

entrevista: andré garcia

# A revolução dos sebôs

A Estante Virtual tornou-se, em pouco mais de dois anos, a maior livraria de usados do país. André Garcia, seu idealizador, conta a origem da idéia e fala sobre seu futuro **POR JULIO DAIO BORGES**

**Inicialmente mantido** como um projeto para completar a renda, hoje a Estante Virtual é uma referência na Internet na busca de livros. Seu criador, André Garcia, atribui aos preços acessíveis, integração de acervo, facilidade de busca e à diversidade de títulos o sucesso e crescimento do site.

**André, qual sua história antes da Estante Virtual?**

**AG:** Formei-me em Administração de Empresas na UFRJ, com ênfase em Marketing e RH, e trabalhei dez anos na área de *marketing* de diversas empresas, desde mercado financeiro, óleo e gás e, mais para o final, na área de inteligência de mercado das novas “entrantes” no mercado de telefonia móvel. Em 2003, então com 25 anos, já sentia dificuldade de continuar motivado no ambiente corporativo. Apesar de todo *glamour* de ter um nome pomposo para

pronunciar (quando as pessoas perguntam onde você trabalha), passei a sentir um tremendo vazio, uma sensação de que estava ali sem criar nada novo, apenas lutando para que os acionistas da empresa conseguissem o seu *market share*... Foi quando decidi largar tudo e ficar dois anos me preparando para ingressar na carreira acadêmica, em uma área que eu ainda não sabia se seria Sociologia ou Filosofia (mas que, fosse qual fosse, me permitiria buscar uma visão mais crítica e verdadeira do mundo). Em 2005, após uma “reinvenção filosófica”, em que li mais de cem obras, consegui ser aprovado para o mestrado em Psicologia Social da PUC-SP (o qual infelizmente cursei não mais que uma semana, em função da falta de bolsas do CNPq). O projeto da Estante Virtual já estava em curso, para complementar a renda (que, se viesse, eu sabia que seria pequena). Então, à medida que a Estante foi dando certo, foi só uma questão de trancar o mestrado e focar 100% no site.



R.L.

### Quando lhe surgiu a idéia de integrar os sebos pela Internet?

**AG:** Foi quando tive de procurar vários livros de filosofia, sociologia e psicologia. Ao contrário dos livros de *marketing*, eles não estavam no topo da lista das livrarias. Quando eu os encontrava, eram mais caros do que eu podia pagar (estava sem renda, vivendo das economias dos meus tempos de vida corporativa). Decidi tentar os sebos, mas a peregrinação não me animou nem um pouco: de sebo em sebo, de lombada em lombada – pescoço virado para a esquerda, pescoço virado para a direita –, raramente eu achava o que procurava. Segui para a Internet, à procura de sites de sebos, mas, de uma centena que encontrei, só meia dúzia – a “elite dos sebos”, como chamo hoje – tinha recursos para montar um verdadeiro acervo *on-line*; nos outros, tinha sempre que enviar um

e-mail fazendo perguntas (nada prático, portanto). Foi aí que tive a idéia de um portal que reunisse os acervos em um único lugar e, como complemento, reunisse também as buscas dos potenciais compradores.

### E por que você acha que funcionou tão bem no Brasil?

**AG:** Acredito que funcionou bem no Brasil por causa do preço proibitivo que os livros novos, aqui, acabam tendo (considerando-se a renda média do brasileiro). Além disso, acho que a demanda por uma literatura mais diversificada também andava muito represada. Além do preço alto, há o problema qualitativo: as livrarias se concentram cada vez mais em *best-sellers* e nos últimos lançamentos (os livros de fundo de catálogo ficam pouco tempo em exposição). Os sebos têm, assim, um papel importantíssimo: resgatar a diversidade literária a preços muito mais acessíveis.

### Você imaginava, em dois anos apenas, fazer frente (pelo menos, em número de exemplares) às grandes livrarias virtuais da Internet?

**AG:** Talvez não em tão pouco tempo, mas essa “insurreição” dos pequenos confrontando os grandes era, sim, um dos meus sonhos. A minha motivação para criar a Estante Virtual foi muito mais ideológica do que financeira. Democratizar o acesso à leitura, democratizar a diversidade de autores... Subverter o sistema a partir do seu âmago: aliar tecnologia, *marketing* e filosofia em torno de uma pequena revolução que abalasse o *status quo* em que só os grandes (e a elite dos sebos) davam as cartas. Ter tido êxito nisso é hoje o meu maior orgulho.

“A insurreição dos pequenos confrontando os grandes era um dos meus sonhos. Ter tido êxito nisso é hoje o meu maior orgulho”

**Você já pensou que está desenvolvendo o “leitor-vendedor”, que antes era insignificante e que hoje “opera”, na Estante Virtual, como numa Bolsa de Valores?**

**AG:** Confesso que não gosto muito da comparação com a Bolsa de Valores. O livro precisa ser vendido pelo preço justo, e esse preço não varia como no “cassino” das Bolsas. Tampouco o “operador”, na Estante, tem nos ganhos o centro de sua motivação: sejam os livreiros, sejam os leitores que colocam seus livros à venda, o que vemos são indivíduos engajados no papel cultural de disseminar a leitura. Se há uma motivação econômica, acredito que ela não é a motivação principal. A questão com os leitores foi apenas uma extensão do conceito de Web 2.0, ou seja, tratava-se de fazer não apenas um *site* de vários livreiros, mas um *site* em que os leitores também pudessem vender seus livros. E isso é hoje um sucesso absoluto. Enquanto agora temos 715 sebos (e livreiros) no portal, já são mais de 1.600 leitores participando também, expondo seus livros para a venda no portal.

**Eu tinha certeza de que o livro em papel ia “acabar”. mas você acredita que a Estante Virtual está me fazendo mudar de idéia? O que pensa disso e das “tentativas” de livro eletrônico?**

**AG:** Não há – e acho muito difícil criar – uma tecnologia que seja páreo para os recursos “tecnológicos” que um livro de papel reúne: portabilidade, duração da bateria, flexibilidade, durabilidade em si, preço, acessibilidade das páginas internas. Nesse ponto me arrisco a soar conservador, mas acredito que a

idéia de que o livro em papel vá acabar é um delírio tecnológico futurista, daqueles que gostam de imaginar que cada aspecto da nossa vida será mediado pelos bits.

**Uma Estante Virtual com CDs e DVDs funcionaria da mesma forma – ou você acha que não vale a pena apostar em formatos à beira da extinção?**

**AG:** Como no caso do livro, não vejo esses formatos como “à beira da extinção”. Sem dúvida, não estão tão “protegidos” quanto o livro, mas por enquanto ainda vejo uma base universal de CD e DVD *players*. Devemos ainda ouvir falar deles durante muitos e muitos anos, o resto é frenesi tecnológico, *infotainment*. Mas temos planos de incluí-los em breve, sim, sem dúvida.

**Quais são os seus conselhos para quem quer montar um Internet business no Brasil?**

**AG:** Meu conselho principal é conhecer bem o mercado em que está entrando. Em seguida, na análise do negócio, tente vislumbrar se é possível “mudar” esse mercado, se a ferramenta que você vai criar tem mesmo um potencial revolucionário. A Estante Virtual revolucionou completamente os sebos: em uma recente pesquisa interna que fizemos, apuramos altos percentuais de livreiros investindo em novas contratações, novos equipamentos, novas lojas, novos acervos. Em outras palavras, um projeto deve surgir não apenas para “atender” um mercado, mas para mudar esse mercado. Isso não é lá algo muito comum de se ouvir nas aulas de *marketing*, mas é possível! ✖

JULIO DAIO BORGES, editor do Digestivo Cultural, [juliodaioborges@gmail.com](mailto:juliodaioborges@gmail.com)