



STREAMING DE E-BOOKS: MERCADO EDITORIAL, SCRIBD E CONSUMIDORES

Luís Otávio de Vargas Moraes
Edgar Roberto Kirchof
ULBRA

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa está integrada ao projeto “A Literatura Infanto-juvenil na Era Digital: Mercado Editorial, Valor Literário e Letramento Digital”. O mercado editorial tem buscado, na rede, novas formas de criação, comercialização e divulgação de obras. As plataformas via *streaming* digital são atualmente um dos fenômenos que mais transformou o consumo e a distribuição de conteúdo em escala global, como consequência do aumento de velocidade de download com que os internautas navegam na rede. O objeto de estudo dessa pesquisa é a plataforma de distribuição de livros online Scribd.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Analisar o modelo de distribuição de e-books via *streaming* digital da plataforma americana Scribd.

METODOLOGIA

A proposta metodológica deste trabalho consiste em duas etapas: pesquisa bibliográfica e análise de informações baseadas em revisão de literatura. A primeira etapa resume-se na pesquisa bibliográfica vinculada ao mercado editorial, tendo como eixo os *streaming* de e-books. A segunda e última etapa consiste na análise desses dados, baseada nas leituras feitas anteriormente.

RESULTADOS PARCIAIS

As análises permitiram concluir que a plataforma Scribd conta com meio milhão de assinantes, que geram 50 milhões de dólares de receita anualmente. Embora seja difícil comparar assinantes entre plataformas que oferecem serviços diferentes, os números mostram que o serviço de *streaming* de e-books ainda é uma ideia recente, mas que tem conquistado muitos leitores. Com uma equipe reduzida e lucros nada exorbitantes, o modelo de marketing do Scribd aposta em títulos antigos, os chamados *blacklist titles*, e em leitores casuais que pagam regularmente e leem pouco.

CONCLUSÕES PARCIAIS

Burroughs (2015, p. 24) destaca que o uso de tecnologia e a inovação da audiência geraram, também em outros momentos históricos, inovações no mercado. Os serviços de *streaming* digital, no que diz respeito a e-books, ainda possuem um longo caminho até conquistarem um público tão considerável em números e leis como os outros segmentos de distribuição de conteúdo. O cenário atual vive um grande paradoxo: faltam assinantes para gerar receita e falta receita para adotar medidas menos restritivas capazes de atrair novos assinantes.

REFERÊNCIAS

- BURROUGHS, B. E. Streaming media: audience and industry shifts in a networked society. University of Iowa, 2015. Tese de doutorado. Disponível em: <<http://ir.uiowa.edu/etd/1833>>. Acesso em: 30/05/17.
- FORBES. Why Streaming Book Services Will Work. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/oreillymedia/2012/09/05/why-streaming-book-services-will-work/#16eb764816eb>>. Acesso em: 30/05/17.
- MEZHOVA, A. Scribd case study: Commercial Viability of the E-book Subscription Business Model. Universidade Católica Portuguesa, 2016. Tese de doutorado. Disponível em: <<https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/20700/1/Case%20study%20Scribd.pdf>>. Acesso em: 30/05/17.
- THE GUARDIAN. Publishing crisis? Time to create a Spotify for books. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2013/nov/13/publishing-crisis-spotify-books-music>>. Acesso em: 30/05/17.