

OBRAS LITERÁRIAS ESGOTADAS E CONSUMO CULTURAL DIGITAL: o problema da falha de mercado do livro

Out-of-print literary works and digital cultural consumption: the problem of book market failure

Rodrigo Otávio Cruz e Silva¹

RESUMO:

A Revolução Informacional contribuiu para a superação do paradigma industrial. As transformações ocorridas até a década de 1970 colaboraram para consolidar o desenvolvimento das TICs e a nova realidade das sociedades em rede responsáveis por conceber o paradigma informacional do século XXI. Com as TICs se tornou possível o desenvolvimento de plataformas digitais e o surgimento de novos modelos de negócio, alguns deles disruptivos em relação aos tradicionais mercados, o que trouxe novos desafios para sociedade e para a ciência jurídica. No mercado do livro, em especial no caso de obras esgotadas, resta evidenciada a existência de uma falha de mercado que se sujeita à regulação jurídica no propósito de tornar efetivo o direito de acesso. Para a correção da falha verificada no exercício abusivo do monopólio autoral, precisamente no mercado primário das obras literárias com edições esgotadas, importa a análise do efeito nocivo aos destinatários da cultura, tendo em vista a promoção de uma escassez anômala de restrição-exclusão do acesso pela omissão ou negativa de novas publicações. E nesse contexto surge o regime das licenças compulsórias como medida destinada à realização do direito fundamental de acesso à cultura. Palavras-chave: Inteligência Artificial; Neutralidade Legal; Responsabilidade Civil; Propriedade Intelectual

Palavras-chave: Obras esgotadas; Direitos autorais; Falha de mercado.

ABSTRACT:

The Informational Revolution contributed to the overcoming of the industrial paradigm. The transformations that took place up to the 1970s helped consolidate the development of ICTs and the new reality of networked societies, which were responsible for designing the informational paradigm of the 21st century. With ICTs it became possible to develop digital platforms and the emergence of new business models was enabled, with some of them being disruptive in relation to traditional markets, which brought new challenges to society and to legal science. In the book market, especially in the case of out-of-print works, there is evidence of a market failure that is subject to legal regulation in order to make the right of access effective. In order to correct the failure verified in the abusive exercise of the authorial monopoly, precisely in the primary market of literary works with out-of-print editions, it is important to analyze the harmful effect to the receivers of culture, considering the promotion of an anomalous scarcity of restriction-exclusion of access by the omission or denial of new publications. And in this context, the compulsory licensing system emerges as a measure aimed at fulfilling the fundamental right of access to culture.

Keywords: Out-of-print works; Copyrights; Market failure.

¹ Doutor em Direito pela Universidade Federal do Paraná - UFPR. Mestre e bacharel em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Pesquisador do Grupo de Estudos em Direito Autoral e Industrial (GEDAI/PPGD-UFPR). Advogado. E-mail: rodrigoocs@hotmail.com

SUMÁRIO:

Introdução. **1)** A Revolução informacional: inovação, propriedade intelectual e globalização. **2)** Novas tecnologias, cultura digital e obras literárias. **3)** O negócio do livro e o *e-book*. **4)** Os números sobre o mercado editorial, e a leitura geral e do *e-book* no Brasil. **4.1.** Mercado do livro digital. **4.2.** A cultura da leitura no Brasil. **4.3.** Leitura do livro digital. **5)** A “Cauda Longa” e a “Regra Dos 98%”: o novo mercado de nichos. **6)** Falhas de mercado, regulação e as licenças compulsórias. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

É irrefutável que a realidade das trocas e do consumo na sociedade contemporânea acentua-se cada vez mais na presença do digital. No caso do consumo cultural as novas tecnologias estão aí para romper com a limitação das escolhas dos consumidores imposta pelo modelo tradicional. A digitalização das obras e a desmaterialização do suporte promovem uma nova forma de utilização e consumo das obras que passa a ser mais acessível e interativa. Essa nova realidade promove também um novo negócio do livro através do *e-book*. É oportuno ressaltar que o ato de digitalizar uma obra pode ser considerado como uma forma de reprodução, e, inclusive, uma nova modalidade de uso, o que traz à tona a questão jurídica da autorização pelo titular dos direitos autorais.

O *e-book* pela tendência de apresentar menor custo de produção e distribuição torna-se um instrumento para ampliar a oferta e viabilizar o acesso às obras, com destaque para as obras esgotadas. A taxa de crescimento do comércio do livro eletrônico, bem como a sua presença no mercado geral, tem aumentado a cada ano em margens superiores ao do livro impresso. E por isso o mercado do *e-book* nos últimos anos consolidou a participação de grandes empresas de tecnologia como principais *players*, que viram nesse nicho um mercado rentável.

Nesse panorama é preciso ter claro que o atual sistema de direitos autorais da LDA, desenvolvido para a realidade do século passado, não mais atende aos anseios da sociedade contemporânea. As novas tecnologias e o meio digital apresentam-se como instrumento de fundamental importância para o acesso ao patrimônio intelectual e precisam de reconhecimento pela ordem jurídica. O paradigma pós-industrial trouxe consigo inúmeros desafios para a tutela jurídica da criatividade, com destaque para o repensar dos padrões e limites da liberdade para o acesso às criações no século XXI.

É dessa relação entre Direito e Economia que se justifica a regulação necessária para corrigir a falha de mercado decorrente do abuso do exclusivo de autor, verificado no problema das obras esgotadas, cujo efeito deletério recai sobre o mercado e, em especial, sobre o interesse público presente no direito de acesso dos destinatários da cultura. E nesse ponto o instituto das licenças compulsórias se justifica como medida de correção e de harmonização dos interesses envolvidos.

1 A REVOLUÇÃO INFORMACIONAL: INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E GLOBALIZAÇÃO

Nos últimos séculos a superação tecnológica ocorreu em intervalos cada vez menores. O período medieval manteve por um longo tempo os mesmos padrões tecnológicos de energia e comunicação. A partir do século XVIII a evolução da técnica ganhou novos contornos com a dinâmica industrial e o surgimento dos padrões de inovação capitalista. No século XX, com o advento da sociedade pós-industrial, o trabalho do homem passou a ressaltar a necessidade de interação com outros indivíduos, e não apenas a relação do homem com as máquinas e a natureza. No século XXI, a partir da revolução da microeletrônica, com o desenvolvimento dos computadores e da internet a aceleração das transformações tecnológicas passou a ocorrer em espaços de tempo menores, com a superação tecnológica acontecendo em questão de anos, meses e até dias.

A evolução tecnológica promove “a aceleração da história e se transforma em fator permanente da própria existência do homem, à medida

que favorece e viabiliza as descobertas científicas em praticamente todos os setores da atuação humana”², promovendo alterações nos padrões de vida em toda a sociedade.

Ao destacar a relevância da tecnologia para a sociedade, afasta-se, desde já, a crença no determinismo tecnológico. Na ideia de que a tecnologia não escreve o curso da evolução social, nem a sociedade determina a transformação tecnológica, a evolução do cognitivo coletivo e da técnica depende de uma interação de múltiplos fatores, com a técnica influenciando e condicionando o desenvolvimento da sociedade, e a sociedade dando forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses de seus usuários, isto é, “por si mesma, a ‘técnica’ não revive nem restitui nada: ela apenas oferece”³. Por isso as técnicas tornam possíveis certas evoluções culturais, ao instrumentalizar muitas iniciativas dos agentes sociais⁴, assim conseguem influenciar a construção da megarede social, mas, como dito, as técnicas não ditam e não condicionam o devir social⁵⁻⁶.

Ainda na ideia de desenvolvimento, a evolução tecnológica expandiu-se a partir dos anos setenta, e a chegada da informação na vida cotidiana criou “as condições para uma grande transformação da sociedade capitalista”⁷, com destaque para a integração tecnológica de inovações de diferentes setores. O autor Luiz Fernando Coelho aborda essa relação entre a nova economia e a informação, e observa o surgimento da microeletrônica nos anos setenta como denominador comum a todas as cadeias

² COELHO, Luiz Fernando. **Saudade do futuro**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2001. p. 45.

³ LOKJKINE, Jean. **A revolução informacional**. Trad. José Paulo Netto. 2ª ed. São Paulo: Editora Cortez, 1999. p. 42.

⁴ LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. pp. 10 e 186.

⁵ LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 187.

⁶ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2011. p. 44.

⁷ SANTOS, Laymert Garcia dos [et. al.]. **Revolução tecnológica, internet e socialismo**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 16.

tecnológicas, o que “favoreceu o desenvolvimento das novas indústrias da informação e das telecomunicações, à nova biotecnologia, à construção de novos materiais, a novos processos e produtos, à vinculação instantânea entre o projeto, a produção e o mercado, e a novas formas de organização empresarial, urbana e familiar”⁸.

A superação da sociedade industrial pela realidade informacional ocorreu a partir do desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), com uma nova configuração técnica centrada nas mídias eletrônicas e na informática⁹. O surgimento das TICs provocou uma verdadeira revolução em todos os tipos de aplicações e usos das tecnologias, o que acelerou ainda mais a produção de inovações tecnológicas¹⁰.

As atuais tecnologias informacionais enquanto ferramentas de comunicação, levaram a uma realidade complexa de conglobação dos meios de comunicação e suas estruturas funcionais.

Apresentando a ideia de Revolução Informacional, Jean Lokjine destaca amplitude do novo paradigma a outros espaços sociais:

[...]. O mesmo ocorre com a nova revolução que começa, mas numa escala inteiramente diversa e com toda uma série de desafios outros. Ao passo que a máquina-ferramenta estava circunscrita ao setor industrial e marcava uma divisão fundamental entre a produção e os serviços, entre o espaço da fábrica e o da cidade, a revolução informacional coloca no primeiro plano as potencialidades e a exigência de superação desta divisão – as redes teleinformáticas e os bancos de dados setoriais já inscrevem nos fatos (apesar das enormes pressões da rentabilidade e da tecnocracia) uma estreita interconexão entre produção e serviços, espaço profissional e espaço residencial, empresas, laboratórios e coletividades territoriais¹¹.

⁸ COELHO, Luiz Fernando. **Saudade do futuro**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2001. p. 41.

⁹ LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 17.

¹⁰ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2011. p. 44.

¹¹ LOKJKINE, Jean. **A revolução informacional**. Trad. José Paulo Netto. 2ª ed. São Paulo: Editora Cortez, 1999. p. 307-308.

Alguns autores ressaltam ainda que a revolução informacional teve início não com o computador, com a internet ou mesmo com o telefone, mas com o telégrafo. A partir da tecnologia do telégrafo a informação superou a velocidade com que o homem viajava, passou à velocidade da luz. Por outro lado, há autores que afirmam que o computador inaugurou uma segunda fase, na qual “as tecnologias da informação tornaram-se capazes não simplesmente de transmitir e armazenar informações, mas de produzir informações independentemente da intervenção humana”. Ocorre que não passa despercebido que os objetivos da informação devem ser os mesmos objetivos dos seres humanos, no sentido de que “a lógica da informação deve ser, definitivamente, a lógica da humanidade”¹².

Ao relacionar revolução informacional e desenvolvimento econômico, um elemento que se apresenta de central importância é a inovação¹³. A tradicional definição de inovação é apresentada a partir das ideias de Joseph Schumpeter, autor que cunhou a expressão “destruição criadora” como o processo dinâmico conduzido pela inovação em que ocorre a superação das antigas tecnologias pelas novas. O economista austríaco propôs uma lista de cinco tipos de inovação: i) introdução de novos produtos; ii) introdução de novos métodos de produção; iii) abertura de novos mercados; iv) desenvolvimento de novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos; v) criação de novas estruturas de mercado em uma indústria¹⁴.

¹² BROWN, John Seely e DUGUID, Paul. **A vida social da informação**. São Paulo: Makron books, 2001. p. 15.

¹³ Destaca-se na legislação brasileira os seguintes conceitos de inovação: Lei 10.973/2004 – Lei da Inovação Federal (art. 2º, IV): “inovação: introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente que possa resultar em melhorias e em efetivo ganho de qualidade ou desempenho; Lei 11.196/2005 – Lei do bem (art. 17, §1º): “considera-se inovação tecnológica a concepção de novo produto ou processo de fabricação, bem como a agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique melhorias incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando maior competitividade no mercado”.

¹⁴ OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Trad. Flávia Gouveia. Brasília: FINEP, 2006. p. 36. Disponível em: <<https://www.finep.gov.br/ima>

Uma definição que congrega tipos de inovação pode ser vista no Manual de Oslo:

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas¹⁵.

O economista Schumpeter defendia que os empresários utilizavam a inovação tecnológica – novos produtos – para obter uma vantagem estratégica. Ao conquistar essa vantagem, o empresário conseguiria ditar o chamado “preço de monopólio”, ocorrendo assim um elemento de monopólio no lucro¹⁶. Com o tempo a concorrência desenvolve novas técnicas e novas ideias até alcançar um novo equilíbrio no mercado. Esse ciclo de superação criativa se repete a cada nova geração tecnológica, destacando assim o papel da inovação no desenvolvimento capitalista¹⁷.

Portanto, a conquista de mercado está cada vez mais relacionada à busca por uma vantagem competitiva advinda da introdução de novos produtos, serviços e processos. A melhoria de desempenho é o que motiva os agentes econômicos a inovar. Através da inovação em bens e serviços pode-se “ganhar uma vantagem competitiva por meio da introdução de

ges/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>; Ver também em SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Trad. Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997. p. 76

¹⁵ OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Trad. Flávia Gouveia. Brasília: FINEP, 2006. p. 55. Disponível em: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>.

¹⁶ “Uma vez que o empresário não tem concorrentes quando os novos produtos aparecem pela primeira vez, a determinação de seu preço se processa inteiramente, ou dentro de certos limites, segundo os princípios do preço de monopólio. Assim há um elemento de monopólio no lucro, numa economia capitalista”. (SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Trad. Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997. p. 149).

¹⁷ SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. p. 106.

um novo produto, o que lhe confere a possibilidade de maior demanda e maiores margem sobre custos”¹⁸.

Portanto, a razão investir em inovação tecnológica empresarial está na melhoria de desempenho com o ganho de vantagem competitiva. É por isso que o desenvolvimento de vantagem competitiva é cada vez mais relacionado ao investimento em criatividade, com a mobilização de conhecimento e avanços tecnológicos para conceber produtos e serviços inovadores¹⁹.

A inovação no âmbito da propriedade intelectual segue um modelo em que o seu reconhecimento jurídico concede ao criador um direito exclusivo de exploração econômica, autorizando o titular desse direito a comercialização por um preço ou utilização de tal forma que forneça uma *vantagem competitiva* no mercado²⁰. Isto é, em decorrência do reconhecimento jurídico da propriedade intelectual, o titular, “por efeito de seu privilégio, adquire uma vantagem considerável sobre seus concorrentes, sendo o único a poder desempenhar a atividade de explorar o invento”²¹.

Assim, inovação tecnológica abre espaços para o debate em que coloca a propriedade intelectual como fator de desenvolvimento. Nesse âmbito a difusão do conhecimento e da técnica se torna parte central do estímulo à propriedade intelectual. O processo de criação e difusão do conhecimento passa por abordagens sistêmicas na interação entre insti-

¹⁸ OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Trad. Flávia Gouveia. Brasília: FINEP, 2006. p. 37. Disponível em: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>.

¹⁹ TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. p. 30.

²⁰ “II. NATURE AND BASIS OF IP. [...] To profit from a new idea or a work of authorship, the creator must be able either to sell it to others for a price, or to put it to some use that provides her with a comparative advantage in a Market”. (LEMLEY, Mark A. **A New Balance Between IP and Antitrust**. Stanford Law School. Working Paper n. 340, April 2007. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=980045>. Acesso em: 21 jan. 2020).

²¹ BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2ª Edição. Rio de Janeiro, 2003. p. 72. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/paginas/livros/livros_digitais.html. Acesso em: 21 jan. 2020.

tuições, e ressalta “a importância das condições, regulações e políticas em que os mercados operam”²². Os padrões de regulação podem fornecer um ambiente de fomento à atividade inovadora, pois afetam diretamente, por exemplo, o acesso à informação e aos direitos de propriedade. Assim, o desenvolvimento de bens intelectuais, a partir da transformação de ideias, conhecimento e informação em novas criatividadees, passa por um ambiente de regulação em que o acesso à criatividade – autoral ou industrial – é colocado num ponto de equilíbrio entre os interesses do titular e da coletividade.

O processo de desenvolvimento tecnológico, compreendido nesse a propriedade intelectual, apresenta cada vez mais uma intensa relação com a globalização. Autores como Laymert defendem nessa perspectiva a nova economia como resultado da “aliança entre o capital e a tecnociência que se estende ao nível planetário ao mesmo tempo que consagra a inovação tecnológica como instrumento de supremacia econômica e política”²³.

A globalização se apresenta também como uma força poderosa para a inovação. O mercado global ao desenvolver um ambiente de competição internacional promove um grande intercâmbio de informações e conhecimentos. A aproximação de agentes globais facilita ainda a transferência de tecnologia e a celebração de acordos de cooperação tecnológica essenciais para a difusão do conhecimento e benéfica para o processo de inovação²⁴. Assim, a inovação decorrente da constante busca por aumentar

²² OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Trad. Flávia Gouveia. Brasília: FINEP, 2006. p. 41. Disponível em: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2020.

²³ SANTOS, Laymert Garcia dos [et. al.]. **Revolução tecnológica, internet e socialismo**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003. pp. 16-17.

²⁴ “A cooperação internacional, segundo o MDIC, é um dos aspectos centrais do processo de globalização das atividades de P&D. A cooperação durante o processo de inovação é essencial para a difusão do conhecimento e mutuamente benéfica para os colaboradores, uma vez que permite a mobilidade de pessoal e reforça o aprendizado entre empresas, setores e instituições”. (GRIZENDI, Eduardo. **Manual de orientações gerais sobre inovação**. Brasília, DF: MRE Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial e Investimentos. Divisão de Programas de Promoção

eficiência e criar novos bens e serviços é acelerada pelo fenômeno da globalização e seu ambiente informacional de diversidade²⁵.

Conforme abordado, a revolução informacional que concebeu as TICs tornou a inovação elemento central para o desenvolvimento – dentre as modalidades de inovação destaca-se a propriedade intelectual. E para o desenvolvimento de um ambiente de estímulo à inovação é imprescindível políticas públicas e um sistema normativo que fomentem o acesso à informação, ao conhecimento e à cultura, harmonizando os interesses envolvidos nesse mesmo acesso.

2 NOVAS TECNOLOGIAS, CULTURA DIGITAL E OBRAS LITERÁRIAS

A relação entre a propriedade intelectual e as novas tecnologias, incluído as obras autorais, as plataformas digitais, o *smartphone*, a internet, o *e-book*, aplicativos de *e-commerce* e compartilhamento, entre outros, apresenta-se como fator determinante para a efetivação do direito de acesso no paradigma informacional. Muitas tecnologias e plataformas digitais são desenvolvidas para viabilizar o acesso e o compartilhamento de conteúdo, e assim contribuem para o surgimento de novos bens culturais. Por outro lado, a restrição ao compartilhamento de conteúdo pelas novas tecnologias, decorrente de estratégias por parte de indústrias criativas, prejudica o desenvolvimento social e o estímulo à inovação. Um exemplo é visto na decisão de não disponibilizar obras literárias na modalidade digital por seus titulares, em contraposição à tendência de crescimento

Comercial. 2011. Disponível em: <http://download.finep.gov.br/dcom/manualinovacao.pdf>. Acesso em: 01 de out. 2019).

²⁵ “O processo de globalização é também uma força poderosa para a inovação. A competição internacional força as empresas a aumentar sua eficiência e desenvolver novos produtos. A globalização pode também mudar a estrutura industrial das economias, impelindo-as a desenvolver novas indústrias e a adaptar suas estruturas institucionais”. (OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Brasília: FINEP, 2006. p. 49. Disponível em: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 01 de out. 2019). Acesso em: 02 mar. 2020.

da cultura digital e da realidade informacional, cujo efeito reflexo implica na negação do acesso livre às criações.

À medida que a difusão da cultura encontra nos computadores e nos *smartphones* através da internet o seu principal meio, o sujeito contemporâneo se torna cada vez mais imerso no contexto de “uma cultura codificada na forma digital”, em que predomina a interação de textos, fotografias, filmes, música e ambientes virtuais²⁶. Essa interface da cultura digital entre indivíduo-computador-cultura é determinante para o modo de funcionamento das tecnologias digitais e a forma como se consome as informações, panorama que transforma as práticas vinculadas às mídias analógicas, e até mesmo a forma de escrever e ler obras literárias.

O ciberespaço propiciou a ampla liberdade para a divulgação de obras literárias, reduzindo significativamente os custos da publicação. Já o mercado editorial tradicional dos livros impressos apresenta uma normatividade econômica amarrada a uma cadeia formada por agentes responsáveis pelo controle editorial, e pela impressão, distribuição e comercialização das obras. Enquanto no ciberespaço autores podem publicar suas obras em portais próprios ou especializados, e assim dialogar diretamente com seus leitores, no mercado editorial de obras impressas os custos da estrutura de controle e distribuição determinam a efetivação, ou não, do direito de acesso, isto é, a publicação de obras depende do interesse econômico das editoras sinalizado em pesquisas de mercado.

O mercado editorial em geral tem buscado a maior interação com a cultura digital. Ainda que aja diferença entre obras digitalizadas e obras digitais – aquelas mantêm rigorosamente a editoração do formato de livro impresso, e estas apresentam novas formas estéticas de con-

²⁶ “As distribution of all forms of culture becomes computer-based, we are increasingly “interfacing” to predominantly cultural data: texts, photographs, films, music, virtual environments. In short, we are no longer interfacing to a computer but to culture encoded in digital form. I will use the term “cultural interfaces” to describe human-computer-culture interface: the ways in which computers present and allows us to interact with cultural data. Cultural interfaces include the interfaces used by the designers of Web sites, CD-ROM and DVD titles, multimedia encyclopedias, online museums and magazines, computer games and other new media cultural objects.” (MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: The MIT Press, 2001. p. 80).

tornos tecnológicos que podem combinar textos, imagens, sons, movimentos e múltiplas plataformas – o fato é que as novas tecnologias informacionais da cultura digital contribuem para a liberdade e difusão do acesso à cultura²⁷.

O papel marcante da editora consiste em desenvolver um ambiente propício à construção de ideias, fomentando juntamente com autores diálogos para a formação de textos literários. Por outro lado, é válida também a crítica sobre a cultura digital e a internet que em alguns casos esvaziam os espaços para diálogos construtivos. Porém, para o debate central da pesquisa o papel das editoras na difusão da cultura e na efetivação do direito de acesso às obras literárias na sociedade contemporânea perpassa pela utilização das novas tecnologias. Nesse ponto, alguns debates têm ocorrido e em todos eles se expõe a dificuldade de se definir o que é mais importante, a disponibilização das obras, a proteção do titular e do criador, o esforço e a compensação para se chegar à comercialização.

Em todo caso, a harmonização dos interesses de titulares e da coletividade é uma ação necessária, visto que por pressuposto fundamental não se pode “suprimir o acesso do público ao livro”²⁸. E nesse ponto se mostra relevante a amplo de debate sobre a reforma da Lei dos Direitos Autorais (LDA) que está em curso no Brasil há mais de uma década²⁹, que deve ser orientado pela ideia, segundo o entendimento de José de Oliveira Ascensão, que o simples reconhecimento da superioridade hierárquica do direito de acesso à cultura em relação ao interesse privado do titular não resolve o problema do acesso, é por isso que “a Lei dos Direitos

²⁷ KIRCHOF, Edgar Roberto. **Como ler os textos literários na era da cultura digital?**. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea. n.47 Brasília Jan./June 2016. On-line version ISSN 2316-4018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2316-40184710>. Acesso em: 29 set. 2019.

²⁸ DOWBOR, Ladislau. Economia da Cultura Digital. In: SAVAZONI Rodrigo e COHN Sergio (orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 59.

²⁹ ASCENSÃO, José de Oliveira. O direito autoral numa perspectiva de reforma. In: WACHOWICZ, Marcos; SANTOS, Manuel Joaquim Pereira dos (orgs.). **Estudos de direito do autor e a revisão da lei dos direitos autorais**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2010. p. 54.

Autorais necessita urgentemente de reforma neste domínio, é unilateral e avarenta”³⁰.

É nesse sentido que a proteção do direito do autor encontra limites que se relacionam diretamente com o interesse público, realidade que deve materializar-se numa ampla reforma da LDA que, com o objetivo de harmonizar os interesses existentes sobre as criações autorais, possa contribuir para a efetivação do direito de acesso como um fator de estímulo ao desenvolvimento, apresentando-se como norte o desafio de conciliar a LDA às relações e padrões sociais presentes no mercado de obras literárias, na cultura digital e a nas novas tecnologias.

3 O NEGÓCIO DO LIVRO E O E-BOOK

Atualmente o negócio do livro - produção, distribuição e venda³¹ -, passa por grandes transformações, tendo mudado bastante nos últimos anos com o desenvolvimento das tecnologias digitais³². Os agentes do mercado editorial estão repensando seus modelos de negócio e a forma de atuação. As pequenas livrarias praticamente desapareceram, as grandes redes permanecem em atividade com grandes dificuldades financeiras, e as editoras têm buscado reforçar a venda direta a seus leitores através de lojas virtuais³³. A verdade é que há muita incerteza sobre o futuro do negócio do livro, com destaque para a participação dos agentes envolvidos, autores, leitores, editores, livrarias, gráficas, e empresas de tecnologia.

No mercado do livro as editoras têm papel destacado para construção da obra intelectual. Ainda que as inovações tecnológicas tenham

³⁰ ASCENSÃO, José de Oliveira. Direito fundamental de acesso à cultura e direito intelectual. In: SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coord). **Direito de autor e direitos fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 26.

³¹ NARDON, Cláudia Neves. **O preço do livro no Brasil**. Consultoria Legislativa, Câmara dos Deputados. 2010. p. 5.

³² EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Trad. Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 20.

³³ SILVEIRA, Julio. **Mercado editorial e a sutil arte de ligar o foda-se**. Portal Publishnews. Publicado em 10/08/2018. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2018/08/10/mercado-editorial-e-a-sutil-arte-de-ligar-o-foda-se>. Acesso em 07 jan. 2020.

tornado redundante muitas funções editoriais tradicionais, as editoras exercem um trabalho importante na análise de textos, estratégias de revisão, divulgação, escolha da arte gráfica, apoio durante o desenvolver da obra (técnico, financeiro etc). Com o advento da internet e o vasto volume de conteúdos disponíveis em formato digital, esse novo cenário pode se apresentar tanto como um problema ou como uma oportunidade, e nisso a atividade editorial surge como um diferencial e uma possível solução aliada às novas tecnologias. Ao oferecer serviços de qualidade no mercado, os editores ao colocarem “seus nomes nas obras dos escritores, eles oferecem ao leitor uma garantia e uma orientação”³⁴.

Por outro lado, em relação ao comércio varejista de livro, o cenário atual e as perspectivas de futuro têm se mostrado adversas. Nos últimos anos aquisições e fusões de empresas com atuação na distribuição e venda de obras tornou o mercado muito concentrado³⁵. A atuação no mercado cultural de atores pouco sensíveis às disputas culturais, compromissados apenas com o numérico, a exemplo da presença de empresas de propósito globalizante, pode representar também um perigo à diversidade e à riqueza cultural de um povo³⁶. Em contraponto a esse movimento urge a presença da autoridade pública para garantir a diversidade cultural e a identidade nacional³⁷.

Em 2019, as duas das maiores livrarias nacionais – Saraiva e Siciliano S.A. e a Livraria Cultura S.A – entraram em regime de recupera-

³⁴ SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006. p. 154.

³⁵ “A venda a varejo (disco, livro), a exploração das salas de exibição (cinema) sofrem diretamente os fenômenos de concentração. Com efeito o distribuidor tenta controlar esses mecanismos para garantir mercado para seus itens de venda” (BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. Cotia, SP: Ateliê Editorial. 2007. p. 134).

³⁶ “A entrada de novos participantes pouco sensíveis às disputas culturais não deixa de apresentar um certo perigo. [...] As consequências dessas movimentações de empresas estão cheias de contradições. De um lado, as tendências à uniformização dos produtos correm o risco de acentuar-se com a elevação das apostas financeiras.” (BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. Cotia, SP: Ateliê Editorial. 2007. p. 143).

³⁷ BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. Cotia, SP: Ateliê Editorial. 2007. p. 144.

ção judicial³⁸, o que evidencia uma mudança do mercado. Nos últimos anos o setor livreiro tradicional sofreu com a forte concorrência, com o aumento da concentração de mercado por parte das grandes livrarias, e com o comércio *on-line* de livros impressos e digitais. A incerteza sobre a sobrevivência das redes de livraria é cada vez maior, a manutenção dos altos custos operacionais exige altas taxas de rotatividade, com a necessidade do fornecimento e venda constante de *best-sellers*, realidade que encontra grande concorrência com os preços praticados no mercado digital³⁹.

As estratégias e o poderio de mercado das grandes livrarias, orientadas pelo capital, e não propriamente pelo interesse particular dos leitores e pela importância do livro, influenciou as decisões empresariais das editoras no período pré-crise. Historicamente a publicação de livros têm sido um negócio de alto risco e baixa lucratividade, e o cenário romântico da compra de livros em que leitor dispensava parte de seu tempo para adquirir livros em livrarias foi se tornando um hábito do passado para grande parte das pessoas, cujo modelo empresarial que durante anos foi de sucesso com o tempo entrou em crise.

Esse panorama de crise é agravado pela limitação física de espaço para estoque e disponibilização nas prateleiras, o que, conforme defendido na teoria da Cauda Longa, tende a ser superado pelo novo mercado de nichos que impõe a possibilidade de acesso *online* ilimitado ao estoque e aos livros.

Novas obras e novos autores muitas vezes necessitam de tempo para serem reconhecidos. Até então a força de mercado das redes de livrarias, com seu poderio de vendas e de publicidade, ao tornar secundário o interesse pelo comércio de livros questionadores devido ao baixo potencial de

³⁸ Tanto a livraria **Saraiva e Siciliano S.A.** como a **Livraria Cultura S.A.** atualmente estão em regime de recuperação judicial, e tiveram seus Planos de Recuperação Judicial aprovados, respectivamente, em 29/08/2019 e 12/04/2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/recuperacao-judicial-saraiva.pdf> e <https://www3.livrariacultura.com.br/comunicados/recuperacao-judicial>. Acesso em: 07 jan. 2020

³⁹ EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Trad. Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 28.

mercado, implementou uma espécie de censura de mercado⁴⁰. Por outro lado, com a difusão das novas tecnologias, com as mudanças no mercado editorial e varejista, a antiga visão de investimento restrito a *best-sellers* deve ser reavaliada para a sobrevivência dos *players* do mercado, de modo a permitir o maior acesso às obras em geral, sobretudo no ambiente digital.

A oportunidade de investir no mercado do livro, especificamente no ambiente digital foi observada em seu início pelo fundador da Amazon, gigante da tecnologia que se tornou referência mundial em vendas *on-line* de livros:

Ocorre que a seleção é fator muito importante da experiência de compra dos clientes na categoria livros. Também ocorre que não se pode ter um catálogo muito grande de livros no papel; é totalmente impraticável. A cada ano se publicam mais de cem mil livros, e mesmo uma superloja não pode manter todos esses livros em estoque. As maiores superlojas têm 175 mil títulos e só três são desse tamanho. E assim surgiu a idéia: que a Amazon.com seja o primeiro lugar onde se pode encontrar e comprar com facilidade um milhão de livros diferentes. (Jeff Bezos, CEO Amazon⁴¹).

A respeito do livro digital, ou *e-book*⁴², trata-se de uma nova tecnologia que, além de convergir para o desenvolvimento sustentável, permite uma maior difusão do conhecimento pela facilidade de seu acesso, e oferece um dinamismo para a leitura por meio de diversos recursos disponíveis.

A tradicional atividade do editor compreende selecionar obras, contribuir para o processo criativo dos autores, e administrar os aspectos co-

⁴⁰ SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006. p. 114).

⁴¹ ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. p. 34.

⁴² “*Electronic Book* (n.) Sometimes *ebook*. 1. A Literary Work in the form of a Digital Object, consisting of one or more standard unique identifiers, Metadata, and a Monographic body of Content, intended to be published and accessed electronically” (OeB, Open eBook Forum. A Framework for the Epublishing Ecology, 2000. Disponível em: <www.openebook.org>. Acesso, em 27/12/2019).

merciais do negócio de publicação. No caso dos *e-books* por se tratar de um novo padrão tecnológico propagado no meio virtual, surgiram novas cadeias de eventos no caminho entre a editora e os leitores.

Para Karen Coyle, o modelo de produção dos livros digitais substitui os serviços tradicionais de impressão e encadernação, expedição, armazenamento e varejo, tornando-se num serviço que produz o formato eletrônico da obra depois de realizado o trabalho de seleção e edição. Para a autora, o que há de novo no *e-book* é o surgimento de um produto legível por máquinas. Coyle ressalta que não existe uma tecnologia única que defina o *e-book* como foi o papel, impressão e encadernação na definição do livro impresso, essa variedade de meios permite alcançar o mesmo fim que está redefinindo o livro na era digital⁴³.

Em geral, os agentes que atuam na produção de *e-books* não provêm do tradicional mercado editorial e não têm ligação com o mundo das publicações, são originários dos setores da tecnologia informacional e responsáveis por desenvolver padrões⁴⁴ e tecnologias em criptografia, sistemas confiáveis e certificação. É nesse sentido que o livro digital se apresenta propriamente como uma nova tecnologia, tornando a entrega dos *e-books* um problema tecnológico.

Ainda que a produção do *e-book* consista em um novo serviço, a conversão da obra em formatos digitais (ex. EPUB, PDF e HTML), por seu reduzido custo de comercialização o valor de venda tende a ser inferior ao do livro impresso. Há casos em que a produção de um *e-book* pode ser superior ao do livro impresso, a depender dos recursos interativos propostos para a obra – ilustrações, mídia sonora etc. –, porém ainda assim o valor final de venda de um livro digital é inferior ao do livro impresso⁴⁵.

⁴³ COYLE, Karen. **Stakeholders and standards in the e-book ecology**: or, it's the economics, stupid. Library Hi Tech, 2001, vol.19, no. 4, p. 314.

⁴⁴ São exemplos de entidades que buscam definir padrões: IDPF (OeB) <http://idpf.org/>; DAISY (NISO) Livros de áudio digitais <https://www.niso.org/>; EBX - padrão de gerenciamento de copyright <http://xml.coverpages.org/ebx.html>; XrML <http://www.xrml.org/>; e ODRL <https://www.w3.org/TR/odrl-model/#aimsModel>; ONIX Editeur - <https://www.editeur.org/>.

⁴⁵ "Outra vantagem é o preço. Em alguns casos, o custo de produção é mais baixo; em outros, pode ser mais alto dependendo do grau de recursos interativos a que se propõe a obra.

Já sobre a formação do preço do livro novo, o valor de capa, são considerados diversos elementos como o **custo de produção**⁴⁶ – em alguns casos as editoras antecipam o valor dos direitos autorais aos criadores –, impressão, distribuição, tributos, o que se soma aos custos da editora com edição, revisão, divulgação, exposição e gestão do negócio⁴⁷. Com base nessa realidade, o preço do lançamento do livro na primeira edição é superior ao preço das edições subsequentes, e no caso do mercado secundário, por se tratar de livro usado e livre dos custos de produção e distribuição é de se pressupor que o preço seja inferior ao preço cobrado enquanto novo. Essa realidade é alterada no caso do *e-book*, cujo custo de produção tende a ser menor pela ausência de muitos dos elementos da edição impressa, e no caso das edições subsequentes o custo compreende essencialmente a disponibilização e oferta da obra.

No Brasil há projetos de lei que pretendem, por exemplo, regular o preço do livro, como o PL 49/2015⁴⁸, projeto “Lei do Preço Fixo”, de autoria da senadora Fátima Bezerra, com inspiração na Lei Francesa nº 81-766, de 10 de agosto de 1981⁴⁹. O PL prevê que o preço de capa seja definido pelas editoras e respeitado por todas as livrarias, que poderão conceder no máximo um desconto de 10% durante o primeiro ano do lançamento da obra. E também consistiria em obrigação do editor e do livreiro a “divulgação dos preços ao público de todo seu catálogo” de li-

Mesmo assim, o valor de venda final ao leitor é inferior: um livro digital de alto padrão pode chegar às mãos do leitor por um valor até 60% menor que um livro impresso”. KIRON, Editora. **Livro Digital**. Informativo publicado no Portal Editora Kiron. Disponível em: <http://www.editorakiron.com.br/index.php/livro-digital>. Acesso em: 15 jan. 2020.

⁴⁶ HALLEWEL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. Trad. Maria da P. Villalobos; Lólio L. de Oliveira e Geraldo G. de Sousa. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2017. p. 625.

⁴⁷ EDITORA TANGERINA. **Para onde vai o dinheiro quando compramos um livro?** 2.ª pergunta da série “perguntas que os leitores fazem ou talvez tenham vontade de fazer”. Portugal: Editora Tangerina, texto publicado em 23/03/2018. Disponível em: <http://planeta-tangerina.blogspot.com/2018/03/para-onde-vai-o-dinheiro-quando.html?m=1>. Acesso em: 07 jan. 2020.

⁴⁸ PL 49/2015, Senado Federal. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/119760>. Acesso em: 07 jan. 2020.

⁴⁹ GOVERNO FRANCÊS. Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre – Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEX-T000006068716&dateTexte=20090602>. Acesso em: 07 jan. 2020.

vros impressos ou eletrônicos. Pela proposta, configura infração ofertar “tratamento não isonômico aos comerciantes intermediários e a oferta de livros a preços inferiores ao estabelecido”.

Sobre a proposta do preço fixo seus defensores argumentam que tende: a) a preservar o mercado livreiro tradicional, com seus diversos pontos de vendas; b) evitar o domínio pelas grandes redes de livrarias, que conseguem ofertar descontos em condições impraticáveis pelas pequenas livrarias; b) a proteger o pluralismo e a presença no mercado dos livros difíceis, em contraponto à política de venda de *best-sellers*. Ressaltam-se entendimentos no sentido de considerar um erro “admitir que os livros têm demanda elástica, e que preços mais baixos gerarão mais vendas”⁵⁰. Ocorre que, considerando a realidade da renda da população brasileira, o preço é um fator de destaque que deve ser considerado, conforme será melhor exposto no tópico seguinte.

O ato de regular o preço do livro tende a não garantir mais acesso às obras pelos leitores, a intervenção na economia para conferir estabilidade ao preço pode atingir a concorrência sadia e reverter em aumento no preço pago pelos consumidores com consequência na redução da venda de livros. A verdade é que o investimento em bens culturais inovadores traz consigo um alto grau de incerteza quanto aos resultados. Um autor que produz obras novas e inovadoras para ter reconhecimento pelo mercado pode levar anos, tempo esse que os atuais modelos de negócios não costumam esperar. É nesse ponto que o Estado por meio de políticas públicas voltadas para o setor cultural do livro pode fazer a diferença no estímulo à diversidade e na preservação da identidade cultural de um povo.

No caso do Brasil, para o incentivo ao mercado de livros a Constituição Federal em seu artigo 150, inciso VI, alínea d⁵¹ estabelece um regime de imunidade tributária incidente sobre “livros, jornais, periódicos e o papel desti-

⁵⁰ HALLEWEL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. Trad. Maria da P. Villalobos; Lólio L. de Oliveira e Geraldo G. de Sousa. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2017. p. 624.

⁵¹ CF. Seção II - Das Limitações do Poder de Tributar. Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: VI - instituir impostos sobre: d) livros, jornais, periódicos e o papel destinado a sua impressão.

nado à sua impressão”. Referida imunidade foi instituída pelo constituinte originário com o intuito de proteger a liberdade de expressão, a difusão da cultura, a formação cultural do povo, a liberdade de informar e ser informado, o estímulo à divulgação das informações, e evitar o surgimento de entraves a esses mesmos direitos por força da previsão de normas tributárias.

Essa imunidade tributária não se refere apenas ao formato de obras impressas, alcançando também o áudio book, e seu suporte, como o CD-ROM, o livro digital e os “suportes utilizados para a veiculação, alcançando os componentes eletrônicos destinados exclusivamente à integração da unidade didática”⁵². São exemplos dos aparelhos alcançados pela imunidade, os leitores digitais feitos apenas para esse fim mesmo que “eventualmente, estejam equipados com funcionalidades acessórias ou rudimentares que auxiliam a leitura digital, tais como dicionário de sinônimos, marcadores, escolha do tipo e do tamanho da fonte etc”, excluídos os aparelhos multifuncionais, como *tablets*, *smartphone* e *laptops*, equipamentos utilizados para muito além da leitura de livros digitais⁵³. Estão excluídos da imunidade tributária também os fatos geradores relativos à aquisição de equipamentos, maquinários e insumos diversos do papel empregados na edição, impressão e publicação⁵⁴.

O Supremo Tribunal Federal ao interpretar a extensão da imunidade tributária sobre os livros e o papel destinado à sua impressão, e também aos *e-books*, entendeu, nos termos da Súmula Vinculante 57, de 15/04/2020, que o regime constitucional se aplica “à importação e comercialização, no mercado interno, do livro eletrônico (e-book) e dos suportes exclusivamente utilizados para fixá-los, como leitores de livros eletrônicos (e-readers), ainda que possuam funcionalidades acessórias”⁵⁵.

⁵² STF – RE 475798 AgR, Relator(a): Min. Marco Aurélio, 1ª Turma, julgado em 15/05/2018, Processo Eletrônico DJe-157 Divulg 03-08-2018 Public 06-08-2018.

⁵³ STF - RE 330817, Relator(a): Min. Dias Toffoli, Tribunal Pleno, julgado em 08/03/2017, Acórdão Eletrônico Repercussão Geral - Mérito DJe-195 divulg 30-08-2017 public 31-08-2017

⁵⁴ STF - ARE 1062946 AgR, Relator(a): Min. Luiz fux, 1ª Turma, julgado em 06/10/2017, Processo Eletrônico DJe-244 Divulg 24-10-2017 Public 25-10-2017.

⁵⁵ STF - Súmula Vinculante 57: A imunidade tributária constante do art. 150, VI, d, da CF/88 aplica-se à importação e comercialização, no mercado interno, do livro eletrôni-

Apesar desse tratamento, muitas editoras têm realizado a impressão de livros em gráficas chinesas por se apresentarem como opções mais baratas. Em 2012, por exemplo, o mercado editorial brasileiro importou 13,5 mil toneladas de livros da indústria gráfica chinesa. Tal realidade é explicada porque as “editoras enxergaram lá, do outro lado mundo, uma forma de reduzir pela metade o custo de produção e de, assim, levar às livrarias obras 50% mais baratas do que se tivessem sido impressas em território nacional”⁵⁶, o que tem transformado o mercado de impressões no Brasil.

O mercado tem discutido também o impacto da presença de grandes empresas da internet na comercialização de obras. Um exemplo é a atuação da Amazon no mercado de livros impressos e digitais, que, devido ao seu porte, capacidade gerencial e força de mercado, os preços ofertados pela empresa em sua maioria não conseguem ser praticados pelos concorrentes que veem cada vez mais aumentar a participação da gigante da internet no mercado de livros e consolidada a sua tendência monopolista⁵⁷.

4 OS NÚMEROS SOBRE O MERCADO EDITORIAL, E A LEITURA GERAL E DO *E-BOOK* NO BRASIL

Alguns números sobre o mercado editorial brasileiro podem ser vistos na Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, realizada pela Fipe desde 2006. Na pesquisa são analisados diversos dados do setor, desde o panorama geral como o comportamento dos subsetores do mer-

co (e-book) e dos suportes exclusivamente utilizados para fixá-los, como leitores de livros eletrônicos (e-readers), ainda que possuam funcionalidades acessórias. (Aprovada em sessão plenária de 15/04/2020).

⁵⁶ TARDÁGUILA, Cristina; e MEIRELES, Maurício. **Com preços até 50% menores do que no Brasil, gráficas chinesas seduzem editoras nacionais**. Rio de Janeiro: Jornal O Globo, Cultura. Matéria publicada em 21/05/2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/com-precos-ate-50-menores-do-que-no-brasil-graficas-chinesas-seduzem-editoras-nacionais-8444947>. Acesso em: 15 jan. 2020.

⁵⁷ (LINDOSO, Felipe. **O ‘censo’ do Livro Digital**. Portal Publishnews. Publicado em 04/09/2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/09/01/o-censo-do-livro-digital>. Acesso em: 07 jan. 2020).

cado editorial, como a venda de livros didáticos (DID), obras gerais (OG), religiosos (REL), científicos, técnicos e profissionais (CTP)⁵⁸.

A respeito do faturamento do mercado livreiro, compreendidas as vendas realizadas tanto no mercado em geral como para o governo, entre 2017 e 2018 o setor sofreu uma redução de 0,92%⁵⁹, e desde o início da pesquisa (2006) até 2018, as vendas retraíram 25%. O melhor ano para a mercado do livro foi em 2011, quando o faturamento total alcançou o valor de R\$ 7,2 bilhões de reais⁶⁰.

No período total da pesquisa o número de exemplares vendidos teve um discreto crescimento, saltando de 318,6 milhões (2006) para 352 milhões (2018)⁶¹.

A variação do preço médio de mercado do livro entre 2017 e 2018 teve alta de 2,37%, ficando a média dos quatro subsectores em R\$ 18,19⁶², porém entre 2006 a 2018 o preço médio dos livros diminuiu 34%, o que explica a redução do faturamento do setor no mesmo período⁶³.

⁵⁸ FIPE. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, ano base 2018**. FIPE, 2018. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2019/04/Apresentacao_pesquisa_ano_base_2018_imprensa.pdf. Acesso em: 24 jan. 2020.

⁵⁹ **Faturamento total em números por ano (R\$ milhões de 2018)**: 6.788,74 (2006) 5.360,82 (2017); 5.119,45 (2018).

⁶⁰ Série histórica 2006 a 2018; FIPE. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Desempenho Real do Mercado Livreiro, anos 2006 a 2018**. FIPE, 2018. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2019/05/e50sYDA1hK5iZ-31SUFjR5tqIaHp5Rxx7JPut8q3n3t3SNUIUBt4T55YrJsJcXxMYNfu3ICADJpP7agzm.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.

⁶¹ Publishnews, Redação. **Nos últimos 13 anos, setor editorial encolheu 25%, aponta Fipe**. Matéria publicada no site Publishnews, em 28/05/2019. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2019/05/28/nos-ultimos-13-anos-setor-editorial-encolheu-25-aponta-fipe>. Acesso em: 15 jan. 2020. Ver também FIPE. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Desempenho Real do Mercado Livreiro, anos 2006 a 2018**. FIPE, 2018. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2019/05/e50sYDA1hK5iZ31SUFjR5tqIaHp5Rxx7JPut8q3n3t3SNUIUBt4T55YrJsJcXxMYNfu3ICADJpP7agzm.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.

⁶² Variação de 2017 a 2018, livros: a) Didáticos 32,82 / 34,65; b) Gerais 10,83 / 11,60; c) Religiosos 9,15 / 9,49; d) CTP – científicos, técnicos e profissionais: 44,79 / 46,53.

⁶³ CBL, Câmara Brasileira de Livro. **Setor editorial brasileiro encolheu 25% entre 2006 e 2018**. Notícia publicada no site da CBL, em 28/05/2019. Disponível em:

4.1 Mercado do livro digital

Apresentados os números do setor editorial impresso, passa-se ao mercado do livro digital. Inicialmente, é necessário conhecer alguns marcos sobre o surgimento do livro digital. Apesar de relatos apontarem o nascimento da obra digital em 1971, quando Michael S. Hart publicou a versão eletrônica da Declaração de Independência dos Estados Unidos, o fato é que o *e-book* se popularizou a partir do lançamento nos EUA do leitor digital Kindle, da Amazon, em novembro de 2007. No Brasil, em 2009, a loja virtual Gato Sabino foi a pioneira no comércio de *e-books* – suas atividades se encerram em 2015⁶⁴. Um dia marcado como divisor de águas do livro digital no Brasil ocorreu em 05/12/2012, quando Amazon, Google e Kobo lançaram suas lojas virtuais. E assim como ocorreu nos EUA, no Brasil foi a chegada da Amazon que acelerou o mercado do digital⁶⁵.

Em relação aos números do mercado dos livros digitais⁶⁶, a participação dos *e-books* nas vendas das editoras brasileiras teve crescimento

<http://cbl.org.br/imprensa/noticias/setor-editorial-brasileiro-encolheu-25-entre-2006-e-2018>. Acesso em: 24 jan. 2020.

⁶⁴ MOREIRA, Daniela. **Gato Sabido desbravou mercado de e-books no Brasil**. Matéria publicada no site Exame, em 05/02/2013. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/gato-sabido-desbravou-mercado-de-e-books-no-brasil/>. Acesso em 15 jan. 2020. E ainda: ver NETO, Leonardo. **Xeriph desiste de negociações e segue sozinha na distribuição de livros digitais**. Informativo publicado no Blog Livrus: Livrus Negócios Editoriais, em 15/04/2015. Disponível em: <https://ebookpress.wordpress.com/tag/gato-sabido/>. Acesso em: 15 jan. 2020).

⁶⁵ CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?** In: Retratos da leitura no Brasil. 4ª ed. Zoara Failla (org.). Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 101-102.

⁶⁶ “É de se observar que as pesquisas sobre o mercado do livro digital, seja sobre no âmbito nacional ou internacional, tem encontrado dificuldades de acesso às informações, de modo que os números representam estimativas baseadas em dados fornecidos por algumas empresas de forma espontânea. V. CARRENHO, Carlo. **Livros digitais são 6,89% do mercado trade no Brasil, aponta Global eBook**. Matéria publicada no site Publishnews, em 15/05/2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/05/15/livros-digitais-sao-689-do-mercado-trade-no-brasil-aponta-global-ebook>. Acesso em: 24 jan. 2020). Ver também: ANDERSON, Porter. **2017 Global Ebook Report: as many stories as markets**. Matéria publicada no site Publishing Perspectives, em 15/05/2017. Disponível em: <https://publishingperspectives.com/2017/05/global-ebook-report-2017-many-markets/>. Acesso em: 24 jan. 2020.

nos anos de 2012 a 2016 – respectivamente de 0,5%, 2,5%, 3,5%, 4,27% e 6,89%⁶⁷. Sobre a participação dos principais *players* no mercado brasileiro do *e-book*, em 2016, foi observado da seguinte forma: Amazon (55%), Google (18%), Apple (13%), Saraiva (8%) e Kobo (6%)⁶⁸.

Nos EUA, os números da *Association of American Publishers* (AAP), em 2015, indicaram a participação de 19,80% dos *e-books* no faturamento de seus associados, esse número indica 30% do total de vendas unitárias realizadas, tendo em vista o preço do *e-book* ser mais barato que o impresso. Já quanto à participação no faturamento, desde 2009 tem sido observada uma diminuição de crescimento – por exemplo, 2009 (356%), 2010 (199%), 2012 (44%), 2013 (-0,7%), 2014 (4,7%) e 2015 (-13,2%)⁶⁹.

No Brasil, em 2016 foram comercializados 2.751.630 livros digitais, com o preço médio de R\$ 12,52, alcançado o faturamento de R\$ 34.446.595,21. E se somado ao faturamento de conteúdos fracionados e o aluguel/assinatura⁷⁰, o faturamento total do setor foi R\$ 42.543.916,96. Em relação à participação no faturamento do mercado editorial em geral (impresso e digital), o *e-book* representou 1,09% das vendas⁷¹.

A panorama sobre o futuro do *e-book* ainda é incerto, as expectativas são positivas em relação à adesão entre os leitores, especialmente devido à sua facilidade de acesso e ao potencial de redução de preço. O fato

⁶⁷ CARRENHO, Carlo. **Livros digitais são 6,89% do mercado trade no Brasil, aponta Global eBook.**

Matéria publicada no site Publishnews, em 15/05/2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/05/15/livros-digitais-sao-689-do-mercado-trade-no-brasil-aponta-global-ebook>. Acesso em: 24 jan. 2020.

⁶⁸ CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?** In: Retratos da leitura no Brasil. 4ª ed. Zoara Failla (org.). Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 101.

⁶⁹ CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?** In: Retratos da leitura no Brasil. 4ª ed. Zoara Failla (org.). Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 102.

⁷⁰ Faturamento: conteúdos fracionados, R\$ 3.619.685,59, e aluguel/assinatura R\$ 4.477.636,16.

⁷¹ FIPE. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Senso do Livro Digital, ano base 2018.** FIPE, 2016. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/Apresentacao-Censo-do-Livro-Digital.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2020.

é que ambos formatos do livro, impresso e digital, coexistirão ainda por muito tempo, e o anúncio do fim da publicação impressa possivelmente não será tratado pelas gerações presentes.

É nesse contexto que precisamos entender o livro digital no Brasil e no mundo. Trata-se de uma tecnologia de adoção muito recente e que se encontra em sua infância, quicá adolescência. Não podemos, portanto, considerar o advento dos livros digitais como um processo finalizado, ou seja, temos que analisá-lo como uma história em seu início. É absolutamente impossível afirmar o sucesso ou o fracasso do suporte digital para o livro neste momento. Estaríamos avaliando o carro em pleno movimento. E também é dessa forma que devemos encarar o resultado da pesquisa Retratos da Leitura no que se refere aos suportes digitais⁷².

Pelos números apresentados, apesar da crise das redes de livrarias e editoras, a leitura de livros não reduziu, o que tem acontecido é que o comércio ganhou novos contornos no âmbito digital, com a venda de livros impresso e digitais.

4.2 A cultura da leitura no Brasil

O diagnóstico da leitura no Brasil demonstra que há muito espaço para crescimento. Os números do hábito de leitura do brasileiro indicam uma melhora no percentual de *leitores*⁷³ entre 2011 e 2015, de 50% para 56%, número ainda considerado baixo, especialmente se considerado que 44% da população é de não leitores⁷⁴.

⁷² CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?** In: Retratos da leitura no Brasil. 4ª ed. Zoara Failla (org.). Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 102.

⁷³ A pesquisa adota o seguinte critério: **Leitor** - quem leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses. **Não Leitor** - quem declarou não ter lido nenhum livro, inteiro ou em partes, nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses.

⁷⁴ FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 185.

A respeito dos números sobre o gosto pela leitura⁷⁵ e de livros lidos⁷⁶ esses apresentaram uma evolução de 2011 a 2015 – os que declararam gostar ou gostar muito aumentou de 62% para 73%; e o número de livros lidos por ano, tanto inteiros como em parte, de 4,0 para 4,96. Sobre o número de livros lidos é de se destacar que a leitura entre os jovens até 24 anos é superior à média geral, e quanto maior a escolaridade e a renda, maior é o hábito de leitura. Outro número também expressivo é o percentual de pessoas que nunca comprou um livro, compreendendo 30% dos entrevistados⁷⁷.

Em relação ao que significa a leitura para os brasileiros, a pesquisa apontou que para 49% traz conhecimento; 23% traz atualização e crescimento profissional; 22% ensina a viver melhor; 17% ajuda a vencer na vida (financeiro); 16% é uma atividade interessante; 15% facilita a aprendizagem; e apenas para 13% é uma atividade prazerosa. A leitura não deve ser vista apenas para adquirir conhecimento, o hábito de ler bons livros deve servir também para proporcionar prazer. Ter a leitura como forma de acesso ao conhecimento, crescimento pessoal e social, e especialmente como uma atividade prazerosa é fundamental para ampliar o interesse pelos livros.

Em relação aos dados sobre barreiras para leitura, destacam-se três números a) 77% dos leitores gostariam de ter lido mais, o que indica a sensibilidade da importância e do prazer da leitura, bem como um considerável potencial de crescimento de leitura efetiva; b) 43% dos leitores alegam não ter lido por falta de tempo, realidade essa acentuada pela vida em grandes metrópoles; c) entre não leitores 20% afirmaram não saber ler⁷⁸.

⁷⁵ Evolução do gosto pela leitura, anos 2011 e 2015: Não gosta, de 30% para 23%; Gosta um pouco, de 37% para 43%; Gosta muito, de 25% para 30%. (FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 202).

⁷⁶ Evolução da leitura, anos de 2001 e 2015: Livros lidos por ano (inteiros ou em parte), de 4,0 para 4,96; sendo livros lidos inteiros, de 2,1 para 2,43; e livros lidos em partes, de 2,0 para 2,53. (FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 252).

⁷⁷ FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 270.

⁷⁸ FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 228.

Um dado que acentua o panorama negativo da leitura no Brasil é o Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF), publicado em 2018. Como resultado a pesquisa apurou que cerca de 29% da população é considerada de analfabetos funcionais – 3 entre cada 10 brasileiros –, os quais apresentam muita dificuldade para a leitura, escrita e realização de operações matemáticas em situações cotidianas⁷⁹.

No caso do Brasil, políticas públicas educacionais e a atuação de agentes na educação têm centrado esforços na formação para o mercado, deixando o estímulo à formação de leitores e ao desenvolvimento do hábito da leitura em segundo plano:

[...]. Há indícios de que a cultura brasileira não estimula o hábito da leitura. [...] os pessimistas parecem levar vantagem na discussão. Possuem, certamente, impressionante coleção de fatores supostamente inibidores do desenvolvimento natural do amor pela leitura. [...] os esforços oficiais tendem a enfatizar demais a oferta de instrução e a dar pouquíssima atenção à falta de motivação para ler, e até mesmo de oportunidade de fazê-lo, na maioria das zonas rurais. Realmente, a taxa máxima de alfabetização é alcançada, não na época de escolaridade obrigatória, mas depois da entrada no mercado de trabalho. Parece que, para cada geração como um todo, o processo de alfabetização continua durante toda a vida de trabalho [...]. Em contrapartida, parece que, para muitos, a leitura constitui apenas uma ajuda essencial para ganhar o pão e que, depois da aposentadoria, essa capacidade pode morrer por desuso⁸⁰.

A título de comparação, na França, em 2019, conforme a pesquisa “Les Français et la lecture, 2019”: a) 88% se declararam leitores; b) em média os franceses leem 21 livros por ano, sendo 17 em formato impresso e 4 em digital; c) 69% gostaria de ler mais livros; d) o mercado secundário

⁷⁹ Instituto Paulo Montenegro e Ação Educativa. **Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf)**. IBOPE Inteligência: 2018. Disponível em: <https://ipm.org.br/relatorios>. Acesso em: 12 fev. 2020. p. 8.

⁸⁰ HALLEWEL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. Trad. Maria da P. Villalobos; Lólio L. de Oliveira e Geraldo G. de Sousa. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2017. p. 785, 787 e 793-794.

de livros está crescendo, assim como o mercado do livro digital, e sobre esse 24% dos franceses leram um livro digital, seguindo uma tendência de aumento desde 2017, especialmente para jovens entre 15 e 24 anos, dos quais 47% leram pelo menos um livro digital no ano; d) 96% dos leitores leem por prazer, 94% para aprender coisas e 73% a serem felizes e realizados. Os franceses associam a leitura principalmente como uma fonte de prazer e descoberta de novos conhecimentos, sendo a busca pela realização pessoal uma expectativa também forte dos franceses⁸¹.

Esses dados sobre o Brasil embora apresentem uma realidade conjuntural negativa no âmbito da educação e da cultura de leitura de livros, apontam uma evolução dos indicadores, e também que há muito espaço para melhorias, em especial pelo fato do hábito de leitura de livros ser maior entre os jovens. E nesse aspecto é destacável para o presente trabalho a importância da difusão das novas tecnologias como fator de desenvolvimento e de acesso aos bens intelectuais.

4.3 Leitura do livro digital

Para refletir sobre os números do mercado editorial digital é importante conhecer também a realidade da leitura geral e dos livros digitais no Brasil. Para tanto, apresenta-se as pesquisas TIC Domicílios (2019)⁸² e Retratos da Leitura (2016)⁸³.

Inicialmente, destaca-se os números sobre o acesso à internet. Pessoas que declararam já ter utilizado a rede mundial de computadores em

⁸¹ CNL, Centre National du Livre. **Les Français et la Lecture, 2019**. França. Disponível em: https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/17602/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2019.03.11.ok.pdf. Acesso em: 12 fev. 2020.

⁸² CGI, Comitê Gestor da Internet no Brasil. **TIC DOMICÍLIOS 2018: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros**. [Livro eletrônico]. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028-tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 24 jan. 2020.

⁸³ FAILLA, Zoara (org.) **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

2016 representou 67% dos entrevistados, sendo que desses, 63% utilizaram nos últimos três meses⁸⁴.⁸⁵. Em 2018, a pesquisa TIC domicílios indicou uma melhora nesses números, respectivamente para 77% e 70%⁸⁶. Em 2011, 54% dos entrevistados afirmaram não acessar Internet, realidade que reduziu para 33% em 2015, e para 23%, em 2018.

Entre leitores, 81% dos entrevistados se declararam usuários de Internet, percentual que aumenta para 88% entre os que estão estudando.

Em relação à pergunta se “já ouviu falar em livro digital?”. Em 2011, a resposta foi positiva para 33% dos entrevistados, aumentando para 41% em 2015, sendo que desses apenas 26% já leram um livro digital⁸⁷.

A respeito da leitura do livro digital, entre leitores 34% já leram um livro digital, percentual que sobe para 38% entre aqueles que declararam gostar muito de ler⁸⁸.

Em relação ao tipo de dispositivo de leitura digital utilizado por quem já leu um *e-book*, o acesso ocorreu por: celular ou *smarthphone* (56%), computador (49%), *tablet* (18%) e leitores digitais (4%). Atualmente 83% da população possui celular. A popularização desses aparelhos devido a portabilidade e a dinâmica dessa tecnologia, em especial na realidade do *smarthphone* e das redes 4G e 5G, tem contribuído de forma decisiva não

⁸⁴ FAILLA, Zoara (org.) **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 256.

⁸⁵ A pesquisa TIC domicílios, publicada em 2019, indica números semelhantes em relação ao percentual de domicílios com acesso à internet no Brasil, sendo 67% o total. E os principais meios com que a conexão é feita, destaca-se: banda larga fixa (62%), via cabo de TV ou fibra ótica (39%) e via conexão móvel 3G ou 4G (27%).

⁸⁶ CGI, Comitê Gestor da Internet no Brasil. **TIC DOMICÍLIOS 2018: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros**. [Livro eletrônico]. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. São Paulo: Comitê CGI, 2019. Disponível em: https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028-tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 24 jan. 2020. p. 285.

⁸⁷ FAILLA, Zoara (org.) **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 256.

⁸⁸ FAILLA, Zoara (org.) **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 261.

apenas para navegar no ambiente digital, mas para desenvolver a leitura e o acesso ao *e-book*.

Sobre as formas de acesso a livros digitais, em 2011, dentre os que leram um livro digital 87% afirmaram ter baixado gratuitamente, número que se manteve estável em 2015 (88%). E sobre os tipos de livros digitais que mais lê, destaca-se: literatura (57%), livros técnicos para formação profissional (33%), livros escolares ou didáticos (21%), religiosos/bíblia (8%), demais (6%)⁸⁹.

Na França, o mercado do livro digital tem aumentado, metade dos jovens de 15 a 24 anos leram ao menos um livro nesse formato em 2019, sendo que o primeiro meio de leitura é o *smartphone*. Entre 2017 e 2019, aumentou o percentual de franceses leitores livros digitais, de 19% para 24%, como também de livros digitais lidos, de 3 para 4⁹⁰.

Os números da pesquisa TICs domicílios e retratos da leitura no Brasil permitem algumas considerações⁹¹. Um fato importante a destacar é que se tornou uma realidade para a maioria da população o acesso à internet e às tecnologias digitais. Por outro lado, o desenvolvimento da cultura da leitura de livros em formato digital está longe da realidade da população, o que é indicado pela baixa representatividade do faturamento dos *e-books* (1,09%) no mercado editorial em geral.

A explicação para o baixo consumo do livro digital no Brasil pode encontrar relação com o hábito de leitura. Apesar do acesso às tecnologias digitais e da expressiva utilização da internet para leitura ser uma realidade no Brasil⁹², o uso das TICs não tem sido suficiente para contribuir à

⁸⁹ FAILLA, Zoara (org.). **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 261-264.

⁹⁰ CNL, Centre National du Livre. **Les Français et la Lecture, 2019**. França. Disponível em: https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/17602/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2019.03.11.ok.pdf. Acesso em: 12 fev. 2020.

⁹¹ Nesse sentido é destacável: CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?**. In: FAILLA, Zoara (org.). **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 99-112.

⁹² Dados informados na pesquisa Retratos da leitura no Brasil, 2016: Atividades que realiza na Internet: Troca de mensagem por aplicativo (66%); Enviar e receber e-mail

leitura de *e-books*. A atividade de leitura a partir do acesso à internet coloca o livro em quarta colocação⁹³ (15%), e se considerado a predominância da leitura de notícias (52%), estudos escolares (35%) e pesquisas para aprofundar conhecimentos de interesse (32%), a quarta posição do *e-books* não chega a ser incômoda, o problema do diagnóstico é o percentual apresentado que indica o fato da cultura de ler textos longos em aparelhos digitais está longe de ser realidade para a grande maioria da população.

Os maiores consumidores de livros digitais são os leitores habituais, perfil de usuário considerado mais curioso e propenso a novas experiências. Ocorre que mesmo nessa categoria o percentual daqueles que declaram ter lido um *e-book* é considerado baixo (34%), o que ressalta mais uma vez a baixa adesão a esse tipo de leitura.

A questão do preço também contribui para o baixo consumo de *e-books* no Brasil. O preço médio do livro digital tem permanecido próximo ao do livro impresso. A formação do preço tende a seguir estratégias como a publicação por editoras com a venda através de plataformas digitais, mantendo como parâmetro os preços cobrados na versão impressa, ou a publicação de forma independente, que favorece a venda em massa por preços mais baixos. Independente da estratégia de publicação, enquanto o preço do livro digital permanecer próximo ao livro impresso o desenvolvimento de uma cultura de leitura digital caminhará a passos lentos, e nesse ponto o fator preço pode se apresentar como estímulo ou barreira para a população brasileira.

A difusão da leitura do livro digital passa pela construção de uma cultura geral que privilegie a formação de leitores e de mediadores de lei-

(54%); Acessar redes sociais, blogs ou fóruns (50%); Trabalhar ou buscar informações sobre o trabalho ou profissão (36%). (FAILLA, Zoara [org.] **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 257).

⁹³ Atividades relacionadas à leitura que realiza na internet: Ler notícias e informações em geral (52%); Estudar, fazer trabalho escolar ou pesquisar temas escolares (35%); Aprofundar conhecimento sobre temas do seu interesse (32%); Compartilhar em blogs, fóruns ou nas redes sociais sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros etc (19%); Ler jornais (16%); **Ler livros** (15%); Buscar informações sobre leituras (13%), Ler revistas (11%), Escreve em blogs ou em redes sociais sobre leituras (8%), Participam de elaboração coletiva de histórias (2%). (FAILLA, Zoara [org.] **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 259).

tura, devendo-se apresentar o *e-book* como uma alternativa viável e mais acessível, seja pelo uso da tecnologia ou por seu preço. E como o hábito da leitura é uma construção que vem da infância, a influência de terceiros mediadores para despertar seu interesse é fator determinante, a destacar a participação dos pais e professores para levar experiências e o gosto pela leitura às crianças desde a infância⁹⁴. Por isso os professores em sua formação precisam ser provocados à cultura da leitura, para assim incentivar tal hábito aos alunos⁹⁵.

De acordo com os números apresentados, ainda que a maioria da população tenha acesso à internet e às tecnologias digitais, a tendência no médio prazo é a manutenção do predomínio acentuado da produção e consumo do livro impresso, pois não se tem observado movimentos que anunciem uma mudança substancial na cultura de leitura do livro digital. A difusão do *e-book* tem espaço para crescimento, e questões como desenvolvimento da cultura de leitura, estímulo ao hábito da leitura digital, e atenção para o preço, são pontos que não podem passar despercebidos na relação entre novas tecnologias e a efetivação do acesso. A regulação e o desenvolvimento de políticas públicas de incentivo para publicação e consumo do livro digital encontram fundamento no direito fundamental de acesso à cultura e no reconhecimento do livro como um fator para o desenvolvimento e para o progresso humano.

5 A “CAUDA LONGA” E A “REGRA DOS 98%”: O NOVO MERCADO DE NICHOS

Na abordagem do negócio do livro é importante considerar algumas características do novo mercado da cultura, pautado no acesso e na diversidade, e profundamente influenciado pelas tecnologias digitais.

⁹⁴ FAILLA, Zoara [org.]. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

⁹⁵ SOMBINI, Eduardo. **Jovens leem mais no Brasil, mas hábito de leitura diminui com a idade**. 3º Seminário Economia da Arte. Folha de São Paulo. Matéria publicada em 28/09/2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/09/jovens-leem-mais-no-brasil-mas-habito-de-leitura-diminui-com-a-idade.shtml>. Acesso em: 20 fev. 2020.

Uma análise nesse sentido é feita com propriedade por Chris Anderson, na obra *Long Tail* (ou *Cauda Longa*)⁹⁶. Ainda que seus estudos tenham origem no âmbito das indústrias do entretenimento e da mídia, o autor afirma que a teoria apresenta ressonância em diversos setores, pois tem a ver com a economia da **abundância, e se impõe quando os gargalos** entre a oferta e demanda em nossa cultura começam a desaparecer com o surgimento de uma realidade que contraria a escassez tradicional, o que tende a tornar tudo disponível para todos.

O autor defende o surgimento de uma curva da demanda sem os filtros da escassez de espaço e de acesso. Nesse novo cenário econômico **é observada** uma otimização com base na ampliação da diversidade, em superação da “era dos *hits*” quando o escopo se restringia à oferta de sucessos. O novo mercado se tornou maior, e essa ampliação está pautada no aumento da oferta de produtos diversos, como livros, músicas e filmes, sob a ótica de que diversidade e acesso estão num caminho comum e de convergência.

O mercado tradicional pautado na ideia de escassez exige perenidade de grandes sucessos. Nessa lógica, se há limites físicos e poucos espaços nas prateleiras, nos cinemas, nos programas de televisão e de rádio, o mercado busca preencher tais espaços com obras com maior potencial de venda. Isso cria um **círculo vicioso** em que a única oferta é de *best-sellers*, limitando as vendas e o consumo a tais obras. E, como efeito, é observada uma restrição relativa ao acesso à diversidade cultural, o que configura censura de mercado, empobrecimento cultural e provoca um desestímulo ao surgimento de novas criatividade.

Na teoria da *Cauda Longa* a tecnologia tem proporcionado a transformação do mercado de massa, até então regido por poucas empresas, para um mercado fragmentado composto por uma quantidade significativa de nichos. E cada vez mais se observa a conversão do mercado de massa para o mercado de nichos, concebendo, desse modo, o mercado dos consumidores em rede.

⁹⁶ ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Na pesquisa o autor apurou um case de vendas digitais de músicas pela Ecast, uma espécie de “junkebox digital” com 10.000 álbuns disponíveis. De início ele supôs que a cada trimestre a empresa vendesse ao menos uma faixa dos cerca de 50% dos álbuns disponíveis. Ele sabia que a experiência convencional de vendas poderia indicar para a regra do 80/20, em que 20% dos produtos respondem por 80% das vendas, e geralmente por 100% dos lucros. Porém, como resultado ele percebeu que no mundo digital essa regra não se aplica, sobretudo devido às facilidades proporcionadas pela tecnologia, que permite o acesso ilimitado às **prateleiras digitais** e aos recursos de pesquisa. E diferente do que imaginava, a resposta o surpreendeu, pois 98% dos 10.000 álbuns vendia ao menos uma faixa a cada trimestre.

Surgiu assim a “Regra dos 98%”. Esse percentual de vendas acabou sendo verificado nas vendas da iTunes (Apple), da Netflix e da Amazon no comércio de livros⁹⁷. Esse dado demonstra que a demanda por conteúdo digital que não são *hits* pode ser ilimitada. E ainda que as vendas de todos os conteúdos não sejam em grandes volumes, por se tratar de “bits num banco de dados, cujo armazenamento e entrega custam praticamente nada”, a soma dessas pequenas vendas gera receitas significativas⁹⁸.

A partir dessa análise resta claro que o mercado dos bens intelectuais, com destaque para livros, músicas e filmes – bens intangíveis cuja possibilidade da disponibilização no ambiente digital é ilimitada –, é di-

⁹⁷ “A Amazon não forneceu números exatos, mas pesquisas acadêmicas independentes sobre suas vendas de livros sugeriram que 98% de seus 100 mil livros mais importantes geraram pelo menos uma venda por trimestre”. (ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. p. 10).

⁹⁸ “Vann-Adibé descobriu que o mercado agregado para músicas de nicho era enorme e efetivamente sem fronteiras. E denominou essa situação de “Regra dos 98%”. Tempos depois, ele me disse mais ou menos o seguinte: ‘Num mundo em que o custo da embalagem é praticamente zero, com acesso imediato a praticamente qualquer conteúdo nesse formato, os consumidores apresentam um comportamento consistente: olham para praticamente tudo. Acho que isso exige grandes mudanças por parte dos produtores de conteúdo — apenas não sei que mudanças são essas!’”. (ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. p. 9).

retamente atingido pelas transformações da nova economia de nichos pautada na diversidade e nas facilidades de acesso proporcionadas pelas tecnologias digitais.

A economia do entretenimento no contexto digital da sociedade em rede deveria anunciar um mercado descentralizado, oferecendo aos leitores uma possibilidade quase infinita de acesso aos livros, porém tal cenário ainda não é observado. Muitas obras literárias não estão disponíveis no ambiente digital. O problema se torna mais acentuado no caso das obras com edições impressas esgotadas. É nesse ponto que o acesso digital das obras deve ser visto como um fator de desenvolvimento social e econômico. Tecnologia há, mercado há, interesse social há, o que não há é iniciativa e um olhar pelo titular sobre a relevância do acesso.

6 FALHAS DE MERCADO, REGULAÇÃO E AS LICENÇAS COMPULSÓRIAS

Ao analisar a relação entre equidade e eficiência, ou justiça e mercado, observa-se que o mercado tem um papel significativo mesmo em contextos não mercadológicos. E nesse cenário o Direito exerce um papel fundamental para: a) promover as condições necessárias para uma transação efetiva, por exemplo, delimitando os direitos de propriedade, assegurando o cumprimento dos contratos, prevenindo fraude e reduzindo os custos de transação; ou b) corrigir falhas de mercado, por exemplo, removendo obstáculos para trocas e acessos, estabelecendo leis antitrustes e regulando externalidades negativas⁹⁹.

É conclusivo que equidade e eficiência caminham juntas para construir uma sociedade justa, e a consecução desse objetivo não ocorre a partir da relativização de valores nem da concepção do Direito como guardião do livre mercado. A equidade e a justiça devem prevalecer sobre a eficiência e o mercado, especialmente quando o que está em jogo é o interesse público e a dignidade das pessoas. Os **direitos** são triunfos po-

⁹⁹ NUSDEO, Fábio. **Curso de economia**: introdução ao direito econômico. 5ª ed. São Paulo: RT, 2008. pp. 154 e 159. Ou ainda, COOTER, Robert, ULEN, Thomas. **Law & Economics**. 6th ed. Addison-Wesley. 2011. p. 39.

líticos¹⁰⁰ que os indivíduos têm frente à prepotência do Estado e à tirania do mercado¹⁰¹.

Na teoria econômica quando os mercados reais se afastam do ideal ocorrem as denominadas falhas de mercado¹⁰². Na relação entre Direito e Economia evidencia-se o propósito da regulação jurídica em corrigir falhas de mercado para atingir o ótimo social.

No caso das criações intelectuais recorda-se que o mercado da criatividade surgiu e passou a ser tutelado a partir da concepção de um modelo de regulação jurídica que deu vida aos sistemas de patentes e de direitos autorais. Esse reconhecimento das criações como bens com valor econômico passa pela regulação jurídica do Estado, responsável por conceder aos titulares um direito exclusivo de exploração da uma atividade econômica. É assim que a regulação da propriedade intelectual se justifica como uma solução à falha de mercado presente na não-rivalidade e na inesgotabilidade das criações intelectuais¹⁰³.

¹⁰⁰ DWORKIN, Ronald. **Levando os direitos a sério**. Trad. Nelson Boeira. São Paulo: Martons Fontes, 2002. Introdução p. XV.

¹⁰¹ VASQUEZ, Rodolfo. **Comentarios sobre algunos supuestos filosóficos del análisis económico del derecho**. In: ISONOMIA. Revista de Teoría y Filosofía del Derecho N° 05. Alicante: Universidad de Alicante, 1996, p. 99-125.

¹⁰² COOTER e ULEN indicam quatro falhas de mercado: 1. Monopólio e Poder de Mercado; 2. Externalidades; 3. Bens Públicos; 4. Severa Assimetria de Informações. (COOTER, Robert, ULEN, Thomas. **Law & Economics**. 6th ed. Addison-Wesley. 2011. pp. 38-42). NUSDEO indica a existência de 5 falhas de mercado: 1. Rigidez de fatores: falha de mobilidade; 2. Acessos às informações relevantes: falha de transparência; 3. A concentração econômica: falha de estrutura; 4. Externalidades: falha de sinalização; 5. Bens coletivos: falha de incentivo; a esses o autor acrescenta também “uma falha analítica e institucional: os custos de transação” (NUSDEO, Fábio. **Curso de economia: introdução ao direito econômico**. 5ª ed. São Paulo: RT, 2008. pp. 138-164). E RIBEIRO também destaca a teoria sobre falha de mercado como acessória à aplicação da AED, sendo as falhas de mercado analisadas sob a perspectiva da: *a assimetria de informação, o poder econômico e as estruturas de mercado, as externalidades*; (RIBEIRO, Marcia Carla Pereira y GALESKI Jr., Irineu. **Teoria Geral dos Contratos**. Contratos empresariais e análise econômica. Rio de Janeiro: Elseiver, 2009. p. 71-114).

¹⁰³ “O problema da não-apropriabilidade representa uma falha do mercado. Isso porque o montante de inovação produzido será abaixo do ótimo quando o inovador não conseguir se apropriar do valor social de sua inovação”. (TIM, Luciano, e CAOVIALLA, Renato. **As Teorias Rivalis sobre a Propriedade Intelectual no Brasil**. Universidade Católica de Brasília, UCB. Revista EALR, v. 1, nº 1, p. 49-77, Jan-Jun, 2010. Disponível

O fato é que um modelo de mercado pautado na liberdade jurídica, idealizado na falsa premissa de que a autoregulação encontraria o ótimo social, ao permitir a livre apropriação das obras por todos, não garante ao autor o devido reconhecimento e proteção do interesse econômico. Portanto, o Estado ao instituir direitos exclusivos de autor intervém no mercado para corrigir a falha da livre apropriação das criações. E “é exatamente por isso que foi preciso criar um sistema de regulação, de intervenção estatal para corrigir essa falha de mercado, da possibilidade de cópia”¹⁰⁴.

Nesse sentido, autores como Herbert J. Hovenkamp e Christina Bohannon destacam como premissa das leis de patentes e de direitos autorais o fato de que o mercado operando sozinho não produzirá a quantidade ideal de inovação. A falha de mercado é assim o ponto de partida e a origem das legislações industriais e autorais, pois sem elas qualquer pessoa poderia seguir livremente copiando inovações ou usufruindo obras autorais. A regulação estatal passa a ser a regra no regime das criações intelectuais. E o problema passa a ser a medida dessa regulação, os espaços do público e os limites do privado, i. e., o encontro da harmonia entre os interesses envolvidos¹⁰⁵.

Com a regulação dos sistemas de propriedade intelectual o mercado da criatividade entraria em reequilíbrio. Tal regulação ao conceder um poder jurídico, estabelece um regime de escassez artificial necessária à valoração econômica da obra. Por outro lado, o exercício desse direito pelo titular cria um novo plano de concorrência do mercado da criatividade, o mercado do exclusivo. É nesse mercado do exclusivo que se observa o surgimento de uma nova falha, tendo em vista que o exercício da proteção legal permite “uma situação de monopólio imitigado, ou uma posição de

em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/1464/1113>. Acesso em: 24 jul. 2020).

¹⁰⁴ BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da propriedade intelectual**. Tomo I. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013. p. 196.

¹⁰⁵ HOVENKAMP, Herbert J., e BOHANNAN, Christina. **IP and Antitrust: Reformation and Harm**. Boston College Law Review, vol. 51, pág. 905, 2010, University of Iowa. Legal Studies Research Paper. Number 09-16. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1377382>. Acesso em: 21 ago. 2020.

poder jurídico excessivo, não correspondente à necessidade de superar a primeira modalidade de falha de mercado”¹⁰⁶.

A particularidade é que essa falha de mercado de segundo nível – o monopólio legal – decorre da própria regulação do mercado dos bens intelectuais concebida originalmente para corrigir a falha presente na natureza de ser da criatividade – a intangibilidade e a não rivalidade. A soberania cega do autor ao produzir uma externalidade negativa que desconsidera o próprio fundamento do exclusivo, assim impõe um elevado custo social prejudicial à coletividade. Por isso que se faz necessária uma constante revisão do alcance e dos limites do exclusivo para harmonizar os movimentos da sociedade e os interesses envolvidos. Nesse ponto, uma medida que se apresenta para corrigir a falha de mercado no excesso da concepção de origem do exclusivo é o instituto das limitações do exclusivo em suas diversas concepções¹⁰⁷.

No caso do exercício do direito exclusivo é possível se observar a existência de uma externalidade negativa que impõe um custo social prejudicial aos destinatários da cultura e ao próprio mercado, custo esse inexistente para o seu gerador.

A falha de terceiro nível decorre assim do exercício abusivo do exclusivo. O abuso do poder jurídico pelo titular impõe uma restrição que igualmente prejudica o acesso à criação, e que promove uma falha de mercado com elevado custo social. Um remédio jurídico que se apresenta para a correção de tal falha é o licenciamento compulsório.

Como dito, evidenciada a existência de uma falha compete ao Estado, por meio da regulação jurídica, corrigi-la para tornar efetivo o direito de acesso¹⁰⁸. O que está em debate é a correção de uma falha verifica-

¹⁰⁶ BARBOSA, Denis Borges. **A Propriedade Intelectual e a teoria do market failure**. 2002. Texto disponível em: <http://denisbarbosa.addr.com/apostilas.htm>. Acesso em: 21 ago. 2020.

¹⁰⁷ LOREN, Lydia Pallas Loren. **Redefining the Market Failure Approach to Fair Use in a Era of Copyright Permission Systems**. Journal of Intellectual Property Law, School of Law University of Georgia, 1997. Disponível em: <https://digitalcommons.law.uga.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1144&context=jipl>. Acesso em: 27 ago. 2020).

¹⁰⁸ “Falhas de mercado e falhas de governo. O fato de que o mercado falha é amplamente conhecido, e a existência de falhas de mercado é a justificativa clássica para a

da no exercício abusivo do monopólio autoral, precisamente no mercado primário das obras literárias. Nos casos de edições esgotadas, o exercício abusivo do exclusivo gera um efeito nocivo aos destinatários da cultura ao promover uma escassez anômala de restrição-exclusão do acesso pela negativa de novas publicações.

Já a respeito do comportamento do mercado secundário de livros, o que se observa é a existência de uma relação direta deste com o mercado primário, e o que se evidencia é que problema está na origem, no abuso do exercício do poder jurídico. E por isso se mostra imprescindível a existência de instrumentos jurídicos que permitam balizar e, por vezes, corrigir desvios no exercício do exclusivo.

E nesse ponto o instituto das licenças compulsórias se justifica como medida de correção dessa falha do mercado primário no caso de obras esgotadas, para a harmonização dos interesses envolvidos.

A Convenção da União de Berna (CUB), na revisão de Paris em 1971, incorporou o instituto das licenças compulsórias no âmbito dos direitos autorais. No Brasil, a CUB foi promulgada em 1975, pelo Decreto Executivo 75.699/1975, para que “seja executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém”. O Brasil apesar de signatário da CUB não previu na atual Lei dos Direitos Autorais (LDA), Lei 9.610/1998, o regime das licenças compulsórias, presente na revogada Lei 5.988/1973.

A regulação das licenças compulsórias se faz ainda mais relevante no contexto da sociedade informacional, em que há disponível tecnologias digitais que permitem o acesso e o compartilhamento de bens culturais com o custo de produção e de distribuição mais acessíveis se comparados ao modelo do formato tradicional das obras impressas.

O regime das licenças compulsórias, nos casos de abuso do exclusivo, não pode ser visto com misticismos ou sinônimo de despres-

regulação de atividades pelo Estado. Demonstrar a existência de falhas de mercado é um exercício intelectual muito interessante; tão interessante quanto incompleto porque as falhas de mercado geralmente coexistem com falhas de regulação. A questão não é tanto se o mercado falha, mas entender se alguma das possíveis formas de regulação falhará menos do que o mercado” SALAMA Bruno Meyerhof. **O que é pesquisa em Direito e Economia?** Cadernos Direito GV. v 5. n. 2: março 2008. p. 40.

gio ou revogação dos direitos autorais, pelo contrário, a existência do licenciamento exige o reconhecimento prévio do exclusivo e a garantia da prestação econômica em favor do titular, em contraposição ao dogma da autorização prévia. É nesse sentido que o instituto se apresenta sob a perspectiva de um regime jurídico previsto para situações excepcionais fundadas no interesse público, instituído para coibir práticas de abuso de direito e de abuso de poder econômico.

O fundamento das licenças compulsórias é visto, assim, na garantia do acesso à cultura e aos frutos da ciência e da tecnologia, como um direito fundamental para o desenvolvimento e para cumprimento da função social dos direitos autorais.

A partir do reconhecimento do direito fundamental de acesso à cultura, da função social dos direitos autorais, da teoria do abuso de direito, e considerando a importância do exclusivo de exploração econômica (titular e mercado), o instituto das licenças compulsórias surge como medida de harmonização entre interesses públicos e privados no problema das obras literárias com edição esgotada.

CONCLUSÃO

Na teoria econômica quando os mercados reais se afastam do ideal, ocorre a chamada falha de mercado. Na relação entre Direito e Economia evidencia-se o propósito da regulação jurídica em corrigir falhas de mercado para atingir o ótimo social. No caso das obras esgotadas o que se observa é a existência de uma externalidade negativa que impõe um custo social prejudicial aos destinatários da cultura e ao próprio mercado, custo esse inexistente para o seu gerador.

A particularidade é que essa falha de mercado decorre da própria regulação do mercado dos bens intelectuais. Para corrigir a falha presente na natureza de ser de “bens públicos”, intangíveis e não rivais, concebeu-se o regime jurídico da propriedade intelectual sob a natureza de monopólio legal. A partir de então o **exercício** abusivo desse direito exclusivo,

decorrente da restrição abusiva do acesso às criações, têm gerado uma falha de mercado que impõe um elevado custo social.

O que está em debate é a correção dessa falha verificada no exercício ilícito do monopólio autoral junto ao mercado primário do livro, cujo efeito nocivo tem sido internalizado pelos destinadores da cultura. O debate sobre o acesso aos livros passa pela maior atenção ao mercado primário, com a implementação de políticas públicas e a revisão da LDA. A edição de obras novas e a publicação em formato digital de obras esgotadas pode ser regulada e estimulada para viabilizar a efetivação do direito de acesso, apresentando-se a tecnologia do *e-book* como um recurso importante. Alguns aspectos podem ser destacados no debate, como titularidade, publicidade, os limites contratuais, o direito de edição para obras impressas e digitais, o estímulo à disponibilização de obras no formato digital, e em especial a regulação, a previsão legal de licenças compulsórias para casos de exercício abusivo do exclusivo de autor.

É assim que verificado o esgotamento da edição de obras literárias, evidenciado o exercício abusivo do titular em afronta ao direito fundamental de acesso à cultura, o regime das licenças compulsórias surge com medida destinada a harmonizar as prerrogativas dos titulares e o interesse público.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANDERSON, Porter. **2017 Global Ebook Report**: as many stories as markets. Matéria publicada no site Publishing Perspectives, em 15/05/2017. Disponível em: <https://publishingperspectives.com/2017/05/global-ebook-report-2017-many-markets/>. Acesso em: 24 jan. 2020.

ASCENSÃO, José de Oliveira. Direito fundamental de acesso à cultura e direito intelectual. In: SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coord). **Direito de autor e direitos fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 2011.

ASCENSÃO, José de Oliveira. O direito autoral numa perspectiva de reforma. In: WACHOWICZ, Marcos; SANTOS, Manuel Joaquim Pereira dos (orgs.). **Estudos**

de direito do autor e a revisão da lei dos direitos autorais. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2010.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual.** 2ª Edição. Rio de Janeiro, 2003. p. 72. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/paginas/livros/livros_digitais.html. Acesso em: 21 jan. 2020.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura.** Trad. Geraldo Gerson de Souza. Cotia, SP: Ateliê Editorial. 2007.

BROWN, John Seely e DUGUID, Paul. **A vida social da informação.** São Paulo: Makron books, 2001.

CARRENHO, Carlo. **O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?** In: Retratos da leitura no Brasil. 4ª ed. Zoara Failla (org.). Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CARRENHO, Carlo. **Livros digitais são 6,89% do mercado trade no Brasil, aponta Global eBook.** Matéria publicada no site Publishnews, em 15/05/2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/05/15/livros-digitais-sao-689-do-mercado-trade-no-brasil-aponta-global-ebook>. Acesso em 24 jan. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

COELHO, Luiz Fernando. **Saudade do futuro.** Florianópolis: Fundação Boiteux, 2001.

COOTER, Robert, ULEN, Thomas. **Law& Economics.** 6th ed. Addison-Wesley. 2011.

COYLE, Karen. **Stakeholders and standards in the e-book ecology:** or, it´s the economics, stupid. Library Hi Tech, 2001, vol.19, no. 4, p. 314.

DONEDA, Danilo. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental.** Revista Espaço Jurídico. Journal of Law [EJLL], 12(2), 91-108. Editora Unoesc. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/1315>. Acesso em: 29 maio 2020.

DOWBOR, Ladislau. Economia da Cultura Digital. In: SAVAZONI Rodrigo e COHN Sergio (orgs.). **Cultura digital.br.** Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

DWORKIN, Ronald. **Levando os direitos a sério**. Trad. Nelson Boeira. São Paulo: Martons Fontes, 2002. Introdução p. XV.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Trad. Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HALLEWEL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. Trad. Maria da P. Villalobos; Lólio L. de Oliveira e Geraldo G. de Sousa. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2017.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço**. Trad. Enio Paulo Giachini. 2ª ed. ampliada. Petrópolis-RJ, Vozes, 2017.

LEMLEY, Mark A. **A New Balance Between IP and Antitrust**. Stanford Law School. Working Paper n. 340, April 2007. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=980045>. Acesso em: 21 jan. 2020.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LOKJKINE, Jean. **A revolução informacional**. Trad. José Paulo Netto. 2ª ed. São Paulo: Editora Cortez, 1999.

LOREN, Lydia Pallas Loren. **Redefining the Market Failure Approach to Fair Use in a Era of Copyright Permission Systems**. Journal of Intellectual Property Law, School of Law University of Georgia, 1997. Disponível em: <https://digitalcommons.law.uga.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1144&context=jipl>. Acesso em: 27 ago. 2020.

NUSDEO, Fábio. **Curso de economia: introdução ao direito econômico**. 5ª ed. São Paulo: RT, 2008. pp. 154 e 159. Ou ainda, COOTER, Robert, ULEN, Thomas. **Law& Economics**. 6th ed. Addison-Wesley. 2011.

RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. 2ª ed. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

SANTOS, Laymert Garcia dos [et. al.]. **Revolução tecnológica, internet e socialismo**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Trad. Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VASQUEZ, Rodolfo. **Comentarios sobre algunos supuestos filosóficos del análisis económico del derecho**. In: ISONOMIA. Revista de Teoría y Filosofía del Derecho N° 05. Alicante: Universidad de Alicante, 1996.

Recebido: 10/04/2021

Aprovado: 26/04/2021