

## A ascensão do livro digital e a autonomia do autor na cibercultura

Filipe Almeida<sup>1</sup>  
Marcos Nicolau<sup>2</sup>

### Resumo

O livro digital está ganhando espaço e aceitação no mercado editorial brasileiro, mesmo diante da relutância dos leitores acostumados com o livro impresso. Não há evidências de que este artefato tecnológico suplantar o livro impresso, mas, na prática, os *eBooks*, como são denominados, estão despontando como versões capazes de atender às novas necessidades e de criar novos usos que os livros impressos já não atendem no contexto da cibercultura. Essa ascensão do livro digital tem reflexos diretos na produção e negociação dos autores junto às grandes editoras: a autonomia destes frente ao modelo tradicional do mercado editorial está provocando mudanças consideráveis na indústria do livro. O presente artigo tem o propósito de compreender as transformações proporcionadas pelo livro digital junto a leitores, autores e mercado editorial, a partir das necessidades emergentes e de suas implicações mercadológicas.

**Palavras-chave:** livro digital; mercado editorial; autonomia do autor; cibercultura.

### Introdução

O livro é um gênero literário cuja hegemonia no formato impresso tem cerca de 500 anos, participando de forma significativa de grandes mudanças sociais. Embora seu formato de folhas manuscritas reunidas em bloco tenha se iniciado com o *códex*, no Egito Antigo, foi Johannes Gutenberg, criador da prensa de tipos móveis, quem imprimiu os primeiros 180 exemplares da Bíblia, no período de 1450 a 1455 (PARRY, 2012).

Daquela época até então, a indústria do livro desenvolveu um sistema editorial de grandes proporções, cujo modelo de negócio vende milhões de exemplares, anualmente, em todo o mundo. Autores, editores, distribuidores e livreiros participam

---

<sup>1</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/PPGC e do Projeto Para Ler o Digital. E-mail: filipekjp@gmail.com

<sup>2</sup> Professor Pós-Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Coordenador do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/PPGC e do Projeto Para Ler o Digital. E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

ativamente desse mercado, cujo produto representa uma das mais proíficas formas de expressões do saber e da cultura humana. Nesse contexto, o autor, responsável pelo conteúdo das obras, é quem menos ganha no processo mercadológico de levar importantes obras a todas as áreas de atuação do ser humano.

Esse império do livro impresso, porém, foi instigado a rever a continuidade de sua hegemonia, diante do surgimento do livro digital no âmbito da cibercultura. E mesmo que não haja indícios de que esse novo formato e padrão editorial de livros que transitam pela tecnologia das mídias digitais, venham suplantam o livro impresso, trata-se de uma inovação que já está modificando o modo como nos relacionamos com as obras, a partir de novas necessidades de produção e consumo do conhecimento. Além disso, é um processo editorial que atinge e modifica consideravelmente os modos de criação e distribuição dos livros por parte dos autores, dando-lhes uma autonomia comercial que abala diretamente as práticas editoriais estabelecidas desde o surgimento da indústria cultural.

As tecnologias da informação e da comunicação que se estabeleceram a partir da computação pervasiva e engendramento dos sistemas midiáticos fixos e móveis, tiveram na internet o espaço apropriado para a produção e o compartilhamento de informações e conhecimentos em escala global. Passaram a atuar sob a égide das conhecidas leis da cibercultura, em que se instaurou a distribuição do pólo de emissão, a conectividade de toda a sociedade e a reconfiguração de práticas midiáticas (LEMOS, 2005).

O que estamos presenciando é a ascensão do livro digital, chamado de *eBook* e que tem formatos (PDF, *ePub*<sup>3</sup> entre outros) e versões diversas, capazes de serem transportados, distribuídos e lidos em computadores, *tablets*, *smartphones* e *eReaders*<sup>4</sup>, passíveis de serem produzidos, editados e vendidos ou compartilhados gratuitamente pelos próprios autores. São responsáveis por significativas mudanças estruturais no mercado editorial em grande parte do mundo.

Que transformações são essas verificadas, tanto no modo de produção, formato estético e consumo, quanto no processo de editoração e comercialização das obras? E

---

<sup>3</sup> Abreviatura de *electronic publication*, o *ePub* é um padrão internacional para *eBooks*, livre e aberto. Por ter um *layout* fluido, o texto e as imagens presentes no livro podem ser redimensionadas de acordo com o tamanho da tela do dispositivo, possibilitando uma boa leitura nos mais variados aparatos tecnológicos, principalmente nos portáteis.

<sup>4</sup> Pequeno aparelho que tem a função de mostrar na tela o conteúdo dos livros digitais. Nele podem ser armazenadas inúmeras obras.

quais as implicações desse sistema digital que envolve o livro no cerne das sociedades contemporâneas? Responder essas perguntas é o objetivo maior do presente artigo.

## O surgimento do livro digital no contexto da cibercultura

De acordo com os estudos de Lemos (2005), a cibercultura pode ser caracterizada por três “leis fundadoras”: a liberação do pólo de emissão de informações, mensagens, opiniões etc., o princípio de conexão e compartilhamento em rede e a reconfiguração dos formatos midiáticos e práticas sociais. O livro digital, na atual conjuntura, passa a ser orientado pelas mesmas leis que regem a cibercultura.

Com a liberação da emissão, podemos encontrar quase todo tipo de informação circulando na rede, independentemente da influência exercida pelo difusor. Nos livros eletrônicos, observamos a aplicação da primeira lei na medida em que qualquer pessoa pode escrever um livro e publicá-lo sem custo algum. *Softwares* para a editoração de *eBooks* estão cada vez mais intuitivos, a exemplo do *iBooks Author*, aplicativo gratuito da Apple que permite ao escritor realizar todo o processo de diagramação com a inserção de recursos de áudio, vídeo, galeria de imagens, infográficos interativos e objetos em três dimensões.

O princípio da conectividade generalizada, como discute Lemos (2005), teve início em meados da década de 1970, com o surgimento dos primeiros computadores pessoais. Entre os anos de 1980 e 1990, o PC foi transformado em uma plataforma coletiva com o surgimento e popularização da internet. Hoje, o caráter portátil dos dispositivos eletrônicos promove uma série de alterações nas práticas sociais, permitindo ao usuário conexão à rede em qualquer lugar.

Obedecendo à lei da conectividade, encontramos os livros digitais disponíveis na internet de forma gratuita ou paga, cabendo somente ao autor decidir de que forma irá difundir sua obra. Os *eBooks* também podem conter links externos, associados a outros livros ou à páginas da web, favorecendo a aplicação do princípio da conexão em rede.

A reconfiguração, terceira lei que rege a cibercultura, expõe a necessidade de se repensar as práticas midiáticas. Para Parry (2012, p.21), “cada nova tecnologia cria novos formatos de mídia, que ao mesmo tempo acrescentam e modificam seus antecessores”.

Do ponto de vista mercadológico, talvez tenhamos uma das questões mais recorrentes quando o assunto é livro eletrônico: será que, com a expansão deste novo formato, estamos nos aproximando do fim do livro impresso? Acreditamos que não; o livro se encontra em processo de reconfiguração, portanto, não se trata da simples substituição do impresso pelo digital. O livro digital surge para suprir novas necessidades que, com os novos recursos audiovisuais interativos, geram uma nova experiência de leitura.

### **Livro digital: novos usos e necessidades**

As gerações que nasceram sob a égide do livro impresso, ainda mantêm apreço e saudosismo por um objeto de forte significado na cultura. Folhear um livro e passar os dedos sobre as letras é uma experiência que se prolonga desde a infância. E pensar em trocá-lo por um livro digital que fica condicionado a uma tableta de metal e vidro não é uma ideia que se aceita de imediato.

Porém, quando começamos a conviver com os *tablets* e os *eReaders*, aos poucos vamos percebendo que existe outra dimensão nessa nova concepção de livro, que não pode ser deixada de lado. Segundo Dziekaniak et al. (2010, p.85), “essa é a realidade da leitura virtual, um formato que convida o leitor a interagir e a explorar símbolos e palavras que mudam de cor ou que oferecem a facilidade de manuseio com um simples toque”. Esses recursos presentes na leitura virtual torna-se uma experiência agradável, um convite para que o leitor possa interagir com elementos capazes de proporcionar um aumento significativo na absorção do conteúdo dos livros.

Mas, a presença do livro digital está revelando inúmeros outros aspectos intrínsecos à vida contemporânea que fazem dele uma necessidade. A urgência da vida pessoal e profissional confere novos usos e práticas para esses aparatos técnicos e permitem que alguns autores postulem que podemos pensar o livro digital como suplemento do impresso:

O mundo do saber vem mudando tão rapidamente que ninguém consegue prever como estará daqui a dez anos. Acredito, porém, que continuará dentro dos limites da galáxia de Gutenberg – ainda que essa galáxia vá se expandir graças a uma nova fonte de energia, o livro

eletrônico, que servirá como suplemento, e não substituto, da grande máquina de Gutenberg. (DARNTON, 2010, p.95).

Uma constatação imediata é a de que o padrão de livro digital permite reunir e consultar centenas de obras em um único dispositivo. Geralmente mais leve e mais fino que um livro impresso, o livro eletrônico como suporte tecnológico necessita de menos espaço físico para armazenar e transportar o acervo. Segundo Darton (2010), essa característica do *eBook* é essencial para as bibliotecas de pesquisa pelo fato de que não será mais preciso estocar grandes quantidades de obras impressas, além de facilitar o processo de busca para o usuário.

Além dessas, uma série de outras observações foram levantadas em recente pesquisa realizada por Guedes; Albuquerque, Almeida e Nicolau (2013), visando demonstrar as necessidades e usos do livro digital.

Dotado de versátil recurso de busca em seus diferentes formatos, o livro digital facilita a organização de leituras rápidas para quem está focado em exames, concursos ou palestras. Quando não há muito tempo para a leitura, pode-se realizar buscas por assuntos ou até mesmo por palavras-chave que remetam ao conteúdo procurado.

Diante da preservação e pesquisa em obras novas e antigas, os livros digitais impedem que a degradação das folhas ou o odor de mofo nas páginas sejam um empecilho para a leitura. Muitos leitores e pesquisadores não podem estar em ambientes que reúnem obras empoeiradas, Nesse caso, os *eBooks* proporcionam uma leitura ou estudo em melhores condições, com possibilidade de armazenamento, sem perdas e restrições. No tocante ainda a obras antigas e que jamais poderiam ser examinadas por grande parte da sociedade, estas, agora, podem ser exibidas, em trechos ou capítulos. Tal facilidade favorece o uso coletivo dos livros, uma vez que professores e palestrantes podem projetar seus conteúdos sem que a obra precise estar local da apresentação.

O livro digital, tal qual o livro impresso, também possibilita a inserção de fichamentos, anotações e marcações. Segundo Ghaziri (2009, p.69), “os comportamentos diante da tela, apesar de parecerem novos, carregam traços do suporte anterior, o impresso”. Como a versão é digital, o usuário pode editar, deletar e até exportar as anotações e compartilhá-las com outras pessoas.



Alguns dispositivos de leitores digitais, como o Kindle, da Amazon, por exemplo, possuem dicionários embutidos, capazes de realizar uma pesquisa instantânea pelo conteúdo do livro. Já o iPad, da Apple, a partir do aplicativo *iBooks*, permite que o leitor consulte informações pertinentes com a integração de serviços de busca (Google e Wikipédia) por meio de uma conexão com internet.

A possibilidade de produção e difusão de um livro, sem custos é uma premissa importante para a democratização da informação, já que a difusão do conhecimento se dá de forma gratuita e inclusiva. Por sua vez, pode-se compartilhar obras de outros autores que porventura não estejam no circuito das editoras, inclusive com comentários e opiniões a respeito do livro ou trechos específicos do mesmo.

O leitor pode estar em qualquer parte do mundo, seus *eBooks* podem ser visualizados em diferentes dispositivos portáteis, como o computador, *smartphone*, *tablet* e *eReader*. Cada aparato tecnológico possui algumas especificidades, como o tamanho e o tipo de tela, além da capacidade de processamento e armazenamento para conter quantos livros digitais forem necessários.

Outros aspectos técnicos próprios dos livros digitais permitem diferentes formas de intervenção na obra, a partir da utilização de variados aplicativos para diversos fins. *Softwares* que reconhecem arquivos PDF e *ePub* permitem fazer anotações e marcações. Editores de texto, como o Microsoft Word, por exemplo, fazem com que o usuário possa reescrever trechos da mesma obra.

Além de todas essas possibilidades, alguns outros aspectos se destacam, como o fato de podermos lidar com formatos de conteúdo (textual, imagético, sonoro), além da visualização de vários gêneros (obras, quadrinhos, filmes, revistas). Nesse caso, as obras podem conter sons e vídeos ou mesmo ser representada por gêneros diversos, como ocorre nas obras infantis, e mesmo serão passíveis de serem transportados e lidos a qualquer hora ou em qualquer lugar.

Seguindo essas perspectivas de propriedades intrínsecas ao padrão do livro digital, percebemos que, na medida em que fazemos intervenções nas obras, anotando e criando códigos de cores, formas e traços, estamos criando novos padrões de linguagem que ajudam a repassar impressões, dicas e opiniões. Podemos criar novas maneiras de intervenções, seja por meio da inclusão de cores ou traços, para realçar determinado

trecho relevante, em diferentes níveis ou de formas e *emoticons*, para demonstrar a importância de algum tema, sem precisar repetir sempre o mesmo texto.

Mais uma vantagem do livro digital é a possibilidade de leitura em locais inóspitos, com escuridão e ausência de energia elétrica. Os *eBooks* podem ser lidos em dois tipos de telas, uma que utiliza a reflexão da iluminação do ambiente e outra, que emite luz. As telas reflexivas são produzidas com a tecnologia *E Ink*, um papel eletrônico capaz de simular com perfeição a legibilidade do papel convencional. As telas que funcionam a partir da emissão de luz, usualmente de LCD ou LED, estão presentes nos monitores de computadores e *notebooks*, *smartphones* e *tablets*. Os dispositivos que utilizam telas emissivas possibilitam, a partir do uso de bateria, a leitura em lugares escuros ou desprovidos de energia.

Por fim, vale salientar que os custos de produção e comercialização dos livros digitais são reduzidos drasticamente, uma vez que o próprio autor torna-se capaz de editar e diagramar o livro, a partir de *softwares* com interfaces cada vez mais amigáveis. Como não é mais preciso financiar a impressão, qualquer autor pode comercializar seu livro digital no valor que achar conveniente ou compartilhá-lo por meio de grandes empresas, a exemplo da Amazon e da Apple, que cobram apenas uma porcentagem por livro vendido.

### **A autonomia do autor e as novas relações editoriais com o mercado**

O conceito de autonomia comunicacional, referente ao autor tem respaldo em Nicolau (2010), para quem a trajetória do texto, do livro e do autor parece ter progredido historicamente a partir do sistema fonético grego, passando pela prensa de Gutenberg e chegando à instauração da internet.

Para este autor, o modo de escrita dos sumérios, egípcios e fenícios estava preso a uma referencialidade própria do contexto. Eram textos que falavam dos reis, faraós e deuses ou ainda das posses e dos rituais, que faziam parte da existência imediata desses povos. Foram os gregos, porém, que desenvolveram um sistema de escrita responsável pela criação de narrativas e expressão de suas ideias capazes de se perenizar no tempo e no espaço; de ser lido por outras culturas e ser aplicável à existência humana de forma generalizada.

Em um segundo momento, essa autonomia comunicacional concretizou-se como autonomia do suporte, no caso, o livro impresso. Foi a prensa de Gutenberg que permitiu aos textos, antes manuscritos pelos copistas em pergaminhos, serem reconfigurados a partir dos tipos móveis, cujas matrizes permitiam a reprodução de muitos exemplares. Segundo Nicolau (2010), não apenas os textos já existentes, mas também os novos textos podiam estar nas mãos de uma nova categoria de receptor: o leitor. Com isso, uma grande quantidade de autores, apoiados em novas práticas de difusão de informação, espalharam-se suas obras pela Europa e por todo o mundo.

Após o surgimento da Internet e a instauração da Web, no contexto mais amplo da cibercultura, outra lógica comunicacional tornou-se evidente, apoiada na autonomia do texto e na autonomia do suporte: a autonomia do autor.

Nessa trajetória, porém, percebe-se a implantação de um sistema de mercado que regeu a indústria do livro durante séculos. Com o surgimento da prensa de tipos móveis, inventada por Gutenberg por volta de 1450, os primeiros impressores também desempenhavam as funções de editor e vendedor, a partir da abertura de livrarias com a finalidade de escoar toda a produção impressa. Conforme Parry (2012), o impressor era quem detinha o real valor do livro, acumulando lucros bem maiores que os do próprio autor. Apenas no século XVIII, os autores passaram a ter a escrita como profissão, encorajados pelas leis de direitos autorais.

Nos séculos seguintes, o modelo de negócio do livro impresso foi aperfeiçoado e consolidado, culminando numa estrutura sólida composta por autores, editoras, distribuidores e livreiros. Durante muito tempo coube às editoras o ofício de selecionar apenas os títulos mais prováveis de serem comercializados, ou de autores vendáveis, já conhecidos pelo público leitor. Inúmeras obras se perdiam em meio a vasta relação de livros rejeitados para publicação. Ao autor restava apenas arcar com o alto custo da impressão para visualizar alguns exemplares expostos nas prateleiras das livrarias.

Pela primeira vez, mais de quinhentos anos após o surgimento do livro impresso, o mercado editorial passa por uma grande reformulação com o advento do livro digital. Agora, não há mais o custo elevado da produção, armazenamento e transporte das obras, e o mais importante, qualquer autor pode se tornar vendável. A instauração da cibercultura, com base nas três leis citadas anteriormente, possibilitou o surgimento de um novo autor, com a oportunidade de escrever seu próprio livro, diagramá-lo e



difundi-lo sem depender do filtro das editoras e, de maneira geral, do oneroso processo de publicação do impresso.

No processo de reconfiguração, o fator mercadológico também é modificado. Os altos custos na produção do livro impresso dificultam a distribuição das obras de autores independentes. Para Virginio e Nicolau (2012), os livros digitais permitem que estes autores publiquem suas obras com menos gastos, e ainda, disponibilizem seu conteúdo a uma parcela maior da sociedade, por meio da internet.

Os *softwares* de diagramação estão com interfaces cada vez mais intuitivas, permitindo que usuários leigos sejam capazes de realizar todo o processo de editoração facilmente. Visualizamos uma tendência de desenvolvimento de softwares especificamente para autores, a exemplo do *iBooks Author*<sup>5</sup>, da Apple. O aplicativo da empresa do Vale do Silício permite a inserção de áudio, vídeo, galerias de imagens, objetos em três dimensões, diagramas interativos, entre outros recursos. Ao término da inclusão de todo o conteúdo, o autor deve escolher entre disponibilizar seu livro de forma gratuita ou cobrar por cada *download* realizado.

Hoje, é possível encontrar diversas plataformas de auto publicação, e a maior parte delas abrange todas as etapas de produção e comercialização do livro digital. Uma das plataformas mais utilizadas no cenário mundial é o KDP<sup>6</sup> (Kindle Direct Publishing). A ferramenta da Amazon permite a publicação de obras de forma independente, sendo possível publicar um *eBook* e distribuí-lo em até 24 horas, além de realizar alterações no conteúdo a qualquer momento e contar com um sistema automatizado de gerenciamento para controlar a quantidade de livros vendidos em cada país.

Fazendo uso dessa ferramenta, o escritor americano John Locke atingiu o número de um milhão de *eBooks* vendidos em apenas cinco meses, comercializando-os por US\$0,99<sup>7</sup>. Não há custo algum para o autor incluir sua versão do livro eletrônico na

<sup>5</sup> O software produz *multi-touch books*, termo cunhado pela Apple para tratar de livros com recursos audiovisuais interativos. Disponível em: <http://www.apple.com/br/ibooks-author/>. Acesso em: 03/09/2013.

<sup>6</sup> Disponível em: [https://kdp.amazon.com/self-publishing/signin?ie=UTF8&language=pt\\_BR](https://kdp.amazon.com/self-publishing/signin?ie=UTF8&language=pt_BR). Acesso em: 06/09/2013.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI243323-17180,00-SEM+AJUDA+DE+EDITOR+A+AUTOR+VENDE+MILHAO+DE+EBOOKS.html>. Acesso em: 06/09/2013.

plataforma KDP, entretanto, a Amazon cobra uma taxa de 30 por cento por livro vendido, de acordo com o plano de comercialização escolhido.

Acompanhando a tendência da auto publicação, no primeiro semestre do ano, a Livraria Saraiva lançou o Publique-se<sup>8</sup>. A plataforma da maior rede de livrarias brasileira dispõe de um manual prático para autores, que contém, de conceitos básicos relativos ao livro digital, a instruções de como preparar o *eBook* para publicação. Assim como ocorre no KDP, a diagramação pode ser feita no Microsoft Word e convertido automaticamente pelo sistema.

### O mercado editorial em busca de adequações

O avanço tecnológico e a popularização dos dispositivos portáteis deu origem a novos mercados, notadamente o de livros digitais, que em grande parte dos países, incluindo o Brasil, ainda está dando seus primeiros passos. Entretanto, de acordo com um infográfico desenvolvido pelo site Now Novel, os livros eletrônicos já correspondem a 9 por cento e 30 por cento do mercado editorial da China e dos Estados Unidos, respectivamente<sup>9</sup>.

Com o surgimento de um mercado promissor, os agentes do até então consolidado mercado editorial estão buscando adequar suas práticas a esse novo modelo engendrado pelos *eBooks*. Estamos em fase de ajustes, na qual a adaptação aos aparatos portáteis torna-se um requisito obrigatório para que editoras e livrarias sobrevivam no competitivo cenário digital. Parece-nos que a adoção do *ePub* como formato padrão de livros eletrônicos demonstra a atual conjuntura dessa transformação.

Mas, alguns problemas no decorrer desse processo estão exigindo as adequações necessárias. Uma delas é o sistema de vendas da Amazon a U\$ 0,99 e que está gerando desconforto nos autores. Qualquer autor pode vender sua obra por U\$ 0,99 diretamente no site da Amazon e vai receber 70 por cento do lucro das vendas. Porém, caso o público desse livro seja de nicho, é necessário que o preço fique mais alto, trazendo desvantagens para o autor. Nesse caso a Amazon corta a remuneração pela metade, pagando 35 por cento do valor, o que gera uma perda dupla para o autor. Aqui no

<sup>8</sup> Disponível em: <http://livrariasaraiva.com.br/publique-se/>. Acesso em: 06/09/2013.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.nownovel.com/blog/is-there-money-in-ebooks/>. Acesso em: 20/08/2013.

Brasil, com a chegada da Amazon em 2013, o problema vem seguido de outro. Para ter 70 por cento do lucro das vendas, além do critério acima é necessário dar exclusividade à editora norte-americana.

Na Inglaterra, os autores estão se organizando para desenvolver ações que não sejam tão prejudiciais a eles. Entre elas, para enfrentar essa situação criada pela Amazon, os autores estão preferindo diversificação de canais por acreditarem que é melhor vender em outros lugares do que depender exclusivamente da Amazon<sup>10</sup>.

Outro aspecto importante a ser considerado é o fato de muitos dos livros lançados pelo sistema de auto publicação *Kindle Direct Publishing* possuírem conteúdos copiados de forma ilegal. Os *spammers*, como são conhecidos os falsos autores, agem de duas maneiras: geram um novo livro a partir de conteúdo disponível livremente na internet, ou copiam trechos de outros livros eletrônicos a venda na própria Amazon. De acordo com o Los Angeles Times, geralmente esses *eBooks* são encontrados em valores promocionais (algo em torno de US\$ 0,99) e correspondem a cerca de 10 por cento do faturamento da multinacional norte-americana<sup>11</sup>.

As consequências dessa modalidade de publicação já podem ser vistas no desenvolvimento de sistemas cada vez mais complexos para a análise de conteúdo por parte da Amazon, de forma a garantir a manutenção de sua integridade. Em junho do corrente ano ocorreu um fato inusitado com um autor brasileiro que pretendia publicar sua obra utilizando o KDP. Paulo Roberto Purim, conhecido pelo pseudônimo Paulo Brabo, reuniu alguns dos textos de sua autoria publicados em seu site para publicação na Amazon, entretanto, seu conteúdo foi rejeitado por estar disponível gratuitamente na internet. Após o autor ter retirado o conteúdo do site e com a repercussão da notícia<sup>12</sup>, a Amazon voltou atrás e autorizou a venda do livro.

## Considerações finais

Estamos imersos em uma tecnologia pervasiva que nos proporcionou a ubiquidade da comunicação e isso nos trouxe inúmeras novas necessidades

<sup>10</sup> Disponível em: <http://revolucaoebook.com.br/pequenos-escritores-britanicos-protestam-contratermos-amazon/>. Acesso em: 16/set/2013.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://articles.latimes.com/2011/jun/16/business/la-fi-kindle-spam-20110616>. Acesso em: 15/09/2013.

<sup>12</sup> Disponível em: [http://www.baciadasalmas.com/2013/punido-pela-distincao-como-ser-popular-demais-me-impediu-de-ser-publicado-pela-amazon/#identificador\\_0\\_2902](http://www.baciadasalmas.com/2013/punido-pela-distincao-como-ser-popular-demais-me-impediu-de-ser-publicado-pela-amazon/#identificador_0_2902). Acesso em: 15/09/2013.

comunicacionais e midiáticas. A principal delas é saber lidar cada vez mais com o imenso fluxo de informações que nos permita gerar e gerir os conhecimentos exigidos para viver em uma sociedade em rede.

A presença do livro digital na sociedade contemporânea é uma realidade premente e sem volta. Principalmente porque este circula nos mesmos aparatos tecnológicos das demais mídias digitais, tais como computadores, *tablets*, *smartphones* e *eReaders*, e estão presentes em todas as instâncias da vida social, inclusive nas escolas, complementando o livro didático impresso.

Do códice ao livro impresso e deste para o livro digital, apesar das distâncias que separam um instrumento do outro, constatamos uma trajetória significativa para consolidar todo um aparato tecnológico que visa suprir a necessidade de produção e difusão do conhecimento humano, e que caminhou rumo a uma autonomia comunicacional, por parte do autor, que se presentifica agora no contexto da cibercultura.

Mas, a ascensão do livro digital e a autonomia autoral não se estabelecem de forma irrestrita e tranquila: passam pelos crivos de uma sociedade demarcadamente capitalista e apegada a seus artefatos mercadológicos que movem grandes cifras financeiras e constitui a base de muitos conglomerados nacionais e internacionais. É nesse contexto que são regidas as tentativas de estabelecer regras e normas que assegurem um modelo de negócio lucrativo.

O presente estudo mostra que o conceito de livro digital está no cerne da própria cibercultura, uma vez que, a descentralização do pólo de emissão estabelecida pela autonomia do autor, a conectividade dos dispositivos fixos e móveis para compartilhamento das produções e a reconfiguração das práticas midiáticas nas mãos de qualquer cidadão provocam significativas transformações em diferentes níveis de nossas vidas. Ler livros não é mais uma simples atividade cultural de aquisição do conhecimento, e sim, uma estratégia fundamental de capacitação e instrumentação dos cidadãos para conviver numa ciberdemocracia. E publicar livros não é mais uma prerrogativa dos editores que, por muito tempo, dominaram a indústria do livro, mas uma prática acessível aos cidadãos/autores espalhados por todas as partes do mundo.

Assim como, não é mais o mercado editorial quem dita o que deve ou não ser publicado pelos seus critérios mercadológicos: são os próprios leitores que poderão

fazer deste ou daquele livro um “best seller” pelo compartilhamento e não pela prospecção de vendas da editoras. Além do que, um livro pode ter valor de conteúdo significativo para um pequeno grupo de leitores e mesmo assim garantir sua existência editorial.

Enfim, em tempos de cibercultura, o embate entre os autores de obras digitais e a indústria do livro ainda está longe de terminar, porém, já é possível vislumbrar os ganhadores: todos nós, leitores e produtores de conteúdos para as mídias digitais interativas.

## Referências

CARR, Nicholas. **O que a internet está fazendo com nossos cérebros: a geração superficial**. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

DZIEKANIAK, Gisele Vasconcelos et al. Considerações sobre o e-book: do hipertexto à preservação digital. In: **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**. Disponível em:

<http://www.seer.furg.br/index.php/biblos/article/viewFile/1899/1035>.

Acesso em: 01/04/2012.

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

GHAZIRI, Samir. **A leitura na tela do computador**. São Paulo: Baraúna, 2009.

GUEDES, Fabrícia; ALBUQUERQUE, Marriett; ALMEIDA, Filipe; NICOLAU, Marcos. **O livro digital e as novas necessidades de produção e leitura**. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Mossoró, junho/2013.

LEMOS, André. Ciber-cultura-remix. 2005. Disponível em:

[http://www.hrenatoh.net/curso/textos/andrelemos\\_remix.pdf](http://www.hrenatoh.net/curso/textos/andrelemos_remix.pdf). Acesso em: 22/07/2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

NICOLAU, Marcos. O ciclo das autonomias: do texto, do suporte e do autor. In: Revista **Temática**. Ano VI, n. 12, dez/2010. Disponível em:

[http://www.insite.pro.br/2010/Dezembro/apropriacao\\_autonomia\\_comunicacional.pdf](http://www.insite.pro.br/2010/Dezembro/apropriacao_autonomia_comunicacional.pdf).

PARRY, Roger. **A ascensão da mídia: a historia dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Gogle**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.



---

VIRGINIO, Rennam; NICOLAU, Marcos. Livro digital: percalços e artimanhas de um mercado em reconfiguração. In: **Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 14, 2012. Recife, PE. Anais.