



Matrizes

ISSN: 1982-2073

ISSN: 1982-8160

matrizes@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

THOMPSON, JOHN B.

O futuro dos livros

Matrizes, vol. 17, no. 1, 2023, January-, pp. 11-20

Universidade de São Paulo

São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i1p11-20>

Available in: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143074932002>

- ▶ [How to cite](#)
- ▶ [Complete issue](#)
- ▶ [More information about this article](#)
- ▶ [Journal's webpage in redalyc.org](#)

[redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Scientific Information System Redalyc

Network of Scientific Journals from Latin America and the Caribbean, Spain and Portugal

Project academic non-profit, developed under the open access initiative

# O futuro dos livros

## *The future of books*

■ JOHN B. THOMPSON<sup>a</sup>

Universidade de Cambridge, Cambridge, Inglaterra.

### RESUMO

A revolução digital teve, e continua tendo, um impacto dramático em muitos setores da mídia e indústria criativa, mas qual é seu impacto na nossa mais antiga indústria midiática – o mercado editorial? No início dos anos 2000, muitos observadores ponderaram que o livro impresso seria eclipsado por livros eletrônicos e outras formas de entrega de conteúdo digital, assim como o vinil fora substituído pelo *download* digital e serviços de *streaming*. Thompson, no entanto, mostra que o livro impresso provou ser mais resiliente do que muitos comentaristas assumiram, argumentando que as consequências mais importantes da revolução digital para o mercado editorial devem ser buscadas alhures.

**Palavras-chave:** Livros, editoração, revolução digital, livro digital, Amazon

### ABSTRACT

The digital revolution has had, and continues to have, a dramatic impact on many sectors of the media and creative industries, but what impact has it had on the oldest of our media industries – the book publishing industry? In the early 2000s, many observers thought it likely that the print-on-paper book would be eclipsed by ebooks and other forms of digital content delivery, just as the vinyl LP was displaced by digital downloads and streaming services. However, Thompson shows that the print-on-paper book has proven to be much more resilient than many commentators assumed, and he argues that the most important consequences of the digital revolution for the book publishing industry lay elsewhere.

**Keywords:** Books, publishing, digital revolution, ebooks, Amazon

<sup>a</sup> John B. Thompson é Professor Emérito de Sociologia na University of Cambridge e Membro Emérito do Jesus College. O material para este artigo foi retirado de seu livro *Book Wars: The Digital Revolution in Publishing* (Cambridge: Polity, 2021).

# D

## O futuro dos livros

NESTA ERA DE *smartphones*, *tablets*, videoconferências e da internet, temos plena consciência de que muitos dos meios de comunicação tradicionais, outrora tidos como certos, têm estado sob crescente pressão de novas formas de comunicação e novos padrões de uso da mídia. Muitos jornais foram forçados a fechar as portas, e aqueles que sobreviveram tiveram que reduzir o tamanho de seu jornal impresso e demitir alguns de seus funcionários, já que a combinação de circulação reduzida e perda de receita publicitária levou a um sangramento do seu valor na indústria. Da mesma forma, a indústria da música foi virada de cabeça para baixo na década de 1990 e início dos anos 2000, quando CDs e discos de vinil foram rapidamente ofuscados por downloads digitais e serviços de *streaming* como o Spotify. À medida que essas mudanças se firmaram, a indústria da música experimentou um colapso dramático de sua receita na primeira década do século XXI, com a queda de mais da metade do faturamento total das vendas de música gravada nos EUA. O disco de vinil fez um retorno modesto nos últimos anos, mas agora representa apenas uma pequena fração do faturamento total da indústria da música.

Não há dúvida de que a revolução digital teve, e continua a ter, um impacto dramático em muitos setores da mídia e das indústrias criativas, mas que impacto ela teve na mais antiga de nossas indústrias de mídia – a indústria editorial de livros? O livro impresso existe há mais de cinco séculos, desde que Johann Gutenberg começou a experimentar com uma prensa de tipos móveis, por volta de 1440. Desde então, os livros passaram a desempenhar um papel fundamental na criação, acumulação e transmissão de conhecimento, especialmente nas ciências humanas e sociais, e enriqueceram nossas vidas sociais, culturais e políticas de inúmeras maneiras. Apesar das muitas mudanças nas formas como os livros são impressos e vendidos desde que o mercado do livro surgiu pela primeira vez na Europa do século XV, o seu formato básico permaneceu praticamente inalterado: persistiu ao longo dos séculos como um objeto físico no qual a tinta é impressa em papel e as páginas são unidas para formar o livro. Mas, seria ainda esse o caso na era digital? Será que o livro impresso sofrerá o mesmo destino dos discos de vinil? Afinal, o conteúdo textual dos livros é tão facilmente digitalizado quanto a música, e o livro físico pode perder espaço para formas mais baratas e eficientes de entregar o conteúdo. E, se isso acontecer, o que significaria para nossa cultura e para nossas práticas de produção e troca de conhecimento?

Como sociólogo que trabalha em organizações de mídia, essas são questões que me interessavam desde o início dos anos 2000, quando comecei a trabalhar nas estruturas em transformação da indústria editorial de livros. No início dos anos 2000, muitas das pessoas que trabalhavam na indústria editorial de livros olhavam ansiosamente para o que estava acontecendo na indústria da

música e questionavam se a mesma coisa aconteceria com elas: seria a música um anúncio do futuro dos livros? Seus medos começaram a se materializar em novembro de 2007, quando a Amazon lançou o Kindle. O Kindle não foi de forma alguma o primeiro dispositivo de leitura digital – havia muitos antes disso. Mas o Kindle estava em um patamar diferente. Não só foi um dispositivo de leitura excepcionalmente bem projetado, com tecnologia de e-ink (em vez de telas retroiluminadas) e conectividade 3G sem fio para que os leitores pudessem baixar ebooks diretamente da loja Kindle da Amazon, como também deu aos leitores acesso a uma gama muito maior de ebooks a preços muito atraentes, incluindo muitos *best-sellers* do *New York Times* e outros novos lançamentos a US \$ 9,99. Em 2008, as vendas de e-books decolaram nos EUA e, para muitos, este parecia ser o momento iPod da indústria editorial de livros. O crescimento nas vendas de e-books nos anos imediatamente após a introdução do Kindle foi mais dramático do que qualquer coisa que a indústria editorial de livros tenha visto em sua longa história de 500 anos. Em 2012, os e-books estavam respondendo por cerca de 25% da receita de muitas editoras comerciais nos EUA, e o crescimento parecia estar em um caminho ascendente. Para muitas pessoas que trabalhavam na indústria editorial na época e para muitos observadores externos, parecia que este era o começo do fim para o antiquado livro impresso em papel.

Mas então algo igualmente dramático aconteceu: o crescimento de repente parou. Ninguém esperava isso: para a maioria dos observadores, essa súbita reversão da sorte foi uma surpresa completa. Em 2013 e 2014, as vendas de e-books nos EUA se estabilizaram e depois começaram a diminuir; em 2018, os e-books representavam cerca de 15% do total de vendas comerciais dos EUA – bem abaixo de onde estavam apenas cinco anos antes. O padrão foi bem semelhante no Reino Unido, embora houvesse um intervalo de tempo de um ano ou dois, e os e-books nunca atingiram os mesmos níveis que atingiram nos EUA. Como explicar essa inversão? Por que os e-books não continuaram a crescer e a se desenvolver da mesma forma que os downloads digitais e os serviços de *streaming* na indústria da música, e por que os livros impressos se mostraram mais resilientes do que muitos pensavam e temiam?

Antes de responder a esta pergunta, temos de ver que o quadro não é tão simples como os números que acabei de fornecer podem sugerir. As porcentagens médias escondem uma grande variação na medida em que diferentes tipos de livros mudaram para formatos digitais. Ao olhar mais de perto, vemos que alguns tipos de livros, especialmente ficção de gêneros, como romance, mistério e ficção científica, na verdade migraram bastante para formatos digitais: para muitas dessas categorias, os e-books estavam respondendo por cerca de 40-50% das vendas até 2014, e essa porcentagem não caiu muito desde então.

# D

## O futuro dos livros

Mas para outras categorias de livros, incluindo muitos de não ficção, como história e biografias, os e-books representaram uma porcentagem muito menor das vendas gerais. E em algumas categorias, como livros infantis, livros de viagens e livros de receitas, os e-books nunca decolaram.

Existem vários fatores que ajudam a explicar por que a transição de livros impressos para ebooks tem sido muito mais limitada e mais errática do que a transição para formatos digitais na indústria da música. Em primeiro lugar, a indústria da música e o mercado do livro lidam com diferentes tipos de bens simbólicos. Na indústria da música, o álbum sempre foi um produto um tanto artificial. Em geral, era uma coleção de músicas diferentes, agrupadas e vendidas como um único álbum, mas do ponto de vista do ouvinte, nem todas essas músicas eram de igual valor. Para os consumidores, não era uma experiência incomum comprar um álbum por conta de uma ou duas músicas que você realmente gostava para depois descobrir que o resto do álbum estava cheio de outras dez ou doze músicas que não faziam nada por você. Uma das grandes inovações da iTunes Store da Apple é que ela desempacotou o álbum e vendia músicas individuais por US\$ 0,99: agora você não era mais obrigado a adquirir as outras dez ou doze músicas que você nunca quis ouvir. Isso era extremamente atraente para os consumidores, que agora podiam construir suas próprias listas de reprodução sem ter que ouvir uma série de músicas indesejadas. Porém, na indústria editorial de livros, a desagregação nunca teria o mesmo tipo de apelo, simplesmente porque a maioria dos livros não são coleções arbitrárias de capítulos, mas sim textos integrados em que um capítulo segue outro em uma sequência estruturada à medida que a narrativa ou o enredo se desenrola. Não faria sentido comprar um capítulo de um romance de Agatha Christie e descartar o resto.

Talvez, o mais importante é que havia mais desvantagens para os leitores de livros na mudança do impresso para o digital do que para os ouvintes de música, na mudança do analógico para o digital. Ouvir discos de vinil requer um tocador específico e dá ao ouvinte muito pouca flexibilidade; Os discos riscam facilmente, eles não podem ser ouvidos em movimento, e você não pode facilmente pular as faixas que você não quer ouvir. Os CDs dão ao ouvinte alta fidelidade e maior flexibilidade e mobilidade, e os downloads digitais dão ao ouvinte ainda mais flexibilidade e mobilidade, além de permitir que o álbum seja desagregado para que as músicas possam ser compradas à parte ou ouvidas através de um serviço de *streaming* como o Spotify – em suma, a transição para a música digital trouxe muitas vantagens para o ouvinte com pouquíssimas desvantagens. No caso dos livros, no entanto, a situação era muito menos clara. A leitura de textos de formato longo em uma tela, sem dúvida, trouxe algumas vantagens – os livros podem

ser comprados facilmente e baixados rapidamente, o preço é geralmente menor, o tamanho das letras pode ser ajustado para se adequar ao leitor, muitos livros podem ser transportados em um único dispositivo, etc. Mas, também trouxe algumas desvantagens para muitos leitores, sendo a mais significativa delas o fato de que a experiência de ler textos longos em uma tela não é tão boa quanto a experiência de lê-los na página impressa. Essa desvantagem pode ter sido menos pronunciada para os leitores de romance comercial, mas para muitos leitores de romance literário e de não ficção – e especialmente de livros que exigiam muita concentração, livros que eram ilustrados e livros que são usados como obras de referência – havia vantagens claras em ler na página impressa em vez de uma tela: é mais fácil para os olhos, é mais fácil mover-se para frente e para trás no texto ou mergulhar em um determinado lugar por uma determinada razão, e há um certo prazer – tátil e estético – envolvido na leitura de um livro impresso que é bem projetado e bem produzido. É claro que algumas dessas vantagens visíveis podem estar enraizadas no costume e no hábito: indivíduos acostumados a ler livros de uma certa maneira podem achar difícil mudar, e as novas gerações podem estar menos presas aos costumes e práticas daqueles que cresceram com o livro impresso. Mas também é provável que a notável resiliência do livro impresso decorra em parte pelas vantagens e benefícios muito reais que derivam da leitura em livros impressos. O livro impresso é um excelente dispositivo de leitura que permite uma experiência de alta qualidade – melhor, aos olhos de muitos, do que a experiência de ler texto de formato longo em uma tela – e um objeto cultural esteticamente agradável que é valorizado por si só, como algo a ser manuseado, admirado e apreciado. Qualquer que fosse o valor que o disco de vinil tivesse (sem dúvida, também tem um valor estético, com o design da capa se tornando uma forma de arte em si), o saldo de vantagens e desvantagens no caso da música pesou muito a favor da transição para o digital; ao passo que, no caso dos livros, os prós e contras eram muito mais equilibrados e, para alguns tipos de livros, pesavam a favor da impressão.

Há um fator relacionado que é relevante aqui: o que eu chamo de “valor de posse” dos livros. O que quero dizer com isso é que alguns livros são objetos que um indivíduo quer não apenas para ler, mas também para ter, colocar em sua prateleira ou em sua estante, para que possa retornar em um momento posterior no tempo, compartilhar com os outros, talvez presentear, ou até exibir em sua sala de estar ou estudo como um signifiante, um objeto simbólico representativo do gosto e dos valores de seu dono (ou representativo do que os donos gostariam que os outros pensassem que são seus gostos e valores). Como objetos culturais que têm certos traços estéticos valorizados – uma bela capa, um interior bem projetado, uma materialidade sensual – os livros impressos são valorizados tanto

# D

## O futuro dos livros

por seu conteúdo quanto pela forma material através do qual esse conteúdo é transmitido. Os e-books carecem desses traços estéticos e dos direitos de propriedade que fazem parte do valor de posse do livro impresso. Quando compramos um livro impresso, podemos fazer com ele o que quisermos (ler, exibir, compartilhar, doar, até mesmo revender), enquanto quando compramos um e-book, o licenciamos e as condições de licenciamento normalmente restringem o que podemos fazer com o conteúdo (por exemplo, o número limitado de dispositivos para acessar, não permite compartilhamento, etc.). Assim, possuir um livro como um objeto físico tem benefícios e vantagens reais. A música também tem valor de posse, mas de uma maneira diferente. Os indivíduos têm suas coleções musicais, seja na forma de sua biblioteca do iTunes ou de suas coleções de CDs ou discos de vinil, mas CDs e LPs não são exibidos da mesma maneira que os livros, e música pode ser facilmente compartilhada ou dada como presentes em formatos digitais (por exemplo, como CDs). Além disso, à medida que os serviços de *streaming* de música como Spotify e Apple Music se tornam mais populares, ter o acesso pode, para muitos ouvintes, estar se tornando mais importante do que a posse: possuir música pode valer menos do que ter acesso contínuo sob demanda a ela. O fato de os livros impressos serem objetos culturais que muitas pessoas querem possuir, manter, exibir, compartilhar e dar aos outros – ou seja, eles têm um alto valor de posse – tem, com toda a probabilidade, contribuído para a resiliência do livro impresso.

Esses vários fatores explicam por que os acontecimentos se deram de forma tão diferente na indústria editorial de livros em comparação com a indústria da música, apesar dos medos daqueles na indústria editorial que pensavam que teriam o mesmo destino da indústria da música. Isso deixa claro o porquê de ser tão perigoso e potencialmente enganoso aceitar que o que acontece em um setor da mídia e das indústrias criativas sirva como um guia do que acontecerá em outros. É comum pensar que a mudança tecnológica tem uma certa inevitabilidade sobre ela, e que as novas tecnologias, em virtude de suas características intrínsecas, acabarão prevalecendo, mas isso está longe de ser verdade; a história da tecnologia está repleta de invenções que falharam. A mudança tecnológica sempre fez parte de um contexto social muito mais amplo e complexo, no qual muitos outros fatores estão em jogo, desde os objetivos e interesses dos empresários e organizações até os hábitos e gostos dos consumidores; generalizar de um setor da mídia e das indústrias criativas para outro ignora essa complexidade. Se quisermos entender o impacto das novas tecnologias em uma indústria como a de publicação de livros – e de qualquer indústria, midiática ou não – temos que mergulhar na complexidade dessa indústria e olhar cuidadosamente para as instituições sociais e práticas que são específicas a ela.

Esses fatores também sugerem que a forma como as coisas evoluem na indústria editorial de livros nos próximos anos pode ser bastante diferente da maneira como as coisas têm ido na indústria da música e em outros setores da mídia e indústrias criativas. É claro que prever o futuro é um jogo de azar: o futuro é incognoscível, e simplesmente não sabemos e não temos como saber como as coisas evoluirão nos próximos anos. Mas podemos refletir sobre os padrões dos últimos anos e extrapolar a partir deles, embora mesmo assim devamos reconhecer que essas extrapolações nunca serão mais do que um palpite informado. Com base em padrões recentes, minha opinião é que o futuro da publicação de livros, pelo menos nos próximos anos, não será uma mudança unidirecional do impresso para o digital, mas sim uma economia mista de impresso e digital. O que provavelmente veremos no mundo dos livros é uma *cultura de coexistência entre o impresso e o digital*: os livros na era digital prosperarão em uma cultura híbrida em que a impressão e o digital coexistem lado a lado, em vez de um ofuscar o outro, e as proporções de vendas contabilizadas pelo impresso e pelo digital devem variar de acordo com o tipo de livro. O melhor é considerar o e-book como apenas mais um formato em que o conteúdo dos livros pode ser fixado e entregue aos leitores – não é diferente, a esse respeito, do livro de bolso, que também foi uma inovação radical quando foi introduzido pela primeira vez por Allen Lane, na década de 1930, mesmo que hoje seja tão comum que não pensemos nele como especial ou de qualquer forma incomum. Assim como o livro de bolso, os e-books encontrarão seu lugar na panóplia de formatos disponíveis para editores e outros criadores produzirem livros que o público possa comprar, emprestar ou, de alguma outra maneira, adquirir para ler. Mas, no futuro próximo, é improvável que eles ofusquem o livro impresso, que provavelmente se manterá como o formato preferido de muitos leitores.

Então, será que isso significa que a indústria editorial de livros não foi afetada pela revolução digital que assolou tantos outros setores da mídia e das indústrias criativas? Não, essa não seria uma conclusão correta, mas se quisermos entender como a indústria editorial de livros está sendo transformada pela revolução digital, precisamos procurar em outro lugar. A revolução digital na publicação nunca foi apenas, nem mesmo principalmente, sobre e-books: os e-books atraíram a atenção de jornalistas e outros comentaristas, mas foram apenas um aspecto de uma série muito mais complexa e variada de transformações que vinha interferindo com o mundo editorial – e que continuam a fazê-lo. Dentre essas transformações, três se destacam como particularmente significativas. Primeiro, houve a ascensão da Amazon e a transformação do varejo no mercado de livros. A Amazon é filha da revolução digital – não teria existido sem a digitalização e a internet. Em um período de tempo surpreendentemente

# D

## O futuro dos livros

curto, a Amazon cresceu de suas origens humildes como uma pequena startup de tecnologia em uma garagem de Seattle para se tornar a organização mais poderosa que o mundo dos livros já conheceu. Hoje, a Amazon é responsável por cerca de 45% de todas as vendas de livros impressos nos EUA e mais de 75% de todas as vendas de e-books, e para muitas editoras, cerca de metade de suas vendas – em alguns casos, até mais – são representadas por um único cliente, a Amazon. Nunca antes, nos 500 anos de história da publicação de livros, houve um varejista com esse tipo de participação de mercado. E com a participação de mercado vem o poder, incluindo o poder de negociar termos favoráveis com fornecedores e de chamar a atenção dos leitores. É difícil extrapolar o que esse desenvolvimento significa: suas consequências são profundas, não apenas para as editoras e para livreiros que se esforçam para competir com a Amazon, mas também para toda a ecologia do mundo editorial, incluindo os meios pelos quais os livros são visíveis para os leitores e são descobertos por eles.

Uma segunda grande mudança foi a explosão da autopublicação. É claro que a autopublicação não é nova: ela pode ser rastreada até as editoras comerciais que surgiram no início e meados do século XX. Mas a nova era de autopublicação que foi inaugurada pela revolução digital é muito diferente das velhas editoras comerciais. A ideia-chave que sustenta essa nova era é a de que os autores que querem autopublicar seu trabalho não devem ter que pagar pelo privilégio, e as organizações que facilitam a autopublicação não devem ganhar dinheiro cobrando taxas aos autores. Pelo contrário, as organizações ou plataformas de autopublicação devem estar lá para ajudar os autores a publicarem seus trabalhos, e essas plataformas pagariam aos autores se e quando seu trabalho for vendido, recebendo uma comissão sobre as vendas para cobrir seus custos. Foi essa ideia simples, mas fundamental, subvertendo a antiga relação entre autor e organização de autopublicação, que sustentou a explosão na autopublicação que ocorreu a partir do início dos anos 2000, começando com organizações pioneiras como Lulu e Smashwords, e continuando com o estabelecimento das plataformas de autopublicação da Amazon, a CreateSpace e Kindle Direct Publishing, além de muitas outras plataformas e serviços. O mundo da autopublicação é agora um mundo enormemente complicado por si só – um universo paralelo que existe ao lado do mundo da publicação tradicional e que cresceu enormemente nos últimos anos. Além do grande volume de autopublicações, o crescimento deste setor alterou as estruturas tradicionais de poder do mundo editorial. Os editores e agentes já estabelecidos, e que há muito atuam como guardiões no mundo editorial – decidindo quais autores e projetos devem ser publicados e em que termos – agora poderiam ser contornados por caminhos inteiramente novos de publicação que foram

abertos pela revolução digital. É claro que publicar um livro é uma coisa, fazer com que as pessoas conheçam e comprem é outra bem diferente, e as editoras tradicionais continuam a ter muito mais influência de marketing e vendas do que a grande maioria dos autores autopublicados. Mas há muitos autores independentes que conseguiram captar quantias significativas de dinheiro com sua escrita, ainda que esses autores comercialmente independentes e bem-sucedidos continuem a representar uma pequena fração do total. Além das recompensas financeiras, o crescimento da autopublicação aumentou muito a gama de opções disponíveis para os escritores, criando um ambiente de publicação mais variado no qual os autores podem ir e voltar entre a publicação tradicional e a autopublicação, dependendo do que desejam alcançar e das opções disponíveis para eles no momento.

A terceira mudança é, em muitos aspectos, a mais fundamental: a revolução digital ampliou o ambiente de informação e comunicação dentro do qual a publicação existia, criando assim a necessidade e a oportunidade para os editores se adaptarem a um mundo novo de rápida mudança de fluxos de informação e comunicação. Durante séculos, as editoras pensaram em si mesmas mais como empresas B2B: elas produziam livros e os vendiam a intermediários da cadeia de fornecimento de livros – varejistas e atacadistas. As editoras não tinham uma relação direta com os leitores e não sabiam muito sobre eles: o trabalho de lidar com os leitores era deixado para os livreiros. Mas esse modelo tradicional do negócio editorial foi radicalmente interrompido pela revolução digital. À medida que a concorrência da Amazon levou a mais e mais fechamentos de livrarias, as editoras perceberam que não podiam mais contar com livrarias físicas para fazer o que os intermediários da cadeia tradicional de fornecimento de livros sempre fizeram: tornar os livros visíveis e disponíveis aos leitores. Eles perceberam que tinham que abandonar o antigo modelo da editora como um negócio focado no livreiro e se tornar mais centrado no leitor: em outras palavras, eles tinham que reorientar seus negócios de tal forma que os leitores não fossem uma reflexão posterior, mas sim o foco central de suas preocupações. E assim como a revolução digital forçou essa mudança sobre os editores, ela também disponibilizou para eles uma variedade de novas ferramentas com as quais eles poderiam construir canais diretos de comunicação com os leitores, e ainda em grande escala. É essa mudança fundamental no auto-entendimento dos editores que provavelmente será uma das consequências mais significativas da revolução digital na publicação, que continuará a se desenrolar nos próximos anos.

Apesar do potencial disruptivo da revolução digital e da turbulência que caracterizou a indústria editorial de livros desde o início do terceiro milênio, a indústria editorial de livros se saiu notavelmente bem – e muito melhor do que

# D

## O futuro dos livros

muitos outros setores da mídia e das indústrias criativas. o faturamento de livros não entraram em colapso, os livros impressos não desapareceram e até as livrarias físicas começaram a fazer um retorno modesto; contrariamente às previsões de muitos profetas da desgraça, o apocalipse editorial do livro não se concretizou (ou pelo menos ainda não). Os livros, incluindo os antiquados livros impressos, parecem ter um lugar em nossas vidas do qual não serão facilmente desalojados, nem mesmo por uma revolução tecnológica tão radical e de longo alcance quanto a revolução digital. Mas não há motivos para complacência. A revolução digital criou uma organização que agora exerce um poder sem precedentes no campo editorial, enquanto muitas outras organizações sobrevivem com receitas tão pequenas e margens tão finas que uma mera desaceleração na economia, que dirá um grande *lockdown* ou recessão prolongada, poderia empurrá-las para a insolvência. As vendas de e-books podem ter se estabilizado, mas os e-books nunca foram a essência da revolução digital na publicação: eles eram apenas uma manifestação de uma transformação muito mais profunda que estava ocorrendo em nossas sociedades. Graças à revolução digital, as estruturas de informação e comunicação do nosso mundo estão em fluxo. As pessoas estão se comunicando e gastando seu tempo de forma diferente, velhas práticas que funcionavam bem em uma era anterior podem não ser mais tão eficazes neste novo mundo de fluxos digitalizados de informação e comunicação. Em contraste com aqueles que temem que a cultura da tela esteja destruindo nossa capacidade de concentração, suspeito que a leitura de formato longo continuará a desempenhar um papel vital em nossas vidas sociais, políticas e culturais por muitos anos e décadas vindouras: não desistiremos facilmente da rica exploração de mundos imaginários e da análise sustentada de mundos reais que a leitura de formato longo encoraja e torna possível. Mas se os editores continuarão a fazer parte da cadeia de comunicação através da qual a leitura de formato longo ocorre, que tipo de editores eles serão, e que papel eles desempenharão, em última análise, dependerá de quão eficaz e criativos eles serão para se adaptar ao novo ambiente de informação e comunicação que está sendo forjado pela grande revolução tecnológica do nosso tempo. **M**

---

Artigo recebido em 17 de agosto de 2022 e aprovado em 19 de outubro de 2022.