

Juciano de Sousa **LACERDA**; Helton Rubiano de **MACEDO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Brasil

**O vazio da estante: o acesso ao livro digital sob a perspectiva das suas dimensões política e cultural**

El estante vacío: el acceso al libro digital desde la perspectiva de sus dimensiones política y cultural

The empty shelf: access to digital Book from the perspective of its Political and cultural dimensions

Recebido em: 31 out. 2010  
Aceito em: 17 mar. 2011

Juciano de Sousa Lacerda é doutor em Ciências da Comunicação com doutorado sandwich na Universidad Autónoma de Barcelona (Capes/MECD) e professor adjunto do curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN.

Contato: [jucianolacerda@yahoo.com.br](mailto:jucianolacerda@yahoo.com.br)

Helton Rubiano de Macedo é mestrando em Estudos da Mídia pela UFRN e editor de publicações da Editora da UFRN.

Contato: [heltonrubiano@gmail.com](mailto:heltonrubiano@gmail.com)

## RESUMO

---

O propósito deste texto é esboçar uma problemática do livro digital como objeto de pesquisa no campo da comunicação midiática. Para tanto, centra-se, como proposta de estudo, na questão da oferta e do acesso a essa mídia, seu processo de circulação. Desse modo, elege duas dimensões, apresentadas como complementares, quando se trata do alcance aos livros digitais: dimensão político-comunicacional e dimensão cultural-comunicacional. A primeira refere-se aos aspectos ligados às instituições envolvidas na formação do universo dos *commons* e no estabelecimento da propriedade intelectual. A segunda diz respeito aos aspectos culturais implicados no uso do livro digital: valores simbólicos; mutações de práticas sociais, informativas ou comunicacionais; e mediação histórico-cultural do livro impresso.

**Palavras-chave:** comunicação midiática; livro digital; circulação; contrato de leitura; dimensões política e cultural.

## RESUMEN

---

El propósito de este trabajo es proyectar una problemática del libro digital como objeto de investigación en el campo de la comunicación mediática. Para ello, se centra, como propuesta de estudio, sobre la cuestión de la oferta y del acceso en este medio, su proceso de circulación. Por lo tanto, elige a dos dimensiones, presentadas como complementarias, cuando se trata del alcance de los libros digitales: dimensión político-comunicacional y dimensión cultural-comunicacional. La primera se refiere a los aspectos relacionados con las instituciones que participan en la formación del universo de los *commons* y en el establecimiento de la propiedad intelectual. El segundo se refiere a los aspectos culturales involucrados en el uso del libro digital: valores simbólicos, los cambios en las prácticas sociales, informativas o comunicacionales; y la mediación cultural-histórica del libro impreso.

**Palabras clave:** comunicación mediática; libro digital; circulación; contrato de lectura; dimensiones política y cultural.

## ABSTRACT

---

The purpose of this writing is to delineate a dissemblance of the digital book as an object of research in the field of media communication. To do so, it focuses, as a proposal of study, on the issue of supply and access to this media and also its circulation process. Thus, it arises with two dimensions, shown as complementary ones, when it is referring to the reach on digital books: political-communicative and cultural-communicative dimensions. The first refers to aspects related to institutions involved in the formation of the universe of the commons and in the circumscription of intellectual property. The second concerns the cultural aspects implicated in the use of the digital book: symbolic values, changes in social practices, both informational and communicational, and cultural-historical mediation of the printed book.

**Keywords:** media communication; digital book; circulation; reading contract; political and cultural dimensions.

## Introdução

Somos uma sociedade que cultua os números, num contexto em que o caráter infinito dos números ganha outra dimensão na infinidade de combinações algorítmicas sob a economia do código binário. É assim que a lógica sistêmica do positivo/negativo, aberto/fechado representa todas as informações em sistemas computacionais. “Tudo é quantizável”, nos dirá Flusser, inspirado em Plank, pois “o mundo é calculável, mas indescritível” (2007:81), sendo essa a razão da conveniência dos números e não das letras ao mundo. Para o autor, “as letras induzem meras conversas vazias sobre o mundo, e deveriam ser deixadas de lado como algo inadequado a ele” (FLUSSER, 2007:81). Tal reflexão é apenas uma das faces sobre a qual podemos lançar o olhar com o intuito de compreender as tecnologias digitais, especialmente no campo da comunicação.

Sob a sombra desse “duelo” entre letras e números nasce o universo digital. Dentro dele, elementos são configurados em estruturas que permitem distintas possibilidades de produção, reprodução, distribuição, acesso, consumo e mixagem. Uma plataforma propícia ao surgimento, à adaptação e à convergência de mídias. É sobre esse espaço que circula nosso objeto de pesquisa. Na sociedade informacional de base numérica, em que as tecnologias do cálculo permeiam todas as práticas de produção e reprodução, com destaque para o ambiente midiático contemporâneo, vemos se reconfigurar em novo suporte, um dos mais antigos meios de comunicação atualmente em uso: o livro.

### Um salto do passado ao presente: rapidamente

Para Breton e Proulx (2002), o livro impresso é um dos maiores representantes das mutações intelectuais e sociais que caracterizaram a saída da Idade Média. Alavancado pela invenção da prensa de tipos móveis de Gutemberg, juntamente com o surgimento da ideia de mercantilização e lucro, o livro impôs-se como instrumento eficaz de comunicação, num formato que durante séculos se apresentou sem alterações substanciais. Entretanto, as novas possibilidades de uso de tecnologias digitais proporcionaram a formatação de livros também em formato eletrônico. Esse livro digital é o nosso recorte de investigação.

Em matéria de capa, a revista *Época Negócios* (n. 37, mar. 2010) explora o que ela mesma define como a “reinvenção da leitura”, provocado por esse novo suporte, e aponta alguns números sobre o avanço das tecnologias de livros digitais:

Segundo Edward McCoyd, diretor de políticas digitais da Associação Americana de Editores (AAP, na sigla em inglês), a venda de livros digitais somava US\$ 20 milhões em 2003. Alcançou quase US\$ 350 milhões no ano passado. “Acreditamos que a publicidade em torno do lançamento das três versões do Kindle [aparelho leitor de livros digitais] tenha sido o principal fator para esse crescimento”, diz. Hoje, acrescenta McCoyd, os e-books ainda representam uma fatia pequena do mercado americano de livros, que movimentava US\$ 24 bilhões por ano. Abrange entre 1% e 2% do total. Mas suas vendas avançam a uma taxa de três dígitos ao ano (RYDLEWSKI, mar. 2010:82).

Outros dados podem ser apontados. O jornal *Valor Econômico*, em sua versão para internet, também dá destaque ao crescimento do livro digital:

As vendas do leitor digital de livros Kindle, fabricado pela Amazon, triplicou desde que a empresa cortou o preço do produto no final do mês passado. De US\$ 259, o e-reader [nome genérico dos leitores digitais] passou a custar US\$ 189. [...] Nos últimos três meses, 143 livros Kindle foram vendidos para cada 100 capa dura, mas quando esse tempo é reduzido para um mês, é de 180 livros Kindle para cada 100 capa dura. As vendas totais e-books triplicaram desde o primeiro semestre de 2009 ao primeiro semestre de 2010 (SCHNOOR, 19 jul. 2010).

Assim, a evidência do crescente desempenho do livro digital no mercado editorial demonstra uma das características do livro como mídia: “há uma exploração econômica das inovações técnicas” (THOMPSON, 2001: 33). Ao mesmo tempo em que, há séculos, é o suporte privilegiado da divulgação, diálogo e memória do conhecimento científico, o livro como produto do mercado editorial caracteriza-se pelas mesmas lógicas das mídias contemporâneas:

um setor industrial de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo etc. (WOLF, 2003:IX).

Como investimento tecnológico em contínua expansão, a digitalização do produto final ganha evidência no mercado editorial e os números ascendentes deixam em alerta toda a indústria tradicional do livro. Desse modo, acreditamos necessária a

investigação sobre sua abordagem no campo da comunicação midiática, considerando as implicações decorridas a partir das novas formas de mediação propiciadas pelo digital.

Em se tratando da reconfiguração de mercado, abordamos essa vertente considerando a elaboração de novas estratégias, impulsionadas pelo digital, para um duplo movimento: estabelecimento de uma maior abertura de acesso a bens culturais, novas formas de relativização da propriedade intelectual ao mesmo tempo em que há o acirramento e o recrudescimento das próprias políticas tradicionais de propriedade intelectual. Fato que repercute diretamente sobre interesses comerciais e políticos.

Um exemplo dessa abertura de acesso é a elaboração e a discussão dos *commons*, que constituem um ambiente no qual as produções intelectuais se apresentam descentralizadas e inseridas em processos de produção, reprodução e acesso facilitados. Um fenômeno impulsionado pelos avanços tecnológicos dos ambientes virtuais em rede.

O sentido dos *commons* – expressão ainda sem tradução para o português – pode ser entendido a partir das definições de Benkler:

*Commons* são um tipo particular de arranjo institucional que governa o uso e a disposição de recursos. Sua principal característica, que os define de forma distinta da propriedade, é que nenhuma pessoa tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular. Pelo contrário, os recursos governados pela comunidade podem ser utilizados e dispostos por qualquer um entre dado número de pessoas [...], sob regras que podem variar desde o “vale-tudo” até as regras claras formalmente articuladas e efetivamente impostas (2007:12).

*Commons* significam liberdade, são espaços institucionais livres das restrições impostas pelos requisitos dos mercados. Quando se fala em um ambiente de informação, do espaço cultural e simbólico que ocupamos como indivíduos e cidadãos, a diversificação das restrições sob as quais operamos, inclusive a criação de espaços relativamente livres das leis de estruturação de mercados, atinge o cerne da liberdade e da democracia (2007:16).

Sobre o livro digital ainda se sobrepõem outros aspectos. Além do político, um dos mais evidentes diz respeito às implicações culturais da utilização de um novo suporte por indivíduos secularmente habituados a cultura do livro impresso. Desse modo, investigamos o fenômeno da cultura tradicional do impresso em relação à emergente cultura (se assim podemos chamar) do livro digital. Desse modo,

tangenciamos técnica e cultura a fim de compreender as relações de retroalimentação contínua entre ambas.

Para a caracterização do livro digital como objeto de estudo no campo da comunicação midiática, elegemos abordar sua face comunicacional naquilo que se restringe ao acesso para o consumo dessa mídia em ambientes virtuais. Esse recorte tem o intuito de focar as práticas sociais envolvidas na circulação (VERÓN, 2004) dessa mídia para amplos e diferentes públicos. A seguir, oferecemos uma caracterização do que compreendemos como dimensões *político-comunicacional* e *cultural-comunicacional* de aspectos relacionados aos modos de acesso ao livro digital, deixando esclarecido, desde já, que essas dimensões na vida cotidiana estão intrinsecamente relacionadas, cuja dualidade aqui apresentada é somente para efeitos de análise.

### **Duas faces de um mesmo problema**

Nossa proposta de estudo busca articular duas dimensões que consideramos complementares quando se trata de acesso ao livro digital. Reafirmamos que essas dimensões, por nós denominadas, são apenas recursos metodológicos utilizados a fim de melhor estruturar a investigação, não sendo, de modo algum, universos que atuam isoladamente, sem interferências mútuas.

A primeira delas, a *dimensão político-comunicacional*, refere-se especificamente neste trabalho aos aspectos ligados às instituições envolvidas na formação do universo dos *commons* e no estabelecimento da propriedade intelectual, bem como às dinâmicas para a garantia de espaços na indústria editorial. Envolve também os movimentos políticos da militância de defesa do uso do livro digital para a promoção da informação e do conhecimento.

A segunda, a *dimensão cultural-comunicacional*, diz respeito aos aspectos culturais implicados na circulação e formas de uso do livro digital: valores simbólicos; mutações de práticas sociais, informativas ou comunicacionais; e mediação histórico-cultural do livro impresso.

A abordagem por meio dessas duas vertentes justifica-se por considerarmos que apenas uma delas isoladamente não dá conta em compreender a circulação do livro digital, a articulação entre as condições de produção e reconhecimento (VERÓN, 2004). As possibilidades de distribuição de mídias em ambientes virtuais dentro de um universo de livre acesso, ainda sob um conceito de propriedade intelectual relativizado,

com o objetivo de propiciar um maior acesso do livro digital aos indivíduos, não é suficiente para propiciar o livre e irrestrito consumo dessas mídias. Este esbarra ainda no modo como parte considerável dos indivíduos produz sentidos sobre o digital na vida cotidiana, considerando para isso séculos de cultura do impresso que operam sobre a construção de vínculos no tempo entre livro impresso e leitor. Uma espécie de “contrato de leitura” que “ênfatiza as condições de construção do vínculo que une no tempo uma mídia a seus ‘consumidores’” (VERÓN, 2004:275).

### **Dimensão político-comunicacional**

Dentro da dimensão político-comunicacional, destacamos o aspecto mercadológico de produtos culturais que impôs os modelos de propriedade intelectual em vigor. Estruturas de poder que denotam os papéis de produtores e consumidores de cultura e restringem o acesso aos produtos sob domínio privado.

A origem da propriedade intelectual resulta da mercantilização da produção intelectual e ganhou força com o advento tecnológico. De acordo com Barbosa (2003),

a aceleração do processo informacional e o desenvolvimento da economia industrial passaram a exigir [...] a criação de uma nova categoria de direitos de propriedade. Tal se deu, essencialmente, a partir do momento em que a tecnologia passou a permitir a produção em série de produtos a serem comercializados: além da propriedade sobre o produto, a economia passou a reconhecer direitos exclusivos sobre a ideia de produção, ou mais precisamente, sobre a ideia que permite a reprodução de um produto (BARBOSA, 2003:15).

Ainda sobre a ideia de mercantilização, incluindo também o conceito de indústrias culturais, Silveira (2008) afirma que

essas corporações de intermediários da cultura [as indústrias culturais] puderam se consolidar a partir da emergência da ideia de autoria e de direitos de propriedade intelectual. Isso se deu após o Renascimento, quando as mudanças sócio-técnicas incentivadas e organizadas por novos agrupamentos humanos conduziram a cultura e as artes para o terreno do mercado. Subordinadas às relações de compra e venda, importantes manifestações culturais seguiram o rumo da especialização e se tornaram reféns da lógica mercantil e da produção industrial (SILVEIRA, 2008:85).

Hoje, a propriedade intelectual é um conceito abrangente, incluindo diferentes áreas, cujos produtos nascem do trabalho intelectual humano. Para este artigo, inscrevem-se as produções intelectuais midiáticas.

Sob esse contexto, dentro do universo dos *commons*, surgem iniciativas que visam instrumentalizar o acesso às mídias sob os princípios de difusão livre e democrática de bens simbólicos e culturais. Uma dessas iniciativas é a licença *Creative Commons*, que surge como alternativa aos modelos vigentes de propriedade intelectual.

No campo político, devemos nos concentrar ainda sobre as implicações que esses novos modelos de uso de mídias, em particular o livro digital, vêm ocasionar sobre as instituições que atuam junto ao livro impresso. Sobre essas instituições, elegemos editoras e livrarias como nosso foco principal, e acerca delas propomos investigar um possível reordenamento no mercado de livros, observando estratégias político-econômicas aplicadas no intuito de acomodar forças sob a realidade do digital.

Como componente desse quadro, consideramos que as mídias, as quais potencialmente podem ter sua propriedade intelectual relativizada, são capazes de compor uma cultura na qual se alteram os níveis na estrutura de poder sobre os meios de comunicação.

Sobre isso, Silveira (2007) afirma que

a democratização das possibilidades de criação a baixo custo, os processos de inclusão digital dos diversos segmentos sociais, a enorme eficiência das práticas colaborativas, a interatividade e o elevado número de canais e instrumentos de produção comum e participação, alteram o modelo industrial do poder (SILVEIRA, 2007:32).

Nesse contexto, devemos compreender como o livro digital de acesso livre interfere na organização das instituições, no jogo político para a garantia de espaços no mercado da indústria editorial, identificando, assim, quais os movimentos empreendidos por editoras e livrarias a fim de se adaptarem à realidade do livro digital.

Outro aspecto político relevante, e que atua diretamente sobre o acesso a livros digitais, é a atuação militante daqueles que defendem a produção de livros digitais de acesso livre com o objetivo de constituírem novos modos de acesso à informação e ao conhecimento, capazes de dotar o indivíduo que os consome de mais ricos instrumentos de fomento à cidadania.

### **Dimensão cultural-comunicacional**

Sobre a dimensão cultural-comunicacional, é válido refletir sobre o que Flusser (2007) propõe acerca das coisas, um mundo perceptível, tangível, compreensível,

diferente do mundo contemporâneo da não-coisa, das informações que circulam, se encontram, se unem, se corrompem, por meio de cabos ou pelo ar. Uma não-matéria que causa estranhamento àqueles habituados ao toque, à textura, ao cheiro.

Trata-se de um espaço etéreo incapaz de contribuir com a função da memória, como discutem Umberto Eco e Jean-Claude Carrière (2010). Na conversa entre esses intelectuais, carregada de reminiscências, ambos defendem a dificuldade de permanência do suporte informático como instrumento de guarda da memória. Para isso, exemplificam os diversos meios (disquete, CD, DVD, *pen drive*) de preservação da informação, os quais foram sendo sempre substituídos por novas tecnologias, impedindo, muitas vezes, a conversão integral de dados de um suporte a outro. Para solução de tal problema, apontam o impresso como meio que perdurou durante séculos e que até hoje permite o registro e a preservação da cultura.

Outro aspecto relevante são as formas utilizadas na esfera da produção a fim de minimizar o choque sobre paradigmas culturais arraigados na relação do indivíduo com o livro. Um dos conceitos relacionados com esse intuito é a *remediação*, termo cunhado por Bolter e Grusin (1999). Para os autores, uma das características da remediação é a apropriação, de qualquer modo, de traços de uma mídia para outra, num processo em que são evidentes a assimilação de linguagem, estilo e características de meios tradicionais.

Bolter e Grusin (1999) defendem a influência mútua das mídias, uma sobre as outras, estabelecendo um diálogo no qual as mídias mais modernas se apropriam das mais antigas. Desse modo, uma não se sobrepõe sobre a outra. As mais recentes se apoiam nas características das primeiras, podendo, assim, instituir uma forma de familiaridade com o novo, seguindo, entretanto, um funcionamento próprio e diferenciado. Ao mesmo tempo, as mídias consideradas tradicionais passaram a se apropriar das características das novas mídias. O jornal impresso, por exemplo, com o objetivo de não perder espaços, em concorrência com a revista e a internet, passou a se modernizar, valorizando a imagem em detrimento do texto, ou seja, procurando estabelecer novas formas de estratégia de contato com o consumidor (VERÓN, 2004). No caso do livro digital, são criados documentos que simulam virtualmente o “passar” de páginas, acompanhado do ruído emitido pelo movimento do papel. É como se o objetivo dessa estratégia de contato fosse recuperar e renovar o “contrato”, a “confiança” que já está na memória afetiva do leitor, remetendo às características do

livro impresso como um lugar reconhecido, do qual se poderia partir com segurança para novas práticas de leitura.

Diante das formas digitais de oferta do livro, na concorrência com as formas tradicionais impressas, na linha proposta por Eliseo Verón (2004), podemos pensar que o contrato é enunciativo, pois se “cumpre essencialmente não no plano do conteúdo, mas no plano das modalidades do dizer” (2004:276), isto é, na *forma*. Dentro dessa perspectiva, buscamos em Mouillaud (2002) aportes para a compreensão de modos de reconhecimento do livro, nesse caso, a partir da sua forma. O autor reflete sobre a dicotomia dispositivo/sentido numa abordagem que dedica ao primeiro elemento um caráter intrínseco ao segundo. Num texto que aborda essa dualidade inserida no jornal diário, o autor afirma que o “discurso do jornal não está solto no espaço; está envolvido no que chamaria de ‘dispositivo’ que, por sua vez, não é uma simples entidade técnica, estranha ao sentido” (MOUILLAUD:29). O “dispositivo” é definido pelo autor como os “lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos”, estes entendidos como qualquer forma de inscrição (de linguagem, icônica, sonora, gestual etc.). Acrescenta ainda que o dispositivo tem uma forma que lhe é característica, um modo de estruturação no espaço e no tempo. É, assim, mais do que um “suporte”, colocando-se como uma “matriz” que impõe suas formas ao texto (MOUILLAUD, 2002:34-35).

Mouillaud (2002) utiliza a metáfora da embalagem para questionar o sentido do chamado conteúdo, caso não existisse aquilo que o envolve, no caso do jornal, a materialidade do papel, o formato, a disposição dos elementos gráficos etc. Nessa perspectiva, o entendimento daquilo que é o jornal passa também pelo modo como ele é apresentado. Paralelamente, o livro impresso é reconhecido a partir daquilo que lhe é característico enquanto objeto material, em sua forma enunciativa. O tipo de papel utilizado; o formato; as sequências de elementos pré-textuais (folha de rosto, dedicatória, agradecimentos, prefácio, epígrafe, sumário), textuais e pós-textuais (conclusão, posfácio, índice etc.); além dos itens próprios do meio, como capa, orelhas, lombada e colofão, são características da enunciação do livro, de suas estratégias de contato, e o fazem reconhecível a partir da sua materialidade, da sua embalagem, da sua forma.

A partir disso, nos questionamos sobre o modo como se dá o reconhecimento do livro em formato digital. A diversidade de suportes (computador, leitor eletrônico, celular etc.) representa uma multiplicidade de maneiras de estratégias de contato entre o

texto e o leitor. A narrativa não está mais apenas impressa no papel. Não está presa a sua mobilidade relativamente restrita, se comparada à mobilidade da sua versão digital. Ela está agora imersa num universo de bits, possibilitando-lhe a reconfiguração de sua estrutura. Sua dimensão passa a ser cambiável para adaptação aos seus suportes de leitura. O livro é agora do tamanho do *display*. A sequência de seus elementos pode perder a linearidade presente no impresso a partir das possibilidades do hipertexto. Blocos de informação enlaçados numa teia sobre a qual cada leitor traça subjetivamente seu percurso de leitura. O movimento, por sua vez, também pode estar presente: vídeos, animações, gráficos dinâmicos compõem o conteúdo que antes se resumia a textos e imagens estáticas. Estaria assim o livro assumindo um caráter audiovisual que poderia distanciá-lo da sua forma impressa ao ponto de não mais podermos denominá-lo livro, atribuindo-lhe outra nomenclatura ainda não imaginada? Dessa maneira, como perceber/significar o livro digital a partir de características tão variáveis e, ao mesmo tempo, tão divergentes daquelas do livro impresso enquanto estratégias de enunciação e de contato?

Portanto, interessa-nos relacionar as dinâmicas dos aspectos políticos e culturais referentes à circulação do livro digital, às estratégias de contato e possibilidades de vínculo entre livro e leitor ofertados no contexto da sociedade midiaticizada, a fim de compreender os fluxos comunicacionais estabelecidos nesse processo. Para isso, pretendemos identificar os modos de atuação de instituições ligadas à indústria editorial com o intuito de compreender seus movimentos para a adaptação à oferta de livros em formato digital. A partir daí, propomos articular esses modos de atuação aos modos de reconhecimento (aceitação, negociação e oposição etc.), constituídos no imaginário do consumo do livro digital em confronto com os contratos de leitura já estabelecidos culturalmente, uma vez que o objetivo do contrato “é construir e preservar o *habitus* de consumo” (VERÓN, 2004:276).

### **Percorrendo os caminhos já traçados sobre o livro digital**

Com o objetivo de traçar um panorama de algumas abordagens dadas ao livro digital, procuramos identificar o enfoque dado a esse objeto em alguns artigos apresentados em eventos ou publicados em revistas científicas, como também em alguns livros que perpassam essa temática. Ao final, procuraremos entender qual a predominância desses enfoques, tentando identificar seus pontos fortes e suas carências.

Grusznski (2009) problematiza o advento do livro digital posto como elemento que marca o fim do livro impresso e, por conseguinte, o fim do *design*. A partir disso, a autora se vale da bibliografia referente à questão do livro na contemporaneidade a fim de investigar a articulação do *design* com as novas propostas para essa mídia. Para este artigo, não consideramos o “fim do impresso”, mas sim as implicações sobre o acesso de aspectos político-culturais do advento do formato digital do livro. Desse modo, o *design* insere-se na discussão sobre a forma e a materialidade do livro com a qual o leitor está habituado, e que, portanto, faz parte da sua relação de reconhecimento do produto livro.

Frossard (2004) aborda as mudanças na forma de apresentação do livro, partindo dos manuscritos medievais à informação disponível na internet. Reflete também sobre as influências dessas mudanças nos processos de organização e classificação da informação, bem como na criação de novos hábitos culturais e de leitura. Para tanto, a autora realiza uma pesquisa bibliográfica sobre a qual esboça algumas reflexões. Frossard (2004) afirma que vivemos sob “um novo paradigma”, surgido a partir das possibilidades do hipertexto, apontando o livro digital como indicador de “mudanças da mesma magnitude que as trazidas pela impressão” (FROSSARD, 2004:7). A autora destaca ainda o papel do autor, enfatizando a sua evidência, que passa a ocorrer principalmente a partir da era da cultura do impresso, posicionando-o como dono da obra. Produto que agora pode ser mais facilmente reproduzido, desenvolvendo, por conseguinte, a fim de resguardar os direitos de autor, a proposta de propriedade intelectual.

Nossa pesquisa se apropria da discussão de Frossard (2004) naquilo que diz respeito à “criação de novos hábitos culturais e de leitura” diante de um universo digital, com infinitas possibilidades de reprodução, sobre o qual se estabelecem restrições para o livre acesso.

Lourenço (2004) aborda a indústria editorial tomando como fator de tensionamento o livro digital. Seus objetivos são “apresentar este novo formato de livro, esclarecer o funcionamento das editoras responsáveis por sua publicação hoje no Brasil e empreender uma reflexão sobre o futuro da atividade editorial no Brasil” (LOURENÇO, 2004:1). A autora parte do pressuposto de que a tecnologia digital está criando novas formas de edição alternativas e outros papéis para os principais agentes envolvidos na indústria do livro. A autora se utiliza de pesquisa bibliográfica em livros e sites para cumprir seus objetivos. Nota-se também uma detida observação sobre a

dinâmica de funcionamento das editoras brasileiras, atuantes tanto no mercado de livro impresso como também digital. Em nosso estudo, procuramos nos deter na compreensão de como as possíveis mudanças na indústria editorial, provocadas pelo livro digital, vem reorganizar as instituições, orientando estratégias para tomada de posições sobre um novo contexto de práticas de leitura.

Já Mello Júnior (2004) analisa a indústria cultural do livro como forma histórica de transmissão de conhecimento e procura identificar possíveis mudanças que essa indústria ou seus agentes sofram a partir do desenvolvimento de uma sociedade da informação, da criação de novas tecnologias e dos descentramentos de identidades culturais. O autor aborda a questão da identidade do indivíduo no contexto da pós-modernidade, avançando sobre questões acerca do modo como se articulam esse sujeito e as novas práticas culturais implicadas na chamada sociedade da informação. Além disso, disserta sobre o modelo editorial de direitos autorais, oferecendo informações sobre sua origem a partir da lógica mercantil. Entretanto, apesar de traçar um rico cenário, o autor não avança sobre os tensionamentos entre a propriedade intelectual e as possibilidades de reprodutibilidade providas pelo digital - apenas esboça um paralelo de características do livro impresso e do digital e apresenta números do mercado editorial brasileiro.

Para Mello Júnior (2004), a proposta da articulação entre identidade e consumo de publicações digitais se dá pela forma como atualmente ocorre a formação identitária na fragmentada sociedade contemporânea. O autor explora a proposta de que aspectos relacionados à identidade do indivíduo influenciam no modo como ele se relaciona com o objeto livro, em seus diversos modos. Assim, essa abordagem pode ser inserida na dimensão cultural-comunicacional como forma de subsídio na compreensão dos modos de relacionamento do indivíduo com o digital.

Silva (2002) tem o objetivo de apontar as principais implicações do uso do livro digital na área das ciências da informação. O autor acredita que as áreas de processamento técnico, armazenamento e serviço de referência, por exemplo, serão diretamente afetadas com o advento do livro digital. Assim, propõe debater sobre essas novas modalidades de registro da informação, em seus aspectos tecnológico, econômico e cultural. Silva (2002) inicia sua exposição com informações que remetem ao período do surgimento da prensa de tipos móveis de Gutemberg culminando com a exposição de uma classificação de fases históricas do livro digital. Silva (2002) destaca ainda que o surgimento de um novo dispositivo para registro dos escritos do homem afeta

especialmente questões como acesso, armazenamento e empréstimo, hábitos de leitura, *copyright* e depósito legal. O autor finaliza tentando responder a questões como: o livro digital será mais barato que o impresso? Os *devices* (dispositivos eletrônicos de leitura) são uma ameaça aos PCs? Os *devices* podem ser considerados como livros? O livro impresso vai desaparecer? As respostas oferecidas pelo autor não são conclusivas, apresentando apenas considerações.

Tomando como base algumas ideias de Silva (2002), nos indagamos acerca de hábitos culturais relacionados ao livro. Com o desenvolvimento de modernos leitores eletrônicos, hoje é possível o armazenamento de inúmeros títulos em um mesmo dispositivo. Trata-se, em certo grau, do esvaziamento das estantes, dos corredores das bibliotecas, das pilhas de livros, catalogados e organizados pelos profissionais da informação. Ainda sobre essas mudanças culturais, indagamos acerca do hábito de empréstimo de títulos. Sob sistema de distribuição ainda indefinido, os novos usuários se perguntam sobre as formas de compartilhamento das obras a que se tem acesso. Aqui se pensa uma analogia à indústria fonográfica. Coleções de LPs, fitas cassetes ou CDs deram lugar a acervos digitais armazenados em dispositivos de memória e o seu empréstimo passa a ser, na verdade, a disponibilização de uma cópia sem, em nenhum momento, implicar prejuízo ao original.

Holanda (2009) busca analisar a forma pela qual o conhecimento torna-se atualmente uma fonte de poder na sociedade. A partir disso, investiga as articulações que podem propiciar o livro digital a se apresentar como alternativa democrática no compartilhamento do saber. Uma potencialidade alavancada pelos modos de distribuição facilitados por meio de uma estrutura de comunicação via rede. A autora acredita ainda que a utilização do livro digital com esse fim pode colaborar para a inclusão de indivíduos à margem da sociedade da informação e levar a novas práticas sociais.

Em nosso trabalho, vemos essa posição de Holanda (2009) como um uso político da mídia, a partir do qual nos apropriamos das possibilidades do digital para permitir a abertura de um espaço de livre acesso a mídias de informação e conhecimento. Desse modo, identificamos a relativização da propriedade intelectual como um passo à chamada alternativa democrática para o compartilhamento do saber. Essa reflexão está inserida na dimensão político-comunicacional da nossa abordagem.

Coelho (2010) analisa como o fato que ele denomina de “revolução digital” modificou os nossos modos de leitura. A autora parte da premissa de que foram gerados

novos processos cognitivos na leitura e escritura de textos a partir da comunicação digital. Desse modo, investiga aspectos do hipertexto, o qual ela considera “a estrutura básica do discurso da literacidade digital” (COELHO, 2010:1).

Em Coelho (2010), mais uma vez encontramos o foco sobre a hipertextualidade das escritas digitais. Nesse caso, entretanto, o foco é dado sobre as implicações dessa característica sobre a leitura e a escrita. Apesar de não considerarmos o hipertexto como condição para a escrita em ambientes virtuais, entendemos a proposta de estudo de grande relevância para compreendermos aspectos cognitivos de leitura e escrita a partir do uso da linguagem hipertextual, fato que também interfere no modo como o leitor se relaciona com o texto sob essa forma de apresentação.

Murcia (2010) enfoca o advento da leitura em dispositivos digitais, destacando os modos de restrições (técnicas e legais) articuladas por meio das instituições ligadas ao negócio editorial, bem como daquelas ligadas à gestão de direitos. A partir disso, explora os chamados “circuitos alternativos” da leitura, por meio dos quais demonstra os caminhos possíveis do livro. O autor avança sobre tópicos como ritual da leitura, implicações do aspecto material do livro, apropriações do livro digital sobre características do impresso (remediação), reprodutibilidade do digital e controle do conteúdo dos livros (*copyright*).

Identificamos no texto de Murcia (2010) uma maior proximidade com a proposta de abordagem apresentada em nosso artigo. Compreendemos que as restrições ao acesso do uso do livro advêm tanto de aspectos políticos (a propriedade intelectual como forma de estabelecer controle sobre produtos intelectuais e a manutenção de poder dos produtores/mediadores) como também culturais (a materialidade, a forma, a simbologia e a ritualidade do livro impresso).

### **Considerações finais**

Consideramos, por fim, que os trabalhos explorados nesse mapeamento não incluem pesquisas de campo, nem outra investigação mais aprofundada da temática. Alguns partem da própria experiência profissional ou mesmo da observação do mercado editorial.

Vale destacar também que parte da produção intelectual acerca do livro digital é publicada por pesquisadores das ciências da informação, deixando de lado seu aspecto de objeto do campo da comunicação midiática. Entretanto, como se trata de uma

temática em seus primeiros passos de investigação, consideramos relevante sua abordagem a fim de que possamos ter um quadro mais rico dos enfoques dado ao objeto investigado.

Ao final desse panorama, de modo geral, acreditamos que os estudos sobre o livro digital dissertam sobre diferentes abordagens. Entre elas: as mutações de aspectos culturais; as mudanças nos modos de consumo, troca, armazenagem e empréstimo do livro; e o estranhamento sobre a ausência de materialidade do livro. Os textos abordam também aspectos políticos: propriedade intelectual, direitos de autor, papel dos produtores etc. Desse modo, acreditamos que a problematização proposta para nossa investigação vem articular esses dois aspectos, aos quais denominamos dimensões, e que, desse modo, poderemos compor um estudo mais completo acerca, particularmente, da circulação dos livros digitais, compreendida como articulação entre produção e recepção de um tipo específico de produto midiático. Como postula Eliseo Verón (2004): “compreender essa articulação constitui hoje, parece-me, o desafio principal tanto no plano da teoria como no da pesquisa” (2004:274).

## Referências

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Júris, 2003.

BENKLER, Yochai. A economia política dos *commons*. In: GINDRE, Gustavo et al. **Comunicação digital e a construção dos commons**. São Paulo: Perseu Abramo, 2007, p. 11-20.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. MIT Press, 1999.

BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

COELHO, Ana Carolina Sampaio. A literacidade eletrônica e o hipertexto: os caminhos da literatura digital. **Logos 32: comunicação e audiovisual**, ano 17, n. 1, 1. sem. 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/logos/article/view/7231/6523>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

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

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FROSSARD, Vera Cecília. **Tipos e bits**: a trajetória do livro. I Seminário Brasileiro Livro e História Editorial. Rio de Janeiro, 8 a 11 de novembro de 2004. Disponível em: <<http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/verafrossard.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2009.

GRUSZNSKI, Ana. **O design uma morte anunciada**: o livro entre papel e pixel. II Seminário Brasileiro Livro e História Editorial. Rio de Janeiro, 11 a 13 de maio de 2009. Disponível em: <[http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/ii\\_pdf/Ana\\_Gruszynski.pdf](http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/ii_pdf/Ana_Gruszynski.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2009.

HOLANDA, Érica de. E-books: um exercício de democracia pelo consumo do saber digital. *Revista Signos do Consumo*, v. 1, n. 2, 2009, p. 91-100. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/signosdoconsumo/article/viewFile/6892/6230>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

LOURENÇO, Mariana Simões. **Edição digital**: aspectos e perspectivas da produção de e-books no Brasil. I Seminário Brasileiro Livro e História Editorial. Rio de Janeiro, 8 a 11 de novembro de 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/lihed/primeiroseminario/pdf/marianasimoes.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2009.

MELLO JÚNIOR, José de. **Identidade cultural, conhecimento e mercado editorial**: livro na fronteira do impresso com o eletrônico. I Seminário Brasileiro Livro e História Editorial. Rio de Janeiro, 8 a 11 de novembro de 2004. Disponível em: <<http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/josedemellojr.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2009.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal**: da forma ao sentido. 2. ed. Trad. Sérgio Grossi Porto. Coleção Comunicação. Brasília: Editora UnB, 2002.

MURCIA, Javier Gómez. Los circuitos alternativos de la lectura y el libro en la época de su reproductibilidad digital. **Razón y Palabra**, n. 73, ago./out., 2010. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/05-M73Gomez.pdf>>. Acesso em: 4 ago. 2010.

RYDLEWSKI, Carlos. Escrito em bits. **Época Negócios**, n. 27, mar. 2010.  
SCHNOOR, Tatiana. **Vendas de e-book para Kindle superam as de livros capa dura**. Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br/?online/eletroeletronicos/51/6386874/vendas-de-ebook-para-kindle-superam-as-de-livros-capa-dura#ixzz0uj1LWajB>>. Acesso em: 25 jul. 2010.

SILVA, Luiz Otávio Maciel da. **O livro eletrônico**: mudando paradigmas. Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 2002. Disponível em: <<http://www.sibi.ufrj.br/snbu/snbu2002/oralpdf/78.a.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Cibercultura, *commons* e feudalismo informacional. **Revista FAMECOS**, n. 37, Porto Alegre, dez. 2008. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/5559/5043>>. Acesso em: 20 set. 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Redes virais e espectro aberto. In: GINDRE, Gustavo et al (orgs.). **Comunicação digital e a construção dos commons**. São Paulo: Perseu Abramo, 2007, p. 21-55.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001.

VERÓN, Eliseo. As mídias na recepção: os desafios da complexidade. In: \_\_\_\_\_. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004. p. 273-285.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.