

PRODUÇÃO DE EDITORIAL EM INÍCIO DO SÉCULO XXI

PRODUÇÃO DE EDITORIAL EM INÍCIO DO SÉCULO XXI

Resumo:

O presente texto disserta a respeito do quadro constituído frente a mudanças e ajustes às ferramentas de publicação, refletindo sobre os desafios narrativos e de veiculação na mídia, a serem desvendados ao longo do processo de publicação, para as casas editoriais.

Palavras chave: Produção editorial; Livro digital; Pequenas e Médias editoras

PRODUCCIÓN EDITORIAL EN EL COMIENZO DEL SIGLO XXI

Resumen:

El presente texto estudia a respecto del cuadro constituido frente a cambios y ajustes a las herramientas editoriales, reflexionando acerca de los desafíos narrativos y de veiculación en los medios, a serem “desvendados” a lo largo del proceso de publicación, para las casas editoriales.

Palabras Clave: Producción editorial; Libro digital; Editoriales.

EDITORIAL PRODUCTION IN THE BEGINNING OF XXI CENTURY

Abstract:

This text talks about the picture made front the changes and adjustments to publishing tools, reflecting on the narrative challenges and placement in the media, to be revealed during the publishing process, for publishing houses.

Keywords: Editorial production; Digital book; Publishers

1 PRODUÇÃO DE EDITORIAL E TENDÊNCIAS NO INÍCIO DO SÉCULO XXI

O mundo digital mexe com todas as áreas e desafia, em especial, àqueles que produzem o conteúdo que será lido em um novo formato. A partir desse pressuposto, surgem questões norteadoras para os profissionais atuantes no campo literário: por quê entrar nesse mercado? como produzir o livro digital? quem são as editoras que produzem livro digital no Brasil? quais as publicações disponíveis? como se posicionam frente a essa modalidade de suporte? quem é o usuário de eReaders? o que ele quer ler? Como apresentar o conteúdo? Segundo Robert Darnton a história do livro, desde muito, levanta essas questões. Este autor aborda em *A questão dos livros* temas pertinentes à área e, é acompanhado dessas ideias, que o presente texto aborda e percorre sua trajetória.

O foco está em modalidades de narrativa Transmídia, uso de mídia social, adaptação de conteúdo e padronização de software para o conteúdo publicado. Produto altamente elaborado, encontram-se disponíveis paradigmas como o seriado *Lost* e o filme *a Bruxa de Blair*. Conforme a Revista Isto é dinheiro “As primeiras cinco edições de *Lost* renderam apenas em publicidade mais de US\$ 1 bilhão à emissora ABC, da Disney”; e o filme *Filme Bruxa de Blair* introduziu o elemento web à transmídia.



Figura 1: série *Lost* mantém seus fãs por meio de livros, games, episódios na web e *Lostpedia*.

Para quem quiser conhecer produção gaúcha independente, o escritor e publicitário Guilherme Verzoni oferece em sua Transmedia Storytelling - Estúdio Verzoni.org de *Coisas Fantásticas*: <http://verzoni.org/>. A Revista de esporte com efeitos interativos em *Magazine Sports Illustrated* http://www.youtube.com/watch?v=U3j7mM_JBNw, o livro *Alice no País das Maravilhas* A versão do iPad de *Alice no País das Maravilhas*, (Revista Veja), livros interativos como os da Editora Penguin Books - DK <http://www.youtube.com/watch?v=oQCAPv-IKuU>,

são exemplos de como se pode contar uma história com diferentes mídias.



Figura 2: Aplicativos para oPad e eBooks., divulgação dos livros da editora Penguin Books, no Youtube.

É o momento de especular alternativas, experimentar e ousar, sem muita fórmula para um futuro certo. Experiências coletivas têm permitido atividades em conjunto, em que cada empresa contribui com o seu saber para a inserção e desenvolvimento da cadeia produtiva. A internet oferece as ferramentas para se fazer melhor algumas das tarefas editoriais, além disso, o papel de editor permanece nesse contexto porque o conteúdo deve ser selecionado a fim de atender aos leitores, uma vez que o texto precisa ser depurado, organizado, isso permanece ainda que sejam publicações de internet. É necessário cuidar do conteúdo, persistir na figura do editor, mesmo que no livro digital a tarefa de estabelecer o “filtro” entre o autor e o leitor torne-se alterada.

Manter-se como aquele que, conforme aponta Aníbal Bragança, —a partir de diferentes abordagens da função ao longo das bibliografias —, pensa a qual público “devem servir, como serão feitos esses livros(...) lugar que exige dele saberes específicos (“escolher, fabricar, distribuir”), que o diferenciam dos demais agentes envolvidos no processo editorial” (2005, p. 224). O livro digital requer a definição de onde e como publicá-lo, em qual site localizar as vendas, a circulação do conteúdo. Tais ações levam à necessidade de uma gestão para administrar essas informações, trabalhar com elas para que circulem e alcancem o leitor da melhor maneira possível. Esse enlace iniciado na preparação do conteúdo, adaptação do material tem sua continuidade na venda em sites das lojas virtuais.

Preparar-se para esse mercado torna-se uma constante. Quem quiser atuar no campo contemporâneo tem de compreender suas especificidades. A primeira coisa é perceber que os jovens, os nativos digitais, são quem mais dominam a ferramenta. Faz parte do conhecimento a ser adquirido prestar atenção à nova geração. É instaurada uma comunicação em que conteúdo e formato se complementam e a facilidade de publicação direta, sem a intervenção de outrem, como é o caso de escrita em blogs e redes de mídia digital.

O leitor, cada vez mais migrante digital, ambienta-se a novas propostas de leitura. Essa realidade chega às editoras que têm o desafio de pensar nessa possibilidade enquanto um presente, não mais como o futuro do livro. Há de se ter calma para lidar com esse quadro. A tecnologia demanda estudo e investimento. Por isso, inicialmente as empresas publicadoras de pequeno e médio porte tendem a experimentar o livro digital a partir de seu formato em .pdf, matriz utilizada, igualmente, para o impresso. A tendência é a de que o conteúdo deva tornar-se atrativo para o leitor e alcançar, um formato de narrativa extensiva, inclusive, para a publicação em telefones celulares.

Preparar os profissionais que lidam com o processo editorial para essa nova realidade, torna-se relevante. As editoras, em uma migração tênue, iniciam a transportar seus originais para o novo formato. No entanto, há os que iniciam a fazê-lo direto no meio virtual, como é o caso da editora Unesp. Esses dois movimentos são concomitantes no mercado: do impresso e o virtual, o segundo ainda em pequena escala de produção.

As etapas de produção do livro digital apresentam uma nova concepção. A começar pelo design que será adequado conforme a linguagem para a publicação, seja em pdf, ePub, kindle, etc. Designer e editor, por consequência, devem ter o domínio dessas novas modalidades, para otimizar o processo e obter resultados significativos em termos de publicação, difusão e circulação do livro.

Na década de 1990 surgiram os primeiros livros eletrônicos, denominados de eBooks, para suprir os dispositivos portáteis com tela¹ de LCD. Foram desenvolvidos dispositivos que suprissem a deficiência de leitura do material publicado. Com isso, nasceram os eReaders (leitores de eBooks: Kindle, iPad, Cool-er, Cybook, Sony e outros), equipados com telas e-ink, que possibilitaram uma leitura confortável, cada vez com mais nitidez e legibilidade; os livros digitais podem ser lidos em mais de um dispositivo, inclusive em aparelhos celulares e computadores. Os aparelhos foram aprimorados e transformaram-se em mais um dos suportes para a recepção de conteúdo. Em decorrência, o mercado editorial percebeu a possibilidade de ampliar o leque de consumidores de livros, e o leitor, mais uma maneira de expandir seu acesso à leitura.

A publicação de livros digitais recebe tratamento diferenciado do livro impresso desde a sua produção. O design gráfico e a diagramação do livro digital devem considerar alguns fatores para a produção. O ePub trabalha com uma forma diferente de inserção de notas – que são agrupadas e acessadas por um link –, e sumário, por exemplo. Segundo a design Stella Dauer:

¹Informações relativas ao eBook foram retiradas e adaptadas do texto *Simplíssimo Book Farm / Simplíssimo livros: Operação Stealth® para todos, perguntas e respostas*. Porto Alegre, 2010. Disponível em <<http://simplissimo.com.br/blog/operacao-stealth-para-todos/>>. Acesso em 16/06/2010. Aqui o termo eBook é sinónimo de livro digital.

Para termos um bom arquivo em ePub pouco importará a cor do fundo, os grafismos no final da página, as aberturas de capítulos ou os símbolos usados embaixo dos números da página. Se você não prestar atenção e não indexar corretamente todos os títulos e subtítulos, o livro eletrônico já não terá uma de suas melhores funções funcionando, o sumário. (ABRINDOOLIVRO, 4 jul. 2010)

A relação com a Tecnologia de Informação se aproxima. As fontes, conforme o eReader, ao contrário da tipografia tradicional, podem ser manuseadas pelo próprio leitor. É possível inserir uma fonte especial para cada livro, mas deve-se levar em conta o tamanho da mesma, pois um eBooks carrega em torno de 300-600 Kb e se ficar carregado pode implicar em menor velocidade na hora de baixar o material.

Cabe atentar para a simplicidade do layout em que o texto, disponível em domínio público, está legível e se apresenta de maneira a dispensar um trabalho de diagramação mais elaborado. Não há paginação no livro, de modo que isso altera, inclusive, a referência bibliográfica de citações e referências em estudos acadêmicos.

2 EDITORAS E A PRODUÇÃO DE LIVROS DIGITAIS

A questão do lucro com livros digitais ainda é uma incógnita. John Makinson, CEO da Penguin american, editora parceira da Companhia das Letras na publicação de livros digitais no Brasil, afirma em entrevista ao jornal Estado de S. Paulo que a produção do “eBook não exige nada de manufatura, não exige investimento em distribuição e estoque. Você ainda tem o investimento, é claro, na edição, na divulgação do livro, mas não há custos físicos”. A declaração não é consenso para alguns editores, que se reservam para apostar nesse novo mercado e buscam soluções de segurança para a preservação dos direitos autorais das obras disponibilizadas.

No que diz respeito à produção disponível, foi realizada para este estudo, uma pesquisa na internet, mais especificamente no site das editoras e nas redes de mídias sociais, para buscar a presença de tópicos que indicassem o posicionamento das editoras frente ao tema do livro digital. Além disso, o depoimento de alguns dos editores foi importante para a linha de investigação a ser seguida. A velocidade com que o assunto é desenvolvido permite uma aproximação de dados, nesse sentido, as informações coletadas estão longe de se pretender completas e conclusivas. O que se segue, neste texto, são apontamentos que intencionam expor características do sistema editorial, a partir da análise do material disponível em editoras, algumas delas, sediadas no Rio Grande do Sul, a saber:

A editora Libretos investe em novos formatos para seus títulos. Segun-

do a designer e proprietária da casa, Clô Barcellos, foi em 2010 que a empresa deu início a produção de livro digital e audiolivro. Declara que, nesta etapa do procedimento o livro digital é publicado em pdf., parte do mesmo processo de produção para o impresso, mas que a tendência é a de ampliar para as tecnologias específicas para tanto. Nova experiência, o primeiro livro da editora foi selecionado para a adaptação ao formato digital. Por encontrar-se esgotado no catálogo, a publicação virtual, nesse caso, permitiu a leitura gratuita do livro no site da editora. Registrado agora como livro digital, publicado ainda a partir de recursos simples, “O livrão e o jornalzinho”, literatura infanto-juvenil de Rafael Guimaraens está de volta ao mercado. Concomitante ao digital, outros títulos da editora ganharam formato para além do impresso, é a versão em audiolivro, que a partir da participação em editais e em parceria com o estúdio Habaneros tem um objetivo de atingir o leitor com problema visual.

A Editora Magister, com catálogo especializado em títulos jurídicos, publica livros digitais desde 2005. Além disso, investiu em publicação exclusivamente via internet. A Magister tem seu público-alvo bem determinado, com títulos direcionados à área técnica e linha editorial definida. Tal perfil permite que o trabalho de circulação e difusão das obras seja bem direcionado.

A linha editorial acadêmica está representada nos livros digitais produzidos pela Editora universitária EDIPUCRS, que anuncia estar no mercado nesse setor desde 2007, reunindo mais de 79 títulos em seu catálogo. Afirmam que “a maior dificuldade é a falta de autores que escrevam para esse tipo de publicação, explorando os recursos que o livro digital permite”, e as facilidades são a velocidade de publicação; maior distribuição (embora sejam não comercializáveis) e exploração de recursos multimídia.

Dessas editoras, que apresentam em seu conjunto linhas editoriais variadas e um leque de publicações, a presença no mundo do livro digital ainda é reduzida. Parte delas pode ser encontrada em mídias de redes sociais como facebook e twitter, mas a publicação no formato digital, até o presente momento, é investimento de uma minoria como a Libretos, a Arquipélago e EDIPUCRS em publicações universitárias. Voltada para linha editorial acadêmica, coloca as obras ao alcance de seu público-alvo por meio de recursos digitais. Revistas e livros são publicados e inseridos na página da editora. De maneira que há manifestações e inserções no universo virtual como a publicação gratuita da Revista Norte, pela Arquipélago, e mesmo *teaser* de livros afins promocionais nos sites, mas de fato, o campo editorial gaúcho tende a manter-se na publicação de livro impresso. Enquanto editora de grande porte, Grupo A, especializada em livros técnicos e acadêmicos, se destaca-se ao empregar recursos digitais para atrair leitores, circular conteúdos, informar sobre seu catálogo. Disponibiliza trechos de livros, Revista digital, participa de redes sociais, além de divulgar as obras e ações da editora para seus clientes por email. A inserção parcial de títulos em formatos digitais também são práticas das editoras Libretos, e da Literalis que disponibilizam esses excertos para seus leitores.

Outras como a L&PM investem em mídias sociais, mas ainda não apresentam livro digital à venda. A comunicação se dá, em parte, por meio de twitter, blog, além de material sobre as obras em podcast, inclusive na língua original, no caso de tradução. Nanni Rios, responsável pelas mídias sociais da editora, em “Mídias sociais e mercado editorial!”(2011), declara que , mesmo criando metas e objetivos para atingir o público da editora, *“o investimento da L&PM nesta área não tem foco em vendas, mas em relacionamento”, uma vez que pretende manter o ecossistema da cadeia produtiva, alimentando livrarias e distribuidoras, com essas ações.*

A Editora Sulina, igualmente, mantém contato com o leitor no ambiente virtual por meio de redes de mídia digital, referidas no site. Enquanto que a Zouk traz, em seu site, textos complementares sobre as obras publicadas.

Face ao mercado editorial há iniciativas que corroboram para o experimento das novas narrativas. O LivroClip é uma delas, converte os trechos e ilustrações em vídeos que experimentam o digital. A Editora Callis, do Rio de Janeiro, tem parte de seu catálogo nessa mídia. Faz dela o seu cartão de visitas para professores, estudantes e público leitor. Obras de domínio público e clássicos como Dom Casmurro, de Machado de Assis transformam-se em instigantes clips. Encontram-se disponíveis na página da editora, conforme o endereço: <http://www.callis.com.br/pt-BR/livro-clips>. A paulista Companhia das Letras, em seu blog <http://www.blogdacompanhia.com.br/>, disponibiliza Booktrailers de suas obras, que reúne trecho da obra e entrevista com autor, possibilitando ao leitor uma amostra do que o livro poderá oferecer.

Em comunhão com a tecnologia e possibilidades de publicação o Instituto Canal do Livro, desdobra o Livro Clip e propõe formatos digitais e interativos para livros para editoras e leitores. Práticas orgânicas de leitura movimentam o mercado e marcam, desde sempre, as formas de se contar histórias.

3 NARRATIVAS E LEITURAS

Para aqueles que dispõem de leitor de livro digital (eReader), uma parcela de editoras brasileiras disponibiliza, em seu catálogo, publicações em formato digital. Nessa produção, encontram-se literatura infantil, livros técnicos, acadêmicos. Enquanto os editores percebem o mercado para o livro digital, os leitores buscam os conteúdos. O papel do impresso em face à socialização desse formato, que exige um suporte diferente para sua leitura, retoma uma questão bem antiga na qual a leitura fragmentada da narrativa faz parte da história das práticas da cultura. Nas palavras de Robert Darnton:

Houve um tempo em que os leitores mantinham ‘commonplace books’. Sempre que encontravam uma passagem interessante, copiavam o trecho em um caderno (...) Envolvia uma maneira

especial de absorver a palavra impressa.(...) os ingleses da era moderna liam de forma intermitente, pulando de um livro para o outro. Dividiam os textos em fragmentos, que agrupavam em ovos padrões ao transcrevê-los ... você criava seu próprio livro um livro com a marca de sua personalidade”. (DARNTON, 2009, p. 164)

O ‘*commonplace books*’² como “ferramenta” da leitura e escrita praticada por autores entre eles John Milton, John Locke, Francis Bacon por toda a Inglaterra, no início da era moderna, deixaram rastros. Trilhas estas que as marcações virtuais, ao contrário do impresso, embora permitam a inserção de comentários ao longo do texto, não garantem a permanência do registro das anotações. Isso ocorre porque ainda não se tem duração no tempo, das informações disponíveis no meio virtual, seja em CD, DVD, pen drive e outros componentes tecnológicos.

Darnton termina o capítulo, “Os mistérios da leitura”, de forma poética e metafórica. Referencia o ato da escrita-leitura *commonplace books*, quando diz que escrever tais livros “era como costurar colchas de retalhos: produzia imagens (...) os fragmentos que a formaram, a costura que os uniu, os rasgões que os dividiram e o tecido comum a partir do qual foram compostos” (2009, p. 188). Quem costura uma colcha o faz combinando cada retalho, cada pedaço, cada fragmento. A ideia da colcha permite pensar na construção de uma identidade. Aproximando-se a noção do fragmento, enquanto aquele que será reunido posteriormente, à da composição partilhada em narrativas na internet, pode-se aferir que a leitura em livros digitais, apesar de fragmentada em sua materialidade, permite a sequencialidade da história contada, as anotações e apontamentos do que se torna relevante para o leitor e a costura dos fragmentos lidos, em outro documento. A fragmentação está relacionada à procura do conteúdo e, portanto, a uma tendência a concentração das informações. Esse conceito de conteúdo lembra muito o Google, por se tratar de uma quantidade de informações que partem de uma busca para serem reorganizadas.

É justamente na leitura que se percebe uma fragmentação das narrativas, utilizadas em práticas como as da fotocópia, em que a leitura se estabelece não mais a partir da obra, do livro como um todo, mas a partir de uma seleção de excertos. O historiador francês Roger Chartier fala um pouco a respeito em entrevista durante evento em Madrid:

Para o público são fragmentos, que se pode recompor, extraídos de várias partes, de uma maneira efêmera, em frente à tela. Satisfazer a esse mercado da informação que se há descoberto, não quer dizer que corresponda, necessariamente à lógica da edição da biblioteca, ou de uma leitura definida

²Aqui utilizado como livros elaborados a partir de anotações sobre obras Preferiu-se manter o termo no original, por acreditar que a tradução como “livros de lugares-comuns”, não contempla o sentido da palavra nesse contexto.

em relação a sedimentação histórica do códice, da imprensa e da obra como tal (...) Não há linearidade da página impressa. As fronteiras desaparecem, por um lado uma hierarquia, por outro uma continuidade. Parecem contraditórias, mas na verdade não são. Deve-se aprender a compreender essa tensão e de como domá-la (GÓMEZ; ODEL, 2009).

Refere-se às novas tecnologias e a maneira de apreensão das informações. Afirmar que “há de se cuidar a cultura escrita, a reflexão, e manter a compreensão ao mesmo tempo em que explorar as novas possibilidades”. Corroborar com a reflexão José Afonso Furtado quando afirma o efêmero dos conteúdos digitais: os usuários “querem apenas a informação de que necessitam numa filosofia de acesso cada vez mais rápido e permanente e de qualquer local” (entrevista, 23/04/2010). Em contrapartida à perenidade do livro impresso que, conforme escreve Millôr Fernandes em sua humorada coluna na Revista Veja: “Livro não enguiça”, para slogan da Bienal do livro (2005).

Há de se ponderar que o livro digital passa pelo mesmo processo de produção, “o circuito de comunicação que vai do autor ao editor... ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor”, conforme trata Darnton (2009, p. 193). A tecnologia disponível para livros digitais, ainda em pdf, ePub ou outros gêneros que trabalham com o texto, tendem a ser enriquecidos com as mídias interativas que possibilitam a participação do leitor e a publicação dos títulos diretamente pelo autor, alterando parte da cadeia produtiva e do que chama o historiador de circuito da comunicação. Aos editores cabe utilizar essa ferramenta da melhor maneira possível, seja para firmar contratos com autores, publicar, divulgar, estabelecer relação com livreiros, vender o livro, seja ele impresso, ou não.

REFERÊNCIAS

- BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor: notas para sua história. **Revista Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 219-237, jul./dez. 2005. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2005_v11_n2/1_sobreoeditor.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2010.
- CALLIS EDITORA, Disponível em: <<http://www.callis.com.br/pt-BR/livro-clips>>, Acesso em 16/06/2012.
- COZER Raquel. O desafio é tornar a leitura interessante nos E-BOOKS’ **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 16 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/arteeleazer,o-desafio-e-tornar-a-leitura-interessante-nos-e-books,581968,o.htm>>. Acesso em: 17 jul. 2010.
- COZER Raquel. Pinguim invade praia do Brasil. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 16 jul. 2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100716/not_imp582015,o.php>. Acesso em: 16 jul. 2010.
- DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- DAUER, Stella. **O conteúdo é rei: aprendendo com webdesigners**, 04 jul. 2010. Disponível em: <<http://simplissimo.com.br/blog/o-conteudo-e-rei-aprendendo-com-webdesigners/>>, pro-

veniente de <<http://abrindoolivro.wordpress.com/>>. Acesso em: 06 jul. 2010.

GÓMEZ, Martín; ODELL, Pablo: I Fórum Atlântida: **Conversación com Roger Chartier**, parte 4. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=SLuDqox30WQ>>. Acesso em: 13 jun. 2010.

RIOS, Nanni. **Midias sociais e mercado editorial**. In Para entender as mídias sociais, de Ana Brambilla, 2011, disponível em: <http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com.br/2011/04/download-do-ebook-para-entender-as.html>>. Acesso em 19/06/2012.

Revista Artmed Editora: Revista virtual. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/5358-Artmed-em-revista/>>. Acesso em: 20 maio 2010.

Revista Isto é dinheiro, “A era da convergência”, n. 656, disponível em <www.istoedinheiro.com.br>. Acesso em 20/06/2012.

Revista Norte. Disponível em: <http://arquipelagoeditorial.com.br/norte/?page_id=85. Arquipélago editora>. Acesso em: 15 jul. 2010.

Revista Veja, Alice, disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/video/a-versao-do-ipad-de-alice-no-pais-das-maravilhas/>>, acesso em 21/06/2012).

Marilia de Araújo Barcellos

Doutora em Letras/ Estudos de Literatura na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Estágio de Pesquisa no Exterior na *École des Hautes Études en Sciences Sociales* - EHESS (2004). Mestre em Letras/ Literatura Brasileira pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Formada em Educação - Pedagogia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - (PUCRS). Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).