

5. Conclusão

“Não contém com o fim do livro, tal qual roda, o livro é uma invenção consolidada, a ponto de as revoluções tecnológicas, anunciadas ou temidas, não terem como detê-lo” (Umberto Eco, 2010)

Ao longo deste trabalho esperamos ter demonstrado que a presente dissertação não pretende ser apocalíptica, catastrófica, muito menos apresentar uma visão triunfalista dos fenômenos ao apontar as contribuições tecnológicas. Ao contrário, nossa intenção foi constatar a existência de um processo cultural de extraordinárias repercussões no âmbito das comunicações e do desenvolvimento do conhecimento humano. Essa cultura digital está logicamente ligada ao progresso tecnológico que evolui a uma velocidade insólita, portanto, mas do que fazer previsões do futuro procuramos estudar os efeitos culturais, sociais e até psicológicos associados ao cyberespaço e aos novos suportes.

Vimos que a consequência, oralidade – escrita – cultura eletrônica implica não uma evolução de etapas relacionadas ou independentes, senão uma sucessão de estados acumulativos integrados num processo de superposição. O desenvolvimento de um novo estado não supõe uma ruptura com o anterior, mas a presença de outros fenômenos que vêm adicionar e propor modelos culturais alternativos. O que supõe um diálogo entre passado e futuro, o reconhecimento de que nem tudo que é apontado como avanço é absolutamente novo.

Essa linha de continuidade deixa claro que aplicação da tecnologia na literatura pode ser concebida como o passo seguinte e necessário de modelos iniciados no século XX, associados às formas literárias da pós-modernidade. Entretanto, os avanços tecnológicos oferecem uma plataforma que possibilita a realização de sistemas de criação – por exemplo, a intertextualidade criativa, a poética da obra aberta e o desejo de ruptura da linearidade – que rompem determinados modelos de construção, criam outros protocolos de leitura e formas alternativas do discurso. Vimos como as hipermídias geram metaproductos que combinam as linguagens e os meios tradicionais dentro de um formato interativo. A hipertextualidade, a multimídia e a interatividade são algumas das características distintas desta produção. A internet permite a criação ilimitada, agora há mais oportunidades de fazer literatura.

A tecnologia digital está mudando as bases do saber e do fazer literário e comunicacional. No campo saber as transformações estão gerando novos debates e integrando novos interlocutores. No fazer elas englobam todas as fases do processo de comunicação e vão, desde a difusão, causando uma lógica produtiva cooperativa até a aparição de novas rotinas produtivas e novos perfis profissionais, passando pelas novas textualidades e formas de consumo. Os Blogs se fundam na livre distribuição da informação e espaços participativos de produção e distribuição – como Wikipédia ou o YouTube – potencializam a colaboração dos usuários na geração de conteúdos.

A google criou uma nova lógica não vendo todos os *links* da mesma forma. Quanto mais *links* você disponibiliza em sua página, mais vale o seu link em outros sites. A google encontrou valor na confiança, outros empreendedores também estão criando sistemas de confiança como essência do seu negócio. A Amazon também criou um sistema de confiança com suas avaliações ao nos dizer que a pessoa que comprou o livro “X” interessou-se também pelo livro “Y” e anteriormente adquiriu o livro “Z”.

Vemos os meios tradicionais abrirem pouco a pouco seus espaços a estas lógicas produtivas. Porém, não muda só o processo de produção, o produto também é diferente. A convergência de diferentes linguagens e meios em um único ambiente, facilita a manipulação dos conteúdos e favorece a integração de todas as telas – a da televisão, do telefone móvel, do computador portátil e agora também do iPad, uma junção de todas as mídias citadas – ao permitir que um mesmo conteúdo possa aparecer em formatos diferentes e em diferentes mídias.

Essa essa convergência possibilita ao leitor construir o seu próprio percurso para encontrar a informação que necessita. O meio lhe exige a capacidade de agir, criando, alterando ou aproveitando encontros no corpo de conhecimento que está desenvolvendo. Isso significa que ele tem que saber optar por percursos no metatexto, servir-se de textos já disponíveis e ser capaz de criar ligações entre eles. Com essa atitude o leitor é levado a “digerir” a informação de modo muito mais veloz, traçar estratégias de leitura e interpretação ao fazer rápidos juízos de valor, processando em paralelo outros materiais, de modo a captar e utilizar sem demora o que lhe interessa.

Não é por acaso que a leitura hipertextual confere especial relevo as

capacidades individuais como, a intuição e a destreza técnica, ampliando o sentido de conectividade intertextual, possibilitando através de associações a expansão do conhecimento relacional e do pensamento lateral. O que vemos é a temporalidade muitas vezes linear e seqüencial do livro ceder a simultaneidade multimídia. “A fruição desatenta” de Benjamin indicada como característica do cinema, agora é protocolo típico da utilização das novas mídias.

As novas materialidades que suportam a escrita não anunciam o fim do livro ou a morte do livro e do leitor. O que vemos é a “coexistência e sobrevivência estrutural de modelos passados no momento em que a gênese faz surgir novas possibilidades” que se referia Derrida (1997). Entretanto, essas materialidades pressupõem que os papéis sejam retribuídos, implicando em alguma competição, mas principalmente em uma persistente complementaridade.

Que coisa difícil! Para cada temperamento, para cada personalidade que somos, tais os livros. Eu já disse não sei onde, que temos de ser ímãs; e passar de galopada pelos livros, com cascos de ferro imantado, para irmos atraindo o que nas leituras nos aproveite, por força de misteriosa afinidade com o mistério interior que somos. Ler não para amontoar coisas, mas para atrair coisas. Não coisas escolhidas conscientemente, mas coisas afins, que nos aumentem sem o percebermos. (...) Talvez o que você goste em mim seja isso – essa coleta que em inumeráveis leituras, desde mocinho, meus cascos fizeram instintiva ou inconscientemente. E como o método deu resultado para mim, bem possível que também o dê para você, que tem muitas afinidades comigo(...) Em suma: é preciso que você passeie pelo pensamento escrito dos grandes homens, das grandes inteligências, não para acumular como um museu o que eles dizem, mas para ir assimilando umas essências afins e construtoras do teu Ego mental.(...)” (Lobato¹, 1946).

Com a internet e as novas formas de acesso e aquisição do conhecimento vemos claramente a “construção do ego mental” a que se referia Lobato e que aproxima-se das idéias de Roland Barthes (1988). Com os sistemas de hipermídia o leitor apreende e reconstrói suas experiências de leitura, transformando “obras” em “textos” e “textos” em “obras”. A obra se vê, o texto se demonstra (...) a obra segura-se na mão, o texto mantém-se na linguagem.(...) O texto não pára, seu movimento constitutivo se faz travessia.

Hoje a edição de um livro pertence ao negócio da distribuição de informação (bits) e também da manufatura (átomos), embora, o mundo tal como o percebemos permaneça como um lugar analógico, os suportes tecnológicos e

¹ NUNES, Cassiano. (Org). *Monteiro Lobato Vivo*. Rio de Janeiro: MPM Propaganda/Record., 1986. p. 69. Carta a Hernani Ferreira, abril de 1946.

aplicações da informação evoluem e ampliam o acesso. Os bits se mesclam facilmente, se combinam e são reutilizados juntos ou separados. A combinação de sons, imagens e informação. Temos um novo tipo de bit que fala com outros bits e se mistura, criando o potencial de um novo conteúdo originado a partir de uma combinação totalmente nova de fontes. A evolução tecnológica, como nos mostra a história do livro, impõe a necessidade de uma revolução editorial.

As editoras podem ser consideradas “como parte de um segmento com limites bem definidos e caracterizadas por lógicas específicas de gestão”, ainda com um projeto editorial sustentado principalmente no catálogo. O enriquecimento do sistema de produto passa, principalmente, pelo aumento das coleções e dos títulos e não por uma reinterpretação das necessidades do leitor ou pela identificação de novos segmentos de mercado. Estes procedimentos levam a uma oferta impossível de absorvida por uma procura cada vez mais restrita e concentrada.

A cadeia do livro cadeia do livro dominada por fluxos físicos que o suporte impresso impõe e que apresenta problemas estruturais, com divergências na informação entre os diferentes pontos da cadeia. A distância entre o produtor e o consumidor e a especificidade de uma economia do livro, determina geralmente um processo de “hiperprodução” e de “hipo-segmentação”. No primeiro, uma invasão de títulos que não tem em conta uma análise da evolução do mercado e que permitem ao editor obter uma momentânea disponibilidade financeira, ou seja, giro de caixa. No segundo caso, são típicos desta atitude a imitação dos gêneros, coleções de sucesso do concorrente, a decisão de publicar mais títulos de um mesmo autor, desinterisse com a qualidade final do produto, procura desenfreada por *best-sellers*, etc.

Podemos concluir que os dados representam a crise do modelo de negócio tradicional do livro, a importância de novas tecnologias digitais para o sistema de criação na edição a possibilidade de “separar o fluxo físico do fluxo informativo” ao longo do sistema de criação de valor. Gerir separadamente esses fluxos multiplica a possibilidade de configuração e permite a centralização das informações. A possibilidade de separar o conteúdo informativo do seu suporte, permite a multiplicação das possibilidades de oferta, considerando que o mesmo conteúdo pode ser adaptado a uma grande variedade de suportes vendidos ou

difundidos através de numerosos canais físicos ou virtuais, reprojeto em função das necessidades de atualização do conteúdo e das modalidades de acesso.

A introdução de mudanças com elevado potencial de impacto sobre o setor traz inevitável repercussões sobre perfis tradicionais e possibilita a entrada de novos profissionais que propõem modelos de negócios inovadores. A realidade da nova economia da informação estabelece novas regras e estratégias de negócio, fundamentadas na velocidade, na digitalização, na conectividade, no acesso universal à informação, no fim das hierarquias e no *marketing* reverso, como instrumentos para aumentar a competitividade das organizações.

O fato é que as mudanças que vemos hoje, induzidas pelo desenvolvimento da indústria da informática – na verdade não foram os editores que deram início ao desenvolvimento de livros e textos eletrônicos – empresas como Silicon Valley, Microsoft, Adobe, Palm, Hewlett Packard, Apple, entre outras empresas, reconhecem que o software de leitura e-books vai acrescentar valor e atrair consumidores. Os movimentos estratégicos no negócio da edição eletrônica são parte dos planos para reforçar as suas posições dominantes na distribuição de conteúdos digitais à escala global. Nesse sentido é natural que os editores vejam web 2.0 e seus fenômenos como ameaça à indústria editorial, quando na verdade ela deve ser encarada como oportunidade de integrar uma economia do conhecimento.

O editor que tinha como tradicionais preocupações a criação e gestão de um catálogo, fidelização dos seus autores, promoção e distribuição dos seus produtos. Hoje é forçado a desenvolver competências adicionais, por exemplo, a passagem para um ambiente virtual, aquisição, reestruturação de conteúdos e processos de conversão de estruturas de dados (SGML, XML, Java, PHP, CSS), noções de webdesign, usabilidade, legibilidade, além de dominar o problema decisivo do acesso. Neste cenário de mudanças surgirão nos modelos de negócios que deverão enfrentar a prova do tempo e das dinâmicas competitivas do mercado para provar a sua capacidade de acrescentar valor.

As tecnologias digitais, embora irrenunciáveis para o futuro da edição, afetam – de modos diferentes e em velocidade diferentes – a relação com o consumidor, a natureza do produto e o modelo de negócio. Vemos migração de conteúdos, novas editoras de livros eletrônicos que desenvolvem conteúdo digital

online e outros serviços agregados. Como, estabelecer parcerias com editoras reconhecidas para converter os seus títulos para distribuição *online* e vender o uso do produto e não o próprio produto. A opção é trabalhar na base de alteração da atitude do consumidor que passou a valorizar não o produto em si, mas o conceito de *service orientation*, ou seja, o serviço de orientação que deve ouvir, entender e antecipar as necessidades, priorizando à satisfação do cliente.

Hoje, a tecnologia e a internet fometaram novas empresas de autopublicação que permitem que seus livros sejam diagramados, impressos, vendidos e distribuídos. Nesses casos a possibilidade é de reter um percentual muito mais alto do preço de venda, em torno de 80% contra o tradicional 10% do preço de capa que os autores recebem das principais editoras, menos os 15% quando se tem um agente literário. Os leitores também podem vender diretamente para os leitores através de sites como o “Estante Virtual”, o qual possibilita que você monte a sua própria livreria eletrônica e comercialize seus próprios e outros que já tenha lido e que se desfazer. Entretanto, para ter o livro fisicamente nas grandes redes de livrerias, os escritores ainda precisam das editoras e do seu relacionamento com as mesmas e com as assessorias de imprensa para a promoção, possibilitando que o livro seja amplamente distribuído e promovido, nesse caso, a editora agrega valor ao conteúdo.

Embora, para todos os intermediários o tempo esteja passando, toda vez que a Google faz uma conexão direta, o valor de um intermediário está diminuindo. Uma editora – tradicionalmente, hoje as redes sociais possibilitam esse acesso e contato – não tem relacionamento direto com o leitores, as livrerias, sim. Ou mesmo com novos escritores e talentos desconhecidos, os agentes, sim. As editoras são empresas de distribuição de conteúdo, conseqüentemente, são intermediárias. A internet abomina a ineficiência, eliminando-a sempre que a Google ou a Amazon e tantos outros conectam comprador e vendedor, pergunta e resposta, demanda e abastecimento. A Google e a internet criaram modelos de se ganhar dinheiro que estão além de conquistar clientes para poder vender para ele. A Google não quer possuir o conteúdo, ela quer é informação circulante e circulando, para organizar mais conteúdo e disponibilizar o conhecimento gratuito online, a gratuidade é um modelo de negócio e ela entende desse melhor do ninguém.

A falta de velocidade é uma desvantagem, presos a átomos e a complexidades, o setor de publicação de livros é vergonhosamente lento. Um original pode levar até um ano para que seja publicado e chegue às mãos do leitor. Há apenas uma década atrás para obter uma informação precisávamos ir até uma biblioteca, hoje em 0,3 segundos a Google nos responde. Todos os setores são afetados por essa nova velocidade. A medida que outras formas de conhecimento e criação de conteúdo aceleram, os livros também devem fazê-lo. Esperar o melhor momento para publicar a sua história significa ofender seus leitores. A internet mudou o ritmo e os processos de negócios.

O novo paradigma da conectividade universal impõe reconcepção da cadeia do livro, que agora precisa integrar igualmente a cadeia de valor da informação, “matar o livro para então reinventá-lo”. A economia da informação está ligada a informação em si e com a tecnologia que lhe está associada, portanto, a variedade das mediações requer uma preparação do conteúdo em função da tipologia do suporte que será utilizado. O editor precisa encontrar novas estratégias para enfrentar os desafios que apenas começam a surgir e que surgirão em um número muito maior e em muito mais frentes competitivas do que aquelas com que tradicionalmente estava acostumado.

Refletir sobre as aventuras do livro em tempos de web 2.0, iPad e *ThinKmap Visual Thesaurus*² é, em definitivo, examinar a dualidade que atravessa o mundo contemporâneo entre a afirmação das particularidades e o desejo do universal. Procuramos apresentar as vantagens que as novas tecnologias trazem à cultura do livro e, principalmente, as possibilidade de acesso gratuito e democrático à informação e ao conhecimento.

² Disponível em [HTTP://visualthesaurus.com](http://visualthesaurus.com)