS LIVROS PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL, PARA O ENSINO FUNDAMENTAL 1 E PARA O ENSINO MÉDIO.

Dados do relatório “Produção e vendas do mercado editorial brasileiro em 2022” da Nielsen Book Research.

Figura 26 - Faturamento e Exemplares vendidos para o mercado 2021 e 2022

Vendas

Faturamento e Exemplares Vendidos para o Mercado

	Exemplares Vendidos			Faturamento		
	2021	2022	VAR.%%	2021	2022	VAR.%%
Didáticos	33.468.168	32.081.167	-4,1	1.201.777.371	1.271.567.989	5,8
Obras Gerais	89.428.027	89.651.981	0,3	1.440.824.338	1.524.150.793	5,8
Religiosos	54.170.482	53.456.165	-1,3	608.191.730	644.686.684	6,0
CTP	14.169.033	12.387.755	-12,6	701.383.224	632.296.794	-9,9
Total	191.235.710	187.577.067	-1,9	3.952.176.663	4.072.702.259	3,0

3. O FUTURO DAS FORMAS DIGITAIS NO MERCADO EDITORIAL

O capítulo anterior apresenta um panorama geral e especializado da situação global do mercado editorial, assim, embora afirmações assertivas sobre o futuro do modo de comercialização dos livros não possam ser feitas sem algum nível de especulação, hipóteses concretas podem ser levantadas tendo base na situação atual do mercado.

Assim, utilizando-se das conclusões adquiridas no capítulo anterior, vê-se que, tanto mundialmente quanto domesticamente, o novo modelo de comercialização digital já é uma realidade e está tomando conta dos mercados. As livrarias físicas convencionais vem perdendo espaço para as megacorporações de varejo - especialmente a Amazon - e o rápido e constante crescimento global desse modo de comercialização indica que a tendência continuará. As livrarias e outros modos presenciais de comercialização não estão conseguindo competir tanto em precificação quanto em quantidade de títulos oferecidos e muitas delas estão se adaptando ao modo digital de comercialização, oferecendo outros serviços adjacentes a venda de livros - como organizações de workshops, seminários, sessões de autógrafos -, aumentando e diversificando seu portfólio de produtos - vendendo outras mercadorias além de livros - ou estão falindo - como é o caso de muitas grandes redes de livrarias brasileira, como por exemplo a Livraria Cultura e a Saraiva.

Aliado a isso, há o crescimento exacerbado dos livros digitais e dos audiolivros nos últimos anos. Com a maior utilização das plataformas de venda digitais, o avanço e a maior disseminação da tecnologia mundialmente, os livros digitais cada vez mais estão ocupando um maior espaço no mercado editorial. Nos países mais desenvolvidos, como o Japão e o Reino Unido, por exemplo, o livro digital já é uma das principais formas de consumir literatura, enquanto em países em desenvolvimento, embora a publicação de novos títulos se dê muitas vezes por ebooks, os livros digitais ainda não compõe uma parte significativa dos exemplares consumidos e do faturamento. Entretanto, apesar disso, como pode ser visto no subcapítulo “2.3 o mercado editorial brasileiro”, os livros digitais estão passando por um período de alto e rápido crescimento, embora ainda não componham uma porcentagem considerável da receita ou dos exemplares vendidos.

Portanto, embora seja absolutamente improvável que os livros digitais e os audiolivros venham substituir inteiramente os livros físicos no futuro próximo, o crescimento rápido, alto e constante dos ebooks e dos audiolivros ao redor do mundo comprovam seu valor como inovações com uma capacidade de permanência e de transformação no mercado literário. O excerto “eBOOKS: evolução, características e novas problemáticas para o mercado editorial” (2015) de Pedro Coutinho e Olívia Pestana também corrobora algumas das ideias aqui apresentadas, chegando a conclusões similares em relação aos livros digitais e aos modelos de comercialização digital em suas considerações finais:

“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 eletrônico, 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”. (COUTINHO, 2015, p.190)

Ademais, Coutinho, assim como as conclusões deste estudo, também adiciona:

“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 se dizer que o 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);” (COUTINHO, 2015, p.190)

Embora, como pode-se ver, a previsão da PwC no qual o artigo comenta não tenha se concretizado, os ebooks em 2022 correspondem a menos da metade do faturamento e da demanda do mercado literário norte-americano, o sentimento geral e a direção na qual o artigo comenta em 2015 pode ser vista nos anos subsequentes por meio deste trabalho.

Coutinho (2015) também comenta que:

“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;" (COUTINHO, 2015, p.190)

É verdade que a tecnologia avança de maneiras inesperadas e também é verdade que, em alguns dos mercados (como o brasileiro, por exemplo), o ebook tem passado por algumas dificuldades de curto prazo no crescimento. Entretanto, o crescimento rápido e exacerbado nos últimos anos tem provado o ebook como uma tecnologia atrativa, lucrativa e possivelmente, em um futuro distante, dominante sobre o livro físico. Isso, entretanto, como já discorrido, é algo que, no futuro próximo, é de difícil afirmação.

CONCLUSÃO: O FUTURO DO MERCADO LITERÁRIO BRASILEIRO

Como foi visto no capítulo acima, o mercado literário brasileiro está invariavelmente ligado à gestão pública, às políticas de incentivo à leitura e à demanda de livros didáticos, escolares e ficcionais para suprir as necessidades educacionais das escolas e do estado. Portanto, há sempre uma ligação intrínseca, no Brasil, entre a gestão governamental e o crescimento do mercado editorial - principalmente em relação aos livros físicos, que, usualmente, são aqueles que majoritariamente compõem as necessidades educacionais das escolas e dos programas públicos (embora, no últimos tempo, medidas de digitalização tem tomado alguma forma). Consequentemente, mesmo com um aumento real no faturamento da parte não governamental de 3%, a redução tanto da demanda quanto do faturamento por parte do governo brasileiro, foi majoritariamente responsável pelos resultados reais negativos dos últimos anos da indústria.

Nesse contexto, o ebook apresenta uma alternativa interessante para muitas editoras - principalmente editoras menores - e autores, que buscam uma publicação de fácil distribuição e de baixo custo. Utilizando-se de ferramentas como o KDP (Kindle Direct Publishing) e marketplaces com enormes vitrines - como novamente, o Kindle da Amazon -, o mercado editorial brasileiro tem a capacidade de lentamente compensar a queda promovida pela redução na demanda governamental. Ademais, a mudança de governo (de um governo que não valorizava a leitura para um que valoriza) pode também ser um fator fundamental na recuperação do crescimento real do mercado editorial brasileiro, tanto como maneira de estimular o consumo e aumentar a demanda de livros físicos, quanto para acelerar ainda mais o crescimento dos livros digitais.

Com os aumentos constantes no preço do papel e a crescente preocupação ambiental, o livro digital se apresenta como uma alternativa barata, fácil e sustentável para aqueles consumidores ou aquelas editoras que buscam uma alternativa ao livro físico.

Como também comentado, o livro digital no Brasil, apesar de não conter uma porcentagem muito grande de mercado (apenas 6%) já é a forma mais preferencial de publicação, contendo cerca de 65% de todos os novos títulos brasileiros em 2022. Isso representa, mais do que tudo, uma adoção pelo lado dos produtores (os autores e editores) sobre as facilidades e praticidades da publicação digital. Mesmo

que esses dados ainda não se concretizem em faturamento e em demanda, eles demonstram uma certa preferência por meio da oferta para o novo produto.

Esses fatores combinados com a revolução digital que alterou permanentemente o modelo de negócio do mercado e sedimentou a comercialização digital como modo mais popular de negociação de livros, demonstram os efeitos claros e aparentes do livro digital e da forma digital de comercialização e produção no mercado editorial brasileiro. Para além da substituição do livro físico para o digital, o modelo de negócios acarretado pelo livro digital já está dominando o mercado.

No momento, não se pode dizer se o livro digital irá substituir o livro físico, mas o que se pode confirmar é que o modelo de comercialização trazido pelos avanços tecnológicos da forma digital já é realidade - não só no Brasil, como no mundo também - e os constantes crescimentos expressivos da participação dos livros digitais e dos audiolivros na demanda e no faturamento apresentam um panorama extremamente promissor para este tipo de mídia, até no Brasil, o país com uma das piores proporções de receita em relação aos livros digitais e ao total. Mesmo que não substituam os livros físicos no futuro, os livros digitais já mudaram a forma em que o mundo consome literatura.

REFERÊNCIAS

BERMAN, Hangens. **Apple E-books anti-trust litigation**. Disponível em: < <https://www.hbsslaw.com/cases/e-books-antitrust-litigation> > Acessado em: 19 de novembro de 2023.

BERMAN, Hangens. **Amazon E-books Price Fixing**. Disponível em: < <https://www.hbsslaw.com/cases/amazon-e-books-price-fixing> > Acessado em: 19 de novembro de 2023.

CASTELLACI, Fulvio et al. Advances and challenges in innovation studies. **Journal of economic issues**, v. 39, n. 1, p. 91-121, 2005.

CHARTIER, Roger. **Um mundo sem livros e sem livrarias?** Edição: Guiomar de Grammont. 1. ed. São Paulo: Letraviva, 2020.

COUTINHO, Pedro; PESTANA, Olívia. **eBOOKS: evolução, características e novas problemáticas para o mercado editorial**. Páginas a&b: arquivos e bibliotecas, p. 169-195, 2015.

DA COSTA NOGAMI, Vitor Koki. **Destrução criativa, inovação disruptiva e economia compartilhada: uma análise evolucionista e comparativa** (Creative Destruction, Disruptive Innovation and Shared Economy: An Evolutionary and Comparative Analysis). (November 19, 2018). In: *Revista Suma de Negocios 10 (21) 9-16, Enero - junio 2019*, DOI:10.14349/sumneg/2019.V10.N21.A2, Available at SSRN: < <https://ssrn.com/abstract=3443092> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: presente, passado e futuro**. Tradução: Daniel Pellizari. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GOMES, Lidia Barroso; CAVALCANTE, Maria Neuma Barreto. **O caminho do manuscrito: do papiro à prensa de Gutenberg**. In: Encontro Internacional de Estudos Multidisciplinares: antiguidade e medievalidade nos textos, 1., 2011, Fortaleza. Anais... Fortaleza: UFC/UECE, 2012. p. 15-20.

HAIT, W. Andrew. UNITED STATES CENSUS BUREAU. **Despite Our Love of All Things Electronic, Bookstores Still Relevant This Holiday Season**. Disponível em: < <https://www.census.gov/library/stories/2021/12/do-not-turn-the-page-on-bookstores.html> > Acessado em 15 de dezembro de 2023.

MORICOCCHI, Luiz; GONÇALVES, José Sidnei. **teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter: uma revisão crítica.**

NIELSEN BOOKDATA (2023). **Desempenho Real do Mercado Editorial Brasileiro PCR\$2022.** Disponível em: < https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/06/Serie_Historica_PCR_2022_V1.pdf > Acessado em 19 de novembro de 2023.

NIELSEN BOOKDATA (2023). **PRODUÇÃO E VENDAS DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO Ano Base - 2022.** Disponível em: < https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/05/apresentacao_imprensa_completa_OK.pdf > Acessado em 19 de novembro de 2023.

PALUMBO, Daniele. BBC. **Amazon at 25: The story of a giant.** Publicado dia 5 de julho de 2019.

RAMELLO, Giovanni Battista. **Copyright & Endogenous Market Structure: A Glimpse from the Journal Publishing Market** (July 21, 2010). Review of Economic Research on Copyright Issues, Vol. 7, No. 1, pp. 7-29, 2010, Available at SSRN: < <https://ssrn.com/abstract=1646643> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

REIS, Juliani Menezes dos; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. **O livro digital: histórico, definições, vantagens e desvantagens.** Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (19.: 2016 out. 15-21: Manaus, AM). Anais. Manaus, AM: UFAM, 2016., 2016.

SANTOS, B. A. Adriana; FAZION, B. Cíntia; DE MEROE, P. S. Giuliano. **INOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE SCHUMPETER.** In: *Caderno de Administração v. 5 n. 1 2011.* Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/9014/6623> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma Investigação Sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico.** Trad. Maria Sílvia Possas. Disponibilizado por Ronaldo DartVeiga.

WORDSRATED. **Global Book Sales Statistics.** 26 de janeiro de 2023. Disponível em: < <https://wordsrated.com/global-book-sales-statistics/> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (2023). **The Global Publishing Industry in 2021.** Geneva: WIPO. Disponível em: <

<https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-1064-2023-en-the-global-publishing-industry-report-2021.pdf> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (2022). **The Global Publishing Industry in 2020**. Geneva: WIPO. Disponível em: < <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-1064-2022-en-the-global-publishing-industry-in-2020.pdf> > Acessado em 19 de novembro de 2023.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (2020). **The Global Publishing Industry in 2018**. Geneva: WIPO. Disponível em: < https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf > Acessado em 19 de novembro de 2023.