Livro eletrônico começa a mudar indústria
Geoffrey A. Fowler e Jeffrey A. Trachtenberg

A escritora Karen McQuestion passou quase dez anos tentando convencer algum editor nova-iorquino a publicar seus livros. Aí, em julho, McQuestion, de 49 anos e mãe de três filhos, decidiu publicar por conta própria na internet.

Onze meses depois, McQuestion já vendeu 36.000 livros eletrônicos para o Kindle, o aparelho da Amazon.com Inc. para e-books, e tem uma opção para um filme com um produtor de Hollywood. Em agosto, a Amazon publicará uma versão impressa de bolso de "A Scattered Life", seu primeiro romance, sobre três amigas numa cidadezinha do Estado americano de Wisconsin.

Autores como McQuestion estão na vanguarda de uma reviravolta tecnológica que está enfraquecendo o tradicional controle das editoras sobre o mercado literário - e aumentando o poder de empresas de tecnologia como a Amazon, que passaram a determinar quais livros e autores vão dar certo.

Do mesmo modo que os blogs roubaram leitores dos jornais e o YouTube roubou espectadores da TV, a auto-publicação digital está criando uma nova fronteira nos livros e ameaçando o setor inteiro. Antes ridicularizados pelas editoras como livros de "vaidade", as edições independentes agora conseguem prosperar evitando o sistema institucionalizado das editoras.

"Se você é um autor e quer atingir muitos leitores, até pouco tempo atrás o melhor era vender o livro para uma editora, porque elas controlavam a impressão e a distribuição. Isso está começando a mudar", diz Mark Coker, fundador da empresa iniciante Smashwords Inc., da Califórnia, que oferece serviços de publicação e distribuição de e-books.

Por trás dessa mudança está a popularidade crescente dos livros eletrônicos, que poucas pessoas estavam dispostas a ler até três anos atrás. O iPad, da Apple Inc., e aparelhos eletrônicos como o Kindle facilitaram a compra e leitura de obras digitais. As vendas americanas de livros caíram 1,8% no ano passado, para US$ 23,9 bilhões, mas as de e-books triplicaram, para US$ 313 milhões, segundo a Associação de Editores Americanos. Alguns analistas calculam que as vendas de livros eletrônicos podem chegar a compor entre 20% e 25% do mercado de livros em 2012.

Não se sabe qual é a verdadeira ameaça que a publicação independente em meio digital representa para as editoras, que ainda controlam os campeões de vendas, sejam em formato impresso ou eletrônico. Muitas grandes editoras minimizam os livros independentes, afirmando que a maioria não resiste ao tempo, em parte porque são mal editados e quase nunca ganham resenhas.

Mas alguns editores dizem que a publicação independente on-line e a chegada de novatos como a Amazon ao mercado podem promover uma mudança gigantesca na indústria editorial.

"Ela mostra aos autores famosos que eles mesmos podem contratar assessor de imprensa, especialista em marketing on-line, editor freelance e serviço de distribuição próprios", disse Richard Nash, ex-publisher da Soft Skull Press que lançou recentemente a editora Cursor Inc.

A Amazon assumiu a dianteira desse processo, oferecendo ferramentas para o autor se auto-publicar e criando ano passado um selo para publicar autores promissores em meio impresso e digital.

Este mês, a Amazon vai incrementar ainda mais sua iniciativa aumentando a comissão do autor para 70% da receita, ante 30% para livros eletrônicos que custam entre US$ 2,99 e US$ 9,99. Um autor independente cujo livro eletrônico é vendido a US$ 9,99 na loja do Kindle receberá US$ 6,99 por livro vendido. A comissão do autor numa venda parecida, intermediada pela maioria das grandes editoras, seria US$ 1,75.

A nova fórmula torna a publicação independente em meio digital mais lucrativa para os autores. “Algumas pessoas ficarão tentadas pelo royalty de 70% da Amazon”, diz Nash. “Se já têm uma base de fãs, será que vão querer 70% de US$ 100.000 ou 15% de US$ 200.000 para publicar um livro de capa dura?”

As empresas de tecnologia e as tradicionais companhias do setor editorial estão apostando na publicação independente. A Apple anunciou semana passada um programa de publicação independente para o iPad que oferece até 70% dos royalties para os autores, uma fórmula parecida com a da Amazon. A rede de livrarias Barnes & Noble lançou no mês passado um serviço chamado PubIt!, que permite aos autores carregar e publicar livros na internet.

Ano passado, Jane Friedman, que já foi diretora-presidente da editora HarperCollins Publishers, da News Corp., empresa que também é dona do Wall Street Journal, fundou a Open Road Integrate Media LLC, voltada para e-books e autores que estão interessados em publicar digitalmente antes de tentar o meio impresso. Editoras tradicionais como a Thomas Nelson Inc., de Nashville, Tennessee, que publica obras religiosas, fecharam acordos com uma empresa chamada Author Solutions Inc. para publicação independente online e impressa.

E uma série de empresas iniciantes de tecnologia passou a oferecer serviços de publicação independente, como a Smashwords, a FastPencil Inc. e a Lulu Enterprises Inc. O site Scribd.com afirma que publica 290.000 livros independentes por ano, que os autores vendem a preços que eles mesmos determinam.

Um dos maiores arquivos de livros eletrônicos publicados independentemente é a Amazon Digital Text Platform. Steve Kessel, diretor sênior da Amazon, diz que a empresa lançou a Digital Text juntamente com o Kindle em 2007 para dar aos autores e pequenos editores ferramentas simples para carregar livros na loja do Kindle. Atualmente, a loja do Kindle responde por cerca de 70% do mercado americano de e-books.

A Amazon está usando sua forte presença no varejo para fechar acordos diretamente com autores famosos. Ela conseguiu acordos de exclusividade para escritores como Stephen King e Stephen Covey.

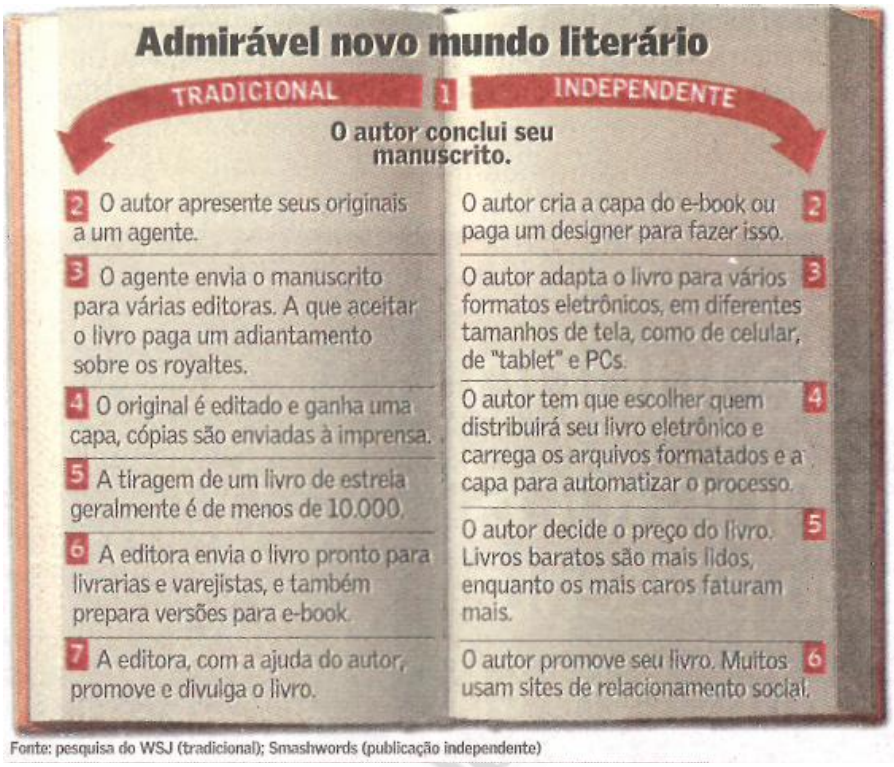
E em maio de 2009 a Amazon lançou seu próprio selo editorial, o Amazon Encore. Da enxurrada de livros independentes, a Amazon escolhe os mais promissores para editar e publicar online e em varejistas de livros impressos. Seu primeiro lançamento se chama “Legacy” e foi escrito por uma menina de 14 anos chamada Cayla Kluver. O selo já anunciou o lançamento de 19 livros.

O diretor-presidente da Amazon, Jeff Bezos, diz que a Amazon quer ser parceira e não ameaçar as editoras. “Acho que o verdadeiro risco é que existem muitas editoras. Algumas delas têm mais visão que as outras e realmente estão investindo nessa nova área dos e-books”, diz ele. “Se você não é uma dessas editoras, aí é preocupante.”

As editoras alegam que a maioria dos autores continuará trabalhando com o meio impresso. Mais de 90% das vendas ainda vêm dos livros impressos. Além do suporte de edição e marketing para os manuscritos, muitos escritores dependem dos adiantamentos que recebem das editoras. Para alguns, isso significa pagamentos na casa dos sete dígitos muito antes de suas obras chegarem às prateleiras. Os autores independentes só conseguem gerar receita quando seus livros são vendidos.

Mas à medida que milhares de autores se publicam, o controle das editoras sobre quais títulos são editados e vendidos enfraquece cada vez mais. Algumas editoras temem que uma das grandes empresas de tecnologia que agora distribuem e-books vá concorrer com elas pelos autores mais vendáveis, oferecendo vantagens numa tentativa de conquistar mais mercado. Alguns autores famosos escrevem vários livros por ano e podem sentir-se tentados a testar o mercado se tiverem um original que ainda não foi comprado por uma editora.

O mercado deve se organizar em torno de dois níveis, “de marca/de qualidade” e “barato/bom o suficiente”, prevê o escritor e palestrante Seth Godin. Faz muito tempo que as grandes editoras dependem das vendas de catálogo, ou seja, de livros publicados há um ano ou mais, para obter boa parte de seus lucros. Nos próximos anos, surgirão substitutos adequados para muitos desses livros a um quarto do preço atual, diz ele.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 08 jun. 2010, Empresas, p. B7.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais