

Originais provenientes da web: um estudo de caso do blog/livro Depois dos Quinze¹

Maura da Costa e SILVA²
Marília de Araujo BARCELLOS³

Universidade Federal de Santa Maria, RS

Resumo

Este artigo aborda a tendência editorial referente a originais oriundos da web que resultam em publicações impressas. Busca-se compreender as evoluções dos suportes das obras impressas, também colocando em pauta a modificação do circuito de comunicação impressa tradicional, no qual as funções lineares de produção, edição e circulação são desalinhadas quando a forma de seleção de originais é modificada. Além de disso, esta pesquisa visa investigar o público-alvo dessas publicações e as editoras que investem nesse ramo, mais especificamente a partir do estudo de caso da Editora Gutenberg, pertencente ao Grupo Autêntica. A metodologia abarca, além do cabedal teórico, trabalho empírico a partir da análise da coleta de informações obtidas em entrevistas com os agentes da cadeia produtiva: autor, editor e leitor.

Palavras-chave: Comunicação Social; Produção Editorial; Editor; Originais da web; Práticas de Leitura.

Em busca de um leitor “perdido”

Em tempos de cultura letrada imersa na recente cultura digital, a questão de como lidar com a autoria, produção, circulação e consumo se faz presente. Para tanto, a pesquisa intitulada Cartografia do campo editorial brasileiro, coordenada pela professora Marília Barcellos, conta com investigações desde a graduação, com trabalhos que abordam a produção literária e os diferentes formatos às quais se submetem os originais produzidos. Nesse sentido, a acadêmica Maura da Costa e Silva desenvolve sua pesquisa sobre a publicação do livro impresso Depois dos Quinze, de Bruna Vieira, pela Editora Gutenberg, pertencente ao Grupo Autêntica, de Belo Horizonte. A pesquisa tem como tema o leitor e suas práticas de leitura em distintos suportes, a partir do estudo de caso do blog e do livro homônimo. A escolha pelo caso Depois dos Quinze deu-se pelo fato de ser um dos blogs

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Este artigo é parte integrante do trabalho de conclusão de curso, em andamento, da acadêmica Maura da Costa e Silva, orientado pela prof^a. Marília Barcellos, no curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria.

² Acadêmica do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria.
Email: maura.c.silva@gmail.com

³ Doutora em Estudos de Literatura(PUC-Rio), Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Coordenadora do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial e orientadora do presente trabalho. Email: mariliabarcellos@gmail.com

mais populares entre os adolescentes atualmente e pela a frequente presença da autora em outros canais midiáticos, como a revista *Capricho*, programas de rádio e participações especiais na televisão.

Sabe-se da importância da tríade que rege a o mundo da leitura e dos livros: o autor, o editor e o leitor. Este artigo, no entanto, enfatizará a questão da editora supracitada, a qual investe no livro impresso com conteúdos originados na web. Serão abordados também os tipos de leitores, juntamente com a suscitação de um debate sobre o fim do livro impresso. No decorrer do texto há análises iniciais de dados coletados ao longo do primeiro semestre do ano de 2015, por meio de entrevistas com Alessandra Ruiz, editora da Gutenberg, e Rejane Dias, editora-executiva do Grupo Autêntica.

Com base nisso, a presente pesquisa inscreve-se em um campo de estudos ainda recente, o que torna necessário a investigação acerca da relação que se estabelece entre a editora e o atual cenário cultural e midiático. Assim, a questão da migração de um conteúdo da web para o impresso é algo característico da chamada cultura da convergência, conceituada por JENKINS (2009) como:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (JENKINS, 2009, p. 43)

A tecnologia, que permite essa convergência, tanto de suportes, como de leitura, de consumo, de reformulação de indústrias e de mercados, é vista como um processo, não como um passe de mágica. A convergência não é roteiro de filme futurístico, é o que se vivencia no cotidiano, como por exemplo, a partir do uso de diversas mídias em um único suporte, como o computador; ou até mesmo o uso de duas mídias de suportes distintos computador e livro impresso para o mesmo fim: a leitura,

Assim, há o âmbito social da convergência, o qual engloba as práticas de leitura, e o âmbito comercial, que será abordado nesta pesquisa com o viés editorial por meio do estudo de caso da Editora Gutenberg, que publica livros altamente vendáveis destinados ao público jovem.

O Fim do Livro?

A questão é polêmica e abarca o campo das publicações no que tange à temporalidade da qual está sujeito. Conforme salienta Márcio Gonçalves (2009, p. 104), “os modos de ação dos meios de comunicação devem ser apreendidos tendo-se em conta temporalidades amplas”. Nisso entende-se que as reflexões acerca do tema devem ser consideradas ora

apoiando a impressão tradicional – aqui entendida enquanto publicação impressa – e ora a evolução pela qual o livro perpassa ao longo dos anos rumo às tendências, tais como as obras que envolvem o meio digital, de maneira a atender nesse processo de evolução permanências e rupturas, conforme atenta Gonçalves (2009).

Embora autores do início do século XXI possam afirmar que o livro impresso cede lugar às publicações digitais, o contrário se manifesta quando se consulta pesquisas a respeito do tema, como a de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, coordenada pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas), sob encomenda do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL), que fornece um panorama completo do mercado editorial no país no ano de 2013. De acordo com os resultados da pesquisa, a venda de e-books aumentou 225,13 % de 2012 para 2013, contudo representa uma parcela ínfima do faturamento total do setor editorial. Portanto, pode-se aferir que o livro impresso ocupa o melhor lugar nessa competição.

Nesse sentido, o autor Roger Chartier (2009) propõe o repensar do uso da expressão “revolução do livro eletrônico”, visto que não há uma ruptura definitiva entre os diferentes suportes. Tanto que a invenção de Gutemberg continha as mesmas estruturas do códex e do livro manuscrito. E assim, o livro eletrônico incorpora elementos do livro tradicional.

Se Adrian Johns afirma que o que importa não é o meio, mas como a invenção é utilizada – nesse caso referindo-se à prensa –, do mesmo modo leva a crer que o surgimento de novas possibilidades de suporte de leitura, tais como a tela do computador, do celular, dos tablets, dentre outros, também podem ser abordados a partir do uso que se faz do texto ou do original nessas novas modalidades de leitura. Segundo Johns, “os textos por si mesmos não engendram nada. É o modo como os atores definem que serão produzidos, distribuídos, lidos, as apropriações realizadas que elaboram seu sentido social, sua identidade, sua natureza”(JOHNS apud GONÇALVES, 2009, p. 101-102).

Portanto, um invento não erradica outro. Conforme afirma Roger Chartier:

O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica. (CHARTIER, 2009, p. 12)

Existem os apocalípticos que preveem o fim do livro impresso, mas a radicalidade não faz sentido quando a pauta de uma conversa são os meios de comunicação, haja visto antecedentes ao longo da história, como o surgimento da TV e a permanência do teatro, por exemplo.

Tendências Editoriais e a (Des)Ordem do Circuito de Comunicação

O livro concretiza-se por meio de diversas etapas: primeiramente há a concepção do original pelo autor, após isso, há a seleção de originais desempenhada pelo editor. A etapa seguinte é destinada para o projeto editorial e gráfico que são responsáveis pela consistência do livro enquanto objeto, pensando desde seu público-alvo até o planejamento dos aspectos gráficos. Perpassa-se pela etapa de preparação de originais, pela revisão e pela diagramação. Ao fim do processo há a divulgação, a distribuição e a venda. Robert Darnton confere à cadeia produtiva do livro o nome de *circuito de comunicação*, com a seguinte definição:

Ele pode ser descrito como um circuito de comunicação que vai do autor ao editor (se o livreiro não assumir esse papel), ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor. Por influenciar o autor tanto antes quanto depois do ato da escrita, o leitor completa o circuito. Autores também são leitores. Lendo e se associando a outros leitores e autores, criam noções de gênero, estilo e uma ideia geral de iniciativa literária que afeta seus textos. (DARNTON, 2010, p.193)

Sob a ótica do circuito proposto por Darnton, percebe-se que anteriormente a web era vista somente como espaço para a divulgação das obras já editadas e prontas para serem vendidas. Porém, atualmente os *vlogs*, os *blogs*, os sites e até mesmo páginas de redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*, tornam-se conteúdos de obras impressas. Com essa tendência editorial, o material bruto da editoração é encontrado na web, o original é disposto na rede e já possui seu público-alvo delimitado. Então, engendra-se o ciclo da publicação impressa, mas com o desalinhamento das etapas convencionais da comunicação, sendo que dois processos podem ocorrer concomitantemente, assim como pode não existir determinada etapa do circuito.

Nos livros resultantes do circuito tradicional de comunicação, tem-se como elo entre o autor e o leitor, o próprio texto. Nos tempos de migração de conteúdos da web para a publicação impressa, esse elo modifica-se, uma vez que o autor e o leitor já possuem certa relação ocasionada pelas páginas na web, como, por exemplo, no caso de blogueiras(os) literárias que publicam seus textos e recebem comentários de seus leitores.

Percebe-se que as editoras se reinventam ao longo do tempo e moldam suas publicações de acordo com a demanda de seus leitores. Vive-se o que Castells (1999) denomina de a Era da Informação, em que sites, blogs e redes sociais inebriam os jovens. Por ser uma competição desigual, as editoras cedem seus espaços e tentam abarcar o mundo virtual que fascina a juventude contemporânea. Em virtude disso, algumas casas editoriais permitem a formação de linhas de textos que, anteriormente, ocupavam a tela, para que o leitor disponha da materialidade palpável da folha ao ler o livro impresso.

Essa tendência editorial foi adotada pela Editora Gutemberg com os livros *Depois dos Quinze*, *A menina que colecionava borboletas* e *De volta aos sonhos*, da autora e blogueira Bruna Vieira. Outra editora que apostou nesse mercado foi a Editora Intrínseca, que investiu em originais oriundos das páginas do *Facebook*, que resultaram nas publicações *Pó de Lua*, de Clarice Freire e *Eu me chamo Antônio*, de Pedro Gabriel, além do livro *Não se apega, não*, da autora e blogueira Isabela Freitas. Enquanto, a editora Belas Letras transformou as receitas do *vlog Cozinha para 2 em livro*, assim como a editora Sextante transformou o roteiro dos vídeos dispostos no *Youtube* pelo canal *Porta dos Fundos* em publicação impressa.

O público leitor desse segmento de publicação aprecia ter o material em mãos, mesmo que o conteúdo seja disponibilizado online e gratuitamente. Na análise sobre os livros tradicionais, Roger Chartier (1994) contribui para a explicação da materialidade do livro e coloca em destaque o papel de leitor, mas não desvia a atenção do livro, que é visto como um produto que dispõe de uma cadeia produtiva com etapas de distribuição e circulação. Assim como o livro afere materialidade ao texto, o consumo deste material envolve capital econômico e simbólico.

O livro enquanto materialidade é abordado por Daniel Miller (2013), a partir da relação entre sujeito e objeto, por meio do viés antropológico. Segundo o autor, o processo construtivo dessas relações e suas consequências constituem-se em vias de mão-dupla, uma vez que as pessoas possuem esses livros-objetos que as formatam, da mesma maneira que esses livros-objetos são formatados por elas. Afirma: “Nós também somos trecos, e nosso uso e nossa identificação com a cultura material oferecem uma capacidade de ampliar, tanto quanto de cercear, nossa humanidade” (MILLER, 2013, p.12)

O potencial intimista dos blogs rumo às páginas do livro impresso

Diante do cenário atual de possibilidades de leitura, pergunta-se: Quais as estratégias para se ler uma obra? Quais os instrumentos?. São múltiplas maneiras de ler também. Pode-se aferir que a modalidade da web permite que o autor e o leitor conversem diretamente, tal proximidade atinge a esfera da privacidade, da intimidade. É tal essa publicização do íntimo, ou seja, do que outrora era confessado entre quatro paredes ou, como disse Zygmunt Bauman, “no máximo para o padre no confessionário, ou no círculo íntimo de amigos” , que a literatura, a partir dos anos 1980, é levada pelo meio digital a milhares de pessoas e conquista milhões de leitores. A internet, nesse sentido, funciona como instrumento que dá acesso a essa intimidade, por meio de textos desenvolvidos em linguagem própria, que reportam a vida cotidiana.

O blog e o livro impresso *Depois dos Quinze*, de Bruna Vieira, que retratam a vida de uma adolescente e seus problemas aos quinze anos, são entendidos aqui como um exemplo para essa temática que carrega questões do reservado para o público, como se fossem sessões de terapia, fenômeno esse também encontrado nos reality shows. Nesse sentido, o tom confessional e a transparência da intimidade funcionam como pontos de contato entre esses dois produtos midiáticos.

A intimidade dos textos em blogs voltados para questões adolescentes dialoga com o que Bauman comenta a respeito de autonomia individual:

Maiores aproximações contemporâneas da ágora do lugar onde a democracia foi feita, refeita, continuada, desenvolvida e protegida são os talk shows da televisão. É a eles que as massas assistem. E participam deles, telefonando, enviando perguntas, mensagens etc. Ao observarmos esse fenômeno, vemos que as pessoas não estão discutindo nossos interesses comuns nem o bem-estar da sociedade. Elas estão confessando, em última análise, problemas particulares e bastante íntimos. (Fronteiras do Pensamento, Bauman, 2011)

Pode-se aferir que a temática desenvolvida em blogs tem potencial para a literatura no impresso, num movimento do instantâneo ao perene. A temática da intimidade no blog, abordada com ênfase a partir do final do século XX, é “trazida” para o impresso, para o palpável, para as páginas, para o ato do folhear, com a intenção de aproximar o conteúdo íntimo do âmbito do corpo, do tátil, da forma de leitura tradicional, que é a que o livro impresso em sua materialidade permite.

É preciso também pensar os conteúdos para as multiplataformas de modo que atendam às demandas atuais, surgidas no final do século XX com as gerações Y e Z e com os nativos digitais, para que, dessa forma, o universo digital se expanda para um maior número de usuários de distintas gerações. Vale dizer que há um leitor *crossmedia*, ou seja, aquele que acessa o conteúdo em diversas plataformas, e é com esse leitor que o texto dialoga. Essa relação possibilita perceber a importância da produção editorial e as práticas e os modos de leitura. É esse leitor *crossmedia* que o produtor editorial deve desvendar, pois a partir da análise de suas práticas de leitura, o editor poderá ter noções do gosto e do perfil desses leitores, podendo colocar em prática publicações que abarquem os desejos desses indivíduos.

Então, a diferença entre o ler na tela e ler no impresso manifesta-se através da materialidade do texto impresso, que Roger Chartier define como:

A materialidade do livro é inseparável da materialidade do texto, se o que entendemos por este termo são as formas nas quais o texto se inscreve na página, conferindo à obra uma forma fixa, mas também mobilidade e instabilidade. (CHARTIER, 2014 p. 11)

Pode-se citar como exemplo o caso do *Depois dos Quinze: Quando tudo começa a mudar*, que passa do blog lido na tela do computador, do smartphone ou do tablet, para leitura palpável de duzentas folhas de papel pólen encadernadas junto a capa. Além disso, o impresso contém os paratextos editoriais, termo cunhado por Gerard Genette (2006), que organizam a leitura e dão forma ao livro, movimento que diferencia-se da leitura do blog. Em sua obra o autor elenca alguns exemplos de paratextos:

[...] título, subtítulo, intertítulos, prefácios, posfácios, advertências, prólogos, etc.; notas marginais, de rodapé, de fim de texto; epígrafes; ilustrações; errata, orelha, capa, e tantos outros tipos de sinais acessórios, autógrafos ou alógrafos, que fornecem ao texto um aparato (variável) e por vezes um comentário, oficial ou oficioso, do qual o leitor, o mais purista e o menos vocacionado à erudição externa, nem sempre pode dispor tão facilmente como desejaria e pretende (GENETTE, 2006, p. 9-10).

No entanto, o livro analisado não dispõe de todos os paratextos citados acima, mas possui o material suficiente para dar ao texto a classificação de livro. Assim, a partir desses recursos, o editor possibilita ao leitor uma forma de leitura guiada. Esses paratextos são escolhidos pelos editores por meio do projeto editorial e conferem à obra identidade e unidade.

A Editora Gutenberg

O que é um editor? Para Faria e Pericão (2008), em seu *Dicionário do Livro*, o editor é visto como “aquele que edita; autor de uma edição, seja ela diplomática ou interpretativa, crítica, etc.; pessoa física ou moral, singular ou coletivo, que assume a iniciativa e a responsabilidade da produção, divulgação e difusão de uma publicação ou documento”. Para que as crônicas do blog *Depois dos Quinze* tomassem forma e dispusessem da materialidade do livro impresso foi preciso que um dos agentes da cadeia produtiva do livro entrasse em jogo: a editora.

Levando isso em conta, volta-se o foco para editora Gutenberg que concebeu o livro *Depois dos Quinze: Quando tudo começou a mudar*. Essa editora faz parte do grupo Autêntica, que divide-se em cinco editoras, sendo elas: Autêntica (Obras acadêmicas e educacionais), Autêntica Infantil e Juvenil, Gutenberg (Literatura para jovens e adultos), Nemo (Quadrinhos e graphic novels) e Vestígio (Romances policiais de autores consagrados).

A editora Gutenberg foi criada em 2003 com o intuito de suprir a necessidade de realocar no grupo Autêntica livros que não se encaixavam na linha editorial da editora carro-chefe do grupo, mantendo, dessa forma, o foco em livros mais vendáveis e investindo

em originais da web, como, por exemplo, de páginas do Facebook, como o *Indiretas do Bem*, e de blogs, como o *Depois dos Quinze*. Essas publicações ganharam espaço no catálogo da editora, pois já possuem públicos definidos: os leitores-internautas.

A popularização da editora aconteceu concomitante ao sucesso de vendas de Paula Pimenta, em 2012, com a série *Fazendo Meu Filme*, graças ao empenho da autora, juntamente com a editora que investiu em seu trabalho, e ao seu público leitor juvenil. Rejane Dias e Alessandra Ruiz veem os leitores de Bruna Vieira com o mesmo perfil dos leitores de Paula: leitores sedentos por novidades e ligados na web. Silva e Martha (2010) explicam o fenômeno da afeição de jovens pelos blogs:

“Os jovens são os indivíduos mais propícios a aceitar as mudanças que acontecem com o decorrer dos anos. Além da influência sobre os jovens, estas mudanças, principalmente o aparecimento deste mundo virtual, influenciam também diversos aspectos da vida como a arte, o lazer, as relações cotidianas entre outros..”
(SILVA; MARTHA, 2010, p.4)

A editora executiva e criadora do grupo Autêntica define a Gutenberg como a casa publicadora de literatura comercial e confessa, em meio a palestra A trajetória do Grupo Autêntica, que ministrou no VII seminário *O Negócio do Livro*⁴ em 2015, na cidade de Porto Alegre: “Eu era uma editora muito preconceituosa[...] Jamais imaginei fazer livro de entretenimento, a história do entretenimento veio com o *case* Paula Pimenta, que pra nós tem um significado enorme, que deu um outro encaminhamento para todo o grupo”.

Ainda na mesma palestra, Rejane classificou os livros do grupo Autêntica em dois segmentos, os livros literários, que denominou de “classudos”, e os livros *trade*, que são os livros de entretenimento. Enquanto os primeiros possuem a coordenação de uma editora, os outros ficam sob a coordenação de uma *publisher*. Chartier (2001) considera a distinção entre editor e *publisher* uma questão difícil, pois há uma confusão de termos. Poderia distinguir o editor como a pessoa responsável pelo texto e o *publisher* como a pessoa voltada para as finanças e o lado empresarial, mas isso implicaria em outra confusão: como ficariam os *publishers* que são editores, mas que também desempenham os cargos empresariais?

“Naturalmente, o editor do século XIX tem uma atividade comercial, mas se caracteriza por seu papel como coordenador de toda as possíveis seleções que

⁴ VII Seminário O negócio do Livro é uma realização do Clube dos editores do Rio Grande do Sul. O evento reúne anualmente profissionais do setor editorial para debater tendências na área. É voltado para editores e afins, aberto à comunidade. O Curso de Comunicação Social – Produção Editorial UFSM, em parceria com o Clube de Editores, tem registrado as palestras e disponibilizado na web. A versão de 2014 está disponível no Canal LAPPE Youtube < <https://www.youtube.com/channel/UCma8GmJL6Bsy-KnhrSeMWEA>>. Acesso em 10 de junho de 2015. A produção do material da versão 2015 está em desenvolvimento.

levam um texto a se transformar em livro, e tal livro em mercadoria intelectual, e esta mercadoria intelectual em um objeto difundido, recebido e lido.” (CHARTIER, 2001, p.48)

Se por um lado temos o conceito de editor como aquele que “dá a luz”, conforme nos lembra Aníbal Bragança em *Sobre o editor*, ao trazer o conceitos provenientes do latim e do inglês: “encargo do editor a publicação, não apenas no sentido de dar à luz o livro impresso, mas na ação de torná-lo publicamente conhecido, isto é, difundido, distribuído, consumido e lido.” (BRANGANÇA, 2005, P. 222). Em contrapartida, os anseios advindos da multiplicidade de formatos e da pluralidade de campos a qual nos adverte em sua reflexão John Thopson em *Mercadores de Cultura* (2013), referente à lógica do mercado e crescente expansão de redes varejistas. O editor do século XXI tende a diferenciar pela função marcada pelo foco nas vendas, do *publisher* como aquele com o escopo de produzir o livro de “traide”, ou seja, que atende a uma demanda do mercado, de “cauda imediata”, o livro pensado para ser comercial. É o que nos aponta como paradigma brasileiro a editora do Grupo Autêntica, ao definir as editorias de seus diferentes selos como aquele de venda cauda longa, dedicado a textos com relevância literária, ao mesmo tempo que, outros em que o foco está na busca de título com potencial para virar produto âncora.

O leitor das páginas e/ou o leitor das telas

Para a compreensão do que leva o leitor a desfrutar de um livro e para perceber seus modos de leitura, seu contato com objeto impresso, sua relação com seus livros é preciso entender suas práticas de leitura, que são conceituadas por CHARTIER (1996) como:

‘apropriações’ do texto pelo leitor, que muitas vezes, como todos os estudos vão acentuar, escapam completamente ao controle ou previsões significativas do texto, submetendo-o a desvios semânticos e imprevistos pragmáticos notáveis. Para conhecer essas apropriações, o caminho mais imediato que se oferece é o da confiança dos leitores a respeito de seus modos de ler, dos sentidos que descobre nos textos. (CHARTIER, 1996, p. 12)

Mas antes de se falar em práticas de leitura, deve-se saber definir o que é a leitura, o que ela representa e o mundo que engloba. “A leitura é um processo do qual o leitor participa com uma aptidão que não depende basicamente de sua capacidade de decifrar sinais, mas de sua capacidade de dar sentido a eles, compreendê-los” (ZILBERMAN, 1989, P. 24).

É importante compreender os fatores que moldam o ato da leitura, o universo no qual se insere os leitores que a guiam.

leitura não é só uma invariante histórica – mesmo nas modalidades mais físicas, as transformações por que passa, por sua vez dependem não apenas de fatores econômicos e materiais, mas também das formas de sociabilidade, das representações do saber e do lazer, das concepções de individualidade. (CHARTIER, 1987, p. 30 apud ZILBERMAN, 2001, p.83)

O leitor das páginas da web utiliza habilidades diferenciadas do leitor de um produto impresso. O leitor da web possui na rede uma linguagem não-sequencial, informações fragmentadas e muitas vezes com conteúdos distintos e com dialogismo de várias mídias. A web permite que o leitor escolha o que quer ler, sendo ele o seu próprio guia, podendo adentrar em qualquer lugar do ciberespaço e nele buscar informações a partir de seu roteiro. O que já não acontece com o leitor do livro impresso, visto que esse possui linearidade, unidade e sequência formuladas a partir de um projeto editorial, sendo essa uma das ferramentas utilizadas pelos editores para transformar o texto do autor em livro.

Leitor contemplativo, movente ou imersivo

Em Navegar no Ciberespaço, Lúcia Santaella (2007) elabora a tipologia de três leitores baseada em competências sensoriais e cognitivas que envolvem o ato de ler: o leitor contemplativo, o leitor movente e o leitor imersivo. Além disso, nomeia a leitura no digital como leitura imersiva, que é resultante da soma de atividades corporais acrescidas de processos perceptivos completos, que são fatores que permitem a interatividade. É a partir dessa classificação que vamos abordar o presente caso de estudo.

O leitor contemplativo deriva da Idade Pré-Industrial e é o leitor de publicações impressas. O leitor movente é dinâmico, surgido na Revolução Industrial, juntamente com a Era da Televisão e dos grandes centros urbanos. O leitor imersivo, como já mencionado anteriormente, é o leitor do ciberespaço, que dispõe da virtualidade. Mesmo com uma ordem cronológica, um tipo de leitor não exclui o outro, podendo haver uma relação de complementação entre os três.

O leitor contemplativo, de livros impressos, surge com a queda do Império Romano. Sabe-se que até o século XVII os livros eram monopolizados pelos mosteiros e órgãos religiosos, mas que posteriormente, com o surgimento das universidades e da burguesia desejosas de cultura, mudou-se o ciclo dos livros e eles passaram a ser apropriados por um público menos restrito.

Na Idade Média, depois de anos de uma cultura expressivamente oral, inicia-se a leitura silenciosa, somente com o movimento dos olhos perpassando as palavras impressas. A leitura silenciosa é sinônimo de leitura mais rápida, pois não é necessário trabalhar a entonação ou a dramatização necessária para a leitura diante de outras pessoas. Portanto, o tempo da pronúncia de um texto passa a ser ocupado por outros processos silenciosos, como o vasculhar da memória em busca de livros semelhantes ao que está sendo lido. O

silêncio permite a leitura íntima, subjetiva e confessional, dando margens para a interpretação única de cada indivíduo leitor.

O livro impresso a partir dos tipos móveis criou uma determinada forma de leitura do texto, principalmente por causa da disposição e da fragmentação do texto nas páginas. O fim do século XIX e início do século XX marcou o período de popularização do livro devido aos avanços nas indústrias gráficas e ao livro de bolso. Assim, diferentes formas de livro significam diferentes formas de leitura. E essas diferentes formas de leitura coexistem, uma não exclui a outra.

A leitura pode ser considerada intensiva ou extensiva, sendo a primeira pautada pela escuta, pela memória e poucos exemplares de livros. Enquanto a leitura extensiva é relacionada a numerosos exemplares de livros, mas é caracterizada por ser uma leitura sem aprofundamento. A leitura não possui uma regra, por isso é possível criar diferentes sentidos a partir da linguagem.

O leitor contemplativo pode voltar a páginas anteriores, tem maior concentração e medita sobre o que lê. Possui o livro na estante, e tem quase uma necessidade de ter o objeto livro perto das mãos e dos olhos, além da busca por releituras das obras. Santaella afirma que mesmo o livro sendo sequencial, ele permite que o leitor usufrua de “idas e vindas” em histórias, sem se importar com o tempo.

O leitor movente (ou fragmentado) surgiu das transformações dos centros urbanos, que ocasionou as modificações nos modos de vida da população. Com a Revolução Industrial, as capitais começaram a inflar seus percentuais de habitantes, o que ocorreu concomitantemente ao êxodo rural. O cenário dessa época foi marcado pelo consumo, pela mercadoria e pela publicidade. Além de valer-se da teoria do “agora”, do “imediate”. Com a publicidade, houve o consumo de imagens devido ao avanço das técnicas gráficas, dando ao mundo um plano de cinema que encantava os consumidores. Era a época marcada pela agilidade e pela pressa do cidadão moderno ansioso por experiências imediatas. Tempos regidos pela efemeridade, pela superficialidade, pelo excesso e pela tensão. Todas essas características do contexto social recaem sobre a leitura movente, sendo o seu leitor apressado, de pouca memória, mas imerso em novidades, em busca de linguagens efêmeras e baralhadas apesar do escasso tempo.

Posteriormente, há o leitor imersivo (ou virtual), do século XXI, o qual tem sua leitura calcada na multimídia e na hipermídia. Esse leitor se assemelha aos demais leitores, como o leitor do rolo, que lia na vertical e que manuseava o material para desdobrá-lo,

assim como o leitor imersivo precisa manualmente ligar o botão do computador. Assemelha-se também ao leitor do impresso ao utilizar paratextos editoriais, tais como paginação e índice. O leitor imersivo tem mais liberdade, por meio de suas escolhas, assim, a execução de sua leitura se dá principalmente pela busca e pela interação com hiperlinks e imagens.

Percurso Metodológico

Para a construção desse artigo e para o início da monografia, adotou-se uma metodologia baseada na revisão bibliográfica de conceitos-chave da área de produção editorial. Uma vez definido o corpus a ser estudado, a autora Bruna Vieira e a obra *Depois dos Quinze*, passam a ser o foco da pesquisa. De maneira que o procedimento para o desenvolvimento da investigação iniciou com a eleição teórica, mas em especial, a tipologia para definição do leitor.

A etapa seguinte dedicou-se à coleta de dados, dividida em duas partes, primeiramente, o questionário desenvolvido com o intuito de compreender a visão do leitor em relação à narrativa nos dois suportes: tanto o blog, quanto o livro. A segunda parte da metodologia envolveu o aprofundamento das questões dispostas no questionário, por meio de entrevistas semiestruturadas via Skype com quatro leitoras que possuíam o livro e que acompanhavam o blog.

Concomitante a pesquisa junto aos leitores, houve entrevistas com as editoras responsáveis pela edição do livro impresso *Depois dos Quinze*, Alessandra Ruiz e Rejane Dias. Sendo a primeira realizada por meio do *Facebook* e a outra pessoalmente durante o evento *O Negócio do Livro*, em Porto Alegre. Para compreensão da cadeia produtiva desse livro pesquisado em sua totalidade, foi importante a entrevista com a autora Bruna Vieira realizada por email. Assim, o percurso metodológico tentou dar voz aos três agentes principais envolvidos com essa obra: autor, editor e leitor. De maneira que o presente artigo consiste em estudo em andamento e parcial do trabalho de conclusão, conforme o anunciado anteriormente, para graduação no Curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

Reflexões acerca do texto da web para o impresso

Considerando-se o cabedal teórico acima discorrido, pode-se aferir que os editores tem noção da relevância da internet para as publicações do mercado editorial, principalmente quando se trata do público juvenil. Tal interesse é justificado por jovens que buscam se espelhar em pessoas reconhecidas e “famosas” da web, e são estas que se

nomeiam como blogueiros, booktubers e vlogueiros. São a elas que as editoras recorrem como fonte de originais, como por exemplo, Bruna Vieira, Clarice Freire e Isabela Freitas para editoras do porte da Autêntica e da Intrínseca.

No caso da Gutenberg, a editora-executiva, Rejane Dias do Grupo, salienta que não adianta ter somente uma boa recepção do público na internet para poder ter o conteúdo publicado pela editora. É necessário um bom texto, que prenda o leitor do início ao fim. A imagem pública do autor conta pontos, mas somente isso não basta (O Negócio do Livro, 2015).

Além desse parâmetro de aprovação da editora, o autor também se depara com a opinião do público-alvo. Para o livro ser bem sucedido é preciso levar em conta a opinião do autor sobre suas ideias, o empenho da editora e a voz dos leitores. Esses últimos manifestam-se através de páginas da web, seja no site da própria editora, como no Facebook e no Twitter. Cabe ao editor o papel de intersecção, unindo as ideias do autor e as sugestões dos leitores para que a publicação ganhe forma e visibilidade.

Sabe-se que o livro teve antecessores, tais como o rolo e o códice e que demandavam determinadas práticas de leitura do texto, de acordo com o suporte e sua materialidade. A partir das práticas de leitura, o editor pode conhecer o perfil do leitor, que é ao mesmo tempo, consumidor de um objeto. Desse modo, conhecer o modo de leitura e apropriação do livro por parte dos leitores ajuda o profissional do livro a formular estratégias para a concepção e para a venda de publicações.

Considerações parciais

Aprender sobre as etapas da cadeia produtiva do livro também enriquece os conhecimentos do profissional e pesquisador dos livros, por isso, é importante investigar as alterações que ocorrem no circuito da comunicação impressa quando se vive em uma era imersa em informação e tecnologia. É natural que esse ciclo se dinamize, por causa da velocidade da produção e pela quantidade de informações que a web oferece. Assim, pode-se citar o exemplo supracitado, do original disposto em páginas da web, de redes sociais e de blogs que ganharam a materialidade de uma publicação impressa.

Mas antes de compreender o circuito da produção dos livros impressos, é mais urgente investigar o perfil do leitor imersivo, do leitor movente e do leitor contemplativo, que muitas vezes difundem-se em um único indivíduo. No caso das páginas web que ganham a versão em livro, há leitores ambientados a dois tipos de leitura: a leitura fluída e a efêmera da tela do computador; quanto ao leitor que contempla as folhas de uma publicação

impressa e que aprecia o seu cheiro, estamos diante do mesmo leitor, mas que lê de distintas formas, isto é, em diferentes dispositivos. Esse é o leitor que a nova tendência editorial deseja conquistar, o leitor que percorre o caminho inverso: parte das telas rumo às páginas impressas. Os livros não são resumidos a um ciclo sem rupturas. Os livros e os leitores são regidos por fatores sociais e culturais, apesar de serem universos individuais, e encontram-se enquanto parte de determinada sociedade, em determinado tempo.

O investimento em estudo de autoras jovens como Bruna Vieira (que iniciaram a postar aos 15 anos), proveniente de texto na web, dá sentido à área ao constatarmos um fenômeno de vendas de 200 mil exemplares (soma dos seus quatro títulos publicados) em contrapartida a 130 milhões de cliques no blog até o ano de 2015. O que faz esse leitor da tela buscar no impresso o seu exemplar é o que se pretende desanuviar a partir da pesquisa, não longe disso, as práticas de leitura provenientes da apropriação do texto por esse leitor.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Fronteiras do Pensamento*. Entrevista **Instalamos microfones no confessionário**. Disponível em <<http://cmais.com.br/instalamos-microfones-no-confessionario>>. Atualizado em 23/08/2011 09:22. Acesso em 23 de janeiro de 2015.

BRAGANÇA, Aníbal. **Sobre o editor**. Notas para sua história. *Revista Em Questão*, Porto Alegre, V.11 n. 2, p. 219-237, jul./dez., 2005.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação**: economia, sociedade e cultura, vol. 3. São Paulo: Paz e terra, 1999, p. 411-439.

CHARTIER, Roger. **A Aventura do Livro**: leitor ao navegador. São Paulo: Unesp, 2009.

CHARTIER, Roger. **A mão do autor e a mente do editor**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

CHARTIER, Roger. **A ordem dos Livros**. Brasília: Editora UNB, 1994.

CHARTIER, Roger. **Cultura escrita, literatura e história**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

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

DEPOIS dos quinze. Blog. Disponível em <<http://www.depoisdosquinze.com>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

FARIA, Maria Isabel ; PERICÃO, Maria da Graça. **Dicionário do Livro**: da escrita ao livro eletrônico. São Paulo: Edusp, 2009.

GENETTE, Gérard. **Paratextos Editoriais**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

GONÇALVES, Márcio. O que aprender com os livros? In: COUTINHO, Eduardo; GONÇALVES, Márcio (org). **Letra Impressa: comunicação, cultura e sociedade**. Porto Alegre: Sulina, 2009.p. 83 – 104.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MILLER, Daniel. **Trecos, Troços e Coisas**: Estudos antropológicos sobre a Cultura Material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NEGÓCIO DO LIVRO, O. Seminário. Clube dos editores do RS/Goethe-Institut (org.). Porto Alegre, 19 de junho de 2015. Gravação em produção na Editora Experimental PE.com do Curso de Comunicação Social-Produção editorial UFSM, Santa Maria.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, Olga; MARTHA, Alice. **A interação na leitura em blogs e sua mediação na formação de jovens leitores**. [Ebook]. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/IICILLIJ/5/OlgaOSilva.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2015.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS; CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro. São Paulo. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro/>>. Acesso em: 10 dez. 2014.

THOMPSON. John. **Mercadores de Cultura**. São Paulo: UNESP, 2013.

VIEIRA, Bruna. **Depois dos quinze: quando tudo começou a mudar**. São Paulo: Editora Gutenberg, 2012.

ZILBERMAN, Regina. **Fim do livro, fim dos leitores?** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

ZILBERMAN, Regina. **Guia de Leitura para alunos de 1º e 2º graus**. São Paulo: Editora Cortez, 1999.