

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO I – MONOGRAFIA**

GUSTAVO FARAON LEITE

**O DISTANTE SONHO DA BIBLIOTECA UNIVERSAL:
Análise da ferramenta Google Book Search
no contexto da digitalização de livros.**

**Porto Alegre
2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO I – MONOGRAFIA**

GUSTAVO FARAON LEITE

**O DISTANTE SONHO DA BIBLIOTECA UNIVERSAL:
Análise da ferramenta Google Book Search
no contexto da digitalização de livros.**

**Monografia apresentada como requisito para a obtenção
do título de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo
pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientadora: Prof. Cassilda Golin Costa (Cida Golin)**

**Porto Alegre
2007**

À Vani

*Quando se proclamou que a Biblioteca
abarcava todos os livros, a primeira
impressão foi de extravagante felicidade.*

Jorge Luis Borges

RESUMO

O objetivo central deste trabalho é realizar uma análise panorâmica da ferramenta Google Book Search inserindo-a no contexto da digitalização de livros empreendida pela empresa californiana e desvelando os impasses em relação ao direito autoral que tal empreendimento acarreta. Busca desvendar a verdadeira natureza da ferramenta, como sucede o seu funcionamento, qual sua interferência no mercado livreiro e de que maneira este projeto pode servir de instrumento para forçar a revisão das interpretações e leis de copyright. A investigação é resultado de pesquisa bibliográfica. Recorre a autores como Roger Chartier, John Battelle e Lawrence Lessig, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Google Book Search, direito autoral, biblioteca digital, ferramenta de busca.

ABSTRACT

The main objective of this work is to make an overview analysis of the Google Book Search tool, inserting it in the context of book digitization achieved by the California company and disclosing the impasses concerning copyright its initiative involves. It aims to unravel the true nature of the tool, how it works, how it interferes with the bookselling market and how can this project serve as a device to enforce a copyright interpretation review. The investigation is the result of bibliographic research. It draws on authors such as Roger Chartier, John Battelle and Lawrence Lessig, among others.

KEYWORDS: Google Book Search, copyright, digital library and search tool.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	REGISTRO E ARMAZENAMENTO DA INFORMAÇÃO.....	10
2.1	O LIVRO, DESDE A PEDRA.....	10
2.2	DE ALEXANDRIA ÀS BIBLIOTECAS NACIONAIS CONTEMPORÂNEAS.....	11
2.3	REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA.....	14
2.3.1	A internet e o hipertexto.....	14
2.3.2	A internet, o hipertexto e a literatura.....	16
2.4	DIGITAL, VIRTUAL, ELETRÔNICA: O CONCEITO DA NOVA BIBLIOTECA.....	18
2.4	RETOMADA DO SONHO DE BORGES.....	22
3	GOOGLE BOOK SEARCH.....	24
3.1	A BUSCA NA INTERNET E O NASCIMENTO DO GOOGLE.....	24
3.2	DESCRIÇÃO DO GOOGLE BOOK SEARCH.....	29
3.2.1	Definição da ferramenta.....	30
3.2.2	Funcionamento.....	31
3.2.2.1	Visualização completa.....	33
3.2.2.2	Visualização limitada.....	37
3.2.2.3	Visualização de trechos.....	39
3.2.2.4	Sem visualização disponível.....	40
3.3	ORIGEM DOS LIVROS MOSTRADOS.....	42
3.3.1	Google Books Partner Program.....	43
3.3.2	Google Books Library Project.....	45
3.4	CONCORRÊNCIA.....	46
3.5	O NEGÓCIO.....	50
4.	MERCADO EDITORIAL.....	53
4.1	NOS ESTADOS UNIDOS.....	53
4.2	TENDÊNCIAS.....	55
4.3	O CASO BRASILEIRO.....	56
4.4	PARALELO COM A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA.....	59
5	DIREITO AUTORAL.....	62
5.1	ORIGEM.....	62
5.2	CRIAÇÃO.....	64
5.3	O DIREITO AUTORAL HOJE.....	67
5.4	ALTERNATIVAS.....	70
6	ANÁLISE.....	72
6.1	BIBLIOTECA OU LOJA.....	72
6.2	NEGÓCIO.....	75
6.3	O SONHO DE BORGES E O VELHO FORMATO.....	76
6.4	DIREITO AUTORAL.....	78
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
	REFERÊNCIAS.....	86

1 INTRODUÇÃO

Esta monografia tem suas raízes fincadas no projeto de pesquisa Literatura Moderna e os Media, vinculada ao Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no qual o autor ingressou como bolsista de iniciação científica em agosto de 2006. Como resultado desta experiência, além das apresentações nos diversos salões de iniciação científica, foi produzido em co-autoria com o professor e orientador Michael Korfmann o artigo *A Rede Digital e as Configurações do Autor*, ainda inédito, mas que uniu questões como autoria, direito autoral e internet, flertando pela primeira vez com a ferramenta *Google Book Search*.

A velocidade espantosa com que esta ferramenta se modifica, ganhando novos atributos e novas fontes de recurso material através das parcerias com grandes bibliotecas do mundo e editoras – e com isso aumentando também sua importância enquanto repositório de informação – exerceu papel fundamental na escolha do tema. Este caráter metamórfico suscita a necessidade de, por um instante, afastar a lupa para que seja possível uma compreensão mais geral do que vem a ser o *Google Book Search*, e este é parte do desafio que será proposto nesta monografia.

O objetivo central deste trabalho é realizar uma descrição analítica da ferramenta *Google Book Search* tal como se encontra disponível aos usuários, inserindo-a no contexto da digitalização de livros empreendida pela empresa californiana e desvelando os impasses em relação ao direito autoral que tal empreendimento acarreta. As questões centrais que nortearam esta investigação monográfica dizem respeito a dois pontos, fundamentalmente: qual a verdadeira natureza da ferramenta e como sucede o seu funcionamento; e de que maneira o empenho do Google neste projeto pode estar servindo de instrumento para forçar a revisão das interpretações e leis de copyright.

Pretende-se também responder a algumas questões pontuais. No tocante ao direito autoral, busca-se saber se a lei de copyright é desrespeitada de alguma maneira pela iniciativa de digitalizar o acervo de dezenas de bibliotecas, bem como no ato de disponibilizar seu conteúdo – milhões de obras digitais – gratuitamente. Pretende-se inferir em que medida o *Google Book*

Search constitui-se em um instrumento de venda de obras ou um substituto para as bibliotecas, destino final onde o leitor/usuário irá efetivamente fazer suas leituras e consultas. Procura-se delinear de que maneira esse processo de digitalização do acervo literário interfere no mercado livreiro, se aumenta ou inibe o consumo e produção de livros. Por último, busca-se avaliar quais outras opções de leitura a ferramenta apresenta além da habitual, se propõe alguma inovação no formato digital ou representa mais uma reprodução da cultura do impresso.

A realização do trabalho foi resultado de pesquisa bibliográfica destinada a elucidar as questões propostas sobre o objeto-tema da pesquisa. De acordo com a pesquisadora e professora de Ciências da Informação Ida Regina Stumpf (2006, p. 54), tal técnica se caracteriza como “um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse”. Este material serve para a construção de um quadro referencial teórico e conceitual, a fim de subsidiar a interpretação e explicação dos fenômenos observados pelo pesquisador. Nos dias de hoje, por conta principalmente do uso de meios eletrônicos, a pesquisa bibliográfica ganha ainda maior relevância por conta da chamada *explosão documentária*, o aumento massivo em complexidade e quantidade de informação disponível.

A bibliografia específica encontrada sobre o *Google Book Search* é constituída essencialmente por publicações que se debruçam sobre itens pontuais do projeto. Dentre elas destacam-se o estudo de Matt Williams (2007), *Recent Second Circuit Indicate that Google's Library Project is not Transformative*; o livro *Google and the Myth of Universal Knowledge: A View From Europe*, de Jean-Nöel Jeanneney (2007); e o artigo de Siva Vaidhyanathan (2007), *Googlization of Everything and the Future of Copyright*. O presente trabalho visa suprir a lacuna de um estudo panorâmico do *Google Book Search*. Para tanto, vai recorrer a uma fortuna crítica constituída por autores como Roger Chartier, Peter Burke, Tim Berners-Lee, John Battelle e Lawrence Lessig, entre outros.

Para que atinja seus objetivos, esta monografia tem um percurso determinado a seguir. Primeiro, abordará a história do registro da informação, desde a criação do códice, passando pelas primeiras bibliotecas, até a revolução tecnológica que significou a internet e sua aplicação no armazenamento do conhecimento. Em uma segunda etapa, fará a descrição analítica da

ferramenta *Google Book Search*, não sem contextualizá-la enquanto produto de uma empresa com características bastante particulares, mostrá-la como negócio e, portanto, entre seus concorrentes. A seguir, apresentará dados sobre o mercado editorial e seu comportamento nos últimos anos em alguns países, além de traçar um paralelo com a indústria fonográfica por ocasião da crescente competição entre os formatos tradicional e digital. A quarta etapa abará especificamente o direito autoral, sua criação, funcionamento nos dias de hoje e o surgimento de alternativas ao copyright. O trabalho se encerrará com uma análise da ferramenta a partir da revisão bibliográfica realizada.

2 REGISTRO E ARMAZENAMENTO DA INFORMAÇÃO

2.1 O LIVRO, DESDE A PEDRA

Historicamente, o início dos registros que o homem faz daquilo que conhece se dá muito antes do empreendimento da escrita, e seu primeiro suporte é muito mais rudimentar do que o papel de que eram feitos os livros que ganharam o mundo a partir do século II da nossa era (LABARRE, 1981, p. 13). Os primeiros registros, produzidos no período paleolítico, eram pinturas rupestres feitas nas próprias rochas do interior de cavernas, e não serviam a qualquer outro propósito que não fosse o de constituir um meio para a obtenção de alimentos e satisfação das necessidades básicas. “O desenho era, ao mesmo tempo, a representação e a coisa representada, o desejo e a realização do desejo.” (HAUSER, 1998, p. 4)

A escrita surgiu apenas entre os LX e IV milênios da era anterior à nossa, e da pictografia praticada sobre a pedra surgiram os velhos sistemas como a escrita cuneiforme suméria, depois da mesopotâmia, hieróglifos egípcios, cretominóicos, hititas e os caracteres chineses (LABARRE, 1981, p. 7). É o aparecimento da escrita que força a transformação do suporte até a criação do livro.

As palavras que designam o livro em grego (*biblos*) e em latim (*liber*) tinham em seu sentido primário *casca de árvore*, o que leva a concluir que a madeira foi o primeiro verdadeiro suporte originador daquilo que se veio a conhecer como livro (LABARRE, 1981, p.8). Labarre traça uma linha histórica dos diversos tipos de suporte utilizados para armazenar a escrita, que passam pela argila utilizada na Mesopotâmia, pelos tecidos como a seda na China, pelas cerâmicas utilizados pelos gregos até o papiro egípcio, cujo primeiro registro data do ano 3.000 a.C. O papiro prosperou de tal maneira como suporte que difundiu-se pelo mundo grego e no império romano, e manteve-se em uso, ainda que já ultrapassado, até o século XI d.C. Ele permitiu que, pela primeira vez, se organizasse um documento escrito em formato de rolo, o *volumen*. O que suplantou o papiro foi o pergaminho, material produzido a partir de couro e pele de animais, bem

mais resistente e ao mesmo tempo mais flexível que o anterior. Entre os séculos II e IV, o *volumen* deu lugar ao *códice*, feito de folhas encartadas e dobradas para constituírem cadernos juntos um ao outro.

O historiador francês Roger Chartier sustenta que o surgimento do *códice* se constitui na verdadeira grande revolução do livro, superando inclusive a invenção da imprensa por Gutemberg no século XV. O *códice*, defende Chartier (2005, p. 84), propõe uma nova forma aos leitores, que puderam ler folheando páginas e não mais desenrolando um *volumen*, constituindo-se assim em “uma revolução da leitura e uma revolução do objeto livro, infinitamente maior do que os produzidos imediatamente pela nova técnica da prensa para imprimir os caracteres móveis (...), que permitiu a mais leitores acesso a mais textos”.

2.2 DE ALEXANDRIA ÀS BIBLIOTECAS NACIONAIS CONTEMPORÂNEAS

Tal como a evolução do próprio livro no decorrer da história, pode ser percebida a evolução do armazenamento, conservação, organização e disponibilização deste material nos diferentes períodos da humanidade. A primeira grande biblioteca de que se tem registro é a de Alexandria, fundada pelos dois primeiros Ptolomeus (325-246 a.C.) com a cooperação de Demétrios de Falera. Ela era, em realidade, não uma, mas duas bibliotecas: a mais importante delas, que fazia parte do *Museion*, centro de cultura grega, reunia cerca de meio milhão de volumes, enquanto que a segunda, anexa ao templo de *Serápis*, teria comportado 43 mil (LABARRE, 1981). Se o número de volumes é impressionante, a quantidade de obras era bem menos significativa. Isto porque cada obra podia ocupar, sozinha, dez, vinte, até trinta rolos.

Desde Alexandria, a imaginação ocidental se vê excitada pelo sonho impossível de concretização da biblioteca universal:

Confrontados com a ambição de uma biblioteca onde estivessem todos os textos e todos os livros, as coleções reunidas por príncipes ou por particulares são apenas uma imagem mutilada e decepcionante da ordem do saber. O contraste foi sentido com uma intensa frustração. Esta levou à constituição de acervos imensos, à vontade das conquistas e

confiscos, a paixão bibliófila e à herança de porções consideráveis do patrimônio escrito. (CHARTIER, 1998, p. 117)

Em ocasião da tomada de Alexandria e a destruição do *Museion* (47 a.C.), que compreendia o maior acervo, Antônio e Cleópatra mandaram levar ao *Serapeion* a biblioteca dos Atálida, que continha dois mil volumes. O interesse no acúmulo de conhecimento e informação na forma de grandes coleções de livros fica ainda mais evidente com a expansão das bibliotecas privadas durante o Império Romano, algumas com impressionantes 60 mil volumes. O imperador César é quem decide instalar a primeira biblioteca pública em Roma, empreendimento levado a cabo por Asínio Polião, membro da elite romana impulsor das artes e das letras, em 39 a.C. Outras foram sendo edificadas durante o império, até atingir o número de 28 no ano de 370. O filósofo Sêneca, em seu *Tratado Acerca da Tranqüilidade da Alma*, comenta o interesse crescente na coleção de volumes: “Que me interessam estes milhares de livros, estas inúmeras bibliotecas? A vida inteira de seus proprietários mal chegaria para lhes lerem os títulos” (apud LABARRE, 1981, p. 16).

Desde então, o mundo experimentou sucessivos empreendimentos cada vez mais grandiosos neste sentido, como a biblioteca de Constantinopla, com 120 mil volumes no século V. Outras iniciativas, como as coleções monásticas constituídas por volta do século X, primavam pela qualidade, e continham centenas de manuscritos guardados, assim como as iniciativas reais, cada vez mais comuns desde Carlos V, rei da França até 1380, e seus 1,2 mil manuscritos armazenados na torre do Louvre (LABARRE, 1981, p. 32).

De acordo com o historiador britânico Peter Burke (2003), durante o período da Renascença, alguns grandes pólos de bibliotecas surgiram na Europa. Estes locais que acabavam concentrando o saber correspondiam a centros de poder econômico e político, estratégicos em termos geográficos. Um destes pólos se formou na Itália, que possuía a Laurenziana em Florença, Marciana em Veneza e Ambrosiana em Milão, além da grande oferta encontrada em Roma, com o Vaticano e as bibliotecas da Universidade Sapienza e jesuíta no Collegio Romano. Paris, por volta do século XVII, superava até mesmo Roma. A capital francesa possuía três grandes públicas – de Mazarino, Saint-Victor e a do Jardim Real – além de pelo menos 32 coleções privadas que podiam ser usadas pelo público em troca de algum favor. Nenhuma delas,

entretanto, possuía uma única grande biblioteca. Iniciativas nesse sentido ocorreram em Viena, com a Hofbibliothek, biblioteca imperial, que em 1680 já incluía 80 mil volumes. Neste período, ainda era muito comum que houvesse enormes e importantes bibliotecas particulares. Um exemplo é a coleção do diplomata inglês Sir Thomas Bodley, que a doou à Universidade de Oxford, na Inglaterra, dando início à biblioteca Bodleian, que veio a se tornar uma das maiores e mais importantes do mundo à época do século XVII.

O surgimento das grandes bibliotecas nacionais foi outro intento poderoso de concentração do acervo relevante mundial. Elas foram inauguradas em sua maioria no século XIX, como a Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos, hoje detentora do maior acervo do mundo, a Biblioteca Nacional da França e a Biblioteca Nacional da Espanha, esta concretizada a partir da Biblioteca Pública do Palácio. Outras são bem mais recentes, como a Biblioteca Britânica, de 1973, e a Biblioteca Nacional da Alemanha, fundada apenas em 1990 por ocasião da reunificação das porções oriental e ocidental. Por conta dos vastíssimos catálogos destas bibliotecas, quase todas elas são estritamente de pesquisa, isto é, o usuário só encontra aquilo que é procurado. Entretanto, Roger Chartier lança o contraponto:

Um leitor profissional pode ter grande prazer em perambular em uma biblioteca pública, aberta, com livre acesso às prateleiras e, desse modo, circular no meio daquilo que é oferecido. Na biblioteca pública, você deve encontrar livros que não procura, com se fossem eles que o procurassem. (CHARTIER, 1998, p. 119)

A solução para o problema referido acima foi vislumbrado quando as bibliotecas perceberam nas novas tecnologias um modelo possível para equacionar a questão dos grandes acervos e a problemática de disponibilizar fisicamente todas as obras. Ou seja, não há de maneira objetiva uma corrida em busca do sonho aparentemente irrealizável da biblioteca universal imortalizado na obra do escritor argentino Jorge Luis Borges, mas a adesão a mecanismos eletrônicos e, posteriormente, digitais para promover o encontro entre o leitor e o livro, que se constitui um empreendimento legítimo em busca da acessibilidade na biblioteca. “A biblioteca eletrônica permite, por sua vez, compartilhar aquilo que até agora era oferecido apenas em espaços onde o leitor e o livro deveriam necessariamente estar juntos. Os lugares do texto e do leitor podem então estar separados” (CHARTIER, 1998, p. 119).

Antes que se pudesse chegar até as bibliotecas eletrônicas, digitais ou virtuais, entretanto, um longo percurso teve que ser percorrido. Para que as primeiras idéias de armazenamento alternativo de informações no início do século XX pudessem ser colocadas em prática, algumas décadas atrás, foi preciso haver antes um desenvolvimento tecnológico compatível com elas.

2.3 REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

2.3.1 A internet e o hipertexto

O embrião do que viria a ser a internet remonta às décadas de 1960 e 1970. Com medo de um ataque nuclear durante o período de Guerra-Fria, os Estados Unidos temiam a destruição de suas redes de comunicação, então centralizadas. O engenheiro elétrico Paul Baran, polonês radicado norte-americano envolvido em pesquisas militares, sugeriu ao Departamento de Defesa americano um sistema informático que interligasse vários pontos sem que houvesse um centro de comando. A idéia baseava-se no cérebro humano, que não confia num único conjunto de células para uma determinada função. O objetivo era que, no caso da destruição de um local, não houvesse perda de informações e a rede continuasse em pleno funcionamento. Esse sistema surgiu em 1969 e foi batizado de ARPAnet (*Advanced Research Projects Agency*).

Com o enfraquecimento da polarização com os soviéticos nos anos 1980, esse sistema ganhou nova utilidade, ligando universidades e laboratórios dos Estados Unidos e de outros países, e novo nome: internet. Apenas no final daquela década o sistema começou a ser usado com maior intensidade pelos acadêmicos e cientistas, uma vez reconhecido como um eficiente veículo de comunicação mundial. Este interesse possibilitou importantes avanços no final da década, como o desenvolvido pelo físico Tim Berners-Lee e sua equipe do CERN (*European Organization for Nuclear Research*) do que foi chamado de *global hypertext space*, que buscava maior eficiência no uso da rede. O hipertexto, até então, era usado somente para fazer marcação de documentos, e ainda não fazia ligação direta a documentos em outros computadores. A

invenção de Lee foi desenvolver um Identificador Universal de Documentos (UDI - *Universal Document Identifier*), onde cada documento podia ser referido através de outros por um UDI único.

O embrião que fez posteriormente germinar o conceito de hipertexto surgiu no início do século XX com uma idéia do cientista e acadêmico belga Paul Otlet, segundo a qual diversos documentos seriam reduzidos a frases únicas para que fossem armazenados em *index cards*. A concepção de hipertexto, ainda que não utilizando este termo, surgiu em 1945, quando Vannevar Bush publicou na revista *The Atlantic Monthly* o artigo *As We May Think*. Para Bush (1945 apud LÉVY, 1993), a mente humana não funciona de maneira hierárquica, assim como funcionavam os sistemas de indexação e organização de informações na comunidade científica, e sim através de associações. Em seu artigo, Bush discorre sobre um dispositivo chamado *Memex* onde haveria um reservatório capaz de armazenar sons, imagens e textos e a integração entre eles seria feita através de ligações independentes de qualquer classificação hierárquica. Embora não seja comumente considerado um verdadeiro sistema hipertextual, o *Memex* é reconhecido como o real precursor do hipertexto por causa da declarada influência que teve sobre o trabalho de sociólogo e filósofo Theodor Nelson, pioneiro da Tecnologia da Informação, o homem que duas décadas mais tarde viria a cunhar os termos *hipertexto* e *hipermedia*.

No início dos anos sessenta, conforme nos descreve Berners-Lee (1999), Theodor Nelson inventou a palavra hipertexto para se referir à idéia de escrita e leitura não linear em um sistema informático. Nelson começou a desenvolver o *Xanadu*, uma rede mundial de computadores acessível em tempo real, que preservaria e aumentaria a literatura e a arte da humanidade. Ainda de acordo com Berners-Lee, “ele tinha o sonho de uma sociedade utópica na qual cada informação poderia ser partilhada entre pessoas que se comunicavam como iguais”. Este projeto ficou inacabado e está longe de ser implementado, mas suas idéias foram adaptadas por outros.

A década de 1990 foi decisiva para a expansão da internet. Um dos principais acontecimentos nesse sentido ocorreu em 1991, quando Lee e os pesquisadores do CERN criaram a World Wide Web (www). Entretanto, a criação da rede mundial de computadores só foi possível após o desenvolvimento do HTML (*Hypertext Markup Language*), linguagem de

marcação que padronizou o conteúdo para a internet. Através de comandos traduzidos por etiquetas (*tags*) tornou-se viável a criação de páginas em hipertexto, onde é possível movimentar-se entre documentos por meio de links. Berners-Lee também desenvolveu o primeiro navegador (*browser*), ferramenta que possibilitou justamente a movimentação através dessas páginas.

Em 1992, foi criado o primeiro navegador para internet usado em larga escala. O Mosaic, obra de Marc Andressen e Eric Bina, do NCSA (*National Center for Supercomputer Activity*), foi responsável pela introdução de suporte para som, arquivos de vídeo, favoritos e histórico de navegação neste tipo de software. Dois anos mais tarde, em 1994, a internet ganhou acesso comercial nos Estados Unidos e, no ano seguinte, no Brasil. De 1994 até hoje a web não parou de crescer.

A internet vem se tornando cada vez mais indispensável no dia-a-dia das pessoas que encontram novas funções e usos para este meio, como fonte de informação, entretenimento, serviços, educação e comunicação entre pessoas. A evolução da web é constante. Exemplo disso é o surgimento da web 2.0, fenômeno iniciado em meados de 2004 e considerado por muitos uma revolução na internet. De acordo com Pereira (2006), a web 2.0 é “uma evolução natural da própria web e das pessoas que se relacionam com ela”. Segundo Santos (2006), em seu princípio a web era usada como um instrumento de entretenimento, pesquisa e comunicação. Os usuários apenas recebiam conteúdo, assim como funcionam outros meio de comunicação. Hoje, evoluiu até se constituir em um instrumento onde os usuários podem participar simultaneamente nas duas pontas do processo.

2.3.2 A internet, o hipertexto e a literatura

Bem antes da consolidação da internet como *medium*, todavia, as idéias referentes ao hipertexto já exerciam influência sobre os diversos campos do conhecimento, entre eles a literatura. Alguns dos reflexos dessas idéias no campo literário podem ser vistos, por exemplo, no romance *O Jogo da Amarelinha*, publicado pelo escritor argentino Julio Cortázar em 1963.

A obra é composta de pequenos fragmentos instantâneos da história da personagem protagonista na primeira parte e trechos com especulações sobre um hipotético escritor na segunda. Na página de abertura do romance, o autor convida expressamente o leitor a duas possibilidades de leitura: na seqüência direta, do capítulo 1 ao 56, e os demais servindo como informação complementar; ou seguindo um mapa sugerido pelo autor e batizado de tabuleiro de direção, onde os 99 fragmentos finais (chamados por Cortázar de capítulos prescindíveis) são intercalados entre os 56 capítulos iniciais para construir um novo sentido para a obra. O próprio autor destaca: “À sua maneira, este livro é muitos livros, mas é, sobretudo, dois livros”. (2003, p.5)

De acordo com Korfmann e Faraon (2007), em *O Jogo da Amarelinha*, Cortázar traz para o romance literário tradicional a interatividade com o leitor, que pode fazer escolhas e seguir caminhos diferentes daqueles imaginados pelo autor. Assim, esta acaba por adquirir diferentes sentidos dependendo das escolhas feitas. Segundo os autores, o romance de Cortázar

antecipa o que viria a ser uma forte característica da produção literária na era hipertextual, que é precisamente a composição da obra de maneira fragmentada, onde os fragmentos escritos podem ser lidos/entendidos como um todo ou separadamente. (KORFMANN e FARAON, 2007, p.15)

Robert Coover (1992, p.24), em artigo publicado na *New York Times Book Review*, intitulado *The End of Books*, conceituou o hipertexto como “a escrita produzida num espaço não-linear ou não-sequencial tornado possível pelo computador”. Ele acreditava ainda que o hipertexto favorecesse a pluralidade de discursos sobre um absoluto e definitivo, “libertando o leitor da dominação pelo autor”.

É possível notar no discurso de Coover uma confusão entre os conceitos de hipertexto – como visto, algo abrangente - e de literatura hipertextual. A enciclopédia livre Wikipedia¹ conceitua literatura hipertextual da seguinte forma:

¹ Disponível em <<http://www.wikipedia.org>>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

Um gênero de literatura eletrônica caracterizada pelo uso do hipertexto, que proporciona um novo contexto para a não-linearidade na literatura e interação com o leitor. O leitor tipicamente escolhe links para mover-se de um nóculo do texto para o próximo, e desta maneira organiza a história dentro de uma gama mais profunda de histórias potenciais.²

De acordo com a enciclopédia, a obra *Afternoon, a story* é tida como o primeiro trabalho de ficção hipertextual. Foi escrita em 1987 pelo americano Michael Joyce e publicada em 1990. Uma empresa chamada *Eastgate Systems* fez a distribuição da obra, que ocorreu nos moldes tradicionais da indústria editorial, exatamente da mesma maneira que um livro comum, à diferença que, ao invés de folhas de papel, o suporte era constituído por disquetes.

O primeiro romance a ser disponibilizado em séries na internet foi *Delirium*, de Douglas Cooper, e permitia uma navegação entre quatro histórias paralelas dentro da obra, numa busca de maximizar a interatividade e a participação do receptor. Entretanto, nem mesmo a possibilidade de interferência direta do leitor no curso de um texto e a escolha de diferentes caminhos de leitura se configuram em uma inovação estética trazida pelo hipertexto. Conforme foi visto, essa experiência já foi proposta por Julio Cortázar em *O Jogo da Amarelinha*, entre outros autores e obras. Apenas o processo de mediação do texto - a internet como suporte e o link como instrumento de passagem entre um fragmento e outro do romance - empresta à obra um caráter de novidade.

Embora o hipertexto não tenha conseguido exercer um papel chave para a transformação da literatura, pode-se dizer que ele foi primordial para a construção de um novo modelo de bibliotecas.

2.4 DIGITAL, VIRTUAL, ELETRÔNICA: O CONCEITO DA NOVA BIBLIOTECA

A literatura ainda não encontrou um termo definitivo para tratar as bibliotecas que não possuem um caráter físico. Há toda sorte de nomenclaturas, em sua maioria querendo dizer a

² Disponível em <http://en.wikipedia.org/wiki/Hypertext_fiction>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

mesma coisa. Em uma análise mais detida dos conceitos elaborados, encontra-se em Lídia Brandão Toutain (2006), professora e diretora do Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, a conceituação de biblioteca digital da seguinte forma:

Biblioteca que tem como base informacional conteúdos *em texto completo* em formatos digitais – livros, periódicos, teses, imagens, vídeos e outros –, que estão armazenados e disponíveis para acesso, segundo processos padronizados, em servidores próprios ou distribuídos e acessados via rede de computadores em outras bibliotecas ou redes de bibliotecas da mesma natureza. (TOUTAIN, 2006, p. 16, grifo nosso)

A autora assevera que uma biblioteca digital deve necessariamente ser constituída de *textos completos* em formatos digitais. Entretanto, ela insere no aposto, a título de exemplo, formatos como imagens e vídeos, que não se enquadram como textos. Outro ponto que merece atenção diz respeito exatamente ao termo *completos* empregado pela autora. Torna-se paradoxal, sobretudo a partir da visão de autores como Robert Coover, que a hipertextualidade se insira de maneira cada vez mais profunda nas discussões acerca da literatura praticada na era da internet, que sejam inclusive ventiladas possibilidades como o fim do livro ou o livro sem fim em decorrência do link, e simultaneamente apregoe-se que uma biblioteca deva disponibilizar apenas obras digitais *completas* para que possa se constituir em uma biblioteca digital.

De acordo com Silva, Jambeyro e Barreto (2006, p. 266), o já citado Vannevar Bush se tornou o precursor da biblioteca digital quando apresentou, em 1945, o *Memex*, reservatório capaz de armazenar sons, imagens e textos e integrá-los através de ligações independentes de qualquer classificação hierárquica. Deste modo, é estabelecida uma relação inextricável entre a biblioteca digital e o hipertexto, também previsto pelo engenheiro norte-americano Vannevar Bush.

Empregando o termo *biblioteca eletrônica*, Bellei (2002) sustenta que a primeira delas foi idealizada no início da década de 1970 pelo então aluno da Universidade do Illinois, Michael Hart, e foi chamada de Projeto Gutenberg.

Motivado por um intenso idealismo democratizante (o acesso aos textos deveria ser gratuito e universal, a mão-de-obra para a reprodução dos textos tornada possível por doações, auxílios governamentais e pelo trabalho voluntário de, entre outros, alunos de

pós-graduação), Hart decide iniciar a tarefa de transferir uma seleção de textos para o meio eletrônico. (BELLEI, 2002, p. 30)

Em 1977, o número total de obras disponibilizadas chegava a mil. Ainda que este número seja ínfimo para os padrões de hoje, pode-se dizer que o projeto teve sucesso à medida que serviu de modelo para outras bibliotecas em meio eletrônico que vieram a seguir. Um exemplo de iniciativa inspirada no empreendimento de Hart foi a criação, em 1996, da *National Electronic Library*, na Universidade de Brown. O objetivo era formar um grande acervo virtual de acesso gratuito, capaz de interligar-se a outras entidades da internet, promover fins acadêmicos e estar aberto a desenvolvimentos futuros com inovações tecnológicas, resolvendo problemas como a falta de espaço físico em razão do crescente acúmulo de títulos.

Desde então, as iniciativas variaram em diversos aspectos, e o mesmo se deu com as nomenclaturas. As bibliotecárias brasileiras Neusa Silva, Nysia Sá e Sandra Furtado (2004), abordam a diversidade de conceitos empregados para se referir aos repositórios de informação em meio digital. De acordo com elas, há vasta literatura tanto nacional quando estrangeira sobre o tema, com inúmeras denominações, as mais recorrentes sendo *biblioteca digital* e *biblioteca virtual*.

Em Martins (2002, apud SILVA; JAMBEIRO; BARRETO, 2006, p. 270), por exemplo, são encontrados os termos biblioteca eletrônica, biblioteca eletrônica virtual, biblioteca polimídia, biblioteca interativa, biblioteca virtual, biblioteca de realidade virtual, biblioteca digital e biblioteca universal. Já Rowley (2002), além destes, traz termos como biblioteca sem paredes, biblioteca em rede, biblioteca no microcomputador, biblioteca lógica, centro nervoso de informações e centro de gerenciamento de informações. A gama é tão grande que Jack Kessler, ao fim de sua obra *Internet digital libraries: the international dimension*, traz um apêndice onde apresenta um compêndio com dezenas de autores que empregam diferentes conceituações desde 1951 (1996, p. 225).

Silva, Sá e Furtado (2004) optaram pelo termo *biblioteca digital*. O trabalho das autoras, baseado na análise do uso do conceito por autores da área de Ciência da Informação, aponta para

a presença de imprecisão na utilização dos conceitos, e a provável razão para isto é o caráter multidisciplinar deste campo de estudo.

Há tentativas de diferenciação entre alguns destes termos. Jennifer Rowley (2000), por exemplo, que preferiu empregar o termo *biblioteca eletrônica* em seu trabalho de mesmo nome, concentrou seus esforços de pesquisa na tarefa de diferenciá-la da biblioteca virtual:

Beckman (1993) argumenta que a diferença entre biblioteca eletrônica e biblioteca virtual está em que a eletrônica ainda pode ter uma presença física, enquanto a biblioteca virtual, posto que é percebida como transparente, possuirá instalações físicas transparentes e bibliotecários transparentes. (ROWLEY, 2002, p. 4)

Benício e Silva (2005, p. 3) recorrem a Marchiori (1997) para fazer um apontamento mais preciso dos três conceitos mais empregados:

Biblioteca Eletrônica: significa que o processo básico da biblioteca, que existe fisicamente, é eletrônico, funcionando na construção de buscas índices online, na busca de textos, recuperação e armazenagem de registros.

Biblioteca Virtual: para existir, depende da tecnologia da realidade virtual que reproduz o aspecto físico, criando o ambiente de uma biblioteca com salas, estantes, etc.

Biblioteca Digital: se diferencia por constituir-se de um acervo estritamente digital. Dispõe de todos os recursos de uma biblioteca eletrônica, oferecendo pesquisa e visualização dos documentos (texto, vídeo, áudio, etc.) tanto local como por meio de redes de computadores.

Vidotti e Sant'Ana (2006, p. 78) tentam iniciar a formulação de um conceito partindo da constituição desta biblioteca digital. Segundo os autores, o desenvolvimento de uma biblioteca digital se baseia no planejamento de uma biblioteca convencional, desde o processo de aquisição das obras, o processamento técnico, a recuperação, o atendimento ao usuário e a preservação.

A biblioteca digital continua sendo uma biblioteca, com os mesmos propósitos, funções e metas da biblioteca tradicional. A parte digital do termo indica meramente que os materiais são armazenados e acessados digitalmente. Uma biblioteca digital é então muito mais que uma coleção digital, particularmente uma coleção, como é ilustrado no número grandioso de sites da World Wide Web na Internet que consiste em informação atual relativamente volátil. (WAINWRIGHT, 1996, apud VIDOTTI; SANT'ANA, 2006, p. 79)

Michael Lesk (1997, apud NARDINO e CAREGNATO, 2005, p.393) enxerga as bibliotecas digitais como “coleções organizadas de informação digital que combinam informações estruturadas com a representação digital possível através do computador”. Bishop (2003, idem, p. 394) as vê como “um lugar onde os usuários podem consultar documentos através de um sistema de informação”, e deve manter em harmonia pessoas [usuários], coleções [documentos] e tecnologia [sistemas de informação]. Para Velasco de la Peña e Merlo Verga (2006, ibidem, p. 394) a diferença entre uma biblioteca digital e uma tradicional consiste unicamente na forma de acesso ao documento, e ambas possuem as mesmas funções: “adquirir, organizar, disponibilizar e preservar a informação”.

2.4 RETOMADA DO SONHO DE BORGES

Em recente artigo publicado no periódico *New York Times*, Kevin Kelly (2006), jornalista norte-americano e editor executivo da revista *Wired*, reacendeu a discussão em torno da influência do hipertexto e da internet na literatura ao afirmar que o sonho da Biblioteca Universal foi ressuscitado. A afirmativa é baseada no anúncio feito pela empresa Google, em dezembro de 2004, de que digitalizaria todos os livros das cinco maiores bibliotecas dos Estados Unidos com o intuito de tornar o seu conteúdo facilmente localizável, e também no surgimento de iniciativas semelhantes em várias partes do mundo. De acordo com Kelly³ (2006) “o explosivo aumento da Web, indo do nada ao tudo em apenas uma década, nos encorajou a acreditar no impossível novamente”. Na situação imaginada pelo jornalista americano, todo o acervo literário do mundo estaria interligado através de *hiperlinks*, transformando todos os textos existentes em um só grande texto composto de obras reorganizadas fora de sua ordem e lógica originais, negando assim a possibilidade de autoria individual. Seria a transformação da tradicional Galáxia de Gutenberg, baseada na forte ligação entre livro e escritor, numa rede ou tecido intertextual sem ponto fixo ou *autoritário*.

³ Disponível em: <<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F30913FC3D5A0C778DDDAC0894DE404482>>. Acessado em 9 de dezembro de 2006.

Embora tenha sido imediatamente rebatida pelo escritor norte-americano John Updike⁴ (2006) e pelo escritor espanhol Enrique Vila-Matas⁵ (2006), para quem a teoria de Kelly não passa de “uma deformação grotesca da biblioteca universal imaginada por Borges e que em suas mãos se converte em um monstruoso livro de areia, que seguramente provocaria o sarcasmo do escritor argentino” a idéia do jornalista americano encontra eco em outros autores que tratam o assunto, e até o momento não pôde ser comprovada ou descartada completamente. Com a chegada da versão beta do *Google Book Search*, produto do projeto de digitalização de livros do Google, torna-se possível agora analisar até que ponto se está realmente mais próximos da biblioteca universal sonhada por Jorge Luis Borges.

⁴ Disponível em <<http://www.nytimes.com/2006/06/25/books/review/25updike.html?ex=1165640400&en=404c46d33876d100&ei=5070>>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

⁵ Disponível em <http://www.elpais.com/articulo/semana/libro/venir/elpbabsem/20060916elpbabese_2/Tes/>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

3 GOOGLE BOOK SEARCH

3.1 A BUSCA NA INTERNET E O NASCIMENTO DO GOOGLE

Há alguns anos, Google tornou-se sinônimo da expressão *mecanismo de busca na internet*. Sua posição está de tal maneira consolidada no mundo daqueles que utilizam a Wide World Web que torna sem sentido o exercício de tentar contar as duas histórias separadamente.

De acordo com John Battelle (2006), o primeiro mecanismo de busca na internet foi o rudimentar Archie, criado pelo então aluno da McGill University, Alan Emtage, em 1990, e era usado fundamentalmente por técnicos e acadêmicos. O crescimento rápido da web sempre demandou soluções novas a todo instante, e assim seguiram-se avanços como o surgimento do *crawler*, construção que permitiu que as buscas varressem muitos sites superficialmente antes de se aprofundarem em seu conteúdo. A primeira ferramenta de busca de eficiência significativa foi o Altavista, que conseguiu a proeza considerável de colocar a web inteira dentro de um computador.

Mas foi o surgimento do Google e seus aperfeiçoamentos que tornaram possível o surgimento do que Battelle chama de *Base de Dados de Intenções*, “possivelmente o mais duradouro, forte e significativo artefato cultural da história da espécie humana” (2006, p.5). Esta base de dados é constituída pelos resultados agregados de todas as buscas já feitas, todas as respostas apresentadas e os caminhos que foram seguidos a partir deles. Estariam ali contidas as expressões dos desejos, necessidades, vontades e preferências de absolutamente todos os usuários. Na prática, toda informação sobre as pessoas que utilizam a web pode ser levantada explorando esta base de dados, de uma forma ou de outra.

Corruptela do termo *googol*, cunhado pelo matemático Edward Kasner para representar a centésima potência de dez (10^{100}), que resulta no número um seguido de cem zeros, a empresa Google Inc. nasceu de um projeto de pesquisa de dois alunos de doutorado na Stanford

University, Califórnia, em 1996. Em um tempo onde os mecanismos de busca na internet eram lentos e baseados em princípios pouco confiáveis, como o ranqueamento de páginas baseado no número de vezes em que o termo de pesquisa aparece dentro de um site, entre outros⁶, Larry Page e Sergey Brin idealizaram um novo sistema para organizar e disponibilizar o conteúdo espalhado pela Wide World Web.

Batizado primeiro de *BackRub* antes de acabar registrado com o nome de *Page RankTM*, o algoritmo base da sistemática de busca inventada pelos dois colegas examina a estrutura de links da web para determinar os resultados mais relevantes de uma pesquisa. O cálculo foi baseado na tese de que páginas com o maior número de links apontando para si a partir de outros sites relevantes são necessariamente as mais importantes associadas com o termo de pesquisa. Antes de apresentar os resultados para o usuário, o Google ainda opera uma análise de conteúdo do site, examinando fatores como fontes, subdivisões e hierarquia das palavras localizadas para garantir maior relevância na pesquisa.

Além da maior confiabilidade dos resultados das buscas, o outro trunfo da empresa sobre a concorrência foi a grande velocidade com que conseguiu operacionalizar a pesquisa. Para tentar driblar a lentidão que os grandes servidores experimentavam nos maiores picos de carregamento de informação, a empresa testou a troca por uma rede de computadores menores que, lincados, fizessem a mesma operação. O resultado foi uma busca não apenas mais rápida, mas também um menor custo operacional.

A sistemática de busca do Google, a exemplo da imensa maioria de todos os serviços similares, pode ser exemplificada pelo diagrama retirado do próprio site da companhia:

⁶ Para se ter uma idéia mais precisa do salto que significou o advento do sistema de busca do Google, antes de ser incorporado pelo gigante Yahoo (<http://www.yahoo.com>), o site de busca brasileiro *Cadê?*, então um dos maiores do Brasil, lançava mão do cadastro dos sites pelos próprios webmasters como forma de indexá-los.

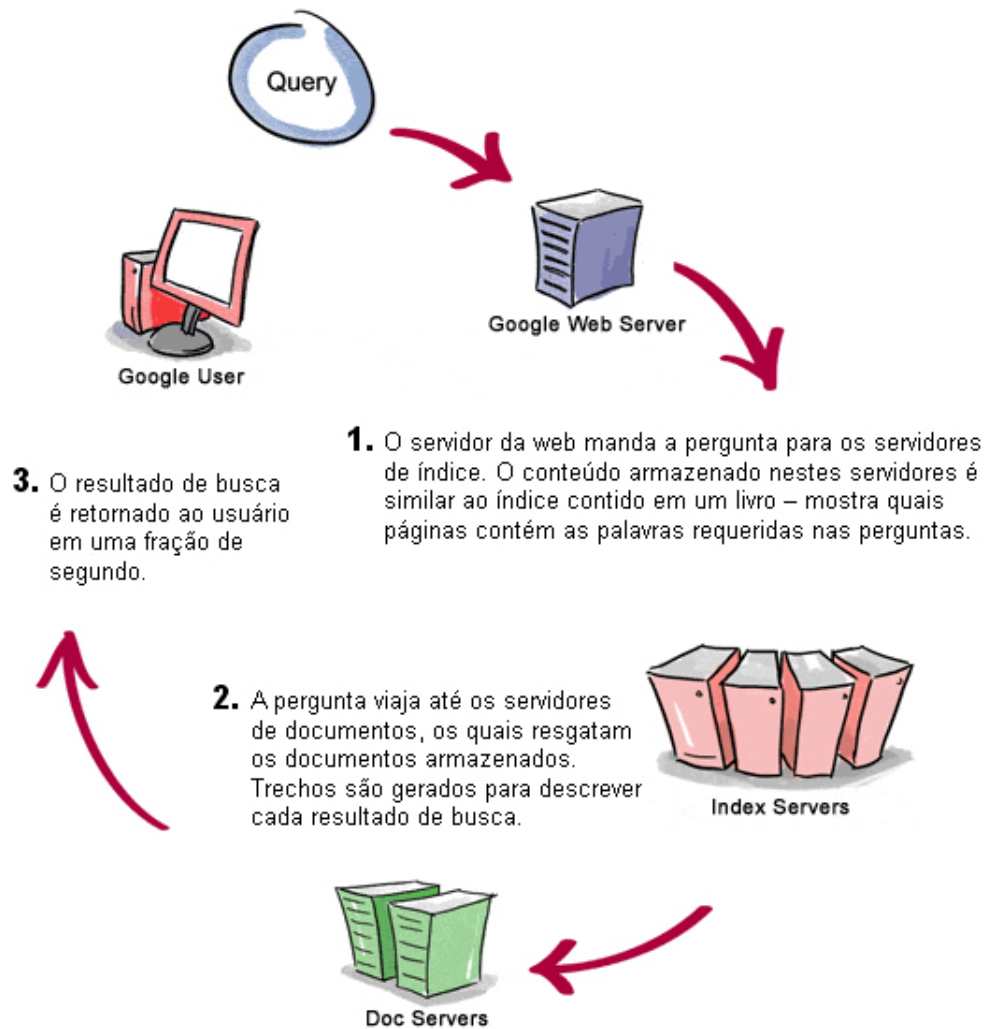


Figura 1: Sistemática de busca utilizada pelo Google

Desde que o domínio *google.com* foi registrado, em setembro de 1997, e a empresa devidamente regularizada e instalada em uma garagem sublocada, exatamente um ano depois, em Menlo Park, Califórnia, houve um crescimento vertiginoso no empreendimento. A mudança da garagem para o maior parque de escritórios do Vale do Silício, em Mountain View, com direito a quadras de esportes e centro de ginástica, se deu em apenas cinco anos⁷. Em 2006, segundo

⁷ Disponível em <http://news.com.com/Googles+movin+on+up/2110-1032_3-1025111.html>. Acessado em 21 de agosto de 2007.

noticiou o San Jose Business Journal⁸, o Google comprou mais de 90 mil m² na mesma região da falida Silicon Graphics para seus planos de expansão, ao custo de US\$ 319 milhões.

Se em 1998, além dos dois sócios havia apenas um funcionário, com a entrada de investidores que aportaram US\$ 25 milhões em 1999 a empresa começou a crescer. No ano 2000 o número de trabalhadores já chegava a 60. Três anos depois, o Google já empregava mais de mil pessoas. Em março de 2005, a empresa contabilizou 3.482 funcionários ao redor do mundo, e no mês de dezembro de 2006 o Google atingiu pela primeira vez o quinto dígito na contagem de empregados, que já ultrapassavam 10 mil. Os últimos dados, divulgados pela própria empresa em 19 de julho referentes aos resultados do segundo trimestre de 2007⁹, apontam para 13.748 empregados trabalhando em turno integral. A companhia possui hoje 56 escritórios em 26 países espalhados pela América do Norte, América do Sul, Europa, Ásia e Oceania. No Brasil, possui sedes em São Paulo e Belo Horizonte.

O número de buscas efetuadas através do Google cresceu de 10 mil ao dia, em 1998, para 500 mil ao dia no ano seguinte. O ano 2000 mal havia iniciado e o índice saltou para 18 milhões de buscas/dia, e encerrou aquele período fiscal na casa assombrosa das 100 milhões de pesquisas diárias no site, um crescimento de 20.000% em um único ano. O crescimento da capacidade de indexação de páginas da empresa também foi muito grande. Em 2000, havia 1 bilhão de websites indexados no Google, número que triplicou no ano seguinte.

De acordo com pesquisa realizada pela Nielsen//NetRatings¹⁰, referente ao mês de julho de 2007, o Google possui 53% do *market share* dos sites de busca dentro dos Estados Unidos, graças às 4,1 bilhões de pesquisas efetuadas pelos norte-americanos no período. Em segundo lugar aparece o Yahoo!¹¹, com 20,1%, seguido de perto pelo MSN/Windows¹², que ocupa a terceira posição com 13,6% daquele mercado.

⁸ Disponível em <<http://sanjose.bizjournals.com/sanjose/stories/2006/06/19/newscolumn3.html>>. Acessado em 21 de agosto de 2007.

⁹ Disponível em <http://www.google.com/press/pressrel/revenues_q207.html>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹⁰ Disponível em <http://web.archive.org/web/20070219084634/http://www.marketwire.com/mw/release_html_b1?release_id=206586>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹¹ Disponível em <<http://www.yahoo.com/>>. Acessado em 21 de agosto de 2007.

¹² Disponível em <<http://www.msn.com/>>. Acessado em 21 de agosto de 2007.

Conforme dados fornecidos pelo balanço anual da companhia, referentes ao período fiscal de 2006¹³, reeditados e publicados pelo site para investidores *Hoovers*¹⁴, o Google registrou uma receita de US\$ 10,6 bilhões no ano, quase duas vezes a de seu maior concorrente (*Yahoo!*, que ficou US\$ 6,4 bilhões). O crescimento, em comparação com 2005, foi de 72,8%.

Cabe ressaltar que, deste montante, 98,94% (US\$10,5 bilhões) foram provenientes de receitas de publicidade, enquanto que as receitas advindas de licenciamentos, entre outras, mal ultrapassaram a centésima parte do bolo.

Os programas de publicidade do Google são capitaneados pelo *Google AdWords*. Baseado em palavras-chave escolhidas pelo anunciante, anúncios com alto grau de relevância são exibidos ao lado dos resultados das buscas efetuadas no site principal, bem como junto a todo o conteúdo disponibilizado pela empresa em sua rede de publicidade. O custo para o anunciante é calculado proporcionalmente ao número de cliques ou de visualizações do anúncio. Há ainda outras iniciativas complementares a esta, como o *Google AdSense*, onde donos de websites podem mostrar conteúdo publicitário em suas próprias páginas e receberem um percentual da receita a cada vez que o anúncio é clicado.

Tamanho desempenho pode ser entendido, ao menos em parte, pela sólida cultura de agressividade da companhia em todos os ramos do negócio. Ela pode ser notada em iniciativas *sui generis* para aquecer a IPO¹⁵ na bolsa de valores NASDAQ (como a redução dos salários dos controladores para apenas um dólar), até sua política de contratação, que privilegia habilidade em detrimento da experiência.

¹³ Disponível em <<http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1288776/000119312507044494/d10k.htm>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹⁴ Disponível em <http://www.hoovers.com/google/--ID__59101,ticker__--/free-co-fin-factsheet.xhtml>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹⁵ Oferta pública inicial de ações de uma empresa no mercado. Seu principal propósito é levantar capital para utilizar como investimento para expansão da empresa.

O Google não hesita em adquirir as empresas que se sobressaem com seus produtos no mercado da web. Da *Pyra Labs*, em 2001, comprou o *Blogger*¹⁶, uma das mais populares plataformas de publicação de blogs. Em 2006, foi a vez do popular site de vídeos online *YouTube*¹⁷ ser englobado pela companhia, ao custo de US\$ 1,65 bilhão. Desde aquele ano, a empresa começou a comprar também alguns negócios que não fazem parte de seu mercado de origem, a internet. Em pouco tempo, adquiriu a *dMarc*, uma empresa focada em publicidade no rádio, além de iniciar a colocação de seus anunciantes em espaços de jornais e revistas que originalmente seriam destinados a calhaus.

Hoje, o Google conta com uma extensa relação de mais de uma centena de produtos¹⁸ divididos em quatro macro-categorias distintas, conforme suas características: produtos para desktop, como o *Google Earth*; produtos para dispositivos móveis (celulares e afins), como o *Gmail Mobile*; produtos para a web, como o próprio *Google Book Search*; e produtos para hardware, como o *Google Search Appliance*.

3.2 DESCRIÇÃO DO GOOGLE BOOK SEARCH

Na prática, a biblioteca universal idealizada pelo jornalista Kevin Kelly em *Scan This Book!* (2006) funciona de maneira bem diferente.

No mês de outubro de 2004, a empresa Google anunciou pela primeira vez, na *Frankfurt Book Fair*, o programa então batizado de *Google Print*. Em dezembro do mesmo ano, tornou pública a parceria com cinco das principais bibliotecas dos Estados Unidos, cujo objetivo era digitalizar e tornar disponíveis cerca de 15 milhões de obras dentro de uma década. Em 17 de novembro de 2005, o projeto mudou de nome, passando a ser chamado *Google Book Search*, como permanece até hoje. Na mesma data foram lançados os dois programas que formam a base

¹⁶ Disponível em <<https://www.blogger.com>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹⁷ Disponível em <<http://www.youtube.com>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

¹⁸ Há casos de nomes de programas que aparecem em mais de uma categoria. Nestes casos, trata-se de versões criadas especialmente para o determinado tipo de uso.

deste projeto, *Google Books Partner Program* e *Google Books Library Project*, que serão abordados mais adiante neste trabalho.

Desde então, o *Google Book Search*¹⁹ permanece disponível na internet em versão beta²⁰ como forma de apresentar os primeiros resultados de seu projeto. O site respeita os direitos autorais e disponibiliza integralmente apenas livros de domínio público, permitindo tão somente a reprodução limitada ou em trechos das obras protegidas por copyright. Ironicamente, o livro *Out of Control: The New Biology of Machines, Social Systems and the Economic World*²¹, de autoria do próprio Kevin Kelly, tem sua visualização limitada no site.

3.2.1 Definição da ferramenta

O *Google Book Search* é uma ferramenta de pesquisa de livros. Através de convênios com bibliotecas e editoras, a empresa está montando um imenso banco de dados que pretende incluir toda a bibliografia do mundo. O objetivo declarado pela empresa é trabalhar com editoras e bibliotecas para criar um catálogo virtual amplo e pesquisável, que contenha todos os livros, em todos os idiomas, no sentido de permitir que leitores descubram novos livros e que editoras encontrem novos leitores.

Como define o próprio site, ao se dirigir diretamente ao usuário, “o objetivo da pesquisa de livros do Google é ajudá-lo a descobrir livros e saber onde comprá-los ou pegá-los emprestados, não lê-los on-line do início ao fim. É como ir a uma livraria e dar uma lida - com um toque do Google”.²²

¹⁹ Disponível em <<http://www.books.google.com>>. Acessado em 6 de dezembro de 2006.

²⁰ De acordo com a enciclopédia livre Wikipedia, **versão beta** é a primeira versão lançada fora da organização que desenvolveu o software, normalmente com o objetivo de efetuar testes e avaliações do público. Um programa em versão beta normalmente inclui todas as ferramentas, mas podem conter ainda alguns problemas e “bugs” de menor gravidade.

²¹ Disponível em <<http://books.google.com/books?id=dzT3AQAACAAJ&dq=kelly+out+of+control>>. Acessado em 14 de setembro de 2007.

²² Disponível em <<http://www.google.com.br/googlebooks/about.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

3.2.2 Funcionamento

Na página inicial do *Google Book Search*²³, diferentemente do que ocorre com a maioria das ferramentas específicas de busca da empresa, não é apenas o campo para efetuar pesquisa de palavras que aparece. Ilustrações de capas de livros, organizados em fileiras como que simulando prateleiras, organizam as obras por assunto. Há cinco imagens de livros em cada uma das categorias. A primeira revela obras categorizadas como *Interesting*, “uma amostra de livros dinamicamente selecionados pelos algoritmos da ferramenta”²⁴. Em seguida, há a fileira de *Classics*, que apontam para obras populares disponível em domínio público. A terceira linha é dedicada à categoria *Highly Cited*, destinada a livros muito citados, para uso especialmente de estudantes e pesquisadores. Por último, *Random Subjects* é uma prateleira aleatória que, a cada vez que a página for recarregada, mostrará um assunto diferente.

Um menu localizado no lado esquerdo da tela apresenta três gêneros para que o usuário faça suas pesquisas seguindo os links: *Fiction*, que contém os subitens fixos *Literature*, *Science Fiction*, *Fantasy*, *Romance*, *Mystery*, *Fairy Tales*, *Short Stories* e *Poetry*; *Non-Fiction*, que contém os subitens fixos *Philosophy*, *Economics*, *Political Science*, *Linguistics*, *Mathematics*, *Physics*, *Chemistry* e *Biology*; e, por fim, *Random Subjects*, que a cada vez que a página é recarregada apresenta oito subitens diferentes. A figura abaixo mostra como a página inicial do *Google Book Search* é apresentada.

²³ Uma das características dos sites na internet é a constante atualização e remodelação. Com o *Google Book Search* não é diferente, e novas possibilidades, divisões, ferramentas e modos de apresentação são disponibilizados com grande frequência. A descrição do site neste trabalho compreende todas as atualizações do site realizadas até o dia 28 de setembro de 2007.

²⁴ Disponível em <<http://booksearch.blogspot.com/2007/09/new-ways-to-dig-into-book-search.html>>. Acessado em 28 de setembro de 2007.

The image shows the Google Book Search homepage. At the top, there is the Google logo with 'Book Search BETA' and a search bar. To the right of the search bar are links for 'Search Books', 'Advanced Book Search', and 'Google Book Search Help'. On the left side, there are two main categories of links: 'Fiction' and 'Non-fiction'. Under 'Fiction', there are links for Literature, Science fiction, Fantasy, Romance, Mystery, Fairy tales, Short stories, and Poetry. Under 'Non-fiction', there are links for Philosophy, Economics, Political science, Linguistics, Mathematics, Physics, Chemistry, and Biology. Below these are 'Random subjects' with links for Architecture, Growth, Fiction, Capitalists and financiers, Folk songs, Women authors, Legends, Blacksmithing, and Fads. The main content area is divided into three horizontal sections: 'Interesting', 'Classics', and 'Highly cited'. Each section displays a row of book covers. The 'Interesting' section includes books like 'Economic Transformation: The Mexican Way', 'The Changing Social Structure of England and Wales 1871-1961', 'The Complete Short Stories of Guy de Maupassant Part Two', 'RUSSIA and the UNITED STATES' by Pitirim Sorokin, and 'ANNE TYLER'. The 'Classics' section includes 'The Poetical Works of Sir Walter Scott', 'Faust' by Johann Wolfgang von Goethe, 'Geschichte der deutschen Höfe seit der Reformation' by Eduard Vehse, 'Sämtliche Werke' by Heinrich Heine, and 'The pilgrim's progress' by John Bunyan. The 'Highly cited' section includes 'The Journal of a Year to the Rockies with Sperry', 'CLIMATE CHANGE 1995: The Science of Climate Change', 'WORK & REVOLUTION IN FRANCE', and 'THE RATIONAL UNIFIED PROCESS'.

Figura 2: página inicial do *Google Book Search* e sua divisão de obras por assunto

A outra opção do usuário é fazer uma pesquisa para encontrar as obras que procura. Após efetuada a pesquisa através da inserção de palavras-chave no campo de busca, quando um livro cujo conteúdo corresponda aos termos pesquisados pelo usuário é localizado, o site o vincula aos seus resultados. Clicando no título o usuário verá, como em uma entrada de um catálogo de fichas, algumas informações básicas sobre o livro. Também poderá ver alguns trechos que contiverem o termo da sua pesquisa no contexto. O quanto o usuário poderá ver de cada livro depende da data de publicação, se está ou não sujeito a direitos autorais, depende da licença concedida pelo editor, etc. Em todos os casos, entretanto, ele verá links que levam diretamente a livrarias online onde poderá comprar um exemplar no formato tradicional.

O que o usuário poderá visualizar a respeito de cada título consultado no catálogo virtual do Google pode ser dividido em quatro modos de exibição.

3.2.2.1 Visualização completa

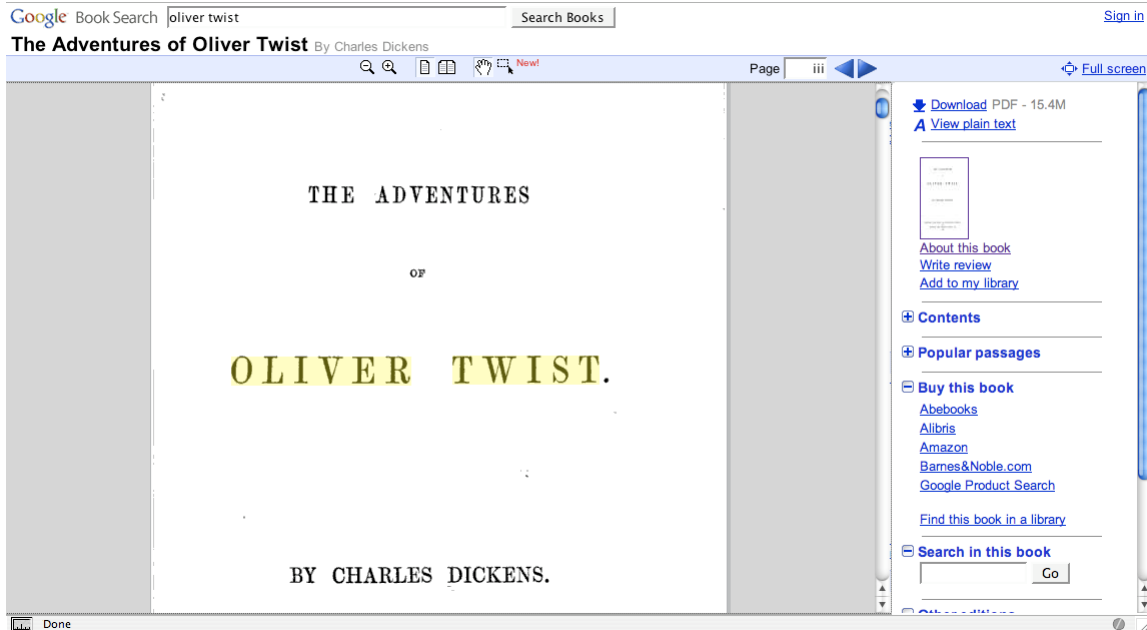


Figura 3: Modo *visualização completa* da obra *Oliver Twist*, de Charles Dickens²⁵

Ao usuário é permitida a visualização integral da obra se o livro for de domínio público ou se a editora ou o autor tiver solicitado que o livro seja integralmente disponibilizado. A *visualização completa* permite que o usuário visualize qualquer página.

O termo de pesquisa encontrado aparece realçado em amarelo, como se fora caneta marca-texto. A aparência dos livros mostrados é idêntica aos modos de visualização de arquivos de extensão PDF nos softwares leitores tradicionais, como *Acrobat Reader*. Vê-se exatamente uma cópia digitalizada da edição, com as dimensões idênticas às do livro original. Estão presentes inclusive as falhas de impressão, borrões e manchas na tipografia típicas do formato papel. Nesse sentido, os títulos disponibilizados para visualização completa do usuário lembram em muito o aspecto de fotocópias, porém agora em formato digital.

No topo da página, o usuário escolhe como deseja visualizar o livro. O formato padrão consiste na apresentação de uma página de cada vez e uma consecutiva à outra, exatamente como

²⁵ Disponível em <<http://books.google.com/books?id=cxHZ0rIU1L8C&printsec=titlepage&dq=oliver+twist>>. Acessado em 15 de setembro de 2007.

os programas processadores de texto, como Microsoft Word. Neste caso a passagem de uma página a outra se dá através do arraste da barra de rolagem vertical posicionada no lado direito da página, ou então através do recurso *Hand Tool* idêntico ao utilizado pelo Acrobat Reader, que consiste em clicar sobre a página e puxá-la ou arrastá-la para cima ou para baixo, dependendo para onde deseja mover-se.

O outro formato disponível é aberto, e as páginas são mostradas aos pares. Neste caso, a visualização simula um livro real através de uma ilustração de cercadura que envolve a área do texto, apresentando graficamente as características de uma capa ao fundo e simulando páginas nos lados, criando uma ilusão de volume de um livro. A passagem de páginas não é mais possível através do recurso *Hand Tool*, mas se dá através de um duplo-clique no espaço do texto, que leva o usuário apenas para a próxima dupla de páginas, ou clicando nas setas indicativas localizadas no canto superior direito que o permitem ir para a página anterior ou próxima. Junto a estas setas, para qualquer dos modos de visualização escolhidos pelo usuário, há um campo que permite preencher o número da página desejada e o leva diretamente até ela.

Também no topo da página, junto às ferramentas que alteram o modo de visualização, dois botões identificados com pequenas lupas permitem ao usuário ampliar ou reduzir o tamanho das páginas a seu gosto, conforme necessidade e conforto para leitura. Outra opção de visualização é a *tela cheia*, que expande a imagem do livro por todo o espaço do browser, ocultando os menus do topo de página e o lateral-direito.

Completando o menu de opções da barra horizontal localizada no topo da página, uma ferramenta permite marcar um trecho qualquer da obra para compartilhá-lo. O trecho marcado é automaticamente transformado em um clipe que pode ser uma imagem ou texto bruto, e o usuário tem a opção de enviá-lo de maneira automática para o seu blog (caso seja usuário do serviço Blogger, de propriedade do Google) ou então copiar o código HTML fornecido no seu próprio site para que o trecho seja incorporado.

Na parte inferior da tela, é apresentada ao usuário publicidade no formato de *links patrocinados*, sempre guardando relevância temática com o livro que está sendo consultado.

No menu localizado na parte lateral direita da tela, as opções apresentadas podem variar de acordo com a obra consultada. As opções apresentadas são, normalmente, as seguintes:

- **Download integral do livro**, em formato PDF. É permitido ao usuário obter uma cópia digital do livro e guardá-la no seu computador, podendo acessá-la sem, necessariamente, estar conectado ao website.
- **Visualizar textos simples**. Esta opção transforma as imagens em arquivos de texto, eliminando da visualização todas as características que o deixam similar a uma fotocópia, tais como manchas, imperfeições de impressão, etc. Por outro lado, também as imagens e ilustrações contidas nas páginas são ignoradas e não ficam disponíveis para o usuário. Sua principal utilidade, entretanto, é abrir o conteúdo para tecnologias adaptadas aos usuários com necessidades especiais, tais como leitores de tela, mostradores em Braille, etc. A disponibilidade deste recurso denota preocupação com a acessibilidade do site *Google Book Search*.
- **Acerca deste livro**. Clicando nesta opção, o usuário é deslocado do livro e levado até uma nova página onde são oferecidas informações de referência a respeito da obra, tais como breve resumo da mesma, número de páginas, editora, ano de sua primeira publicação, imagem da capa, etc. Lá também são mostrados *termos importantes*, palavras-chave ou expressões de grande ocorrência no decorrer do livro. Ao clicar sobre elas, é apresentado ao usuário o resultado de uma pesquisa sobre o termo, indicando as páginas em que este é encontrado bem como um breve trecho do parágrafo em que está contido, visando contextualizá-lo.
- **Análises**. Leva o usuário até críticas escritas que estejam disponíveis na web acerca da obra em que se está navegando.

- **Escrever resenha.** Permite ao usuário fazer uma classificação da obra dentro de uma escala de uma a cinco estrelas, escrever uma resenha sobre o livro e adicionar etiquetas a ele. Todas estas informações ficam disponíveis a todos os outros usuários.
- **Adicionar à minha biblioteca.** Agrega a obra a uma lista de livros previamente escolhidas pelo usuário. Trata-se de um índice dentro do próprio programa que facilita a localização das obras selecionadas pelo usuário.
- **Conteúdo.** Neste item, há normalmente um *roll* de links que remetem o usuário direto às seções principais do livro consultado, como a página do título e o início de cada capítulo ou seção, dependendo da obra.
- **Passagens mais conhecidas.** Neste item, desdobram-se as passagens da obra que mais foram citadas dentro de outras obras. Além do trecho destacado, consta a informação de quantas obras já o citaram, o ano do livro mais antigo e o do mais recente a fazê-lo. Há um link que leva o usuário até o trecho dentro do livro ou então outros que permitem percorrer uma lista de todos os livros que já citaram aquela passagem.
- **Comprar este livro.** É apresentada uma listagem de links que remetem o usuário até endereços eletrônicos de vendedores online, onde ele pode comprar o livro imediatamente.
- **Pesquisar neste livro.** Há um campo para digitar novas palavras-chave e efetuar buscas diferentes dentro do mesmo livro.
- **Localizar este livro em biblioteca.** Direciona o usuário para o WorldCat²⁶, um site internacional de busca de livros em bibliotecas locais ao redor do mundo. No entanto, o site não apresenta bom resultado para usuários do Brasil.

²⁶ Disponível em <<http://worldcat.org>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

- **Informações do editor.** Apresenta informações sucintas sobre o editor da obra, normalmente com um link remetendo para o seu website.
- **Outras edições.** Apresenta opções de outras edições da mesma obra.
- **Modo HTML básico.** Operação meramente técnica que visa permitir que usuários com browsers incompatíveis ou equipamentos insuficientes possam navegar pelo site, ainda que isto acarrete na simplificação de algumas funções e o desaparecimento de outras.

3.2.2.2 Visualização limitada

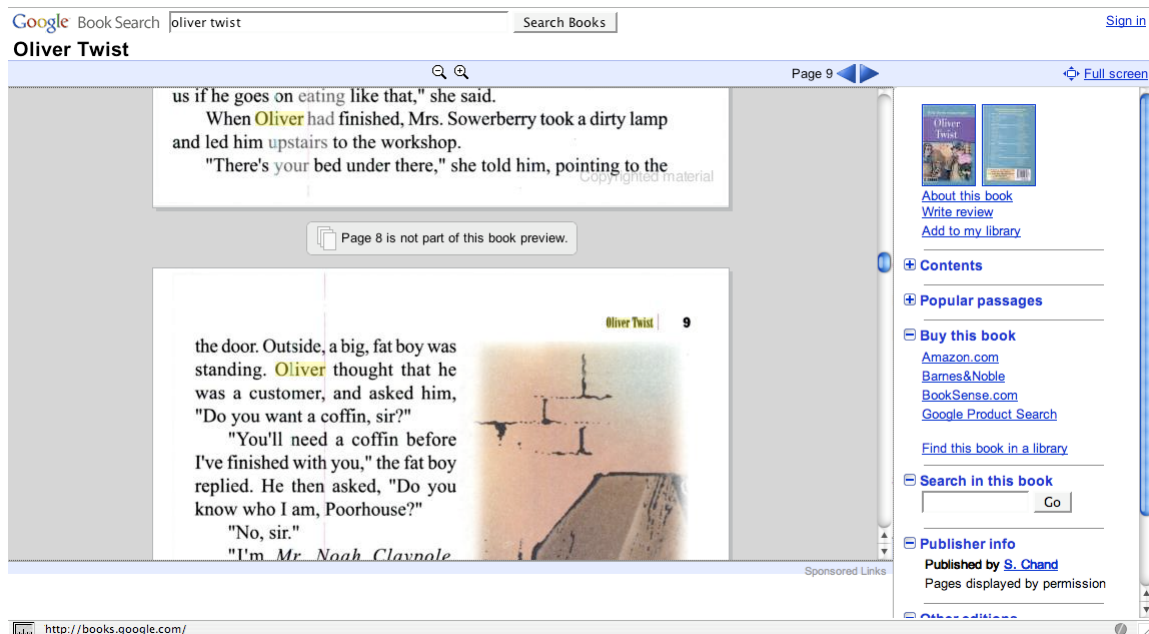


Figura 4: Modo *visualização limitada* da obra *Oliver Twist*, de Charles Dickens²⁷

Se a editora ou o autor houver dado tal permissão ao Google, o usuário poderá ver um número limitado de páginas do livro. A apresentação gráfica é idêntica à oferecida ao usuário no

²⁷ Disponível em <http://books.google.com/books?id=x-RLfIt3288C&pg=PP1&dq=oliver+twist&as_brr=3&sig=B-PWeUZWfy9brp4qzpuGCVLNaoY#PPA9,M1>. Acessado em 15 de setembro de 2007.

caso da visualização completa, salvo algumas exceções. Tal como o primeiro, é apresentada uma imagem que se pretende uma representação de livro, simulando o volume das folhas e da capa. Também a palavra-chave procurada e encontrada dentro do texto é mostrada realçada em cor amarela, tal qual uma caneta marca-texto. No entanto, não há disponível a opção para visualizá-lo aberto, com as páginas sendo mostradas aos pares, mas apenas uma a uma. Não há regra definida quanto à possibilidade de ampliação e redução da imagem através dos botões de zoom. Algumas obras oferecem a opção para os usuários e outras não, sem lógica aparente para que isso aconteça.

A maior diferença é mesmo a quantidade reduzida de páginas inteiras a que o usuário tem acesso. Não há uma definição prévia ou lógica pré-determinada quanto a isto. Ao navegar pelo livro, o leitor vai passando às próximas páginas quando, de chofre, pula-se da 24 para a 88, ou então da 34 para a contracapa, e assim sucessivamente. Entretanto, mesmo com a visualização limitada é possível fazer a consulta por palavras-chave dentro da obra. Todas as ocorrências dos termos são mostradas, e é possível acessar às páginas inteiras a partir dos resultados deste tipo de busca, em qualquer caso.

Outra característica diversa é a impossibilidade de se efetuar o download da obra completa no formato PDF, tal como possível no caso das obras com visualização completa. Também não é disponibilizada aos usuários, neste caso, a leitura da obra em texto simples - apenas em caracteres - sem que seja preciso carregar a imagem das páginas do livro, com todas as suas eventuais imperfeições de impressão e demais características próprias do livro de papel. As demais funções seguem idênticas às dos livros de *visualização completa*.

3.2.2.3 Visualização de trechos

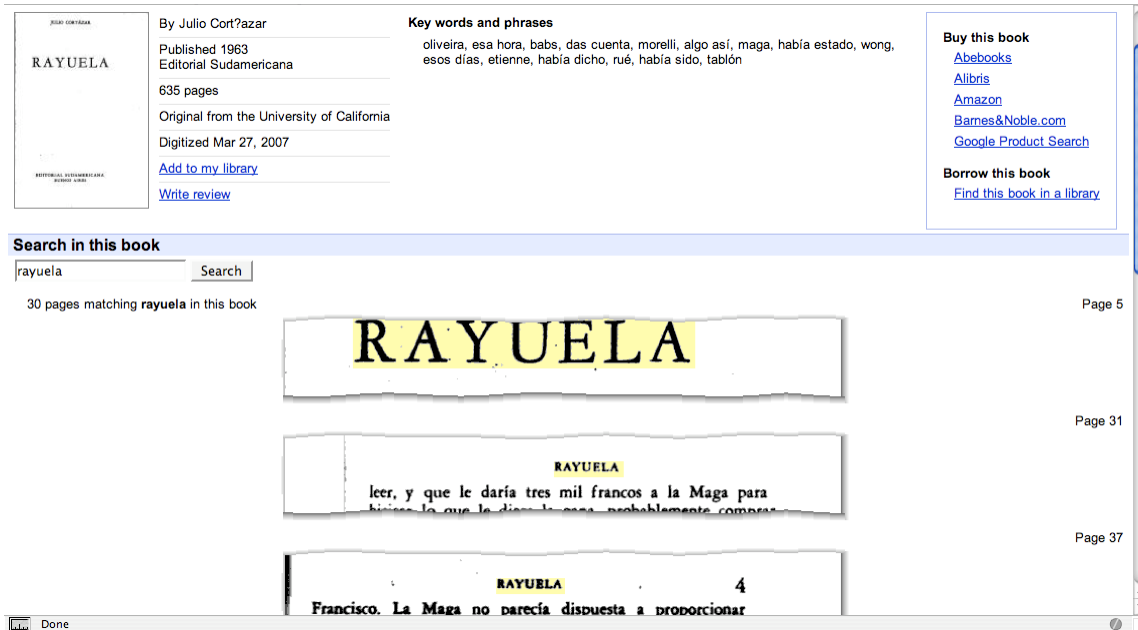


Figura 5: Modo *visualização de trechos* da obra *Rayuela*, de Julio Cortázar²⁸

A *visualização de trechos*, como em um catálogo de fichas, mostra informações sobre o livro e algumas frases contidas no termo contextualizado da sua pesquisa. Diferentemente do que ocorre com os títulos de *visualização limitada*, a obra não é apresentada em páginas. Portanto, deixa de existir a representação gráfica do livro in-natura, ou seja, simulando relevo do papel, da capa, etc.

Ao usuário ainda é oferecida a informação do total de vezes que o termo de pesquisa aparece no livro. Porém, é possível ver apenas três ocorrências por termo, não importando qual o número total de termos encontrados. O produto das buscas é apresentado ainda grifado em cor amarela. No entanto, ao invés destes resultados serem apresentados ao usuário dentro de uma extensão mínima determinada em que seja possível percebê-lo dentro de um contexto, os termos

²⁸ Disponível em

<http://books.google.com/books?id=9PstAAAIAAJ&q=rayuela&dq=rayuela&as_brr=0&pgis=1>. Acessado em 15 de setembro de 2007.

grifados aparecem apenas em meio a pedaços incompletos de frases, na maioria das vezes se tornando impossível extrair qualquer significado. No lugar das páginas inteiras apresentadas no modo de *visualização limitada*, agora o que se vê são recortes, imagens que simulam pedaços de páginas rasgadas com torpeza.

Não há mais a seção *conteúdo* indicando atalhos para os capítulos, uma vez que não há mais páginas inteiras. Também não há mais informações acerca dos editores. Desaparecem do rodapé da página, da mesma maneira, anúncios do Google selecionados por relevância com o tema da pesquisa direcionam para sites que oferecem produtos e serviços relacionados. As demais funções permanecem tais como a *visualização limitada*.

3.2.2.4 Sem visualização disponível

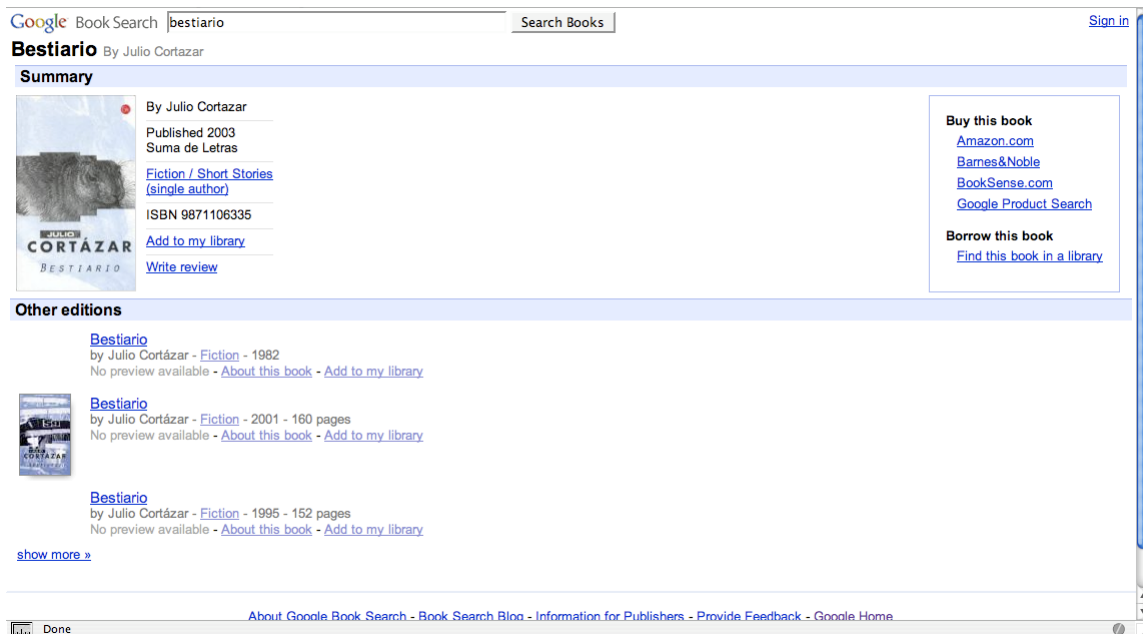


Figura 6: Modo *sem visualização disponível* da obra *Bestiario*, de Julio Cortázar²⁹

Como em um catálogo de fichas, o usuário poderá ver as informações básicas sobre o livro. Ele também poderá saber se o termo da sua pesquisa aparece em qualquer parte do texto, mesmo que não seja no título ou no índice.

²⁹ Disponível em <http://books.google.com/books?id=Q2sAAAACAAJ&dq=bestiario&as_brr=0>. Acessado em 15 de setembro de 2007.

Em comparação com a *visualização de trechos*, ao usuário não é mais oferecida a informação do total de vezes que o termo de pesquisa aparece no livro. Nem um resultado sequer da ocorrência do termo de pesquisa é mostrado. Não há mais, doravante, a possibilidade de o usuário efetuar pesquisa de novas palavras-chave dentro do livro. As demais funções permanecem idênticas às presentes no modo *visualização de trechos*.

As descrições acima correspondem ao normalmente encontrado no site, mas não representam uma regra, necessariamente. Não há uma uniformidade. Há exceções para tudo, e em todo caso é possível encontrar livros de visualização completa sem opção para o download da obra, livros com visualização limitada sem informações sobre outras edições existentes e livros sem visualização disponível com informações catalográficas mais completas que outros sem direitos autorais vigentes e assim por diante. Há ainda casos de livros que possuem um mapa político mundial com balões apontando para cada lugar citado na obra e, ao clicar sobre o balão, é fornecida ao usuário a página em que aquela cidade foi citada. Por vezes também são apresentadas referências de obras acadêmicas acerca da palavra-chave pesquisada e indicações de resenhas sobre o livro.

Seja qual for o modo de visualização disponível para a obra pesquisada, há por parte do programa um grande uso de *drop-down lists*³⁰. Esta interface gráfica permite que o usuário possa, em certa medida, moldar as configurações da página ao seu gosto, sem ter a opção, no entanto, de sacar por completo os links e demais ferramentas que são de interesse da empresa Google.

Novidades são lançadas a todo momento. Em agosto de 2007, conforme anunciada no blog *Google Lat Long*³¹ e confirmada depois no próprio *Inside Google Book Search*³², blog oficial, uma parceria com o programa *Google Earth* passou a permitir que se explore referências

³⁰ Uma *Drop-down list* é um elemento de interface gráfica que permite ao usuário escolher um valor dentro de uma lista. Quando uma *drop-down list* está desativada ela mostra um único valor. Quando ativada, ela mostra uma lista de sub-valores, permitindo que o usuário selecione um deles. Quando o usuário seleciona um novo valor, os sub-valores referentes ao valor anterior são automaticamente desativados e apenas os sub-valores do novo valor selecionado ficam à mostra.

³¹ Disponível em <<http://google-latlong.blogspot.com/2007/08/google-book-search-in-google-earth.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

³² Disponível em <<http://booksearch.blogspot.com/2007/08/book-lovers-view-of-world.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

literárias geograficamente, através de lugares mencionados nos livros. É o oposto da ferramenta supracitada que permite que, a partir de uma obra, procuremos lugares: trata-se de, a partir de um lugar, encontrar obras que digam respeito a ele. Quando a chamada *Google Book Search layer* é ativada no *Google Earth*, pequenos ícones na forma de livros amarelos surgem espalhados pelas diversas partes do globo. Quando se clica sobre estes ícones, abre-se instantaneamente uma janela mostrando um trecho de um livro de domínio público que tem o local como referência.

Cabe ressaltar duas coisas, entretanto. A primeira delas é que apenas os livros sem *copyright* vigente são mostrados nos ícones que aparecem nos mapas, em sua maioria livros escritos há mais de um século. Isto torna impossível fazer esse interessante cruzamento de dados nos títulos mais recentes, em sua imensa maioria protegidos por direito autoral. O que não significa que os títulos disponíveis não sejam importantes, muito pelo contrário. Navegando por Oxford, Oxfordshire, UK, por exemplo, é possível encontrar a íntegra de *Master Humphrey's Clock*, publicado por Charles Dickens em 1841. As buscas são mais eficazes em cidades norte-americanas e britânicas, uma vez que a maior parte do catálogo digital é em língua inglesa. A segunda questão é que não basta acessar o *Google Book Search* através do endereço eletrônico para ter acesso a esta ferramenta; antes, é necessário fazer o download do programa *Google Earth* e proceder na sua instalação e configuração no computador.

3.3 ORIGEM DOS LIVROS MOSTRADOS

De acordo com informações do próprio site³³, os livros apresentados no *Google Book Search* provêm principalmente de duas fontes, editoras e bibliotecas. Existem dois programas específicos para a captação deste material: *Google Books Partner Program* e *Google Books Library Project*.

³³ Disponível em <<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/googlebooks/about.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

3.3.1 Google Books Partner Program

Segundo consta em sua seção³⁴ dentro do site, trata-se de um programa de marketing de livros online, projetado para ajudar editoras e autores a promover seus livros mostrando ao usuário um número limitado de páginas. O Google digitaliza o texto completo dos títulos das editoras participantes e mostra os livros que correspondam aos tópicos procurados pelos seus usuários. Quando um usuário clica em um resultado de pesquisa de livro, ele é levado a um sítio hospedado no Google que exibe uma imagem digitalizada da página relevante do livro. Cada um destes sítios contém ainda vários links *comprar este livro*, permitindo que os usuários comprem o livro de revendedores online.

Também podem ser mostrados anúncios direcionados por contexto do *Google AdWords* nessas páginas. Os editores recebem uma parcela da receita gerada pelos anúncios que aparecem no seu conteúdo. Editoras como a Cambridge University Press, Editora Senac, Grupo Editorial Norma, Sringer, Arcadia Publishing e Crossway, por exemplo, aderiram ao projeto como meio de aumentar a exposição dos livros e assim obterem maior êxito nos negócios. Não há custo para participar do *Google Books Partner Program*. Os editores parceiros são responsáveis apenas pelos custos associados à entrega dos títulos ao Google. Há detalhes sobre casos particulares dos parceiros do programa e dados precisos no próprio site³⁵.

A Cambridge University Press, editora mais antiga do mundo, funcionando continuamente desde 1584, aderiu ao *Google Books Partner Program* em 2004, quando cadastrou grande parte dos seus livros. O objetivo era aumentar a visibilidade de seus títulos para gerar vendas não apenas dos lançamentos, mas também daqueles de fundo de catálogo.

³⁴ Disponível em <https://books.google.com/partner/?hl=pt_BR&hl=pt_BR>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

³⁵ Disponível em <<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/googlebooks/seccess.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

As informações divulgadas pelo próprio Google³⁶, baseadas em declarações de Pete Shemilt, diretor de vendas e marketing do grupo Academic and Professional Books da Cambridge University Press, dão uma amostra do impacto da ferramenta no mercado editorial. Um estudo comparativo entre as vendas de 2003 e 2006 para livros publicados antes de 2000 mostrou, nos Estados Unidos, um incremento de 20% na venda dos títulos inscritos no programa e digitalizados pelo Google em relação aos outros.

A equipe de Shemilt também verificou que, juntos, os resultados da pesquisa tradicional do Google na web e do *Google Book Search* são responsáveis por 65% do tráfego no site da editora. Outra constatação diz respeito ao potencial de compra que cada visitante possui. De acordo com o diretor de marketing, “um usuário proveniente do *Google Book Search* normalmente visita mais páginas do site, tem o dobro de chances de comprar um livro e gasta 50% a mais por pedido”.

Há ainda relatos de outros parceiros do programa. Em sua maioria, eles apontam para dois benefícios principais: a maior exposição a que seus títulos são submetidos, o que, via de regra, se reverte em incremento de venda; e uma maior estabilidade do índice de vendagem, ou seja, os títulos que após o lançamento costumam ter uma queda de vendas bastante acentuada mantiveram índices melhores.

Em 13 de setembro de 2007, a empresa Google anunciou uma parceria com nove editoras brasileiras que aderiram ao programa durante a 13ª Bienal do Livro do Rio de Janeiro³⁷. São elas Ediouro, Unesp, Annablume, Grupo Summus, Aduaneiras, Ateliê Editorial, M. Books, Girassol e Autores Associados³⁸. A adesão foi considerada significativa à medida que aumenta a oferta de obras em português no serviço.

³⁶ Disponível em <<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/googlebooks/cup.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

³⁷ Disponível em <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2007/09/14/imprensa14215.shtml>. Acessado em 22 de setembro de 2007.

³⁸ Disponível em <<http://www.baguete.com.br/noticiasDetalhes.php?id=19533>>. Acessado em 22 de setembro de 2007.

3.3.2 Google Books Library Project

Trata-se de uma tentativa de indexação dos livros do mundo. O projeto inclui as coleções de dezoito bibliotecas e, como em um catálogo de fichas, mostra informações sobre o livro; em alguns casos, também mostra pequenos trechos – algumas frases com o termo pesquisado no contexto. Caso o livro não esteja sob direitos autorais, ele será mostrado integralmente.

O objetivo do *Google Books Library Project* é “ajudar as pessoas a encontrar livros relevantes – especialmente os livros que não são encontrados de nenhuma outra forma, como é o caso dos livros esgotados –, sempre respeitando os direitos autorais de autores e editoras”.³⁹ Até o mês de outubro de 2007, estavam sendo digitalizados total ou parcialmente os acervos das seguintes bibliotecas: Committee on Institutional Cooperation, Cornell University Library, Harvard University, The New York Public Library, Princeton University, Stanford University, University of California, University of Michigan, University of Texas at Austin, University of Virginia e University of Wisconsin, dos Estados Unidos; Biblioteca de Catalunya e Universidad Complutense de Madrid, da Espanha; Bibliothèque Cantonale et Universitaire Lausanne, da Suíça; Bayerische Staatsbibliothek, da Alemanha; Universiteitsbibliotheek Gent, da Bélgica; Oxford University, da Inglaterra; e Keio University Library, do Japão.

Tanto no caso das editoras como das bibliotecas, quem decide que títulos serão digitalizados é sempre o parceiro, e nunca a empresa Google. Cabe a eles também decidirem se um livro não deve passar pelo processo por conta de seu estado de conservação. Sabe-se que, embora descrito pelo site da empresa como tecnologias inovadoras que permitem digitalizar o conteúdo sem danificar o livro, tal processo ainda não é padronizado, ocorrendo de várias maneiras distintas, em sua maioria dependendo de ação humana, o que abre a possibilidade do erro e, conseqüentemente, do dano ao material, como comprova a figura abaixo:

³⁹ Disponível em <<http://www.google.com.br/googlebooks/library.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

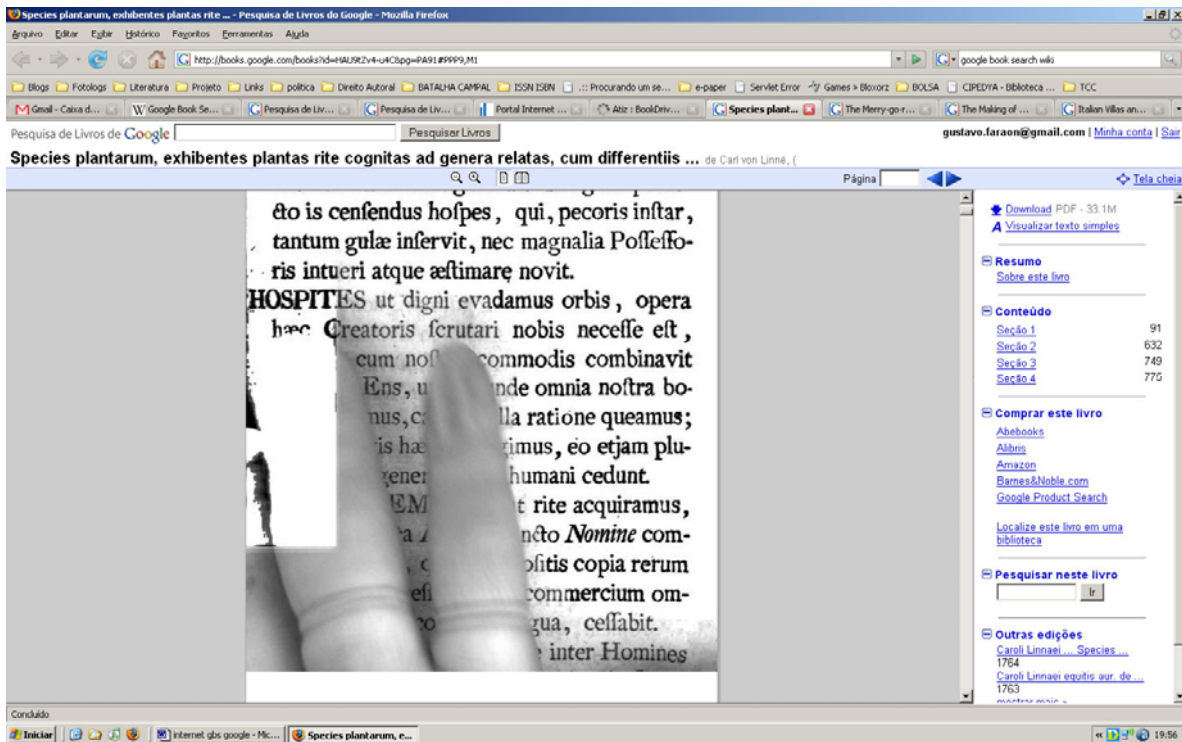


Figura 7: Exemplo de página digitalizada de maneira defeituosa no *Google Book Search*

Na figura, uma página indeterminada (no canto superior direito, o espaço reservado para a paginação das obras está em branco, indicando falha) da obra *Species Plantarum, Exhibentes Plantas Rite Cognitas Ad Genera Relatas*⁴⁰, de Carl von Linné, 1764, conforme apresentada pelo *Google Book Search*. A imagem da página defeituosa, onde sobre ela aparece a mão de uma pessoa, não apenas comprova a dependência da ação humana no processo de digitalização das obras como também demonstra a falibilidade do mesmo.

3.4 CONCORRÊNCIA

A empresa Google não está sozinha nesta empreitada em direção à digitalização de parte do acervo literário mundial e disponibilização de acesso remoto destas obras. Ao redor do globo,

⁴⁰ Disponível em <<http://books.google.com/books?id=HAU9tZv4-u4C&pg=PA91#PPP9,M1>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

surtem a cada dia novas iniciativas neste sentido. Cada uma delas possui suas singularidades, não se propondo todas aos mesmos objetivos. A seguir, algumas iniciativas que guardam semelhança, em maior ou menor grau, com o *Google Book Search*, objeto de estudo deste trabalho. Ainda que a maioria possua objetivo declarado diverso da ferramenta de busca de livros do Google, pode-se dizer que tratam-se de concorrentes, uma vez que o crescimento e popularização das mesmas interfere diretamente na atividade do *Google Book Search*, à medida que competem em número de acessos e buscas e esta competição tem impacto sobre os resultados do negócio.

O principal concorrente, sobretudo no ponto de vista mercadológico, é o *Microsoft Live Search Books*⁴¹, uma resposta direta da empresa Microsoft à Google em relação à ferramenta de pesquisa de livro, a exemplo do que já ocorrera em outras oportunidades, como nos lançamentos dos programas *Virtual Earth* e *AdCentera* (similares ao *Google Earth* e ao *AdWords*, respectivamente). As funções básicas são bastante semelhantes às do *Google Book Search*, embora não haja ainda toda a gama de ferramentas que estão disponíveis neste. Há inclusive um programa chamado *Live Search Books Publisher Program*, que funciona exatamente da mesma maneira do *Google Books Partner Program*. Tal qual o predecessor, há também no produto da Microsoft parcerias com grandes bibliotecas, como a *British Library*. Entretanto, por ora estão sendo digitalizados apenas obras em língua inglesa.

*The European Library*⁴², outra iniciativa importante, é em um esforço conjunto para constituir o que seria a Biblioteca Digital Européia do futuro. Um consórcio de 47 bibliotecas nacionais de 45 países da Europa foi estabelecido e organizado por uma entidade chamada CENL (*Conference of European National Librarians*), fundação que possui o objetivo de aumentar e reforçar o papel destas instituições nacionais naquele continente. A iniciativa conta, em 2007, com mais de 150 milhões de obras digitalizadas localizáveis e acessíveis nos acervos de 31 bibliotecas nacionais consideradas *Full Participants*. As demais 16, *Basic Participants*, em sua maioria de países em desenvolvimento, terão seu acervo digital disponibilizado apenas a partir de um próximo estágio, cuja data permanecia indefinida até setembro de 2007. O site da *European Library* possui acervo bastante distribuído entre 20 línguas distintas, um importante diferencial

⁴¹ Disponível em <<http://books.live.com>>. Acessado em 2 de setembro de 2007.

⁴² Disponível em <<http://www.theeuropeanlibrary.org>>. Acessado em 2 de setembro de 2007.

em relação a todas as outras iniciativas similares, que possuem imensa maioria do acervo digitalizado somente em língua inglesa. Entretanto, o modo de visualização disponibilizado pela *European Library* e as opções existentes estão muito aquém daquelas proporcionadas pela ferramenta de busca de livros do Google. Em primeiro lugar, não há uma unidade, uma padronização do modo como as obras são mostradas ao usuário. Cada biblioteca tem o seu método de digitalização das obras e também o de disponibilizá-las. Assim, uma obra em português, por exemplo, pode ser mostrada em documentos no formato PDF, dividida em capítulos a serem baixados um por vez, enquanto em húngaro o usuário será redirecionado até um segundo site que lhe permite a visualização em arquivo Word. Isso faz com que as buscas por termos dentro das obras se tornem possíveis apenas na medida da disponibilidade deste tipo de ferramenta por parte dos softwares utilizados por cada usuário na visualização.

Funcionando dentro da loja online Amazon está o mecanismo de busca de livros *Amazon Search Inside The Book*⁴³. Permite que se encontre um livro no campo de busca geral da loja efetuando pesquisa por trechos de obras, e não apenas pelos dados normalmente aceitos, tais como autor, título, editora, etc. Uma vez localizada a obra desejada, é possível fazer buscas dentro da mesma. São mostrados trechos que compreendem o termo de pesquisa, e nunca a obra completa. Há algumas poucas ferramentas disponíveis que permitem ao usuário grifar alguns trechos e escolher o modo de exibição de sua preferência, através da passagem de páginas contínuas ou individuais, por exemplo.

O *Cipedia*⁴⁴ se propõe a ser uma ferramenta de auxílio às pessoas que desejam divulgar seu próprio conhecimento ou o conhecimento de acesso livre. Autodenominada biblioteca digital aberta, trata-se de uma biblioteca colaborativa de documentos digitais, de uso gratuito, que oferece um mecanismo de busca para encontrar as obras. O usuário pode incluir gratuitamente qualquer tipo de documento digital, bastando para isso fornecer suas informações de referência. O documento só pode ser visualizado após o download dos arquivos em formato PDF. O *Cipedia* se alinha a iniciativas que defendem uma mudança nos paradigmas de difusão do conhecimento

⁴³ Disponível em <<http://www.amazon.com>>. Acessado em 2 de setembro de 2007.

⁴⁴ Disponível em <<http://www.cipedia.com>>. Acessado em 2 de setembro de 2007.

na ciência e nas artes, como *Open Access Initiative* e *Creative Commons*⁴⁵. A iniciativa é típica do que se convencionou chamar de Web 2.0, sobretudo no caráter colaborativo e da produção do conteúdo pelos próprios usuários do site.

Já o *The Open Library*⁴⁶ é uma iniciativa que pretende disponibilizar acesso gratuito via web de importantes coleções de livros ao redor do mundo. Os livros digitalizados por eles são oferecidos em uma interface que simula o visual de um livro tradicional (com simulação do aspecto do volume das páginas, etc.) e podem ser lidos por inteiro e sempre de graça. Se estiverem em domínio público, os livros também podem ser baixados através de download. A maior diferença entre todas as iniciativas talvez seja a possibilidade de o usuário contribuir com o projeto fazendo um upload de uma obra, o que requer um registro prévio no site. O portal faz parte de uma experiência mais abrangente chamada *Internet Archive*⁴⁷, que se pretende a “biblioteca da internet”, através da disponibilização do acesso a todo tipo de material disseminador do conhecimento existente em formato digital. Seu acervo compreende textos, arquivos de áudio, imagens, vídeos, softwares e páginas arquivadas da web.

Iniciativa semelhante à empreendida pela Amazon, embora mais restrita se comparada a esta, *Random House Browse & Search*⁴⁸ é uma ferramenta dentro do portal da grande editora norte-americana Random House, presente em diversas partes do mundo. Esta ferramenta permite que possam ser efetuadas buscas por termos específicos dentro das cerca de cinco mil obras digitalizadas que fazem parte do acervo da editora. As obras não podem ser visualizadas em sua integralidade, mas apenas algumas páginas. O mecanismo de busca principal do site não é capaz de encontrar obras a partir da pesquisa de termos ou trechos, mas somente a partir das informações convencionais tais como autor, título, etc. A pesquisa do conteúdo só é possível uma vez dentro do site do próprio livro.

⁴⁵ Iniciativas que propõem alternativas ao atual modelo de copyright serão posteriormente abordadas em seus pormenores no capítulo 5.

⁴⁶ Disponível em <<http://openlibrary.org>>. Acessado em 22 de setembro de 2007.

⁴⁷ Disponível em <<http://www.archive.org>>. Acessado em 10 de setembro de 2007.

⁴⁸ Disponível em <<http://www.randomhouse.com>>. Acessado em 10 de setembro de 2007.

3.5 O NEGÓCIO

Além de ser um dos primeiros serviços úteis a serem disponibilizados na internet, não é de se estranhar que a busca tenha sido uma das primeiras aplicações web a adotar um modelo real de negócio através da implementação de banners de propaganda. De acordo com Battelle, a busca deu a largada para a chamada bolha da internet, supervalorização das empresas do setor ocorrida na segunda metade dos anos 90.

Mesmo depois do estouro daquela bolha, a busca continuou a prosperar como aplicativo e como modelo de negócio – seus investidores podem ter se saturado, mas os usuários da internet nunca deixaram de buscar. Empresas como Overture e Google tiveram seus primeiros lucros nas horas mais sombrias do colapso das ponto.com (BATTELLE, 2006, p.7)

De acordo com estudo realizado pelo Pew Internet & American Life Project em 2004 (BATTELLE, 2006, p.21), 85% dos norte-americanos com acesso a internet naquele período utilizavam ferramentas de busca. Outra amostragem, desta vez realizada pelo banco de investimentos Piper Jaffray, aponta para um crescimento do uso desta ferramenta em torno de 20% ao ano, enquanto que o número de buscas realizadas por usuário sobe anualmente em nível ainda mais acelerado, 25%. A informação vai ao encontro do crescimento abissal de empresas do setor como Google e Yahoo!, e também de pesquisas como a realizada pela Nielsen//NetRatings, que contabiliza mensalmente recorde após recorde no número de buscas realizadas na web nos Estados Unidos.

Outro dado interessante é quanto ao perfil traçado para o usuário do serviço. A mesma pesquisa Pew Internet & American Life Project supracitada descobriu que quanto mais jovem a pessoa ou quanto mais alto seu nível de escolaridade, mais ela efetua buscas na internet. Das ferramentas online, somente o e-mail é mais popular.

Por fim, o sucesso comercial da atividade em grande parte deriva do baixíssimo custo de aquisição de cliente. De acordo com a Piper Jaffray (BATTELLE, 2006), cada novo cliente conquistado através do marketing de busca custa US\$ 8,5. Para fins de comparação, o custo

aproximado para a mesma taxa de retorno é de US\$ 20 utilizando anúncios nas páginas amarelas, US\$ 50 para anúncios convencionais online, US\$ 60 para e-mail e US\$ 70 para mala direta enviada pelo correio.

Se as estimativas apresentadas por Battelle (2006) de que entre 13 e 14% de todas as buscas resultam em conversão para um clique pago forem multiplicadas pelo preço médio por clique, que em 2005 era de aproximadamente 50 centavos de dólar, o que vemos é um mercado de proporções gigantescas: um faturamento que pode atingir a marca de US\$ 1 bilhão por mês apenas nos Estados Unidos.

Iniciativas como o *Google Book Search* possuem um evidente potencial de geração de receita muito superior à mera colocação de banners e serviço de clique pago através de marketing de busca. Trata-se de um serviço diferente da grande maioria dos demais, uma vez que o resultado desta busca é invariavelmente um produto que pode ser comprado e seus pontos de venda facilmente localizáveis pelo Google. As potencialidades são ainda mais animadoras levando-se em conta um dado que o próprio Google gosta de divulgar através de seus blogs, de que aproximadamente 66% das pessoas com acesso à internet costumam fazer buscas online antes de efetuar uma compra offline.⁴⁹ Entretanto, a maioria dos relatos dão conta de que a empresa sente-se pouco à vontade com a idéia de ligar comércio aos seus produtos de mídia. Estas especulações têm como base, sobretudo, a grande relutância que o Google teve em aceitar mesmo um programa como o *AdWords*, que permite ao usuário distinguir bem o que é publicidade do que não é, e garante a ele a não interferência da mesma nos resultados dos serviços.

John Battelle, atualmente presidente do programa para Web 2.0, ainda nos tempos em que o *Google Book Search* se chamava provisoriamente *Google Print* e era muito mais um projeto do que uma realidade, já vislumbrava a enorme gama de possibilidades econômicas que a ferramenta abriria. Tanto que levantou uma série de dúvidas com relação à continuidade da política da empresa de manter-se apenas com o *AdWords* como gerador de receita.

⁴⁹ Disponível em <<http://booksearch.blogspot.com/2007/02/buddy-book-searches-and-it-works.html>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

As dúvidas que se referem aos aspectos comerciais do programa permanecem ainda hoje sem resposta, em sua maioria:

Como a Google irá ganhar dinheiro com os livros cujos direitos autorais caducaram? Ao trazer para a web e para seu índice centenas de milhares de livros esgotados, ela irá permitir que outros acessem e indexem essa nova coleção de tesouros, ou agirá mais como uma empresa de mídia tradicional, que 'possui' esses recursos mais para seu próprio uso? Como ela irá escolher o que trazer para o índice? Irá começar por aqueles que poderão vender melhor, ou por aqueles que, de alguma forma, considerar 'bons para o mundo'? Com relação a livros ativos, ela irá se limitar a ser exclusivamente uma ferramenta organizacional apoiada pelo AdWords, ou começará a cobrar uma porcentagem das vendas dos livros comercializados por meio do serviço? (BATTELLE, 2006, p. 211)

Ciente das especulações que pairam sobre o *Google Book Search* neste sentido, a empresa colocou a seguinte mensagem no site, na seção de perguntas frequentes, referente às relações entre Google e livrarias online lincadas nos sites dos livros digitalizados : “Os proprietários dos sites não nos pagam por estes links. Além disso, nem o Google nem as livrarias recebem qualquer benefício quando você efetua uma compra em um destes revendedores”.⁵⁰ Esta nota oficial, entretanto, não é o suficiente para que se assevere que as receitas com a ferramentas advêm unicamente da veiculação de publicidade através do *Google AdWords*.

⁵⁰ Disponível em <<http://books.google.com/googlebooks/common.html#9>>. Acessado em 22 de agosto de 2007.

4. MERCADO EDITORIAL

Em que pese o progressivo avanço de toda sorte de tecnologias que propiciam um maior acesso livre a obras que outrora estavam disponíveis apenas no formato de livros, vendidos em livrarias ou adquiridos através de empréstimos em bibliotecas, não deixam de ser interessantes os dados colhidos mais recentemente sobre o mercado editorial, tanto no Brasil quanto em outras partes do mundo. De maneira geral, pode-se afirmar que, ao contrário do que era de se esperar levando em conta os constantes ataques de associações de editores a iniciativas de digitalização de obras e disponibilização online, a venda de livros ao redor do mundo só fez crescer.

Nem mesmo organismos internacionais de prestígio e capacidade reconhecidos são capazes de manter uma base de dados simultaneamente atualizada e confiável a respeito do quanto se publica em todo o mundo em quantidade de títulos novos e reedições, tornando esta tentativa de mensuração uma tarefa bastante complexa. No site da Unesco⁵¹, por exemplo, há dados referentes aos anos de 1996 até 1999. Entretanto, além de desatualizadas, as informações não dão conta de uma série de países. E nas localidades em que foram realizadas pesquisas, os dados não foram registrados de forma padronizada entre si, inviabilizando a utilização conjunta dos números.

4.1 NOS ESTADOS UNIDOS

Os Estados Unidos se constituem em um bom parâmetro para mensurar o impacto da digitalização de livros no mercado editorial. Em primeiro lugar, por ser o país com maior número de habitantes com acesso à internet. Depois, porque é lá onde esta se encontra mais integrada com os cidadãos e com o próprio mercado. Além disso, parte significativa das principais

⁵¹ Disponível em <<http://stats.uis.unesco.org/unesco/ReportFolders/ReportFolders.aspx>>. Acessado em 3 de setembro de 2007.

iniciativas de disponibilizar conteúdo digital grátis de obras as mais diversas é proveniente dos norte-americanos.

O número de títulos ou reedições, contabilizando todas as áreas e gêneros, lançados anualmente nos Estados Unidos subiu de acordo com as últimas aferições. Foram 291.922 em 2006 contra os 282.500 do ano anterior, um crescimento de 3,2%. O aumento acumulado nos últimos quatro anos chega a 15%. Os dados foram coletados pela R. R. Bowker e fazem parte da *Bowker Industry Report*⁵² referente ao ano de 2006.

O balanço anual relativo ao exercício 2006 divulgado pela AAP (*Association of American Publishers*), entidade norte-americana, estimou em US\$ 24,2 bilhões a receita total em vendas de livros pelos editores daquele país. O estudo contou com dados do *US Census Bureau* e com informações complementares de 81 grandes companhias locais.

Praticamente todos os segmentos registraram alta. A mais significativa, devido ao peso maior que representa, foi da categoria dos livros adultos em edições mais simples (os *paperbacks*), que vendeu 8,5% mais que em 2005. As edições em capa-dura (*hardbound*) também obtiveram incremento de vendas, que foi na ordem de 4,1%. No somatório, as vendas de livros adultos e juvenis juntos cresceram 2,9%, somando US\$ 8,3 bilhões e registrando uma taxa média anual de subida de 3,7% desde 2002. No cômputo geral, o mercado de *paperbacks* cresceu 4,6% em 2006.

Os livros em formato de áudio (*audio books*) vêm mantendo um crescimento médio anual de vendas de 6,2% desde 2002. Já os livros em versão eletrônica (*e-books*), tratados com tanta cautela pelo mercado editorial, venderam nada menos que 24,1% a mais que em 2005, acumulando um crescimento de 65% nos últimos quatro anos.

Uma das explicações possíveis para o aumento do mercado editorial em vendas de livros, em faturamento e em quantidade de títulos novos editados e reedições, mesmo com o generoso aumento da disponibilidade de obras digitais totalmente de graça na web, é que esta maior

⁵² Disponível em <<http://www.bowker.com/news/IndustryStats2007.pdf>>. Acessado em 3 de setembro de 2007.

visibilidade das obras exerce influência positiva nas vendas. Outro fator que também deve ser mencionado é a maior facilidade que um leitor comprador em potencial tem hoje de encontrar o livro que procura devido às novas tecnologias de venda. Como lembra Chris Anderson, a Amazon.com tem quase quarenta vezes mais livros do que as superlojas Borders⁵³ (2006, p. 168). E a importância dessa grande variedade que só as lojas online conseguem oferecer fica mais evidente quando nos debruçamos sobre uma pesquisa realizada pelo *Book Industry Study Group*, nos Estados Unidos. Ela aponta que 12,6% de todos os livros vendidos em 2004 correspondem a títulos que venderam menos de mil exemplares por ano cada um, enquanto que os *best-sellers* com vendas anuais superiores aos 500 mil exemplares representam apenas 4,7% do bolo (apud ANDERSON 2006, p. 119).

4.2 TENDÊNCIAS

Um estudo chamado *The Scale of Future Publishing in Digital and Conventional Formats*, encomendado pela *British Library Policy Unit*, do Reino Unido, foi realizado pela empresa Mark Bide & Associates e publicado em 2000. Nele, é feita uma tentativa de prospecção e mensuração das conseqüências provocadas pelo crescimento vertiginoso da web e suas diversas possibilidades sobre o mercado editorial. A partir daí, algumas previsões sobre o comportamento esperado do mercado foram tecidas.

De acordo com o estudo, algumas tendências são irrefreáveis. Uma delas é a contínua aglomeração do setor corporativo editorial, forçado, sobretudo, pela maior competição e busca insaciável pela eficiência de custos. Derivada desta é a tendência das grandes companhias publicarem cada vez menos títulos, dedicarem-se aos *best-sellers* que, produzidos em maior escala, tornam-se mais rentáveis. Isto fará com que espaço seja aberto para a criação de inúmeros novos pequenos negócios associados à atividade editorial. Muito das novas publicações vindouras, entretanto, serão provenientes de pessoas ou companhias que não se consideram

⁵³ Lojas que se caracterizam pelo grande tamanho e variedade de títulos disponíveis, pertencentes à rede internacional de livrarias Borders, com sede nos Estados Unidos e filiais em diversos países.

principalmente editores. Crescerá a importância do estabelecimento de marcas mais fortes (tais como o próprio nome do autor, muitas vezes, por exemplo) para auxiliar na distinção entre um número muito vasto de obras disponíveis e agregar valor.

Como se pode perceber, algumas das tendências apontadas no ano 2000 já se provaram equivocadas em um curto espaço de tempo. Um exemplo é a queda na quantidade de títulos publicados em detrimento de *best-sellers* em larga escala, que até agora não se confirmou. Ao contrário, os livros de pouca venda exercem papel cada vez mais importante no somatório total graças à capacidade crescente de eliminação de estoque e ampliação da oferta de lojas como a Amazon.com e das editoras que trabalham no modelo *print-on-demand*⁵⁴. Como visto, estamos bem longe também de outras previsões mais radicais, como aquelas que professam o fim do livro de papel, montado em cadernos, tal como o conhecemos.

4.3 O CASO BRASILEIRO

De acordo com EARP e KORNIS (2005, p. 4), a principal característica da economia do livro no Brasil é “o descompasso existente entre a oferta global crescente, a limitada capacidade de absorção das bibliotecas e a limitadíssima capacidade de absorção do consumidor individual”. Há no país, segundo os autores, cerca de três mil editoras, 15 mil gráficas, apenas umas poucas empresas distribuidoras, geralmente de porte médio, e mil e quinhentas livrarias. Destas, dois terços estão localizadas na região sudeste, sendo que 90% dos municípios brasileiros não possuem livrarias.

O mesmo estudo, utilizando dados do Euromonitor, aponta o Brasil como o sétimo maior mercado editorial do mundo, com 345 milhões de livros comercializados em 2002, o que representa 2% do total mundial. Já no valor das vendas, o país sofre uma queda brutal, uma vez que o valor unitário é inferior a três dólares. Mas se engana quem pensa que o valor do livro no

⁵⁴ Neste modelo de negócio, o editor imprime o livro apenas após tê-lo vendido, eliminando os custos provenientes de estoque e permitindo uma oferta maior de títulos.

Brasil é acessível à população. Na verdade este índice é tão baixo porque o governo é disparado o maior comprador (mais da metade, em números absolutos), mas representa apenas 20% do faturamento.

Esta discrepância entre o peso da participação do governo nas vendas se explica pelo fato de as compras públicas terem como um dos critérios básicos o preço do produto. A principal crítica do setor editorial à política de compras do governo é que esta considera apenas o preço de fatura do livro e os direitos autorais. Com isto, as editoras são obrigadas a repassar os custos não cobertos (projeto, divulgação, distribuição) aos compradores particulares, encarecendo o preço do livro. (EARP e KORNIS, 2005, p. 13)

De 1995 a 2003, o comportamento do mercado editorial brasileiro tem sido bastante diverso daquele encontrado na maioria dos países do mundo. Como se pode ver na tabela abaixo, o faturamento no período caiu quase pela metade, a produção de títulos caiu 12,2% e o número de exemplares vendidos 9,7%. Tudo isso com um crescimento da economia brasileira girando na ordem de 16% no mesmo intervalo.

Tabela 1: Evolução do mercado editorial brasileiro (1995-2003) segundo EARP e KORPINS

Ano	Títulos produzidos	Exemplares vendidos (milhões)	Tiragem média	Faturamento total (bilhões)	Variação do PIB
1995	40.503	331	8073	R\$ 4,52	4,2%
1996	43.315	377	8767	R\$ 4,16	2,7%
1997	51.460	382	7346	R\$ 3,76	3,3%
1998	49.746	369	7380	R\$ 4,07	0,1%
1999	43.697	295	6705	R\$ 3,20	0,8%
2000	45.111	330	7333	R\$ 3,17	4,4%
2001	40.900	331	8073	R\$ 3,17	1,5%
2002	39.800	339	8475	R\$ 2,68	1,9%
2003	35.590	299	8306	R\$ 2,36	0,5%

Dados: OLIVEIRA, Marta apud EARP e KORPINS; IBGE.

Pesquisa realizada pela Câmara Brasileira do Livro⁵⁵ em 2007 confirma os dados colhidos por Earp e Korpins (2005) no que diz respeito ao número de títulos produzidos, registrando ainda recuperação recente e aumento nos últimos três anos, e a mesma irregularidade em relação ao comportamento do número de exemplares vendidos. O espectro da pesquisa é mais amplo, e

⁵⁵ Disponível em <<http://www.cbl.org.br/pages.php?recid=58>>. Acessado em 4 de outubro de 2007.

compreende os anos de 1990 até 2006. Mas há um choque de informações a respeito da evolução do faturamento, sobretudo nos anos iniciais da década de 90. A pesquisa da CBL registra um crescimento do faturamento na ordem de 220% de 1990 até 2006, quando o montante faturado mais do que duplicou no período, conforme se pode ver no quadro abaixo:

Tabela 2: Evolução do mercado editorial brasileiro (1990-2006) segundo Câmara Brasileira do Livro

Ano	Títulos Produzidos	Exemplares Produzidos (milhões)	Exemplares Vendidos (milhões)	Faturamento (milhões)	Varição do PIB
1990	22.479	239	212	R\$ 901	-4,6%
1991	28.450	303	290	R\$ 871	1,0%
1992	27.561	190	160	R\$ 803	-0,5%
1993	33.509	223	278	R\$ 930	4,9%
1994	38.253	246	267	R\$ 1.261	5,8%
1995	40.503	331	375	R\$ 1.857	4,2%
1996	43.315	377	389	R\$ 1.896	2,7%
1997	51.460	382	348	R\$ 1.845	3,3%
1998	49.746	369	410	R\$ 2.083	0,1%
1999	43.697	295	290	R\$ 1.817	0,8%
2000	45.111	330	334	R\$ 2.060	4,4%
2001	40.900	331	299	R\$ 2.267	1,5%
2002	39.800	339	321	R\$ 2.181	1,9%
2003	35.590	299	256	R\$ 2.363	0,5%
2004	34.858	320	289	R\$ 2.477	5,2%
2005	41.528	306	270	R\$ 2.572	2,3%
2006	46.026	321	310	R\$ 2.880	2,9%

Dados: Câmara Brasileira do Livro; IBGE.

As duas pesquisas mostram uma grande variação sem nenhum padrão na venda de exemplares durante a década de 90, sendo quase impossível verificar uma tendência, tanto de ascensão como de queda, conforme mostra o gráfico projetado na figura A1. Já o faturamento do mercado editorial brasileiro é registrado de maneiras completamente distintas pelos dois estudos. Na figura 1B, o gráfico projetado revela tendências antagônicas. A primeira, a partir dos dados da CBL, mostra um contínuo crescimento do montante faturado, enquanto que a segunda, a partir dos dados de Earp e Korpins (2005), revela uma queda que se mantém ao longo do tempo.

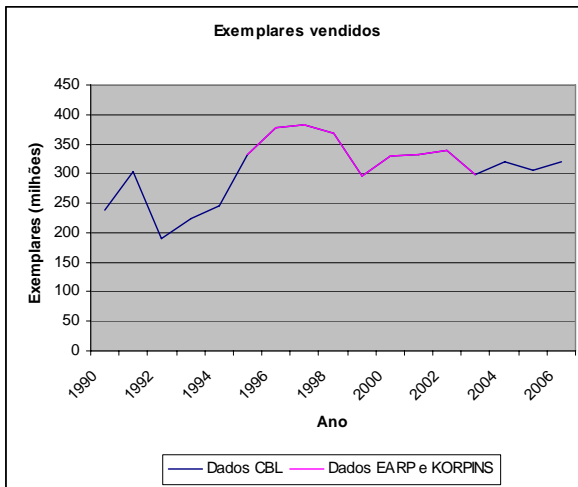


Figura 1A: evolução da venda de exemplares

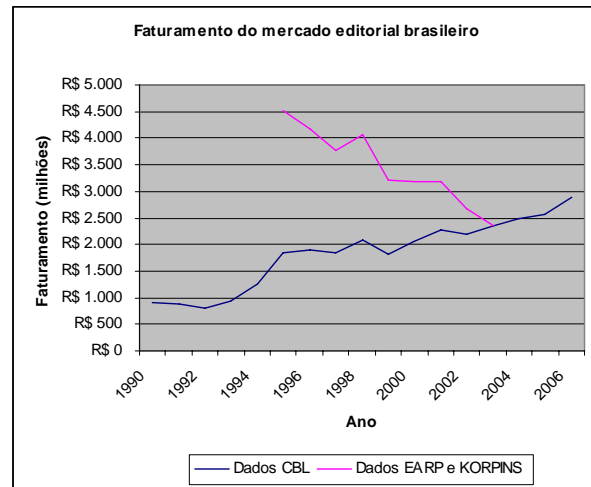


Figura 1B: evolução do faturamento

Como foi visto, torna-se extremamente ingrata a tarefa de contextualizar uma ferramenta como o *Google Book Search* em um suposto “mercado editorial global” quando se é apresentado a realidades tão diferentes como as de Brasil e Estados Unidos. Por aqui, encontra-se um mercado editorial muito instável em que foi gasto, em 2002, apenas cinco dólares per capita em livros, enquanto que os norte-americanos empregaram quantia 25 vezes maior do que esta e mantiveram fortes tendências de crescimento na produção e consumo de livros.

4.4 PARALELO COM A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

Embora os dados apresentados anteriormente tenham dado conta de que, na era da web e da digitalização do acervo literário, o livro de papel tal como o conhecemos ainda está muito longe de encontrar o seu fim, deve-se encarar o presente quadro com cautela. Isto porque a premissa de que maior disponibilidade e exposição acarretam invariavelmente em incremento de vendas encontra um contraditório na indústria fonográfica. Como se sabe, a popularização do MP3 como formato de arquivo de reprodução de áudio e dos *players* portáteis que permitem sua execução em qualquer lugar não fizeram com que as gravadoras vendessem mais discos.

Em 2002, a RIAA (*Recording Industry Association of America*), entidade que representa as grandes gravadoras norte-americanas, informou que as vendas de CDs nos Estados Unidos caíram 8,9%, de 882 milhões para 803 milhões de unidades, e os lucros caíram 6,7% no período. A SoundScan, por exemplo, relata uma queda superior a 20% no número de CDs lançados desde 1999. De acordo com Lawrence Lessig (2005, p. 91), “isso confirma uma tendência dos últimos anos. A RIAA culpa a pirataria na internet por isso, ainda que se possa explicar tal queda de muitas outras maneiras”.

Tanto é verdade que a RIAA acredita na culpa da internet pelas suas perdas que decidiu jogar pesado para tentar resolver seu problema e, em 2003, iniciou uma política de instauração de processos criminais contra usuários. Em abril daquele ano, processou o estudante de tecnologia da informação Jesse Jordan, da *Rensselaer Polytechnic Institute* de Nova York, em um caso que virou referência da luta da entidade contra o compartilhamento de músicas pela rede (LESSIG, 2005, p. 71). O ocorrido teve ampla divulgação à época e tinha tudo pra servir de exemplo. Mas não adiantou. Os programas p2p (*peer-to-peer*), sistemas de compartilhamento de conteúdo pela web, se tornaram cada vez mais populares para a troca de arquivos de música. À medida que a RIAA conseguia tirar do ar programas p2p populares como o Napster, outros tantos surgiam imediatamente, tais como eMule, Kazaa, Audiogalaxy, etc. Ainda hoje é possível fazer o download de qualquer um deles gratuitamente na internet e usá-los livremente para a obtenção de arquivos de música.

De acordo com Chris Anderson (2006, p. 174), em princípios de 2006 a Apple já havia vendido 42 milhões de iPods e 1 bilhão de faixas musicais pelo iTunes⁵⁶, média de 24 faixas por aparelho. Este número é considerado muito baixo, inferior que o equivalente a dois CDs por usuário durante os primeiros quatro anos do iTunes no mercado. As vendas de CDs nos Estados Unidos caíram quase 20% desde o lançamento do iPod.

O temor de que o mercado editorial também seguisse este caminho de perdas financeiras fez com que editores e autores, através das entidades que os representam, levassem à justiça iniciativas de digitalização e disponibilização de obras alegando infração das leis de direitos

⁵⁶ Software reprodutor de arquivos de áudio da Apple, que possui uma loja virtual.

autorais. Tudo isso é ainda complicado pelas novas leis de copyright pensadas especificamente para regulamentar a questão na era digital, que recrudesceram ainda mais o direito exclusivo de autor e instauraram medidas punitivas a diversas ações de compartilhamento de arquivos na internet.

5 DIREITO AUTORAL

5.1 ORIGEM

É impossível falar do direito autoral sem conhecer e definir, antes, o que é e como surgiu a figura do autor. Tem-se que este surgimento é “algo socialmente construído, um valor e uma noção que até então [século XIX] não eram amplamente difundidos” (DORIGATTI, 2004, p. 1). Entende-se, a partir de Michael Korfmann e Gustavo Faraon (2007), que este autor tampouco pode ser abordado em termos gerais, mas somente a partir de instâncias ou configurações específicas, onde cada uma segue percursos e dinâmicas próprias.

A emergência do autor, portanto, se dá não através de uma crise ou ruptura histórica pontual, e por esta razão tampouco pode ser compreendida se olhada sob um prisma linear. Seu surgimento deriva de transformações em campos diversos, onde importa perceber abordagens múltiplas, mas sobretudo do sistema da literatura e, sem dúvida, o viés jurídico.

Segundo a abordagem pelo viés do sistema da literatura, o surgimento do conceito moderno de autor ocorreu apenas no final do século XIII. Foi quando ele começou a ser visto como um gênio, originador de obras únicas derivadas do talento individual e da inspiração, um dom natural não acessível via normas. Antes disso, a literatura e sua produção eram vistas como um bem comum, e “o escritor não era senão o escriba de uma Palavra que vinha de outro lugar” (CHARTIER, 1998, p. 31). O pensamento pré-moderno europeu não concebia direitos autorais individuais ou de obras literárias. O autor não é visto como inventor, e o conceito de *imitatio* dos antigos funciona como instrução pragmática sobre como se deve escrever. De acordo com Chartier (1998, p. 23), “a primeira afirmação de sua identidade esteve ligada à censura e à interdição dos textos tidos como subversivos pelas autoridades religiosas ou políticas.”.

Segundo Korfmann e Faraon (2007), a possibilidade de que autores se apresentem como originadores de suas obras e deduzam disto direitos financeiros é um fato relativamente recente, que emergiu no final do século XVIII, respondendo a necessidades especificamente jurídicas. É

um problema de propriedade que surgiu a partir da praxe de reproduzir livros e levou o sistema jurídico à questão de saber como autores e editores poderiam proteger sua propriedade contra a reimpressão não-controlada. Até metade do século XVIII, o autor recebia apenas um *honorarium*, reconhecimento simbólico não necessariamente proporcional ao trabalho realizado. Esses regulamentos foram substituídos quando a expansão do mercado livreiro, em consequência da implantação da imprensa, trouxe consigo conflitos maiores, não mais resolvíveis com os princípios jurídicos existentes.

Conforme Foucault (apud KORFMANN e FARAON, 2007, p. 7), a relação estreita entre o autor e sua obra surge primeiramente no século XVIII, pois o escritor, vivendo de seus *honoraria*, e prejudicado pelas reimpressões e impressões não autorizadas, “reclama para seus textos uma originalidade de valor financeiro, à qual o discurso jurídico respondeu criando uma forma jurídica específica na concepção da propriedade intelectual”. A partir de então, de acordo com Foucault, o autor ocupa o ponto central para a individualização na história literária e de idéias. Para Korfmann e Faraon (2007, p.7), “nota-se essa individualização tanto no sistema jurídico, na figura do autor como criador de obras de formas particulares, bem como no próprio sistema da literatura, expressado inicialmente na figura do gênio”.

O sistema jurídico inglês foi o primeiro a diferenciar obras originais de obras gerais, fruto sem dúvida das novas concepções de gênio criador, herança do pensamento romântico. Enquanto o escritor de obras gerais escreve dentro de regras, o gênio escreve sob a inspiração, um dom natural não acessível via normas. Assim, cruzam-se na figura do gênio “uma fórmula que objetiva justificar a autonomia da comunicação literária emergente e a justificativa jurídica para o direito de autor” (KORFMANN e FARAON, 2007, p. 7). As idéias, portanto, se baseariam numa capacidade geral e não poderiam ser reclamadas como propriedade, enquanto que a forma de representá-las, o toque único do autor, se configura como o índice para o reconhecimento dos direitos autorais.

5.2 CRIAÇÃO

De acordo com o historiador Peter Burke, a regulamentação dos direitos do autor começou de maneira fragmentária. Papas, imperadores e reis concediam privilégios, geralmente na forma de monopólios temporários ou permanentes, para proteger certos textos, impressores e até novas fontes tipográficas. “As leis de direito autoral do século XVIII foram um desenvolvimento desse sistema mais antigo de privilégios” (BURKE, 2003, p. 139). Antes disso, entretanto, algumas iniciativas já podiam ser observadas, e Veneza se notabilizou como pioneira nesse sentido. Foi lá que, em 1474, a primeira lei de patentes foi aprovada. De Veneza veio também o primeiro direito autoral registrado de um livro, concedido ao humanista Marcantonio Sabellico, em 1468, pelo registro da história da cidade.

Foi somente no século XVIII que autores que tentavam viver de sua escrita foram aparecer realmente, e à medida que aumentava o lucro potencial da atividade, se tornava mais urgente a proteção da propriedade literária e intelectual por meio de leis. Segundo Roger Chartier (1999), são os próprios livreiros-editores que, para defender seus privilégios, inventam a idéia do autor proprietário. Seu interesse nisso se dava à medida que a posse do autor garantia também a posse do livreiro, uma vez que o manuscrito lhe fora cedido.

A primeira lei conhecida sobre direitos de autor foi criada pela Rainha Anne I da Grã-Bretanha, em 1709, e se dirigia apenas à proteção do livro. O *Copyright Act* entrou em vigor em 10 de abril de 1710, e seu espírito pode ser resumido como um ato de estímulo da cultura, ao conferir aos autores e compradores o direito às cópias de seus livros por um tempo determinado (CAVALHEIRO, 2001). A monarquia inglesa queria acabar com o sistema corporativo que assegurava a perpetuidade da propriedade sobre os títulos registrados pelos livreiros e gráficos da corporação. Com isto, limitou a duração do *copyright*.

Mas a lei de 1709 não foi suficiente para consolidar e proteger o autor, à medida que esta se firmava no objeto material do manuscrito, e não sobre o texto:

Na prática da comunidade dos livreiros de Londres, considerava-se que o objeto da propriedade, do *copyright*, era o manuscrito da obra que o livreiro tinha depositado e registrado. Este manuscrito devia ser transformado em livro impresso, mas ele continuava sendo o fundamento, a garantia e o objeto mesmo sobre o qual se aplicava o conceito de *right in copies*, isto é, do direito sobre o exemplar, direito sobre o objeto. Durante o século XVIII, todo um trabalho foi feito para desmaterializar essa propriedade, para fazer com que ela se exercesse não sobre o próprio texto, definido de maneira abstrata pela unidade e identidade de sentimentos que aí se exprimem, do estilo que tem, da singularidade que traduz e transmite. (CHARTIER, 1999, p. 67)

Pela primeira vez, alguns escritores recebiam de seus editores adiantamentos suficientes para que pudessem abandonar os patrocinadores e viver dos ganhos de sua escrita. São conhecidos alguns casos. “Dr. Johnson recebeu 1.575 libras como adiantamento por seu *Dicionário* em 1746. Robertson, um adiantamento de 3.400 libras por sua *História de Carlos V*” (BURKE , 2003, p. 150).

Na França, leis semelhantes às inglesas foram aprovadas depois da revolução, em 19 de janeiro de 1791 e 19 de julho de 1793. Pode-se dizer que o verdadeiro princípio legal do direito de autoria, reconhecendo-a como propriedade, surgiu ali. Foi sobretudo com as discussões das assembléias revolucionárias que o Estado interveio de maneira muito forte na legislação com o intuito de proteger o autor e o público.

Pode-se dizer que a legislação que sai das assembléias revolucionárias, determinada por essa dupla exigência, vai definir o direito moderno, mesmo que, durante os séculos XIX e XX, os seus dispositivos se tornem mais complexos, mais numerosos e mais precisos. (CHARTIER, 1999, p. 65-66)

A partir daí, várias nações foram seguindo o exemplo. A Confederação Germânica, através do Código Geral da Prússia, de 1794, regulou as condições do contrato de edição. A Holanda também o fez dois anos mais tarde, e a República Cisalpina, fundada por Napoleão, em 1797, preferiu adotar integralmente a estrutura da lei francesa.

No Brasil, até 1808 eram proibidas as atividades tipográficas e a circulação de livros era controlada pelas autoridades coloniais (BESSONE, 2004). A partir daí, a questão da propriedade sobre textos e a reprodução destes permanecia completamente indefinida, e o máximo que era feito se restringia a concessões de privilégios a livreiros-editores pela coroa luso-brasileira. Em

1821 foi instituído decreto de lei que assegurava para autores e tradutores a propriedade vitalícia de suas obras para impressão e reprodução. Mesmo assim, mesclavam-se as idéias de privilégio (o direito sob forma de concessão da coroa) com as de propriedade (NEVES, 2004). Um passo importante só foi dado em 1889, quando se estabeleceu finalmente o *Acordo para proteção das obras literárias e artísticas*, entre Portugal e Brasil. Mas até o final do Império, nada foi decidido efetivamente em relação aos direitos autorais.

Enquanto isso, em 1886, as principais potências européias enviaram seus embaixadores à cidade de Berna, na Suíça, onde se reuniram para elaborar os fundamentos de uma União Internacional, adotando todos uma lei básica, geral e uniforme (CAVALHEIRO, 2001). Depois da Convenção de Berna, realizaram-se outras. A Convenção Pan-Americana de Montevideú, realizada em 1889, foi de suma importância para a implementação de uma lei de direitos autorais próxima aos moldes modernos no Brasil, e teve larga influência na Constituição Republicana Brasileira de 1891 (BESSONE, 2004). Posteriormente, ainda realizaram-se convenções sobre o tema na Cidade do México, em 1902, no Rio de Janeiro, em 1906, e em Buenos Aires, em 1910.

Os Estados Unidos instituíram seu Copyright Act, válido apenas para cidadãos norte-americanos, em 1790. Mais de um século depois, em 1891, ignoraram as convenções internacionais e decidiram implementar seu próprio *International Copyright Act*, que não se entrosou com nenhum dos sistemas vigentes, uma vez que naquele país a proteção só se inicia quando a obra é inscrita na Biblioteca do Congresso, em Washington D.C. Além da proteção não se dirigir ao autor, mas a quem fez o registro, “a lei norte-americana tornava obrigatória a impressão da obra em oficinas situadas dentro de seu território, como medida de proteção à classe dos gráficos” (CAVALHEIRO, 2001). Assim, os Estados Unidos não puderam aderir à Convenção de Berna.

5.3 O DIREITO AUTORAL HOJE

No Brasil, a lei que até o presente momento – o ano de 2007 – regula o direito autoral é a número 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Tal legislação, em seu artigo 5º, considera publicação como “o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo” e conceitua reprodução como “cópia de um ou vários exemplares (...) de qualquer forma tangível, incluindo qualquer *armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido*” (grifo nosso). O artigo 8º esclarece que não são objeto de proteção desta lei as idéias, as informações de uso comum, os nomes e títulos isolados e o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras.

O mesmo texto, em seu artigo 11, tipifica o autor como “a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica”. A este autor, tipificado na legislação brasileira, depende autorização prévia e expressa para utilização da obra. O artigo 29 veda quaisquer modalidades de utilização da obra – sem que o consentimento do autor seja dado a priori –, entre elas a “reprodução parcial ou integral; a tradução para qualquer idioma; e a *inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero*” (grifo nosso).

O artigo 41 da mesma lei que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais estabelece a duração dos direitos patrimoniais do autor por “setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil”, valendo o mesmo período para obras publicadas postumamente. O artigo 45 estabelece as obras que pertencem ao domínio público: são elas, além das quais decorreu o prazo de proteção aos direitos patrimoniais, “as de autores falecidos que não tenham deixado sucessores e as de autor desconhecidos, ressalvada a proteção legal aos conhecimentos étnicos e tradicionais”.

Quanto às punições cabíveis àquele que infringir esta lei, estão regulamentadas no artigo 102. O titular do direito autoral cuja obra for fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá “requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível”.

Nos Estados Unidos, os direitos autorais estão protegidos segundo a lei inscrita no *Copyright Act* de 1976. Ela prevê a proteção de “obras originais de autoria” que incluem representações literárias, cênica, musicais, artísticas e intelectuais, e dá a seus autores o direito exclusivo de decidir sobre sua reprodução, realização de trabalhos derivados, distribuição e apresentação pública. Ao contrário do que previa a lei promulgada em 1909, não é mais necessária a publicação da obra nem o registro e envio da mesma à Biblioteca do Congresso norte-americano para que a autoria seja resguardada. Esta legislação compreende publicação como

a distribuição de cópias ou fonogramas de um trabalho para o público através da venda ou outra transferência de posse, ou através do aluguel, arrendamento ou empréstimo. O repasse de cópias ou fonogramas para um grupo de pessoas com objetivos de posterior distribuição, apresentação pública ou mostra constitui publicação. Uma apresentação pública ou mostra de um trabalho não constitui em si uma publicação.⁵⁷

A duração do copyright, segundo a lei norte-americana, depende da data da criação das obras, isto é, de sua fixação em formato tangível pela primeira vez. Obras criadas a partir de 1º de janeiro de 1978 estão automaticamente protegidas pelo período em que viver o seu autor mais um adicional de 70 anos a partir de sua morte, a exemplo do que acontece no Brasil. Aquelas criadas antes da data supracitada, mas não publicadas ou registradas por aquela data, também estão cobertas pelo mesmo estatuto. Já as obras criadas e publicadas ou registradas antes de 1º de janeiro de 1978 estão sob a vigência da lei anterior, que prevê uma proteção do direito autoral por 28 anos seguida de uma renovação eletiva do copyright por mais 47 anos ao fim desta.

Em 28 de outubro de 1998, o então presidente dos Estados Unidos Bill Clinton assinou uma das leis mais polêmicas envolvendo a proteção dos direitos sobre autoria. O Digital Millennium Copyright Act (DMCA) inseriu em sua legislação dois tratados realizados em 1996 na World Intellectual Property Organization (WIPO): o WIPO Copyright Treaty e o WIPO

⁵⁷ Disponível em <<http://www.copyright.gov/circs/circ1.html#wci>>. Acessado em 14 de outubro de 2007.

Performances and Phonograms Treaty. O texto é dividido em cinco títulos, dos quais os mais importantes são o WIPO Copyright and Performances and Phonograms Treaties Implementation Act of 1998, que implementa os tratados de 1996, e o Online Copyright Infringement Liability Limitation Act. A lei criminaliza a produção e disseminação de tecnologias, dispositivos ou serviços usados para driblar medidas de controle ao acesso de material protegido por copyright (conhecidos como DRM), e também o ato em si de driblar um controle de acesso, mesmo quando não há infração do copyright. Ademais, o DMCA aumenta as penas para infrações ao copyright na internet.

De acordo com o advogado e acadêmico norte-americano Lawrence Lessig, professor da Stanford Law School e fundador do Center for Internet for Society, o DMCA foi estabelecido a fim de oferecer uma resposta aos primeiros temores dos proprietários de copyright em relação ao ciberespaço, de que qualquer controle sobre copyright fosse inviabilizado. Seu objetivo era encontrar meios que contornassem tal situação.

Mas [o DMCA] não foi concebido apenas para garantir as proteções já previstas pela lei de copyright. Isto é, as proteções iam além dos limites antes determinados. O DMCA veio para regular mecanismos desenvolvidos para burlar medidas de proteção de copyright. Tinha como finalidade banir o uso de tais mecanismos, estivessem eles sendo utilizados ou não para burlar as leis de copyright. (LESSIG, 2005, p. 169)

Críticas a esta legislação apareceram imediatamente após a sua publicação, e dizem respeito, principalmente, a dois pontos. O primeiro é o de ser anti-competitivo, à medida que dá amparo legal para que detentores de copyright criem plataformas de tecnologias fechadas, o que inviabiliza a competição. O outro, mais grave, apresentado pelo norte-americano Timothy Berners-Lee (2006)⁵⁸, especialista em ciência da computação, diz respeito à ineficiência total no combate à pirataria.

No ano de 2001, a exemplo do que fizera os Estados Unidos, a União Européia fez passar o *EU Copyright Directive* com o objetivo de implementar o WIPO Copyright Treaty no qual havia tomado parte em 1996. O resultado é uma lei de proteção ao direito autoral muito similar ao *Digital Millennium Copyright Act*, considerada bastante restritiva.

⁵⁸ Disponível em <<http://www.cato.org/pubs/pas/pa564.pdf>>. Acessado em 14 de outubro de 2007.

5.4 ALTERNATIVAS

Algumas iniciativas com o intuito de tornar a licença para o uso de obras autorais menos radical têm surgido ao redor do mundo. A principal delas, sem dúvida, é o Creative Commons, uma corporação sem fins lucrativos situada em Massachussets, nos Estados Unidos, mas originada dentro da universidade de Stanford. Seu criador é o já referido advogado e professor da Stanford Law School, Lawrence Lessig.

O objetivo desta iniciativa, de acordo com o próprio Lawrence Lessig (2005), “é construir uma camada *razoável* de copyright, desafiando os extremos que prevalecem hoje em dia”. Os Creative Commons pretendem alcançar esta meta tornando mais fácil o processo de se basear na obra de outras pessoas, e simplificando o modo de expressar a concessão para que outros obtenham e se baseiem em suas obras. Tecnicamente, ele funciona juntando três aspectos: licença legal, descrição inteligível a interessados e rótulos legíveis eletronicamente. “O conteúdo é marcado com a marca CC, o que não implica em renúncia ao copyright, mas a concessão de certas liberdades” (LESSIG, 2005, p. 275). O fato é que, com o Creative Commons, o criador da obra tem a possibilidade de escolher em detalhes o tipo de licença e, assim, quais liberdades ele irá conceder ao usuário. Essas escolhas estabelecem uma gama de liberdade que vai além do padrão da legislação de copyright.

A missão da iniciativa não é, portanto, lutar contra os direitos autorais, mas complementá-los. Tudo isso tem como pano de fundo o processo de reconstrução do domínio público pelos próprios consumidores e produtores de conteúdo. Mas, para isso, “novas regras são necessárias, com liberdades diferentes, expressas de forma tal que pessoas sem advogados possam utilizá-las” (LESSIG, 2005, p. 276). A licença Creative Commons é uma possibilidade para a construção de tais regras, uma vez que expressa a noção de *alguns* direitos reservados e dá a muitos a chance de dizê-lo a outros.

De acordo com o site do Creative Commons⁵⁹, o autor pode escolher até quatro condições não exclusivas para o uso de seu trabalho, que podem ser combinadas entre si. A forma de tornar públicas essas condições é apenas deixar visível na obra o seu tipo específico ou o ícone que serve para simbolizá-lo, como acontece com grande frequência na internet, por exemplo.



Attribution: através da *atribuição*, o autor permite que seu trabalho sob copyright seja distribuído, mostrado e apresentado, bem como sejam produzidos trabalhos derivados do seu, mas apenas quando dado o crédito devido.



Noncommercial: o *uso não-comercial* permite que o trabalho sob copyright seja distribuído, mostrado e apresentado, bem como dele sejam produzidos trabalhos derivados, desde que o uso não seja para fins comerciais.



No Derivative Works: a *vedação da criação de obras derivadas* permite que o trabalho sob copyright seja distribuído, mostrado e apresentado, mas impede que este seja alterado, transformado ou que dele sejam produzidos trabalhos derivados.



Share Alike: o *compartilhamento pela mesma licença* permite que o trabalho sob copyright seja distribuído, mostrado e apresentado, mas a alteração, transformação ou criação de outra obra a partir da origem somente poderá ser distribuída sob uma licença idêntica à obra original.

Outra iniciativa semelhante é o Copyleft⁶⁰, que também é um método de tornar uma obra de livre acesso, bem como aquelas derivadas dela, sem, no entanto, abrir mão dos direitos autorais. A licença criada a partir desta iniciativa, chamada *Generic Public Licence* (GNU), é genérica e serve para qualquer tipo de obra de criação. No entanto, é comumente aplicada por desenvolvedores de softwares livres, e seu uso está frequentemente associado a este tipo de trabalho.

⁵⁹ Disponível em <<http://creativecommons.org/about/license/>>. Acessado em 15 de outubro de 2007.

⁶⁰ Disponível em <<http://www.gnu.org/copyleft/>>. Acessado em 15 de outubro de 2007.

6 ANÁLISE

Este capítulo pretende analisar o *Google Book Search* a partir do estudo bibliográfico apresentado anteriormente. Será debatida a natureza da ferramenta, se esta se constitui em um novo modelo de biblioteca ou em um mecanismo virtual de promoção e venda de livros online. Discutir-se-á de que maneira o *Google Book Search*, como parte de uma gama de novas iniciativas que disponibilizam obras online, vêm interferindo no mercado livreiro e editorial. Outro questionamento diz respeito às inovações em formato e opções de leitura, elementos essenciais para a comprovação ou refutação da tese levantada pelo jornalista norte-americano Kevin Kelly (2006) de que este projeto do *Google* poderia se configurar como a retomada prática da biblioteca universal sonhada por Borges. Por fim, será empreendida uma análise acerca do cumprimento às leis de direito autoral no que tange à digitalização e disponibilização de obras, e se isto pode se constituir em instrumento para forçar as barreiras da legislação do copyright.

6.1 BIBLIOTECA OU LOJA

Os desafios por parte da Ciência da Informação sobre a forma de conceituar a nova geração de bibliotecas decorrem, sem dúvida, do rápido avanço de tecnologias como a internet e as redes de computadores nos últimos anos. A dificuldade de se estabelecer claramente as fronteiras entre uma biblioteca virtual e uma biblioteca digital, por exemplo, é fruto, em grande medida, da natureza multidisciplinar dos estudos acerca destas novidades tecnológicas e, mais especificamente, dos repositórios de informação não-físicos. Ainda assim, embora não seja possível apontar categoricamente onde termina um tipo de biblioteca e começa outro, é possível inferir um conceito geral de cada uma delas através de análise pontual da conceituação utilizada por cada autor.

De acordo com os conceitos empregados por Benício e Silva (2005), nenhum dos três tipos – eletrônica, virtual e digital – abarcaria a ferramenta de busca de livros do Google

completamente. Utilizando as definições dadas por aqueles autores, ela estaria situada entre os modelos virtual, que requer o emprego da tecnologia de realidade virtual para a recriação de ambientes físicos simulados, e a digital, que deve dispor de um local físico para a pesquisa e consulta de documentos. Como visto no terceiro capítulo deste trabalho, a ferramenta não possui nenhuma destas características.

Para autores como Velasco de la Peña e Merlo Verga (2006, apud NARDINO e CAREGNATO, 2005), entretanto, o que caracteriza uma biblioteca digital é meramente a forma de acesso ao documento. Para que o *Google Book Search* pudesse ser caracterizado como tal, neste sentido, bastaria que este tivesse as mesmas funções de uma biblioteca convencional. Baseado em Cardino e Caregnato (2005), é possível analisar se elas estão presentes na ferramenta.

- Aquisição de informação: os programas *Google Books Partners Program* e *Google Books Library Project* possuem justamente o intuito de enriquecer o acervo de obras, através da parceria direta com editores ou com grandes bibliotecas que oferecem seus acervos para digitalização, e consistem em uma forma de aquisição.
- Organização da informação: pode-se dizer que este é o ponto fundamental da ferramenta e sua maior qualidade é justamente sistematizar e organizar a informação em um só lugar para que esta seja mais facilmente localizável.
- Preservação da informação: embora sejam discutíveis os processos pelos quais a digitalização das obras é realizada, empregando maior ou menor cuidado e sempre correndo o risco de danificação de algum exemplar frágil e raro, é evidente que a passagem da informação para o formato digital, menos suscetível à ação do tempo e de melhores condições de armazenamento, se configura em preservação da mesma.
- Disponibilização da informação: apesar de guardar toda a informação em um só lugar e torná-la mais facilmente localizável, a ferramenta peca por não disponibilizá-la integralmente aos usuários, e por isso não pode ser caracterizada como uma biblioteca.

Tal posição vai ao encontro daquela mantida por Lídia Brandão Toutain (2006), que defende que o conteúdo de uma biblioteca deve ser constituído por textos completos. Outros

autores com uma visão diferente daquela apresentada neste trabalho, como Robert Coover (1992), poderiam objetar que tal necessidade de disponibilização de textos completos para que seja reconhecida uma biblioteca digital constitui em si mesma um paradoxo, à medida que esta só é possível na prática a partir de *hiperlinks*, que por sua vez, segundo a visão majoritária da cibercultura, interrompem a unidade do texto, tornando não mais possível distingui-lo enquanto unidade com começo, meio e fim. É bem possível que dentro de alguns anos a visão dos cientistas da informação passe a abarcar de maneira mais ampla alguns conceitos destes estudiosos dedicados às movimentações da tecnologia, e que bem poderia ser justificada a partir da própria teoria literária neste sentido (vide Italo Calvino e sua idéia de texto como transição para outros textos, por exemplo), mas não é o que acontece por enquanto.

Se o *Google Book Search* não pode ser considerado biblioteca, ele tampouco pode ser considerado uma loja. Ainda que a necessidade de uma existência física há muito tenha desaparecido com o surgimento do comércio online, a ferramenta não possibilita nenhum tipo de compra direta dentro de seu domínio na internet, e sua única fonte de receita até onde se sabe oficialmente são mesmo os anúncios publicitários. Mesmo que suas páginas internas e seus modos de visualização das obras muitas vezes sejam repletos de links que levam o usuário até lojas online, e mesmo que a compra de livros seja explicitamente estimulada, não se pode considerar a ferramenta uma loja, pois não se encontram nela elementos que demonstrem sequer que esta usufrui de benefício financeiro direto dos links para compra, mas apenas da publicidade devidamente indicada no site como tal.

Portanto, tem-se o *Google Book Search* como uma ferramenta híbrida, com certas características de biblioteca e algumas outras de loja online. Ao mesmo tempo em que a ferramenta organiza e disponibiliza grande quantidade de informação, parte dela na forma de obras integralmente consultáveis pelo usuário, ela estimula a compra e o aumento do consumo por parte deste, conforme mostrado no sub-capítulo 3.3.1. Esta característica mercadológica fica ainda mais evidente com a crescente adesão de grupos editoriais junto ao *Google Books Partner Program*, inclusive no ano de 2007 no Brasil por ocasião da 13ª Bienal do Livro do Rio de

Janeiro⁶¹. O aumento da visibilidade de obras na web através da ferramenta e sua conseqüente elevação de consumo transformaram em parceiros do Google alguns dos mesmos editores que antes encaravam a iniciativa com desconfiança.

6.2 NEGÓCIO

Ao contrário do que aconteceu com a indústria fonográfica, a disponibilização de obras em número crescente na internet não dá sinais de estar afetando a indústria editorial. Se facilidades como o compartilhamento de arquivos de música através dos programas p2p e a possibilidade de ouvi-las em *streaming* após a popularização da internet de alta velocidade derrubaram a venda de discos, o mesmo não aconteceu com o livro em tempos de *e-books* e iniciativas tais como o *Google Book Search*. O quadro atual, antes, é exatamente o oposto.

Conforme demonstrado no quarto capítulo deste trabalho, os Estados Unidos – principal mercado consumidor de livros do mundo e país onde a internet possui o maior número de usuários e encontra-se mais integrada com o mercado – vêm registrando um crescimento consistente e contínuo na venda de livros. Vale notar que este aumento não se dá apenas no formato tradicional, mas também nos *e-books* e *áudio books* que, ao menos em teoria, têm a mesma suscetibilidade de serem compartilhados na internet do que os arquivos de música. O resultado do mercado norte-americano não é isolado, mas vem acompanhado de estatísticas semelhantes vindas de outros países. No Brasil, conforme previamente apresentado, os números do mercado editorial oscilam bastante. Entretanto, isto se dá muito mais em função deste país possuir um público leitor ainda em formação e de seu mercado permanecer dependente em altíssimo grau das compras governamentais do que por questões tecnológicas, certamente.

Foi visto que as previsões sobre o futuro do mercado editorial realizadas pela empresa de consultoria inglesa Mark Bide & Associates no ano 2000 se mostraram bastante equivocadas em

⁶¹ Disponível em <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2007/09/14/imprensa14215.shtml>. Acessado em 22 de setembro de 2007.

um curto espaço de tempo. A quantidade de títulos produzidos aumentou (contrariando o domínio de uns poucos *best-sellers* previsto pela empresa) e tudo indica que ferramentas como o *Google Book Search* tenham muito a ver com isso. Se até pouco tempo o leitor tinha sua possibilidade de compra de livros limitada por aquilo que sua visão conseguia abarcar numa gôndola promocional ou pela própria capacidade de armazenamento das prateleiras das livrarias, agora esta limitação, ao que tudo indica, está caminhando a passos largos para um fim. Aí reside o grande trunfo da pesquisa de livros do Google, que pode ser confirmada pelo movimento dos editores, que estão aderindo maciçamente ao *Google Books Partner Program*. Ao invés de servir como um substituto para o livro, o comportamento do usuário tem demonstrado que a ferramenta serve, em boa medida, como um descobridor de novos títulos de interesse ao dar maior visibilidade a eles, e o resultado disso é positivo: um prolongamento da vida dos livros de menor tiragem e venda mais reduzida. Ao fato se aplica com precisão a teoria da “cauda longa” de Chris Anderson (2006), segundo a qual ganha cada vez maior importância a venda de produtos em reduzidíssima escala e mais segmentados, possível hoje apenas por tecnologias como o próprio *Google Book Search*, entre outras, que permitem trabalhar sem as restrições físicas de grandes estoques, por exemplo.

6.3 O SONHO DE BORGES E O VELHO FORMATO

É preciso ponderação para que, ao primeiro brilho de novas tecnologias e possibilidades, não se entre em frenesi semelhante ao que Robert Coover fez registrar em seu artigo de 1992, *The End of Books*, ou Kevin Kelly em *Scan This Book!*, de 2006, com o prenúncio da realização prática da biblioteca universal imaginada pelo escritor argentino Jorge Luis Borges. Apesar de o *Google Book Search* despontar em escala global como a mais desenvolvida iniciativa de digitalização e organização de obras literárias, e que até aqui apresentou os melhores resultados em termos de opções de uso para o leitor, lançá-lo ao patamar de uma biblioteca universal é bastante tolo. Ainda que em um esforço hipotético imagine-se que a ferramenta conseguisse a improvável façanha de acumular todas as obras do mundo, digitalizá-las e organizá-las de maneira facilmente localizável, ainda assim não haveria como dar a ela tal status. Isto acontece

pelo simples motivo de que nela não estão disponíveis todas as informações para o leitor que a deseje consultar, principalmente em função dos entraves jurídicos decorrentes do copyright, que só permite mostrar algumas poucas páginas ou mesmo trechos das obras em muitos casos.

Se o *Google Book Search* não é capaz de representar a fantasia de Borges nem mesmo em sentido metafórico, tampouco é capaz de promover a transformação mais básica (e por isso talvez a mais difícil de todas): inovar no formato de apresentação da informação e fugir da mera reprodução do papel na tela do computador. Conforme apresentado no terceiro capítulo, embora o modo de apresentação do conteúdo das obras seja *customizável* através de opções predeterminadas tais como visualização em páginas individuais ou espelhadas, aumentar ou diminuir o tamanho da fonte do texto, exibição em formato HTML ou imagem, permanece fortemente a intenção de representar na tela o velho papel. Isto pode ser comprovado quando o usuário se depara com a apresentação de uma imitação de um livro, que contém até efeitos gráficos para copiar o aspecto do volume físico deste. A simples divisão do conteúdo em páginas numeradas em um meio no qual isto já não faz mais nenhum sentido também evidencia a manutenção do velho formato. O grande diferencial que se apresentaria para a leitura – as buscas por palavras-chave possíveis dentro do próprio texto – não configura em si uma novidade, à medida que muitos outros programas possuem a competência de localizar termos, como os softwares para leitura o fazem nos arquivos em PDF e os *browsers* são capazes nos arquivos em formato HTML, por exemplo.

Cabe trazer à baila um trecho da entrevista concedida pelo sociólogo Theodor Nelson, o homem que em 1963 cunhou o termo *hipertexto*, à revista *Época* em março de 2007. Para ele, o maior desafio ainda consiste na superação dos formatos, que pouco evoluíram durante o percurso histórico da web.

Inovação tem a ver com forma, e as pessoas não conseguem fugir do retângulo nunca. O livro é um retângulo, o papel é um retângulo, a tela do computador é um retângulo. Agora, há iniciativas de papel digital, de criar pranchetas eletrônicas para ler. É provavelmente a idéia mais estúpida que já ouvi. É um retângulo, de novo. Saiam dos retângulos! Por que tudo tem de estar em linha reta, ter um visual quadrado? O papel é uma prisão. A maior prisão da humanidade. A Microsoft imita o papel, a Apple imita o papel. (...) O papel é uma tradição que precisa ser quebrada. Tanto o papel em si como o formato que ele representa. Os formatos de documentos não evoluíram. A web é uma simulação do papel, um retângulo que parece uma revista. (NELSON, 2007, p.95)

Outra inovação que se poderia esperar em uma iniciativa do porte e da ousadia do *Google Book Search* seria a apresentação de opções de leitura ou interação com as obras que transgredissem a práxis habitual de linearidade. Entretanto, ainda que se esteja ciente da potencialidade que o hipertexto traz consigo (por ora, sobretudo na teoria), o link é uma ferramenta que apenas há poucos anos se começou a explorar com maior profundidade, e de maneira ainda restrita. Experimentos já foram feitos com links multidirecionais (PRIMO, 2003; LONGHI, 2005), sobretudo em programas pensados para a produção literária em hipertexto como o *Storyspace*, mas a plataforma WWW, base das iniciativas acessíveis aos usuários que envolvem bibliotecas digitais e literatura hipertextual, jamais experimentou na plenitude este tipo de novidade. Em 35 anos de existência, sendo destes pelo menos 15 de internet a pleno funcionamento, o link não trouxe nenhuma ruptura de paradigmas até aqui, segundo o testemunho de Theodor Nelson, o homem que inventou o primeiro software com este recurso. “Os links da web são unidirecionais. Levam a um só lugar – todos do mesmo jeito. Isso é muito tolo.” (NELSON, 2007, p. 95). De maneira equivalente, no terreno da literatura hipertextual não se tem notícia de obra de grande relevância que tenha efetivamente afetado os paradigmas do romance literário, apesar dos muitos experimentos e iniciativas que têm sido empreendidas por todo canto. Como a ferramenta de busca de livros do Google também preferiu não ousar neste aspecto, iniciativas neste sentido seguem restritas às práticas de vanguarda e estudos acadêmicos.

6.4 DIREITO AUTORAL

Desde que foi anunciada na Feira do Livro de Frankfurt, no mês de outubro de 2004, ainda sob o nome provisório de *Google Print*, a simples intenção da empresa de digitalizar o acervo mundial de livros (ou organizar o conhecimento mundial, como muitos preferem dizer) gerou um alarde sem precedente na história recente da indústria editorial e seus pares envolvidos. A primeira consideração feita acerca do projeto foi a respeito da digitalização em si mesma: teria a empresa o direito de copiar os livros que bem entendesse, estivessem eles sob domínio público ou vigência de direitos autorais? À medida que o tempo passou e as discussões foram avançando,

uma outra questão foi levantada com cada vez maior vigor e hoje se impõe da mesma maneira que a primeira: qual o uso que o Google pretende fazer de todo este vasto material digitalizado, em sua maioria protegido por copyright?

Os primeiros e mais importantes processos legais movidos contra o Google tratam justamente da primeira questão. A *Authors Guild of America* e a *Association of American Publishers*, instituições norte-americanas que representam autores e editores daquele país, respectivamente, estão processando a empresa com a alegação de infração massiva de copyright por conta da digitalização do acervo de algumas dezenas de bibliotecas sem obter a permissão prévia dos detentores do copyright das obras. Na verdade, estes processos atacam apenas um dos pilares do projeto, o *Google Books Library Project*, uma das fontes de recurso material que provém de instituições parceiras. Cabe clarificar que, apesar de as bibliotecas possuírem os livros enquanto bens físicos, obviamente não são elas as detentoras de seus direitos autorais.

No Brasil, por exemplo, a legislação é bastante clara, e um processo como este não acarretaria maiores dúvidas sobre quem sairia vencedor. Conforme apresentado no quinto capítulo, a lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998, em seu artigo 29 veda expressamente a “inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero” de obras sob direito autoral vigente. Já nos Estados Unidos há grande controvérsia.

O Google se defende da acusação de infração massiva alegando *fair use* (ou uso razoável), um conceito presente na legislação norte-americana que limita o direito autoral em certos casos como para crítica, comentário, pesquisa e o principal deles, no qual a empresa tenta enquadrar sua iniciativa: ações de caráter transformativo. A corte daquele país já interpretou que o termo *transformativo* compreende apenas “material com nova expressão criativa que contenha algum tipo de comentário” (WILLIAMS 2007, p. 305). Este precedente jurídico, de acordo com o advogado Matt Williams, teria sido aberto em *Campbell v. Acuff Rose Music, Inc.*, quando o termo foi usado para balizar o *fair use*. A batalha jurídica do Google é pontual, apesar de ser imensa a polêmica envolvendo os conceitos legais que cercam sua ferramenta de busca de livros: conseguir convencer o tribunal de que seu projeto possui um caráter *transformativo*, e assim

assegurar a evocação do *fair use* para garantir que a digitalização das obras, mesmo sob vigência de copyright, sigam livremente. O desafio é obter o reconhecimento não para um novo trabalho criado a partir de outro (como, por exemplo, uma crítica feita a partir de um artigo), mas, de maneira inédita, para um trabalho que consiste apenas na reorganização do mesmo conteúdo de uma maneira diferente.

O resultado desta batalha deixa uma série de eventos em suspensão, e ambos os desfechos possíveis são potencialmente perigosos e passíveis de trazerem consigo uma série de mudanças na maneira com que a própria justiça encara a lei de direitos autorais. Simultaneamente em que Matt Williams (2006, p. 306) acredita que “caso a corte entenda que a atividade do Google é transformativa, o sistema de direitos autorais sofrerá alterações de caráter fundamental”, Siva Vaidhyanathan (2007, p. 1230), o professor de Cultura e Comunicação da *New York University* se preocupa com os perigos da “provável derrota do Google”, que acarretaria o recrudescimento do copyright, o enfraquecimento de exceções como o próprio *fair use* e a “perda de muitos direitos públicos importantes sob o copyright, incluindo privilégios especiais de que gozam as bibliotecas”.

Não é objetivo deste trabalho aprofundar-se em análises de cunho técnico-jurídico para estabelecer se a iniciativa empreendida pelo Google tem amparo legal nos Estados Unidos, ainda que o resultado obtido nos tribunais norte-americanos provavelmente acabe por balizar muito do que será o futuro do copyright em todo o mundo nos anos que virão. Entretanto, entende-se como de grande importância a verificação e o entendimento dos termos fundamentais da moção referida contra o Google, à medida que serão necessariamente eles os elementos envolvidos numa possível modificação da legislação ou mesmo da interpretação dos princípios que regulam os direitos autorais, seja no sentido de distender ou de restringir ainda mais estas regras. Iniciativas como o Creative Commons já constituem em si uma forma de modificação dos direitos autorais ao oferecerem diretamente ao autor a escolha de como disponibilizar sua obra para o público e que tipo de uso esse público poderá fazer dela. Ainda assim, é necessário um grande fato pontual, como pode vir a ser o *caso Google*, para que mudanças nesse sentido sejam absorvidas não apenas por iniciativas alternativas, mas pela própria legislação que regula o copyright.

A segunda grande questão que envolve a iniciativa do Google diz respeito ao que fará a empresa com este enorme acervo depois de totalmente digitalizado. Siva Vaidhyanathan, em entrevista para o First Monday Podcast⁶² de setembro de 2007, expôs sua preocupação sobre o que seria a privatização massiva de um bem público, realizada sem pagar nada em troca e feita sem nenhum tipo de critério de qualidade na escolha das obras. O historiador francês Jean-Nöel Jeanneney, desde 2002 ocupando o cargo de presidente da Biblioteca Nacional da França, faz eco a tal crítica em seu livro *Google and the Myth of Universal Knowledge: A View from Europe*, ao afirmar seu temor na possibilidade de haver tanto poder centralizado nas mãos de uma única empresa de política interna tão fechada e inacessível. Jeanneney (2007, p. 48) aponta ainda outra preocupação: a dominação de uma língua única sobre as demais no caso de uma iniciativa como esta ser regida tão somente pelas leis de mercado. Uma rápida pesquisa no *Google Book Search* deixa evidente que a quantidade de textos que possui em língua inglesa é muito superior às demais línguas. Muito se explica em função da grande maioria das bibliotecas associadas ao *Google Books Library Project* serem de países cuja língua oficial é o inglês. Entre outros problemas, esta situação pode acarretar um ponto de vista unilateral da história, além de uma acessibilidade desigual ao conhecimento produzido nos diversos países. Iniciativas como o *Open Archives Initiative*⁶³, que existem para promover uma justa disseminação do conhecimento através de repositórios de informação não-físicos, também demonstram uma preocupação nesse sentido.

As questões polêmicas que envolvem este projeto do Google ultrapassam em muito as meramente legais, sobre se pode ou não uma empresa privada apropriar-se do bem público. Elas são apenas o primeiro passo para desdobramentos maiores e mais complexos como o proposto por Vaidhyanathan (2007, p. 1228), de que “nós devemos iniciar nossa consideração sobre o *Google Book Search* partindo do princípio de que nenhuma tecnologia é neutra”.

É interessante notar que, em uma ponta do projeto, o *Google Books Library Project*, os autores e editores processam a empresa sob grande temor de que um precedente seja aberto para o enfraquecimento do copyright, do qual provêm seus ganhos financeiros. Na outra ponta, o

⁶² Disponível em < http://www.firstmonday.org/podcasts/transcripts/transcripts_siva07.html>. Acessado em 26 de outubro de 2007.

⁶³ Disponível em < <http://www.openarchives.org/>>. Acessado em 10 de novembro de 2007.

Google Books Partner Program, autores e editores estabelecem acordos e parcerias com a mesma empresa com vistas a aumentarem seus ganhos através de uma maior visibilidade de seus produtos. Por trás da análise das questões que envolvem o direito autoral no tocante à *ferramenta*, está sempre uma discussão maior que trata destes aspectos contraditórios que são os dois pilares do *projeto* em si.

Seja qual for a decisão da corte norte-americana no caso envolvendo o Google e a digitalização das obras das bibliotecas – seja esta iniciativa considerada *fair use* ou não – existe a convicção de que uma mudança na maneira de encarar o copyright ocorrerá. Pode ser que haja uma restrição ainda maior dos *usos razoáveis* das obras protegidas, ou então que aconteça um afrouxamento das regras de direitos exclusivos. Por ora, não há maiores motivos para se crer que a iniciativa levará ao fim do copyright, como escreveu o jornalista norte-americano Kevin Kelly (2006)⁶⁴, ou que o enfraquecimento dos direitos do autor leve a uma volta à Pré-História, onde apenas a comunicação face-a-face tinha valor, como contrapôs seu conterrâneo escritor John Updike (2006)⁶⁵. De toda forma, tanto pelo seu pioneirismo quanto por ter levado às últimas conseqüências a sua posição, é certo que se pode entender a iniciativa do Google como uma maneira de forçar a legislação atual dos direitos autorais.

⁶⁴ Disponível em <<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F30913FC3D5A0C778DDDAC0894DE404482>>. Acessado em 7 dez. 2006.

⁶⁵ Disponível em <<http://www.nytimes.com/2006/06/25/books/review/25updike.html?ex=1165640400&en=404c46d33876d100&ei=5070>>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia cumpriu aquilo a que se propunha ao realizar um estudo sistemático acerca do *Google Book Search*. Não se restringiu a uma visão pontual do projeto de digitalização de livros empreendida pela empresa californiana, mas abarcou também uma análise da ferramenta tal como se encontra disponível aos usuários.

Até o momento, não se sabe da existência de um estudo abrangente sobre o *Google Book Search* percorrendo tanto sobre as especificidades da ferramenta quanto sobre o projeto de maneira mais ampla. Há grande quantidade de publicações envolvendo itens específicos do projeto. Dentre eles destacam-se o estudo do advogado Matt Williams (2007) sobre a aplicabilidade do conceito de *fair use* para o *Google Books Library Project*, a denúncia contra um possível monopólio digital das letras escrito pelo presidente da Biblioteca Nacional da França, Jean-Nöel Jeanneney (2007), e o tão perspicaz quanto original artigo do professor Siva Vaidhyathan (2007), que traça o mais amplo panorama sobre o *Google Books Library Project* e questiona seu legado para os usuários/leitores, para o sistema jurídico e para o desenvolvimento de outras iniciativas congêneres. O presente trabalho, ao convergir interesses diversos dos campos de conhecimento como Comunicação e Ciências da Informação, buscou suprir esta lacuna de um estudo sistemático que apresentasse uma visão panorâmica do *Google Book Search*.

Trata-se de uma ferramenta muito recente, que foi pela primeira vez apresentada em 2004, e cujas bases atuais, incluindo o próprio nome, foram lançadas há menos de dois anos. Tanto assim é que o *Google Book Search* permanece disponível na web ainda em versão beta. Sua freqüente mutação, testemunhada no decorrer desta pesquisa, evidencia o caráter experimental do mesmo, em que pouco ou nada pode ser encarado de maneira definitiva. Há uma instabilidade típica de tudo aquilo que se encontra em franco desenvolvimento.

A trajetória proposta buscou responder às questões lançadas no início do percurso investigativo. Partindo das pinturas rupestres, a história do registro da informação abordou a criação do códex e o desenvolvimento das grandes bibliotecas. O surgimento da internet e a

aplicação do hipertexto foram mostrados como os elementos essenciais que tornaram possível a criação das bibliotecas digitais. Por este caminho seguiu o leitor até alcançar o objeto deste trabalho, que foi descrito em minúcia e contextualizado em sua integralidade, desde a história da empresa Google enquanto desenvolvedora de mecanismos de busca até as especificidades deste tipo de negócio. Dados sobre o mercado editorial recente foram levantados e desdobrados na expectativa de observar seu comportamento em tempos de crescente oferta de obras digitais gratuitas, disponibilizadas através do *Google Book Search*, entre outros mecanismos. O direito autoral, em seguida, foi explanado desde a sua origem até o formato como se encontra hoje, e desembaralhado em suas questões fundamentais. Tudo isso para que fosse possível uma posterior análise que respondesse às questões propostas na primeira etapa desta pesquisa.

Sobre a natureza da ferramenta, foram encontrados elementos de semelhança com bibliotecas digitais, sem, no entanto, ser possível conceituá-la como tal. O fato de as obras digitalizadas não estarem disponíveis na íntegra para os leitores é o bastante para que ela não possa ser enquadrada nesta categoria. Por outro lado, tampouco pode a ferramenta ser qualificada como loja online por não efetuar vendas diretamente, mas somente estimular o usuário a fazê-la através de links direcionados para além de seus domínios. O *Google Book Search* foi localizado em um estágio intermediário, um híbrido entre uma biblioteca digital e uma loja online.

Concluiu-se que o processo de digitalização do acervo literário não vem interferindo de maneira negativa no mercado livreiro, uma vez demonstrada a continuidade do crescimento do setor. Antes, há um movimento no sentido de aproveitar comercialmente a maior visibilidade proporcionada pelos repositórios de informação online, comprovado pelo crescente número de adesões de editoras ao *Google Books Partner Program*. Constatou-se ainda que o *Google Book Search* não oferece novas opções de leitura além daquelas já existentes, e tampouco inova no formato, apresentando mais uma reprodução do papel projetado sobre a tela do computador.

Quanto ao *Google Book Search* enquanto negócio, pouca informação está disponível, e mais dúvidas foram levantadas do que respostas encontradas. De acordo com as informações oficiais divulgadas no site da própria empresa, não há comercialização dos links direcionados para lojas online onde os livros podem ser comprados. Entretanto, a declaração não é suficiente

para que se afirme que a receita do projeto advém unicamente da veiculação de anúncios publicitários. A questão permanece ainda bastante obscura e carece de melhor investigação, uma vez que não foi possível desvendá-la dentro do limite desta monografia.

No tocante ao direito autoral, verificou-se que o empenho de digitalizar o acervo de dezenas de bibliotecas e disponibilizar gratuitamente este conteúdo, ainda que apenas parcialmente, está efetivamente forçando a revisão das interpretações das leis de copyright. Mesmo que o texto da lei não sofra alterações por conta deste episódio específico, é esperada uma mudança de postura do sistema jurídico no balizamento do que é o *uso razoável*, seja ela no sentido de uma distensão ou repressão maior, a partir da decisão sobre a legitimidade do *fair use* alegado pelo Google neste caso.

Este trabalho não se encerra aqui. A temática é bastante abrangente e são inúmeros os recortes possíveis do objeto a partir deste estudo. Espera-se, entretanto, que a presente monografia, dentro de seus limites investigativos, tenha contribuído para a compreensão do *Google Book Search* de uma perspectiva amplificada e aprofundada, e recomenda-se a continuidade das investigações acerca dele.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BATTELLE, John. **A busca: como o Google e seus competidores reinventaram os negócios e estão transformando nossas vidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BEIGUELMAN, Giselle. **O livro depois do livro**. São Paulo: Peirópolis, 2003.
- BELLEI, Sérgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. Florianópolis: UFSC, 2002.
- BENÍCIO, Christine; SILVA, Alzira. Do livro impresso ao e-book: o paradigma do suporte na biblioteca eletrônica. **Biblionline**, v. 1, n. 2, 2005.
- BERNERS-LEE, Timothy. **Weaving the web**. Nova Iorque: HarperCollins, 1999.
- _____. **Circumventing competition: the perverse consequences of the Digital Millennium Copyright Act**. 2006. Disponível em <<http://www.cato.org/pubs/pas/pa564.pdf>>. Acessado em 14 de outubro de 2007.
- BESSONE, Tânia. Direito de propriedade ou propriedade literária: os debates sobre autoria no Brasil Imperial (1862 – 1889). **Seminário brasileiro sobre livro e história editorial**. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004.
- BORGES, Jorge Luis. **A biblioteca total**. 1939. Disponível em <<http://www.tyhturismo.com/data/destinos/argentina/literatura/escritores/Borges/LaBibliotecaTotal.html>>. Acessado em 2 de novembro de 2007.
- _____. **A biblioteca de Babel. Ficções**. São Paulo: Globo, 2001.
- BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/legislacao/direitos_autorais/legislacao/index.php?p=1074&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 14 de outubro de 2007.
- BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- CAVALHEIRO, Rodrigo Ratto. **História dos direitos autorais no Brasil e no mundo**. 2001. Disponível em <http://www.unimep.br/fd/ppgd/cadernosdedireitov11/16_Artigo.html#206291>. Acessado em 9 de outubro de 2007.
- CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

_____. **A aventura do livro do leitor ao navegador.** São Paulo: Editora UNESP, 1999.

_____. Da história da cultura impressa à história cultural do impresso. **Revista brasileira de ciências da comunicação.** São Paulo, v. 28, n. 1, p. 81-104, jan./jun. 2005.

COOVER, Robert. The End of Books. **New York Times Book Review,** Nova Iorque, 21 jun. 1992. p. 24-25.

CORTÁZAR, Julio. **O jogo da amarelinha.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DAHL, Svend. **History of the book.** Metuchen: Scarecrow Press, 1968.

DORIGATTI, Bruno. Ascensão e declínio do autor. **Seminário brasileiro sobre livro e história editorial.** Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia do livro: a crise atual e uma proposta de política.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

ESTADOS UNIDOS. **The digital millennium copyright act of 1998.** U.S. Copyright Office summary. Dezembro de 1998. Disponível em <<http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>>. Acessado em 14 de outubro de 2007.

_____. **Copyright law of the United States of America and related laws contained in title 17 of the United States code.** Junho de 2003. Disponível em <<http://www.copyright.gov/title17/circ92>>.pdf. Acessado em 14 de outubro de 2007.

FURTADO, José Afonso. **O papel e o pixel: do impresso ao digital: continuidades e transformações.** Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

HAUSER, Arnold. **História social da arte e da literatura.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.

JEANNENEY, Jean-Nöel. **Google and the myth of universal knowledge: a view from Europe.** Chicago: University of Chicago Press, 2007.

KATZENSTEIN, Úrsula Ephraim. **A origem do livro: da idade da pedra ao advento da impressão tipográfica no ocidente.** São Paulo: Hucitec, 1986.

KELLY, Kevin. **Scan this book!** 2006. Disponível em <<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F30913FC3D5A0C778DDDAC0894DE404482>>. Acessado em 7 dez. 2006.

KESSLER, Jack. **Internet digital libraries: the international dimension.** Norwood: Artech House, 1996.

KORFMANN, Michael e FARAON, Gustavo. **A rede digital e as configurações do autor**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Letras, Porto Alegre, 2007. Aguardando publicação.

KURAMOTO, Hélio; TOUTAIN, Lídia Brandão; SAYÃO, Luís (Orgs.). **Bibliotecas digitais: saberes e práticas**. Salvador: EDUFBA, 2006.

LABARRE, Albert. **História do livro**. São Paulo: Cultrix, 1981.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Editora 34, 1993.

LINS, Marcos André Carvalho. **Dos direitos autorais**. 2007. Disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=3&pid=3409>>. Acessado em 9 de outubro de 2007.

LONGHI, Raquel. Hipertexto e poéticas digitais: uma análise de Patchwork Girl e do Storyspace. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p. 121-135, jan./jun. 2005.

MELLO, José Barboza. **Síntese histórica do livro**. São Pauo: Ibrasa, 1979.

NARDINO, Anelise Tolotti Dias; CAREGNATO, Sônia Elisa. O futuro dos livros do passado: a biblioteca digital contribuindo na preservação e acesso às obras raras. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 381-407, jul./dez. 2005.

NELSON, Theodor. A web é coisa do passado. **Época**, São Paulo, v. 1, n. 461, p. 94-95, mar. 2007.

NEVEZ, Lúcia Bastos. Do privilégio à propriedade literária: a questão da autoria no Brasil Imperial (1808 – 1861). **Seminário brasileiro sobre livro e história editorial**. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004.

NUNBERG, Geoffrey (Org.). **The future of the book**. Los Angeles: Univesity of Califórnia Press, 2006.

PEREIRA, João. **A nova web já existe há um bom tempo sabia?**. Jun. 2006. Disponível em <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2006/06/30/a-nova-web-ja-existe-ha-um-bom-tempo-sabia/>>. Acessado em 8 de agosto de 2007.

PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

ROWLEY, Jennifer. **A biblioteca eletrônica**. Brasília: Briquet de Lemos, 2002.

SANTOS, Paulo. **Relações sociais se apropriam amplamente da internet**. Ago. 2006. Disponível em <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2006/08/10/relacoes-sociais-se-apropriam-amplamente-da-internet/>>. Acessado em 8 de agosto de 2007.

SILVA, Helena; OTHON, Jambeiro; BARRETO, Ângela. Bibliotecas digitais: uma nova cultura, um novo conceito, um novo profissional. In: MARCONDES, Carlos H.;

SILVA, N. C.; SÁ, N. O.; FURTADO, S. R. S. **Bibliotecas Digitais: do conceito às práticas**. In: Simpósio Internacional de Bibliotecas Digitais. 2, 2004, Campinas, Trabalhos Apresentados... Campinas: UNICAMP, 2004. Disponível em <<http://libdigi.unicamp.br/document/?down=8304>>. Acessado em 17 de outubro de 2007.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

TOUTAIN, Lúcia Brandão. Biblioteca digital: definição de termos. In: MARCONDES, Carlos H.; Kuramoto, Hélio; TOUTAIN, Lúcia Brandão; SAYÃO, Luís (Orgs.). **Bibliotecas digitais: saberes e práticas**. Salvador: EDUFBA, 2006.

UPDIKE, John. **The end of authorship**. 2006. Disponível em <<http://www.nytimes.com/2006/06/25/books/review/25updike.html?ex=1165640400&en=404c46d33876d100&ei=5070>>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

VAIDHYANATHAN, Siva. The Googlization of Everything and the Future of Copyright. **UC Davis Law Review**, n. 3, v. 40, p. 1207-1231, 2007. Disponível em <http://lawreview.law.ucdavis.edu/articles/Vol40/Issue3/DavisVol40No3_Vaidhyathan.pdf>. Acessado em 26 de outubro de 2007.

VIDOTTI, Silvana; SANT'ANA, Ricardo. Infra-estrutura tecnológica de uma biblioteca digital: elementos básicos. In: MARCONDES, Carlos H.; Kuramoto, Hélio; TOUTAIN, Lúcia Brandão; SAYÃO, Luís (Orgs.). **Bibliotecas digitais: saberes e práticas**. Salvador: EDUFBA, 2006.

VILA-MATAS, Enrique. **El libro por venir**. 2006. Disponível em <http://www.elpais.com/articulo/semana/libro/venir/elpbabsem/20060916elpbabese_2/Tes/>. Acessado em 7 de dezembro de 2006.

WILLIAMS, Matt. Recent second circuit opinions indicate that Google's Library Project is not transformative. **Cardozo Arts & Entertainment Law Journal**, Nova York, n. 1, v. 25, p. 303-330, abril 2006. Disponível em <<http://www.cardozoelj.net/issues/07/Williams.pdf>>. Acessado em 26 de outubro de 2007.