

Editoras e gráficas brasileiras apostam na edição e impressão de livros sob encomenda; nova tecnologia permitiu melhorar o acabamento e diminuir custos, o que pode tirar do limbo milhares de títulos atualmente esgotados

MARCOS STRECKER
DA REPORTAGEM LOCAL

Enquanto todos aguardam a revolução do digital, que pode esvaziar as prateleiras e mudar o conceito de leitura, uma outra transformação está em curso no mundo editorial, e no sentido inverso. É a aposta na impressão sob encomenda (on demand), que está mobilizando editoras e gráficas e pode tirar do limbo milhares de títulos fora de catálogo.

O grupo Ediouro, um dos maiores do país, é um dos principais apostadores. Lançou a editora Sinergia para resgatar títulos esgotados do próprio grupo e de outras editoras também. Em dois meses de atividade, incluiu 110 títulos e vendeu 1.000 exemplares.

Para todos os livros tem um comprador, diz Alberto Schprejer, editor da Sinergia. Isso tem a ver com a teoria da cauda longa [do livro homônimo de Chris Anderson]. Segundo essa estratégia de negócios, a meta é vender poucas unidades de muitos e variados itens.

Antiga parceira da Ediouro, a gráfica paulista **Bandeirantes**, uma das pioneiras na área, também está apostando de forma pesada no segmento.

Foram quase 15 anos para fazer a maturação, diz Enrique Reyna, gerente de contas da empresa, que atende editoras como Ática, Scipione, Global, Annablume, Elsevier e Pearson. Ele diz que a chave para a transformação foi a evolução da qualidade gráfica - atualmente igual à da impressão tradicional - e a queda dos custos. Nos Estados Unidos e na Europa a tendência é que as tiragens caiam. Algumas editoras e gráficas já têm o foco apenas na impressão digital.

A **Bandeirantes** lança na segunda um serviço batizado de BandBook, em que o usuário poderá comprar os títulos diretamente do portal da empresa. O títulos ainda se limitam àqueles já negociados com as editoras conveniadas, mas a gráfica pretende fechar acordo com um grande número de editoras. Pretende absorver a gestão do livro desde a comercialização e impressão até a entrega ao leitor.

Uma das editoras que mais promete se beneficiar da tecnologia é a universitária Unesp. Ela foi uma das pioneiras. Em 1995 chegou a ter impressora própria, mas desistiu oito anos depois. Voltou ao sistema há três anos.

Pelos avanços técnicos o cenário mudou, diz Jézio Hernane Bomfim Gutierre, diretor-executivo da editora. Estamos notando há algum tempo. Com catálogo grande, com mais de 1.000 títulos, você tem uma faixa de 20% a 30% de livros que ficam esgotados. Não temos recursos para reimprimir. Esse sistema é uma maneira de viabilizar e manter todo o catálogo vivo. Segundo ele, em menos de um ano todo o catálogo de 1.200 títulos será vivo.

Outra editora pioneira no setor foi a gaúcha L&PM, que introduziu a impressão sob demanda em 1996 e a manteve por três anos. Nós trabalhamos muito nisso, introduzimos ganhos tecnológicos, diz o editor Ivan Pinheiro Machado.

A L&PM é a editora mais bem-sucedida no segmento de livro de bolso do país. Machado diz que a impressão de baixas tiragens permitiu a diversificação e a experimentação, importantes para o desenvolvimento do segmento. Se não fosse essa máquina não teríamos feito a nossa coleção de bolso, diz. Mas ele se mostra cético. Segundo ele, a impressão sob encomenda é uma utopia. Não dá para revogar a lei da economia de escala.

É a mesma opinião de Sérgio Machado, presidente da Record, a maior editora do país, que acaba de anunciar investimentos de R\$ 10 milhões. O objetivo é dobrar a capacidade de impressão, para 10 milhões de exemplares por ano.

Para isso, a editora apostou tanto nas altas tiragens como na impressão digital - a mesma que permite edições unitárias. Para pequenas tiragens o digital é a melhor solução, diz. Mas, em baixas tiragens, a Record pretende investir em títulos com 600 ou 800 exemplares, e não partir para a edição sob encomenda. Para Machado, essa impressão vai beneficiar sobretudo as editoras universitárias e jurídicas e os títulos sob domínio público. A questão é de modelo de negócio, diz.

Para ele, o que impede o Brasil de avançar na impressão sob demanda é uma questão legal. Desde a Lei de Direitos Autorais [nº 9.610/98], os autores passaram a migrar para contrato por tempo determinado, o que não ocorre nos EUA. No nosso modelo trabalhamos cinco anos, daí precisamos recomprar o livro.

Se no Brasil a impressão sob encomenda ainda está se esboçando, nos EUA está em franca expansão. Segundo a revista Publishers Weekly, o número de títulos lançados pelo sistema nos EUA superou em 2008 pela primeira vez a cifra de títulos da impressão tradicional.