



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

MARINA VARGAS COUTO

A indústria editorial brasileira  
trajetória, problemas e panorama atual

RIO DE JANEIRO  
2006

# A indústria editorial brasileira trajetória, problemas e panorama atual

MARINA VARGAS COUTO

Curso de Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, monografia apresentada como requisito para obtenção de graus de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial.

Orientadora Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Maura Sardinha

Rio de Janeiro  
2006

# A indústria editorial brasileira trajetória, problemas e panorama atual

Marina Vargas Couto

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como requisito para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social. Habilitação em Produção Editorial.

Aprovado por:

\_\_\_\_\_ – Orientadora  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maura Ribeiro Sardinha

\_\_\_\_\_

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Regina Célia Montenegro de Lima

\_\_\_\_\_

Prof. Dr. Luiz Solon Gonçalves Gallotti

Data:

Nota:

Couto, Marina Vargas

*A indústria editorial brasileira – trajetória, problemas e panorama atual.*  
Orientadora: Profª Drª Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO,  
2006.

66 f.

Monografia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, ECO, Produção  
Editorial.

1. Indústria editorial – Brasil 2. História 3. Livros e leitura 4. Mercado  
editorial – trajetória e situação atual I. Orientadora: Maura Sardinha II.  
Escola de Comunicação: UFRJ. III. Título.

Dedico este trabalho:

Aos meus avós e aos meus pais  
que são incríveis, que me deram tudo, que  
estiveram sempre ao meu lado e  
que eu amo além da compreensão.

Aos meus irmãos, meus melhores amigos.

A minha família e meus amigos,  
as melhores coisas da minha vida.

Agradeço à professora Maura Sardinha, por aceitar a orientação dessa monografia, pela paciência e pela referência incansável para o curso e os alunos de Produção Editorial.

Agradeço à professora Regina Célia pela ajuda na normatização do trabalho.

Agradeço imensamente a todas as pessoas (família, amigos, colegas de trabalho), que foram compreensivos e tiveram paciência comigo no prolongado e conflituoso processo que levou à minha finalização do curso.

COUTO, Marina Vargas. *A indústria editorial no Brasil; trajetória, problemas e panorama atual*. Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: UFRJ. Escola de Comunicação Social, 2006. Monografia em Produção Editorial. 66 f.

## RESUMO

A indústria do livro no Brasil percorre uma longa trajetória desde um período de atribulações e incertezas nos primeiros séculos da Colônia portuguesa até hoje, quando a indústria editorial brasileira está entre as dez maiores do mundo. Analisando essa trajetória e os principais problemas e alternativas que determinam a trajetória do livro e das editoras no Brasil, esta pesquisa reflete sobre o passado de mais de 200 anos da indústria editorial no país, período durante o qual editores, gráficos, livreiros e autores lutam para superar os problemas impostos por um desenvolvimento tardio e por sistemas políticos e econômicos que nem sempre favorecem a produção de livros em um país que ainda apresenta altos índices de analfabetismo funcional e cuja população, na maioria educacionalmente deficitária e com pouco ou nenhum acesso a bens culturais, ainda carece de um maior desenvolvimento do hábito de leitura. Uma das questões que se objetiva por em discussão neste estudo é a validade de questionamentos sobre o futuro da indústria que prescindem do conhecimento devido de seu passado e de seus problemas, resultado da falta de estudos acerca do tema, da escassez e imprecisão dos dados de pesquisa.

COUTO, Marina Vargas. *The book publishing industry in Brazil*; trajectory, problems and current panorama. Advisor: Prof. Dr. Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: UFRJ. Communication School, 2006. Final Project in Editorial Production. 66 p.

## ABSTRACT

The book industry in Brazil goes through a long path from a period of difficulties and uncertainties in the first centuries as a Portuguese colony until nowadays, when the Brazilian book publishing industry is counted among the greatest ten in the world. Analyzing this path and the major problems and the alternatives that determine the path of the Brazilian book and publishing companies, this research reflects about the past of more than 200 years of the book publishing industry in the country, during which period printers, book sellers and authors struggle to overcome the problems imposed by a late development and by political and economical systems that not always benefit the production of books in a country that still has high rates of functional illiteracy and whose population, in its majority educationally deprived and with little or no access at all to cultural goods, still needs to truly develop reading habits. This study also aims to discuss the validity of questionings about the future of the industry that lack proper knowledge of its past and problems, due to the almost total absence of studies about the theme, the shortage and imprecision of research data.



## SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS .....	10
1 INTRODUÇÃO .....	11
2 O INÍCIO DA INDÚSTRIA DO LIVRO NO BRASIL .....	13
2.1 A política colonial portuguesa e o livro .....	14
2.2 O livro como propriedade .....	16
2.3 O (des)interesse pela Colônia .....	17
2.4 A chegada da família real .....	18
2.5 A Real Biblioteca .....	20
2.6 O difícil início da atividade impressora .....	21
2.7 A impressão nas províncias .....	23
2.8 O comércio de livros .....	24
2.9 O fim do Império e a atividade editorial .....	30
3 A INDÚSTRIA DO LIVRO NO SÉCULO XX .....	33
3.1 A ascensão de São Paulo como centro editorial .....	33
3.2 Monteiro Lobato e a visão crítica do mercado .....	35
3.3 A questão do papel .....	37
3.4 As primeiras décadas do século e seu impacto sobre a indústria .....	39
3.5 A política Kubitscheck .....	40
3.6 O regime militar .....	42
3.7 O eixo Rio–São Paulo e a distribuição desigual de livros .....	44

3.8 As décadas finais do século XX e as crises .....	45
4 PANORAMA DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO .....	49
4.1 O mercado editorial .....	50
4.2 Hábito de leitura e consumo de livros .....	52
4.3 Bibliotecas .....	56
4.4 Distribuição e rede de livrarias .....	58
4.5 A falta de pesquisas .....	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	61
REFERÊNCIAS .....	64

## LISTA DE SIGLAS

ABRELIVROS – Associação Brasileira de Editores de Livros

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

BRACELPA – Associação Brasileira de Celulose e Papel

CBL – Câmara Brasileira do Livro

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INL – Instituto Nacional do Livro

SEEC – Serviço de Estatística da Educação e Cultura

SNEL – Sindicato Nacional dos Editores de Livros

URV – Unidade Real de Valor

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil possui o maior complexo industrial do hemisfério sul e agricultores do interior que ainda utilizam técnicas medievais de agricultura; em população, renda média e PIB, o estado de São Paulo supera a Espanha, mas o Piauí está mais perto de Bangladesh; estima-se que mais de metade dos lares possui TV, mas apenas cerca de metade da população é funcionalmente alfabetizada (HALLEWELL, 2005, *passim*) – num país de tantos contrastes é natural que haja muitas disparidades no mercado editorial. Poucas atividades envolvem tantos aspectos da vida nacional quanto a produção de livros – aspectos geográficos, econômicos, sociais, educacionais e políticos influenciam diretamente seu processo de produção e comercialização. Este estudo analisa, a partir de uma perspectiva histórica, as principais continuidades e rupturas que marcam a evolução da indústria editorial brasileira. Continuidades que vêm desde a chegada da família real ao Brasil e do efetivo início da atividade impressora e rupturas que são resultantes do complexo e atribulado desenvolvimento social, econômico e político do país.

O Brasil apresenta, no campo editorial, uma trajetória de extremos: leva longo tempo para desenvolver uma indústria editorial nacional, mas poucos países, dentre os que demoram mais a desenvolver suas próprias indústrias do livro, a desenvolvem tanto nas últimas décadas. Nenhum país em desenvolvimento possui hoje uma indústria editorial, em uma só língua, tão grande e moderna quanto a brasileira, comparável à de muitos países desenvolvidos nos quais a história do livro começa há muito mais tempo. A indústria editorial brasileira chega ao fim do século XX como a maior da América Latina e a oitava em volume de produção no mundo, mas ainda apresenta, no geral, um baixo consumo de livros, configurando um difícil equilíbrio para o mercado livreiro. A maior parte dos brasileiros não desenvolve plenamente o hábito da leitura; o papel das bibliotecas públicas para melhorar essa situação é pouco significativo, praticamente inexistente uma política regular e extensiva de compra de livros para abastecer e renovar seus acervos; a renda *per capita* é baixa (embora o preço do livro brasileiro, com exceção do livro de bolso, seja, em média, comparável ao preço internacional, ainda é caro para o poder aquisitivo da população); a estrutura de comercialização é deficiente (o número de livrarias, relativamente pequeno, é concentrado nos principais centros

urbanos das regiões Sudeste e Sul); o desenvolvimento de canais alternativos de vendas, tais como supermercados, lojas de conveniência, círculos de livros, ainda está longe do ideal.

O **objeto de estudo** deste trabalho, portanto, é o desenvolvimento da indústria editorial brasileira ao longo dos anos, tanto no aspecto qualitativo quanto no quantitativo, desde o início da história do livro no Brasil colonial até os dias atuais, quando as edições impressas no Brasil são somente comparáveis às dos países com longa tradição editorial. Também são objeto de análise os problemas enfrentados pelo livro brasileiro no decorrer de sua trajetória.

Este estudo tem como **objetivo principal** discutir como se deu a evolução da indústria editorial brasileira e, ao descrever esse processo, estabelecem-se os **objetivos específicos**, quais sejam observar os problemas enfrentados pela produção e o comércio livreiro no Brasil, e discutir a importância do conhecimento de sua história e de suas condições atuais para as reflexões em busca de alternativas para os entraves ao seu crescimento.

Dada a importância da revisão histórica para a compreensão da realidade atual e, conseqüentemente, um entendimento que possa levar a propostas de mudança eficazes, **é relevante estudar** a história da indústria editorial no país e seus problemas. Ainda existem muitas dúvidas quanto à verdadeira situação do mercado brasileiro e suas possibilidades de desenvolvimento – resultado da falta de pesquisas e escassez de dados –, por isso é preciso que o profissional do livro esteja apto a discutir tais temas com conhecimento do passado histórico para que assim possa apresentar alternativas viáveis para o mercado e a indústria.

A **metodologia** utilizada foi a revisão de literatura, com coleta de informações nas seguintes fontes: livros, artigos, revistas, jornais, relatórios e pesquisas realizadas sobre o tema.

No **capítulo 1**, são apresentados o objeto de estudo, os objetivos, a justificativa da relevância e a metodologia do trabalho.

No **capítulo 2**, é traçado um histórico do mercado editorial brasileiro, caracterizando o desenvolvimento dessa atividade no Brasil desde a época colonial até o início do século XX. O principal objetivo da primeira parte, além de compreender como a indústria e o mercado brasileiro chegam a ser o que são hoje, é observar como muitos

dos principais problemas enfrentados pelo livro no Brasil atualmente remontam ao início da atividade no país.

No **capítulo 3**, é apresentada a situação da indústria e sua evolução ao longo do século XX, época de muitos progressos, mas também de muitas crises, quando a indústria brasileira começa a se firmar como uma das maiores do mundo.

No **capítulo 4**, é analisada sua atual situação e os principais problemas que ainda são enfrentados pelo livro brasileiro, apesar de todos os progressos alcançados.

No **capítulo 5** são feitas as considerações finais sobre o tema desenvolvido, levando-se temas importantes a serem discutidos em trabalhos futuros para que se possa compreender com clareza como o desenvolvimento da trajetória (passada e futura) do livro no Brasil é determinado pelas características sociais, circunstâncias econômicas, práticas comerciais, e condições técnicas da indústria editorial.

## 2 O INÍCIO DA INDÚSTRIA DO LIVRO NO BRASIL

Até 1808 praticamente inexistia a história da produção impressa no Brasil. O alvará de 20 de março de 1720 impede a instalação na Colônia de manufaturas dedicadas “às letras impressas”. Graves problemas, principalmente econômicos, aguardam a imprensa num país de pouca leitura e ainda menor consumo de livros. Apesar de tardio, o estabelecimento de prelos é bastante moderno para a época, mas a produção de livros só começa a se firmar na década de 1840. A partir daí, a indústria editorial do país cresce e se desenvolve muito e rapidamente, até chegar a ser hoje uma das dez maiores do mundo.

O livro no Brasil, no entanto, nem sempre é algo cotidiano e trivial. Por causa da política colonial portuguesa, que proíbe qualquer tipo de impressão, e de um limitado acesso da população à instrução e à educação, o volume impresso no Brasil, por um longo período, circula em meios restritos. Da completa escassez até a constituição de uma diversificada cultura impressa, uma longa trajetória é percorrida.

Algumas décadas antes de o Brasil ser descoberto, Johann Gutenberg dá um novo impulso aos trabalhos de impressão ao associar prensa e tipos móveis e conseguir a liga ideal para a fundição desses tipos, otimizando enormemente a utilização do

conjunto. Enquanto a Europa segue em frente no desenvolvimento de novas técnicas de impressão, tendo em vista o objetivo de atingir um público leitor e consumidor cada vez mais vasto, o Brasil, diante dos interditos estipulados pela Metrópole portuguesa, salvo algumas exceções, passa ao largo desse processo. A introdução da impressão na Cidade do México e em Lima ocorre poucos anos após a conquista espanhola, no entanto, por muito tempo essa arte não é permitida nas demais possessões da Espanha. Diferentemente do governo espanhol, que autoriza a abertura de estabelecimentos gráficos em suas colônias na América, ainda que a princípio apenas em algumas – notadamente naquelas onde é preciso suplantar uma cultura nativa altamente organizada –, a metrópole portuguesa, até a vinda da família real, em 1808, proíbe expressamente qualquer tipo de reprodução impressa em todo o território nacional por temer uma possível propagação de idéias políticas progressistas e revolucionárias.

No império português, os jesuítas dominam a educação e a Companhia de Jesus controla toda impressão colonial. “Em 1754, Pombal banuiu toda a impressão colonial, mas como o Brasil ainda não tinha prelo, essa proibição afetou apenas as possessões orientais de Portugal” (HALLEWELL, 2005, p. 64-65). Quando o governador de Pernambuco, em 1703, e o governador do Rio, em 1747, ousam instalar um prelo – mesmo com um governo elementar e ritmo administrativo lento a ponto de permitirem que tudo seja impresso na metrópole –, recebem ambos ordens para desativá-los assim que chegam ao conhecimento do governo português.

Dessa forma, durante o período colonial, as pessoas que vivem no Brasil precisam importar de Portugal os livros que desejam, enfrentando, com isso, uma série de trâmites burocráticos, os custos de transporte e a censura lusitana, primeiro concentrada nas mãos da Inquisição, depois comandada pelos funcionários da Real Mesa Censória, criada em 1769. Mas, embora a censura portuguesa tente ser rigorosa, acervos amplos, variados e subversivos para a época são compostos no período colonial.

## 2.1 A política colonial portuguesa e o livro

Nos primeiros trinta anos após o descobrimento, o Brasil permanece um território praticamente inexplorado; Portugal reluta em desviar recursos de seu império

colonial afro-asiático para investir em terras brasileiras, cujo mercado produtor e consumidor praticamente inexistente e que, portanto, passa ao largo dos interesses mercantilistas da burguesia nacional e do Estado metropolitano português. A impressão de livros, num Brasil que é apenas uma escala no caminho das Índias, está fora de questão. No primeiro século e meio de Colônia, a administração é rudimentar e a população pequena e dispersa por uma área muito vasta, o que faz com que a indústria da impressão seja administrativamente desnecessária e economicamente inviável. É provável que, até a invasão holandesa, por volta de 1630, não exista uma única cidade com mais de mil habitantes e os pequenos centros que existem permanecem isolados entre si. Em 1700, o total da população brasileira é de cerca de 300 mil colonos e escravos, espalhados ao longo de aproximadamente 6 mil quilômetros de costa (HALLEWELL, 2005, p. 80). E esses poucos habitantes demonstram pouco interesse ou inclinação para a leitura. No Brasil colonial, as mulheres só aprendem a ler se decidem se tornar freiras; caso contrário, são vítimas do analfabetismo forçado. Além disso, o fato de a maioria dos colonos portugueses chegar ao Brasil sem suas mulheres e se casar com nativas acarreta a adoção de muitos costumes indígenas, entre eles o uso do guarani como língua geral, circunstância que não favorece o consumo de livros em português ou latim e tampouco o estabelecimento de produção de impressos. Nos dois primeiros séculos da colonização portuguesa, a produção de livros tem simplesmente o papel de auxiliar da Igreja evangelizadora, e é resultado, em quase todos os casos, de iniciativas dos próprios clérigos, o que faz com que a maior parte se destine a suprir as necessidades do clero e das missões.

Como a população nativa (indígena) brasileira não possui uma civilização que os catequizadores precisam suplantar, apesar de acreditar-se que os jesuítas tenham trazido consigo uma prensa tipográfica, não se tem referência contemporânea ou material impresso que sirva de prova definitiva nesse sentido. Os livros produzidos pelos jesuítas são copiados à mão. A primeira tentativa de introduzir a impressão no Brasil de que se tem notícia e evidência é feita pelos holandeses no período de 1630 a 1655, quando ocupam o Nordeste brasileiro.



## 2.2 O livro como propriedade

O Quinhentos, como sugerem os poucos e dispersos testemunhos que restam sobre o assunto, é pobre em livros, bastantes escassos e raros na América portuguesa. Os primeiros chegam provavelmente com os jesuítas, que os copiam à mão para que os alunos e discípulos possam estudar. O número de proprietários é extremamente pequeno e cada um deles tem uma quantidade muito reduzida de volumes, em grande parte referentes à religião, mas alguns também à literatura. Um exemplo dessa situação é o fato de o maior proprietário de livros conhecido dessa época, o italiano Rafael Olivi, estabelecido em Ilhéus, possuir apenas 27 volumes. No século XVII, o panorama se altera pouco, mas a modéstia das bibliotecas particulares no período encontra contraponto nas bibliotecas dos colégios jesuíticos, renomadas por sua excelência. O historiador Alcântara Machado, ao debruçar-se sobre cerca de 450 inventários feitos em São Paulo entre 1658 e 1700, encontra livros em apenas 15 deles, que, somados, chegam apenas a 55 volumes. A partir do século XVIII, assiste-se a uma mudança tanto na posse de livros como na composição das bibliotecas. Primeiro, a propriedade de livros, ainda que escassa, torna-se mais disseminada de que nos séculos anteriores. Além disso, em algumas bibliotecas, em particular as pertencentes a pessoas que têm acesso a uma educação mais esmerada, abre-se espaço para a ciência e os saberes profanos (VILLALTA *apud* SOUZA, 1997, p. 360-361).

Na passagem do século XVIII para o XIX, a leitura e os livros integram-se cada vez mais ao espaço doméstico e ao cotidiano das pessoas. Nas casas das elites, não necessariamente econômicas mas sobretudo intelectuais, os livros e a leitura ganham espaços físicos especialmente reservados: as bibliotecas ou “livrarias”. O lento processo de aquisição de livros e a composição de acervos particulares que começa no Brasil a partir do final do século XVIII ainda permanece inconcluso à época da Independência. As bibliotecas privadas na colônia, do século XVI ao XIX, são poucas, concentram-se nas mãos de reduzido número de pessoas e limitam-se a poucos volumes.

### 2.3 O (des)interesse pela Colônia

O desenvolvimento da instrução e os livros no Brasil colonial são evidências de que as terras brasileiras adquirem o *status* de porção mais preciosa do Império colonial português sem, contudo, tornarem-se um imenso Portugal. A Coroa procura controlá-los para manter a obediência, o que, na Colônia, exige dependência – dessa forma, a o desenvolvimento da instrução escolar e a circulação de livros é muito prejudicado. Com a instrução escolar e os livros ainda raros e o fato de que em muitos lugares fala-se “línguas gerais” de origem tupi, evidencia-se a distância que separa a colônia do reino, caracterizando a primeira como menos “civilizada” e, por conseguinte, justificando a preservação do vínculo colonial.

No entanto, a malfadada união das Coras portuguesa e espanhola e a conseqüente participação nas guerras da Espanha contra os Países Baixos, que resultam na perda de quase todo o império português no Oriente e na dependência econômica da Inglaterra, fazem com que a colônia readquira valor, especialmente após a descoberta do ouro nas Minas Gerais na década de 1690. A imigração daí resultante multiplica a população por dez vezes no curso do século XVIII, chegando aos quase 3 milhões de pessoas e ocasionando a gradativa substituição do guarani pelo português. O aumento da população estimula o crescimento das cidades e dá início, embora lentamente, a um estilo de vida verdadeiramente urbano, pelo menos nos centros maiores (HALLEWELL, 2005, p. 87).

O Estado e a Igreja tomam livros e saberes escolares como fonte de questionamento e, no limite, de ruptura dos laços coloniais, portanto, a educação formal recebe pouca atenção da Coroa. Até 1759, a Companhia de Jesus é o principal “agente educador”, possuindo várias escolas, voltadas para a formação de clérigos e leigos. Embora nos colégios exista curso de nível superior, a dependência em relação à Universidade de Coimbra é mantida, impedindo, dessa forma, a criação de universidades na América portuguesa.

A primeira universidade nas colônias espanholas na América é fundada em São Domingos em 1538; no México, são instaladas duas universidades – uma em 1540 e outra 1551; nesse mesmo ano, funda-se a Universidade de São Marcos, em Lima, no Peru, e, antes do final do século XVI, mais quatro são criadas. A primeira oficina

tipográfica instala-se na Cidade do México e espalha-se pela América espanhola até o século XVIII, surgindo na Guatemala em 1660, em Havana em 1720, em Bogotá em 1738, em Santiago em 1776, em Buenos Aires em 1780. O Brasil tem de esperar até 1808 devido às rígidas proibições da Coroa portuguesa (CAMARGO, 2003, p. 14).

Nesse sentido, juntando a concessão do monopólio do livro a um particular, menos de oito décadas depois da invenção do processo tipográfico na Alemanha, e a proliferação das universidades em território conquistado no Novo Mundo percebe-se que a colonização das terras de além-mar se deu de maneira distinta nas possessões espanholas e portuguesas.

A realidade portuguesa muda com a administração do marquês de Pombal, que inicia uma fase de reformas educacionais, a partir das quais o Estado assume diretamente a responsabilidade sobre a instrução escolar. A transferência da corte para o Rio de Janeiro impulsiona essa política e a abertura de instituições de ensino. No entanto, na prática, a tendência de desprestigiar a educação escolar e a dependência, em termos de ensino superior, da Universidade de Coimbra permanecem inalteradas por muito tempo.

#### 2.4 A chegada da família real

Em 1808, fugindo das pressões políticas inglesa e francesa, a família real portuguesa abandona as terras lusitanas e ruma para o Brasil. Sua chegada aos trópicos desencadeia uma série de mudanças e progressos e a população do Rio de Janeiro, concentrada nos arredores do Morro do Castelo e em mais quatro freguesias vizinhas, ganha o *status* de Corte Imperial. O impacto da súbita chegada de cerca de 2.000 “exilados” com a “caravana real” é revolucionário. O que acontece não tem precedentes: a colônia transforma-se em sede da metrópole. Acumula-se grande quantidade de documentos para concretizar essa inversão. É preciso publicá-los, mas, até então, a montagem de oficinas tipográficas na colônia é proibida e as iniciativas nesse sentido têm existência efêmera, já que são imediatamente reprimidas. Com a mudança na situação, em 13 de maio de 1808, D. João funda a Imprensa Régia, a princípio com o objetivo de divulgar toda a legislação e papéis diplomáticos do serviço

real. Os prelos pertencem ao governo português (vêm de Lisboa), e além da publicação documentação oficial, o decreto de criação da Imprensa Régia prevê a impressão de toda e qualquer obra, especialmente aquelas que ajudam a divulgar a imagem da monarquia.

Poucos meses depois, até mesmo pela falta de outras tipografias no país e pela demanda de feitos ligados à arte, cultura e oratória, o governo português deu à Imprensa Régia (...) um uso mais difuso, permitindo em seus prelos a passagem de textos literários e de conhecimentos gerais (EL FAR, 2006, p. 15).

Mas o liberalismo da monarquia portuguesa tem limites e, entre as atribuições da Junta Diretora, estão o exame de tudo o que se manda publicar e o impedimento da impressão de livros e papéis cujo conteúdo contraria o governo, a religião e os “bons costumes”.

Até 1822, mesmo ano em que é abolida a censura, a Imprensa Régia detém o monopólio da impressão no Rio de Janeiro. Mas seus preços são altos e sua capacidade, limitada, tanto por razões físicas como em virtude de crônicas dificuldades econômicas. Revoga-se a proibição do desenvolvimento de outras atividades de impressão e o monopólio real da atividade impressora é extinto. Com a vinda da família real para o Brasil, a instalação da Imprensa Régia e a liberação para a abertura de oficinas impressoras particulares, muitos investidores entram no ramo no Rio de Janeiro e em São Paulo, e a atividade prolifera. Entre 1820 e 1840, o Rio de Janeiro torna-se o grande centro editorial da colônia, sendo superado apenas no final de século por São Paulo, que já se consolida como centro econômico do país.

Assim, a arte de imprimir com tipos móveis, como parte de política portuguesa de manter a colônia técnica e intelectualmente dependente, e, com esse objetivo, por tanto tempo impedida de chegar ao Brasil, acaba sendo trazida para o país pelo próprio governo português. E, apesar dos limitados recursos disponíveis, os trabalhos produzidos atingem um alto padrão técnico e artístico, equivalente ao dos melhores trabalhos que então se fazem em Londres e Paris.

Até a década de 1840, as atividades de edição e de impressão são sobrepostas. A profissionalização da edição, com a separação desses processos, iniciada no Rio de Janeiro por Baptiste Garnier, é um marco para a atividade editorial brasileira, porque

permite trabalhar com preços menores, graças à redução de custo obtida. Nas décadas de 1820 e 1830, comerciantes europeus, sobretudo franceses, aproveitam o gosto refinado dos homens e mulheres pertencentes às camadas mais nobres e abastadas da corte imperial para abrir seus negócios. Nessa época, a oficina da Impressão Régia cresce e, apesar dos seus sete prelos em funcionamento, há mais três encomendados na Europa e mais um sendo construído na cidade, para testar se a indústria brasileira é capaz de dispensar a importação do equipamento. Às vésperas da Independência já existem, no Rio de Janeiro, cerca de sete estabelecimentos tipográficos (HALLEWELL, 2005, p. 118-19).

A vinda da corte enriquece a vida do Rio de Janeiro, dando-lhe um aspecto europeu que a distingue das outras cidades brasileiras. Em 1821, quando D. João volta para Portugal, o Rio de Janeiro é uma cidade cosmopolita, a maior do continente latino-americano. A população é de 112 mil habitantes e estão em funcionamento oito livrarias. Em dezoito anos, a população dobra e o número de livrarias cresce mais de 220%. Mas esse florescimento cultural praticamente se limita à corte e ainda leva alguns anos para chegar às províncias. Na Bahia, por exemplo, em Salvador, há apenas duas livrarias e o preço dos livros ainda é muito alto. Em Recife, a segunda cidade do país, e em São Paulo, não há nenhum ponto de venda de livros, que surgem apenas em 1840 e 1850, respectivamente. De qualquer maneira, as livrarias só começam a se tornar locais onde predomina a venda de livros nos anos 1840, com as perspectivas abertas ao comércio pela Independência – fenômeno que se restringe à Corte e demora algumas décadas para se consolidar (MACHADO, 2003, p. 20).

## 2.5 A Real Biblioteca

Após a chegada da família real e o impulso dado à produção de livros com a instalação da Impressão Régia e a posterior abertura de oficinas impressoras particulares, pouco a pouco, o texto impresso, em especial o livro, torna-se não só um objeto comum no cotidiano da corte mas também um item fundamental no seu processo de civilização. Tipografias são abertas, livreiros estrangeiros estabelecem seus negócios nas ruas centrais e a Real Biblioteca, esquecida nos portos de Lisboa durante a fuga em

1808 e trazida para o Brasil dois anos depois, instala-se definitivamente no Rio de Janeiro, ganha novos títulos, recebe doações de importantes intelectuais e acaba por nunca mais voltar a Portugal.

A coleção de livros raros da Biblioteca simboliza o saber universal numa terra vista como selvagem e inculta, por isso a biblioteca torna-se parte fundamental do acordo português para a independência do Brasil. No tratado de paz entre as duas nações fica estabelecido o pagamento pelo novo governo brasileiro de 2 milhões de libras esterlinas a Portugal, 250 mil das quais referentes apenas à Biblioteca Real – ou seja, 12,5% do total da primeira dívida externa do país é referente aos livros portugueses que ficam no Brasil. É um preço alto a ser pago por uma nação jovem, mas a biblioteca dá *status* e credibilidade ao império que nasce. É a maior das Américas, muito mais importante do que a americana que está nascendo (SCHWARCZ, 2002, *passim*)

O primeiro levantamento do acervo da Biblioteca, feito nessa época, registra um total de 60 mil livros, que cresce rapidamente. Em 1907, um decreto estabelece o depósito legal, obrigando toda tipografia instalada no território brasileiro a remeter um exemplar de cada livro editado à Biblioteca Nacional. A Biblioteca abriga hoje cerca de 9 milhões de peças, incluindo mais de 4 milhões de livros. Ao longo dos anos, “a Biblioteca Nacional teve uma história pautada pelas vicissitudes políticas do país, e sofreu cronicamente de insuficiência de recursos e de pessoal” (PAIXÃO, 1998, p. 29). Em 1990, finalmente conquista sua independência, ao transformar-se em fundação, adquirindo autonomia administrativa e financeira.

## 2.6 O difícil início da atividade impressora

Há muita controvérsia quanto ao início da impressão na Colônia. Apesar de haver os trabalhos dos jesuítas, cuja condição de impressos é questão controversa e improvável, a primeira tentativa de introduzir a impressão no Brasil de que efetivamente se possui provas documentadas é realizada pelos holandeses durante a ocupação do Nordeste brasileiro. O que se pode afirmar é que, se de fato há alguma prensa no Brasil nessa época, então é provável que seja em Recife, já que é a única verdadeira cidade além da capital Salvador, e nesse período é mais próspera e mais independente em

relação às autoridades de Lisboa. “Documentadamente, sabe-se da existência de uma tipografia em Recife em 1706. Imprimia orações e letras de câmbio, mas foi fechada pela Coroa” (CAMARGO, 2003, p. 16).

Na época, fora das cidades principais e dos portos marítimos, a população dispersa, as condições de transporte precárias e a comercialização de artigos importados custosa e pouco compensadora fazem com que seja mínima a possibilidade de a impressão de livros ser um negócio sustentável, quiçá rentável. A escassez de trabalhadores qualificados, principalmente a ausência quase total dos trabalhadores alfabetizados, e o alto custo do equipamento, do papel e dos demais suprimentos importados fazem com que o material impresso no Brasil não seja capaz de competir em preço ou qualidade com o trazido da Europa (Platt *apud* HALLEWELL, 2005, p. 89).

Segundo estimativas de HALLEWELL (2005, p. 89-90),

calculando a população brasileira de 1747 em 2,5 milhões de pessoas (uma estimativa bastante generosa) e supondo que (...) tivesse acesso a todo o mercado nacional (o que, considerando a extensão do país e o isolamento mútuo das capitâneas, beira o ridículo), podemos admitir que, nesta fase, (...) pudesse contar com no máximo 1.250 fregueses em potencial. Assim, mesmo que o equilíbrio entre o investimento e a receita fosse a venda de apenas 250 exemplares por edição, (...) para apenas continuar no negócio, precisaria ter vendido de cada título publicado um exemplar a um de cada cinco leitores de todo o país.

Além de todas as condições extremamente desfavoráveis, que levam a concluir que não tem sentido, do ponto de vista econômico, produzir livros com o alto custo vigente na colônia, há os impedimentos da metrópole, que não permite a abertura de oficinas de impressão. Sob o argumento de que não é conveniente a impressão na colônia, durante muito tempo todas as oficinas que surgem são fechadas por ordem de Portugal; ordens segundo as quais qualquer prelo existente deve ser apreendido e os proprietários e seus operários, prevenidos de que, caso voltem a imprimir qualquer coisa serão enviados para Portugal a fim de serem julgados. De qualquer forma, na maior parte do território sob o domínio português, a administração, o cotidiano é tão elementar que dispensa a impressão, até que o impacto das pressões napoleônicas em Portugal muda drasticamente o destino da colônia.

É importante observar, no que concerne à atitude portuguesa em relação à impressão na Colônia, a importância atribuída ao seu isolamento de todas as influências externas, situação que se agrava à medida que avança o século XVIII. Após a expulsão dos jesuítas, por exemplo, não há educação superior no Brasil, e na Universidade de Coimbra formaram-se apenas 720 brasileiros entre 1775 e a Independência, enquanto na Universidade do México, no mesmo período, formam-se 7.850 bacharéis e 473 doutores (HALLEWELL, 2005, p. 96).

Até mais ou menos 1820, os impressores trabalham com um equipamento pouco maior do que o necessário ao tempo de Gutenberg; no entanto, na metade do século XIX, cresce consideravelmente o capital exigido para montar uma tipografia. O aperfeiçoamento do maquinário – que se torna mais caro – e a necessidade de uma variedade muito mais ampla de tipos, já que a produção de livros se torna uma arte cada vez mais exigente, são dois fatores que contribuem para esse aumento do capital. Em 1848, o maior impressor do Rio de Janeiro, o francês Pierre François Plancher, possui três prensas mecânicas, quatro manuais e 80 empregados, e tem como principais concorrentes a Typographia Nacional (uma prensa mecânica, uma manual e 62 empregados), Paula Brito (uma prensa mecânica e seis manuais), Laemmert (uma mecânica e seis manuais) (HALLEWELL, 2005, p. 149).

## 2.7 A impressão nas províncias

Um fator importante dificulta o progresso da produção de livros e de qualquer outra indústria no Brasil provincial: a lentidão de comunicação entre as províncias e a dificuldade de obter informações sobre os progressos técnicos alcançados no exterior. E mesmo quando se tem conhecimento de uma nova técnica, sua aplicação às condições locais é complicada, e enfrenta vários obstáculos. É difícil contratar mão-de-obra, em razão dos baixíssimos salários, e o fornecimento da tinta e do papel é irregular.

A primeira província a desenvolver sua própria atividade editorial é a Bahia, cuja capital Salvador é a segunda maior cidade do país até ser ultrapassada por São Paulo no fim de século XIX. Mas a pioneira tipografia do português Manuel Antônio Silva Serva, com dois prelos, é maior do que um mercado de tamanho tão limitado pode



justificar e com sua morte, em 1819, Salvador perde muito de seu interesse como centro editorial: a Bahia é eclipsada por outros centros e a atividade editorial só volta a revitalizar-se no fim da década de 1890.

No Maranhão, a impressão é introduzida em 1821, quando é instalado um prelo oficial para produzir o jornal do governo. Em meados do século XIX, a produção de livros alcança um alto padrão de excelência técnica e estética e volume suficiente para chamar atenção para as edições provinciais. A época de maior prosperidade da produção editorial maranhense começa em meados da década de 1840 e dura até o começo da década de 1880. Durante esses cerca de quarenta anos, São Luís é, além de o mais importante centro editorial das províncias e o único (entre as cidades provinciais) de importância nacional, também o lugar onde a qualidade do trabalho dos melhores impressores supera toda e qualquer realização da corte. É um dado interessante que em 1900, a cidade de São Luís possuía uma biblioteca pública de 19 mil volumes, cinco livrarias e 35 prelos trabalhando em oito estabelecimentos diferentes. No entanto, a São Luís de 1960, apesar de ter uma população seis vezes maior, ainda possui apenas cinco livrarias e cinco firmas gráficas particulares (CAMARGO, 2003, p. 37).

Depois de São Luís, Recife é o centro impressor mais importante das províncias durante a maior parte do século XIX. A cidade usufruiu as vantagens do baixo custo de produção, que, embora mais elevados do que os do Maranhão, são bem inferiores aos da corte. Mas na década de 1870, sua decadência já é evidente.

## 2.8 O comércio de livros

No período colonial, o comércio de livros é uma atividade autônoma em cada parte do Império. Cada centro importante tem seus próprios vínculos comerciais com a Europa, de onde provém a maior parte do material de leitura, e cada um deles se esforça para suprir as demais necessidades com seus próprios recursos. Com o início de relações comerciais mais fáceis com o Rio de Janeiro, situação proporcionadas pela navegação a vapor (e pelas ferrovias, após 1852), a produção local de livros começa a desaparecer, em consequência da competição da capital. O êxito do Rio de Janeiro, apesar dos custos

mais elevados da mão-de-obra, deve-se principalmente ao seu *status* de capital. HALLEWELL (2005, p. 126):

A corte (...) atraía a nata do talento literário e intelectual do país; os produtos de suas editoras gozavam de um prestígio nacional que inexistia em quaisquer outros centros. Isso, aliado a uma população muito maior (...) e a uma conveniente posição geográfica, garantia-lhe um mercado muito mais amplo do que os de seus concorrentes, o que, por sua vez, lhe proporcionava ganhos de economia em escala. Em muitos casos, a demanda nas províncias era tão pequena que, antes de tudo, tornava duvidosa a viabilidade de edições locais.

Sobre o comércio de livros, no Rio de Janeiro, por exemplo, em 1792, há apenas duas livrarias na mesma época em que a cidade registra 18 tabacarias, 32 cabeleireiros e 216 tabernas. O comerciante inglês John Luccock, no Rio em 1808, registra que a importação de livros excede tanto a pequena procura que, freqüentemente, eles têm de ser vendidos em leilão público (HALLEWELL, 2005, p. 101-102). Mesmo em 1820, o comércio de livros no Rio de Janeiro é pequeno, e a rotatividade dos estoques das livrarias, baixa. É importante ressaltar que significativa parcela do mercado é suprida clandestinamente, por meio do contrabando de livros. “A exclusão do comércio legítimo de tantos livros que as pessoas (...) desejavam ler explica por que o Rio de Janeiro manteve-se apenas com duas livrarias todo o período vice-real” (HALLEWELL, 2005, p. 105).

Outro viajante descreve a cidade: “As ruas eram estreitas e imundas, malcheirosas, sem qualquer alinhamento. (...) A idéia que dava aos viajantes era a de um porto africano. (...) Havia 50 mil habitantes (...) e um número assustador de analfabetos. (...) Mas já existiam três livrarias” (MACHADO, 2003, p. 19). Mas ainda em 1808, a colônia sofre o impacto revolucionário da súbita chegada de toda a corte e do governo metropolitano.

Após a abdicação de D. Pedro I, em 1831, o comércio brasileiro de livros sofre os efeitos da incerteza política. No ano de 1831 ocorre a pior depressão comercial do século XIX, e o transtorno político provocado pela abdicação é seguido de tumultos, revoltas e desordens.

Uma análise do comércio livreiro no Brasil, no início do século XIX, aponta um mercado incipiente e desestimulante, sem nada de surpreendente em relação à realidade nacional. Em 1800, o país tinha 3.600.000 habitantes, dos quais uma minoria sabia ler e escrever. Deste, quantos se interessariam por livros? (...) Não é de estranhar que em todo o país não houvesse uma dúzia de livrarias (MACHADO, 2003, p. 19).

Nos anos 1840 o comércio livreiro passa a ser expandir por todo o país, embora lenta e irregularmente. Em 1845, Salvador já tem seis lojas de livros, São Luís conta com três livrarias, época em que também surgem as primeiras livrarias de Recife. Na década de 1850, as livrarias se multiplicam na Corte: em 1851, o Rio de Janeiro tem treze livrarias e em 1859, esse número chega a dezesseis. (Tudo isso ao passo que Paris, em 1820, possui 480 livrarias e 850 tipografias.) No final dessa década, São Paulo é pouco maior do que uma aldeia, com uma população entre 12 e 14 mil habitantes. A economia da cidade depende em boa parte dos estudantes, principal público das duas únicas livrarias paulistanas. Nessa época também aparecem as primeiras livrarias em Minas Gerais e no Rio Grande do Sul (MACHADO, 2003, *passim*).

Recife chega a 1860 com nove estabelecimentos livreiros. Em 1869, eles são 28 no Rio de Janeiro, e em 1871 já são 32, número que se mantém estável até o fim da década. No início da década de 1880, as livrarias cariocas já são 40, em 1889 o total sobe para 50. Em 1871, Porto Alegre, uma pequena cidade de 28 mil habitantes, conta com cinco livrarias e em 1880, São Luís tem quatro livrarias (MACHADO, 2003, *passim*).

A Proclamação da República mergulha o país num dos períodos mais conturbados de sua história e o comércio livreiro entra em crise, com retração violenta dos consumidores. O número de livrarias no Rio de Janeiro diminui a cada ano e em 1900 elas estão reduzidas novamente a 28 estabelecimentos. Nessa mesma época (1880-90), acentua-se o crescimento de São Paulo – em três anos a cidade quadruplica sua população (de 64.943 habitantes em 1890 para 192.409 em 1893) tornando-se o segundo centro urbano do país. Aumenta a população, mas não o número de leitores. Em 1888 a cidade conta apenas com seis livrarias, o equivalente ao número de estabelecimentos cariocas em 1840 (MACHADO, 2003, *passim*).

A efervescente vida cultural da Corte, bem ou mal seguida à distância pelas províncias, sofrerá um baque, porém, quando o século apaga suas luzes. A verdade é que profundas mudanças na vida cultural necessariamente haviam de decorrer da estrutura econômica em mutação. Os senhores de engenho tinham a vaidade da ilustração cultural. Já não se dá o mesmo, inicialmente, com os barões do café (...) República, em termos de idéias e de produção cultural, é sinônimo, nos primeiros tempos de censura férrea, empastelamento de publicações, destruição de máquinas e perseguição de autores (CAMARGO, 2003, p. 37).

Na virada do século, são oito livrarias na capital paulista e 28 na capital da República. Em 1900, o Rio possui uma população de 800 mil habitantes; dez anos antes são apenas 522 mil pessoas, mas o número de pontos de venda é de 46, ou seja, 28 livrarias é um número desanimador se comparado a esses dados. A recuperação da cidade reflete-se mais lentamente no mercado livreiro do que em qualquer outro – durante a primeira década do século a média de livrarias mantém-se estável em torno de 30. Em 1899, Fortaleza tem quatro livrarias, Recife, seis, São Luís, cinco (apenas uma a mais que em 1849, resultado do retrocesso cultural da cidade) (MACHADO, 2003, *passim*).

No período que vai do início do século XX ao final da Primeira Guerra Mundial, o mercado do livro no Brasil vive uma situação difícil: a atividade editorial declina e alguns dos principais escritores brasileiros optam por publicar seus livros em Portugal. Com a eclosão da guerra e a alta do papel, a situação agrava-se ainda mais. Mas as livrarias passam pela crise sem sofrer grandes perdas. Em 1901, há 29 livrarias no Rio de Janeiro; em 1914, elas já são 36 (crescimento de cerca de 25% apesar da crise das editoras) (MACHADO, 2003, *passim*).

Superada a crise editorial dos anos da guerra, São Paulo suplanta o Rio como mercado editorial e como centro de palpação da vida cultural; além do número de livrarias. Com a nova subida do preço do papel no mercado internacional no início da década de 20 e a conseqüente alta no preço do livro, as vendas caem. As livrarias se retraem, tentando alternativas para driblar a crise. Na segunda metade da década, a crise diminui e o mercado de livros volta a se expandir.

Na década de 1930, o clima no meio editorial é otimista: inicia-se uma fase de progresso para a educação nacional e entre 1930 e 1936 a produção de livros em São Paulo cresce mais de 600%. O Rio de Janeiro inicia a retomada de sua posição histórica

de liderança no panorama intelectual e artístico do país. Durante a Segunda Guerra Mundial, há um crescimento sensível do hábito de leitura – a procura pelo livro cresce, pressionando o mercado editorial a expandir suas atividades e na década de 40 surgem algumas das editoras mais importantes da história do livro no Brasil.

Apesar do progresso do livro no Brasil, continuou (ou acentuou-se) o contraste entre os grandes mercados livreiros e os demais estados. Assim, em 1943, a cidade de São Paulo possui 102 pontos de venda de livros (...) Em todo o estado este número ascendia a 354. O segundo estado em número de locais de venda de livros era Minas Gerais, com 107, dos quais 22 em Belo Horizonte, e o terceiro o Rio de Janeiro, capital cultural do país, que contava com 82 locais de vendas de livros. Seguia-se o Rio Grande do Sul, com 70 (...) Os demais estados apresentavam números bem pobres. Ao todo, havia 890 locais de venda de livros no Brasil, dos quais 613 estavam nos quatro principais estados, o equivalente a quase 70% do total (MACHADO, 2003, p. 45).

O panorama livreiro nos anos 50 é contraditório: por um lado verifica-se a estabilização da produção editorial em torno de 20 milhões de exemplares por ano. Em termos da produção de títulos, porém, no período de 1952-62 o país tem um crescimento de 21,9% (MACHADO, 2003, p. 45). As livrarias vivem um momento de tranquilidade. Os anos 60 assinalam uma explosão do mercado editorial e o início da consolidação das grandes cadeias de livrarias.

Na década de 70, a solidez do mercado livreiro avalia-se pelo crescimento das editoras. As livrarias também se expandem em pontos e faturamento, repetindo o que ocorre na década anterior. Um levantamento do SNEL indica a existência de 1.493 pontos de venda de livros no país. Esse número, porém, oculta sérios problemas: enquanto na cidade de São Paulo existem 294 locais de venda de livros e 287 no Rio de Janeiro, há estados como o Piauí que possuem apenas seis livrarias e outros, como Rondônia e Roraima, com apenas uma – reflexo fiel das desigualdades do desenvolvimento nacional, econômico e cultural, um dos desafios a serem superados no país (MACHADO, 2003, *passim*).

Outro desafio é a distribuição desigual dos pontos de venda. Dos quase 1.500, poucos se localizam fora das capitais (à exceção de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina). Três quartos dos municípios

brasileiros não dispõem de nenhum local para a venda de livros (MACHADO, 2003, *passim*).

Uma estimativa do número de livrarias feita pelo SNEL aponta, em 1972, a existência de cerca 600 livrarias e mais 1.200 outras lojas, como papelarias, que também vendem livros. Se a fonte primária e os critérios utilizados para se chegar ao total de 400 livrarias, em 1980, mencionado pela revista *Istoé* e pelo *Publishers Weekly*, são os mesmos, observa-se um declínio de 1/3 em apenas oito anos. O *Guia das Livrarias e Pontos-de-Venda de Livros no Brasil* publicado pelo SNEL em 1981 apresenta um total de apenas 1.147 pontos-de-venda de todos os tipos, indicando que essa diminuição estende-se até mesmo aos pontos-de-venda secundários (*apud* HALLEWELL, 2005, p. 612). Mas a década de 80 é também um período em que as livrarias diversificam seus produtos e serviços.

A década de 90 marca a entrada das megalivrarias no mercado brasileiro, cuja pressão sobre o pequeno e médio comércio leva ao fechamento de várias pequenas livrarias, obrigando outras a diversificar as atividades, processo que se acentua desde a década anterior. “Numa espécie de regressão ao comércio não especializado de suas longínquas ascendentes do século XIX, muitas livrarias passam a vender objetos de papelaria, de tabacaria, CDs, presentes, o diabo a quatro” (MACHADO, 2003, p. 54).

Assim, no século XIX, para preservar o seu negócio, os livreiros eram obrigados a trabalhar com os mais diversos produtos: artigos de papelaria, chá, fumo, louça (...) Hoje, nenhum, livreiro se presta a consertar louças, mas o grande número de lojas que conjugam as atividade de livraria e papelaria e venda de CDs, mais modernamente livraria e café, indicam a precariedade do negócio (...) (MACHADO, 2003, p. 14).

Apesar da pressão das *megastores* e do fechamento de vários estabelecimentos, o número de livrarias em todo o país não deixa de crescer. Uma pesquisa feita no início de 2001 revela a existência de 2.008 livrarias, ou seja, uma para cada 84,4 mil habitantes (em Porto Alegre essa média é de uma para cada 12.363 habitantes, no Rio de Janeiro, uma para cada 23.783 e em São Paulo uma para cada 41.625). A comparação é interessante: se em 2001 o fato de a média de livrarias ser de uma para cada 23.783 habitantes parece significar um avanço, compare-se esse dado com a

situação em 1872, quando o Rio de Janeiro tem 35 livrarias e 274 mil habitantes, ou seja, uma livraria para cada 7.830 habitantes. Em 1890, o número de habitantes sobe para 522 e o número de livrarias para 46, com a relação passando por uma livraria para cada 11.350 habitantes (MACHADO, 2003, *passim*).

## 2.9 O fim do Império e a atividade editorial

A atividade editorial nacional no final do Império é monopolizada pelo Rio de Janeiro. No final do século XIX duas editoras instaladas na corte dominam a edição de livros no país: as empresas de Laemmert e Garnier publicam os títulos mais importantes de literatura brasileira e são também as pioneiras na produção de livros escolares. E além de Laemmert e Garnier, há várias livrarias e tipografias francesas na cidade em meados do século, entre elas as de Plancher, Villeneuve e Pierre Laforge, e Mongie.

Pelo papel desempenhado no desenvolvimento da atividade editorial no Brasil, a mais importante dessas firmas é, certamente, a de Baptiste Louis Garnier, que funciona no Brasil de 1844 a 1934. Como a maioria dos livreiros da época, no início Garnier não pode depender apenas da venda de livros. Negocia em seu estabelecimento também outros produtos, como artigos de papelaria, guarda-chuvas, bengalas, pílulas etc. Começa também a publicar livros, mandando-os imprimir em Paris e Londres, embora em pequena escala até o final da década de 1860. É o primeiro editor no Brasil a encarar a impressão e a edição como atividades totalmente distintas e forma o primeiro corpo de profissionais da edição brasileiro, com empregados fixos cuidando da revisão dos livros.

O mercado ainda é muito pequeno quando Baptiste Garnier se torna o primeiro editor a tentar atender às necessidades de livros escolares brasileiros e assumir um risco comercial por sua própria iniciativa. No final da década de 1880, a qualidade da educação básica, pelo menos nas províncias mais ricas, melhora suficientemente para criar um mercado viável de livros de nível elementar. Segundo LINDOSO (2005, p. 61):

Hallewell conseguiu compilar os dados disponíveis sobre a população escolar na virada do século, e isso é importante para se ter a dimensão do mercado. Para uma população total de cerca de 20 milhões de habitantes e 1907, o Brasil tinha 638.378 alunos matriculados no “primário” (educação

básica), 20 mil estudantes no secundário e 5.792 alunos em cursos superiores.

Os direitos de 20% pagos a J.C. Fernandes Pinheiro para cada edição de seus livros “didáticos” que a Garnier edita sugerem que já naqueles tempos o livro didático é muito mais rentável do que o de literatura. Como a demanda é pequena no Brasil, calcula-se que a maioria dos livros não tenha mais de 300 compradores por ano, qualquer que seja o seu preço, e mesmo os livros de boa vendagem raramente superam 600 ou 800 exemplares anuais (HALLEWELL, 2005, p. 216-217). As lentas vendas restringem naturalmente a tiragem, o que significa não apenas uma longa espera para recuperar o investimento feito, como também um alto custo unitário de produção.

Na década de 1890 o Brasil passa por um período de agitação política e de declínio editorial que dura até o fim do século XIX. As mortes de Garnier e dos irmãos Laemmert – que dominam por muito tempo o mercado livreiro do Brasil – contribuem para esse declínio, mas a verdadeira causa é o estado político conturbado que se segue ao fim do Império, em 1889. Os republicanos sabem que grande parte de seu sucesso se deve à tolerância imperial à sua propaganda e evitam incorrer no mesmo erro. Segue-se uma guerra civil, e nos anos de 1891 e 1892, a incerteza política provoca uma das piores crises financeiras da história do Brasil. Seguem-se a crise do café em 1895, o conflito de Canudos em 1896, e outra crise financeira em 1898. Mas mais importante para o universo do livro é o modo como o fim do Império transforma completamente o clima social. O velho regime é dominado pela antiga aristocracia açucareira do Nordeste, para quem a cultura constitui uma marca de nobreza. A República representa a vitória do exército e dos fazendeiros de café, que consideram a riqueza muito mais importante do que o berço, a educação ou a cultura. O novo federalismo é uma rejeição deliberada da burguesia urbana, principalmente a classe média intelectual do Rio de Janeiro. Por volta do final da década de 1890, começa finalmente um período de estabilidade política: a deflação possibilita a volta dos investimentos estrangeiros e o desenvolvimento econômico pode ser aos poucos retomado. A mistura entre os velhos e os novos elementos da sociedade brasileira acaba por modificar essa indiferença republicana pela literatura e pelas artes.

Desde a Constituição Imperial de 1823, a educação primária gratuita e universal é introduzida como um conceito abstrato, mas os recursos e os professores nunca são



suficientes. Os últimos vinte anos do Império testemunham alguma melhora, pelo menos em termos quantitativos, com o número de escolas aumentando de 3.561 para 7.500 e o aumento de 1,2% para 2,1% na proporção de escolares comparada à população (HALLEWELL, 2005, p. 280). A revolução na educação brasileira começa mais ou menos no último ano do Império, quando se toma consciência do atraso da nação e a prosperidade do comércio cafeeiro proporciona os recursos necessários, pelo menos no centro e no sul do país. A mudança de regime político é outro fator importante, pois na República substitui-se a herança educacional elitista do Brasil por um sistema moldado na escola pública.

Pode-se discernir algumas tendências que marcam a edição brasileira nas primeiras décadas do século XIX. A primeira é a estreita relação entre o desenvolvimento da indústria editorial e o crescimento da rede de escolas e do número de estudantes. A Proclamação da República desperta atenção para a questão do ensino público, laico, destinado às camadas mais amplas da população. “Como diria Curtis Benjamin, o problema da publicação de livros não se resolve com sua impressão, seja em que quantidade for, mas com a criação de um mercado para os livros. O desenvolvimento do sistema escolar foi criando esse mercado de massas” (LINDOSO, 2005, p. 64).

Por outro lado, os livros de literatura dispõem de um mercado mais restrito. Além disso, o crescimento da rede de escolas e do número de alunos em todos os graus não é acompanhado por uma ampliação da rede de bibliotecas públicas. Assim, na virada do século XIX para o XX, apesar da existência de autores de “prestígio” que vendem consideravelmente, seus livros não contam com a criação de um mercado; o sucesso deles depende mais da dinâmica intelectual do que da dinâmica da indústria editorial. Os autores de livros escolares, por sua vez, produzem para um mercado cada vez mais bem definido, dependendo muito mais da capacidade de comercialização dos editores e do esforço de divulgação, tendência que perdura até o final do século XX.

### 3 A INDÚSTRIA DO LIVRO NO SÉCULO XX

Na virada do século, o país tem cerca de 14,3 milhões de habitantes. Apenas 65% da população vive em cidades de mais de 50 mil habitantes, e a maior delas é o Rio de Janeiro, capital do Império e da recém fundada República.

Segundo Earp e Kornis (*apud* ÉPOCA, 2004), “o mercado editorial brasileiro é um Mercedes circulando com rodinhas de rolimã”, ou seja, tem potencial enorme, porém mal e não completamente explorado. Reunindo as estatísticas publicadas em relatórios anuais da CBL e do SNEL, comparando-as às outras fontes de dados, chega-se à conclusão de que o mercado editorial brasileiro é incompatível com o tamanho e a importância do país e que, apesar da sua inegável evolução ao longo dos anos, principalmente no século XX, quando se firma como uma das maiores e mais modernas indústrias editoriais do mundo, ainda sofre com a falta de iniciativas que procurem sanar problemas básicos.

#### 3.1 A ascensão de São Paulo como centro editorial

Nas duas primeiras décadas do século XX a atividade editorial é praticamente um monopólio do Rio de Janeiro. O verdadeiro crescimento econômico de São Paulo ocorre somente a partir das décadas finais do século XIX.

Em 1828 é fundada a Faculdade de Direito em São Paulo, então uma pequena cidade de não mais que 10 mil habitantes. Com a fundação da faculdade, a cidade passa a abrigar estudantes, cujas demandas determinam a abertura de uma livraria. Em 1836 uma gráfica local inclusive imprime um livro. Mas a produção recém iniciada acaba sendo interrompida durante praticamente toda a década de 1840, como um reflexo do destino inconstante da Faculdade de Direito, que passa por um período de declínio após o promissor início. Em 1855, embora conte com apenas 15 mil habitantes (em comparação com cerca de 250 mil na corte e mais de 80 mil em Salvador e no Recife), o número de estudantes em São Paulo chega a 600. A demanda estudantil é um dos principais motivos para que já existam, então, três livrarias e três gráficas (HALLEWELL, 2005, p. 299-300).

É em 1890 que se inicia de fato o crescimento de São Paulo. Um afluxo de pessoas fugindo da seca do Nordeste e a onda da imigração européia fazem a população crescer a ponto de, na passagem do século, São Paulo já ser a segunda maior cidade do Brasil, com cerca de 240 mil habitantes. O mercado criado por esse rápido crescimento populacional e a disponibilidade de capitais decorrente dos lucros da cafeicultura levam ao desenvolvimento de indústrias manufatureiras. Com a proteção oferecida pelos novos impostos de importação criados em 1887 – e, sobretudo, pelas taxas ainda mais altas de 1896 –, uma das primeiras novas indústrias a se desenvolver no estado é a de fabricação de papel. Mas, embora as fábricas sejam grandes e tecnicamente modernas, o papel para livros continua isento do imposto de importação, e, portanto, é difícil para as fábricas brasileiras investir na sua produção a preços competitivos. A indústria do papel se volta então para produtos destinados a outros fins, como embrulhos e embalagens (HALLEWELL, 2005, p. 299-301).

A Melhoramentos, nesse aspecto, é pioneira, começando a produzir papel para livros em 1920. Na década de 1890, porém, ainda é relativamente pequeno o interesse em São Paulo pela produção de livros. Nessa época, há na cidade apenas oito livrarias, a metade das existentes no Rio de Janeiro em 1820. A facilidade de comunicação com o Rio de Janeiro – e até mesmo com a Europa – faz com que até as edições locais para a faculdade de Direito se tornem desnecessárias (HALLEWELL, 2005, p. 299-301).

A Primeira Guerra Mundial e suas conseqüências estimulam o crescimento da indústria brasileira, já que produtos locais substituem cada vez mais os importados não-disponíveis. A atividade editorial brasileira também é beneficiada nesse processo. Contudo, em 1917, a situação do comércio de livros ainda está muito longe do ideal. São poucos os pontos-de-venda de varejo e limitados aos bairros mais ricos do Rio de Janeiro e de São Paulo; a maior parte dos negócios baseia-se na importação, principalmente de Portugal e da França.

A produção editorial brasileira raramente se aventura além dos livros didáticos e das obras de Direito e legislação brasileiros, investimentos considerados seguros, e, mesmo assim, resume-se quase a uma atividade secundária das grandes livrarias. Mas as restrições impostas pela guerra mudam significativamente esse cenário (HALLEWELL, 2005, p. 311):

Com as dificuldades de importação, decorrentes do aprofundamento dos conflitos da Primeira Guerra Mundial, as indústrias locais se fortaleceram, levando São Paulo, entre 1914 e 1920, ao extraordinário crescimento de 25% ao ano. O setor editorial também se expandiu, e a capital tornou-se o centro editorial da década. Em 1920, funcionavam na cidade cerca de vinte editoras, com uma produção de duzentos títulos anuais, e uma tiragem total de 1,9 milhão de exemplares. (PAIXÃO, 1998, p. 46).

A necessidade do Brasil de diminuir as importações nos anos de crise da década de 1930 amplia a tal ponto o parque manufatureiro de São Paulo que, na década de 40, a capital paulista é o maior centro industrial da América Latina. Como parte desse desenvolvimento, converte-se também num dos maiores centros gráficos do hemisfério ocidental, com 368 firmas de impressão tipográfica, 33 oficinas litográficas e 26 estabelecimentos de estereotipia, que empregam como mão-de-obra especializada cerca de 15 mil pessoas – além de abrigar 16 das 38 fábricas de papel mais importantes do Brasil. Sua produção representa 70% do material de leitura impresso do país. No entanto, apenas pouco mais da metade desse total é editado na cidade (CAMARGO, 2003, p. 74). A partir de 1932, o Rio de Janeiro recupera sua posição de centro cultural e intelectual do país: não só mais da metade das edições brasileiras são feitas no Rio (embora grande parte delas seja impressa em São Paulo, onde acabamento e preço ainda são melhores), como também estão na cidade todas as editoras inovadoras e quase todas aquelas de importância literária ou cultural. A atividade editorial paulista concentra-se nos livros didáticos e na literatura infantil. Um pouco dessa divisão da produção editorial entre literatura e livro didático persiste até hoje entre Rio e São Paulo, mas é muito menos acentuada do que no final da década de 1930. Concentrando população, indústria e matéria-prima, as regiões Sul e Sudeste polarizam a produção gráfica.

### 3.2 Monteiro Lobato e a visão crítica do mercado

Monteiro Lobato é personagem catalisador da grande transformação da indústria editorial brasileira. Nas primeiras décadas do século XX, os progressos industriais evidenciam um dos pontos mais deficitários da produção de livros: o parque gráfico. É quando Lobato entra em cena montando a primeira empresa com equipamentos

adequados à produção de livros numa época em que as gráficas ainda estão ligadas à impressão de jornais, revistas e almanaques, ocupando-se de livros apenas no tempo ocioso. Em 1917, Monteiro Lobato dá os primeiros passos para o verdadeiro nascimento da atividade editorial brasileira, revolucionando as perspectivas tanto dos autores quanto dos leitores brasileiros, a ponto de o jornalista, escritor e editor Nelson Palma Travassos concluir que “D. João VI criou a Imprensa Nacional. Monteiro Lobato criou o livro no Brasil. O mais foi Idade Média” (*apud* PAIXÃO, 1998, p. 47).

Sugere-se que o envolvimento de Lobato no negócio de livros é resultado de seu êxito com *Urupês*, que lhe proporciona uma clara visão do quanto é mal organizada a atividade editorial da época no Brasil. E ele logo se dá conta de que o mais sério problema que o livro brasileiro enfrenta é a falta de pontos-de-venda: com pouco mais de 30 livrarias, em todo o país, dispostas a aceitar livros em consignação, muitas edições limitam-se a tiragens de 300 exemplares. Seu primeiro passo, então, é aumentar os possíveis pontos-de-venda para perto de 200, utilizando a rede de distribuição da *Revista do Brasil*. Depois, escreve a todos os agentes postais do país (cerca de 1.300 ao todo) solicitando nome e endereço de bancas de jornal. Para os endereços sugeridos, e para outros obtidos de amigos e conhecidos em todo o país, Lobato envia uma circular em que oferece seu novo produto. Isso gera uma rede de quase 2 mil distribuidores espalhados pelo Brasil – em todo tipo de loja de varejo, de farmácias a padarias. No entanto, esses 2 mil são pouco mais do que o número de pontos-de-venda disponíveis para o comércio de livros na França quase um século antes (HALLEWELL, 2005, p. 319-320).

A atitude de Lobato em relação à propaganda também é original comparada à de seus contemporâneos: percebendo que não é suficiente depender da recomendação verbal do livreiro a cada freguês potencial, baseada quase sempre no conhecimento íntimo de uma clientela bastante limitada, inicia uma ampla publicidade em jornais. Prática comum de promoção de vendas no século XIX, em 1918, o anúncio em jornais é considerado uma espécie de afronta à dignidade de um livreiro respeitável. A publicidade é, durante muito tempo, um aspecto do negócio negligenciado pelo editor brasileiro. A tal ponto que um levantamento feito pelo SNEL em 1967 sobre editoras do Rio de Janeiro e de São Paulo revela que 40% delas sequer possuem um orçamento para publicidade. O público leitor continua restrito, e as tiragens oscilam entre 300 e 1.000

exemplares, na maioria das vezes custeados pelo próprio autor (HALLEWELL, 2005, p. 326-327).

Consciente do valor publicitário de uma atraente aparência externa de sua mercadoria, Lobato passa a encarar a capa e a aparência interna dos livros como elementos importantes, que precisam ser melhorados. Outro problema é que a maior parte do papel disponível é de qualidade muito ruim. Uma revolução como a pretendida dificilmente pode ser imaginada enquanto se depende da indústria gráfica brasileira da época: ainda é difícil, em pleno século XX, encontrar uma gráfica que seja capaz de produzir um livro impresso com qualidade.

### 3.3 A questão do papel

Em 1912, o imposto de importação sobre o papel é superior ao da importação de livros, mas geralmente é possível burlar esse impedimento, importando-o como papel de imprensa, para o qual a alíquota é muito menor. Os fabricantes brasileiros de papel, preocupados em obter o máximo de proteção para sua indústria, pressionam o governo pelo fim dessa brecha. Quando, em agosto de 1925, uma das maiores empresas do setor vai à falência, o Congresso modifica a lei. Em fevereiro de 1926, cria-se uma linha-d'água especial para o papel de imprensa importado e passa a ser ilegal usá-lo para qualquer outro propósito que não seja a impressão de jornais. O papel para livros passa a pagar um imposto de \$300 por quilo, enquanto os livros estrangeiros (à exceção dos portugueses, não tarifados) em geral continuam a entrar no país com um imposto de \$110 por quilo. Essa medida, acaba apenas por penalizar as gráficas brasileiras e criar dificuldades para as editoras, sem conceder o benefício correspondente aos fabricantes de papel, como atesta HALLEWELL (2005, p. 203, 351).

Certamente, não houve decréscimo no consumo de papel estrangeiro (37.078 toneladas em 1922, 39.516 em 1923, 40.619 em 1924, 49.914 em 1925, 38.165 em 1926, 39.096 em 1927, 36.539 em 1928, 41.909 em 1929). As importações de livros, que teriam incluído edições brasileiras impressas no exterior com papel estrangeiro, registraram uma notável alta: sucessivamente 624.577, 607.864, 672.322 e 749.269 toneladas nos quatro anos

anteriores à nova lei, e aumentando, nos quatro anos seguintes, para 912.391, 779.302, 995.380 e 852.922 toneladas. A produção brasileira de papel, por outro lado, apresentou ligeira queda. Foram 59.600 toneladas em 1925. Em 1926, esse total diminuiu para 56.000 e, em 1930, para 53.200. Pouca quantidade desse papel era, porém, de boa qualidade e para impressão. Na verdade, a indústria de papel do Brasil não estava equipada para atender às necessidades da indústria editorial, e nem tinha real interesse nisso (HALLEWELL, 2005, p. 351-352).

Bom ou ruim, qualquer papel fabricado no Brasil tem, por muitos anos, preço mais alto (sem contar as taxas alfandegárias) do que o importado. A grande queda da taxa de câmbio em 1930-1931 reduz essa diferença, mas não a elimina. Além das dificuldades costumeiras relativas à industrialização num país em desenvolvimento com mercado limitado, a indústria de papel depende quase totalmente da celulose importada. Mesmo em 1955, após o fim do imposto específico de importação para as máquinas necessárias para a produção de celulose, as fábricas de papel brasileiras continuam importando cerca de 48% de suas necessidades (HALLEWELL, 2005, p. 352).

Nas primeiras décadas do século, os fabricantes de papel cotam em 2\$000 o quilo de papel nacional, quando o preço do importado, sem imposto de importação, é de 1\$300 o quilo. Eles argumentam que isso representa uma diferença de apenas 2% ou 3% no preço de capa de uma edição de 10 mil exemplares, mas o produto nacional é de qualidade inferior e incerta, o que acaba por aumentar os custos de produção devido à dificuldade de se trabalhar. Além disso, uma diferença de 3% pode representar 2/3 da margem de lucro do editor. Em 1943, essa diferença de preço atinge 100%: dois cruzeiros por quilo do papel importado contra quatro cruzeiros por quilo do nacional, e este papel – de custo mais alto e qualidade mais baixa – representa 20% do custo industrial de um livro. Felizmente para a indústria editorial, o alto custo da matéria-prima e a tiragem limitada das edições não neutralizam inteiramente a vantagem dos custos baixos da mão-de-obra (HALLEWELL, 2005, p. 353-354).

O período de 1968 a 1973 é uma época de expansão e diversificação da economia brasileira. Alcança-se a estabilidade política, a inflação está aparentemente sob controle e o país prepara-se para um período de crescimento industrial e econômico. Mas as expectativas de lucros rápidos nos negócios são irrealistas. O resultado é uma ilusão temporária, cujo fim, em 1971, reforça a propensão da classe média brasileira à restringir investimentos financeiros. Em seguida, vem a crise mundial de petróleo de

1973. Embora suas conseqüências sobre a economia brasileira sejam na maioria das vezes supervalorizados, o impacto direto sobre a indústria editorial do país é grande, principalmente porque o súbito aumento do custo da energia e do transporte ocorre exatamente num momento em que os preços mundiais do papel estão subindo dramaticamente. No Brasil, o preço do papel sobe 125% entre junho de 1973 e fevereiro de 1974. E embora as vendas de livros didáticos se mantenham, as editoras que dependem do mercado de livros não-escolares sofrem as piores conseqüências, já que a classe média reage ao custo de vida mais alto reduzindo o consumo de itens de lazer, como o livro, por exemplo (HALLEWELL, 2005, p. 76-77).

#### 3.4 As primeiras décadas do século e seu impacto sobre a indústria

Na década de 1930, o setor livreiro vive um momento de grande expansão – pela primeira vez, o livro produzido no Brasil pode custar mais barato do que o trazido do exterior. Os números apresentados pelo *Anuário Estatístico do Brasil* (apud HALLEWELL, 2005, p. 493) indicam uma taxa de crescimento do mercado editorial de 46,6% entre 1936 e 1944 e de 31% entre 1944 e 1948. Deve-se observar, porém, que esses números podem conter inexatidões, visto que, até recentemente, os levantamentos estatísticos oficiais registram como “editoras” inclusive gráficas que têm, em sua razão social, o nome *editora*. O volume de livros produzidos parece aumentar três vezes mais rapidamente. Pelo menos o número de títulos publicados a cada ano cresce 300%, passando de cerca de mil livros e folhetos, em 1938, para quase 4 mil, em 1950. Um padrão de medida mais ilustrativo é o número total de exemplares impressos. Não existem, porém, dados desse tipo para nenhum dos anos entre 1929, quando são produzidos 4.496.123 livros (e folhetos?), e 1950, quando esse total chega a 19.583.000 livros e 8.433.000 folhetos. Daí por diante, é registrado um aumento significativo e constante (HALLEWELL, 2005, p. 493).

O acelerado crescimento da indústria editorial brasileira, porém, não continua por muito tempo. No início dos anos 50, os empresários do ramo estão certos de que o uma nova crise é uma questão de tempo. O ramo livreiro não apenas está quase estagnado (em torno dos 20 milhões de exemplares por ano), como também a



competição torna-se mais dura, já que cada editora, agora em maior número, procura manter sua parcela desse limitado mercado, reduzindo, assim, a tiragem média das edições. Em 1948, livros que, alguns anos antes, alcançam os 6 mil exemplares são produzidos em tiragens de apenas 4 mil, com implicações óbvias para as margens de lucro da indústria (HALLEWELL, 2005, p. 519).

Em 1945, o aumento do nível interno dos preços de livros no Brasil chega a 80% em relação aos importados e o aumento dos custos gráficos a 120% em comparação com os de 1939. A taxa de câmbio continua fixada a um nível (em relação ao dólar) que praticamente impede que os livros brasileiros enfrentem a concorrência estrangeira. O papel nacional é vendido a Cr\$ 7,50 o quilo, contra Cr\$ 4,00 em 1939. Em 1947, possivelmente 1/5 das necessidades brasileiras de livros é satisfeito pelas importações, metade das quais (50,3%) vem dos Estados Unidos ou da Argentina (HALLEWELL, 2005, p. 520-21).

### 3.5 A política Kubitscheck

O crescimento real do mercado do livro não-didático é retomado somente quando o governo começa a tomar medidas que afetam diretamente essa indústria, no mandato de Juscelino Kubitschek, em 1956. As medidas visam a permitir que os custos de papel e de impressão sejam reduzidos e a indústria editorial tenha o mesmo direito de amplo acesso ao financiamento que têm os demais setores industriais. Uma delas é a autorização de uma concessão de licença de importação para o setor gráfico. Uma atitude necessária após quase 30 anos de escassez de divisas estrangeiras e restrições à importação de bens de capital, que deixam a indústria gráfica com máquinas obsoletas, atrasada uma geração em relação à Europa e à América do Norte. As gráficas não apenas renovam a maquinaria, mas ampliam sua ação sobre o mercado.

Graças a essa concessão, a indústria gráfica cresce 143,3% entre 1950 e 1960, conseguindo a quinta maior taxa de crescimento entre as indústrias do país (ainda que grande parte desse crescimento represente recursos para a produção de jornais). Os equipamentos antiquados aumentam consideravelmente os custos de produção e sua capacidade limitada mantém as editoras brasileiras dependentes de impressoras do

exterior para muitos tipos de trabalhos especializados. A renovação e a modernização do parque gráfico são essenciais para o aumento da capacidade da indústria editorial, permitindo também considerável progresso no aspecto estético e na qualidade material do livro brasileiro.

O novo governo também favorece a indústria em questões tributárias, isentando o setor livreiro (e a indústria do papel para livros) de quase todos os impostos, com exceção do imposto de renda. As tarifas postais para livros também são reduzidas. Medidas protecionistas para afastar o papel estrangeiro são substituídas por subsídios ao produto brasileiro para permitir que tenha condições de competir com o importado. Essas medidas elevam a produção do país a 66 milhões de exemplares, e, em 1963, o número de títulos publicados no Brasil (5.133) já é bem superior aos produzidos em qualquer outro país latino-americano (4.362 no México, seguido pela Argentina, com 3.989, e pelo Chile, com 1.577). Apesar disso, todas as editoras, livrarias e outras empresas do setor reunidas somam apenas 1% do capital total investido em atividades não-agrícolas da economia (PAIXÃO, 1998, p. 109).

O mandato de Kubitschek (1956-1960), portanto, é um período que beneficia significativamente o ramo editorial: de 1955 a 1962, a produção de livros praticamente triplica. O número de novas editoras, porém, é pequeno, provavelmente por causa do efeito inibidor de uma taxa inflacionária em rápida ascensão. A inflação crescente, que tumultua a economia, afeta duramente o setor editorial. Durante 1958, os custos de impressão sobem 30%. Essa inflação é deflagrada pelo ônus da política expansionista de Kubitschek, mas seus sucessores permitem que a situação se torne incontrolável (HALLEWELL, 2005, p. 546).

Um efeito especialmente ruim da inflação sobre o mercado brasileiro de livros é o fortalecimento da tradicional tendência da indústria de concentrar-se na região Rio-São Paulo e negligenciar o restante do Brasil. Não só a distribuição para os pontos mais distantes do país é um processo demorado, como também o conhecimento (e, portanto, a demanda) de novos títulos nessas regiões desenvolve-se mais lentamente. Em condições de custos (e taxas de juros) rapidamente ascendentes, nenhuma editora pode permitir-se manter dinheiro imobilizado em estoques à espera de vendas demoradas: uma edição menor, direcionada principalmente ao mercado no eixo Rio-São Paulo, e que ali se

venda com relativa rapidez, faz muito mais sentido, comercialmente, do que uma edição maior, mas de venda mais lenta, destinada a servir todo o país.

Embora os governos seguintes procurem diminuir a intranquilidade, o poder aquisitivo das classes médias (isto é, a maioria dos compradores de livros) é lentamente diminuído, uma tendência já iniciada algum tempo antes. Os custos de impressão sobem ainda mais depressa: cerca de 250% nos últimos seis meses de 1961. Além disso, as taxas de câmbio do mercado afetam as importações e o subsídio compensatório aos fabricantes brasileiros é retirado, o que eleva o preço do quilo de papel, em apenas seis meses, de 6 para 150 cruzeiros (HALLEWELL, 2005, p. 547).

Em 1950, o papel corresponde a mais ou menos 10% dos custos de produção de um livro. Após o salto dos preços mundiais, em 1973-1974, calcula-se que as editoras latino-americanas em geral gastem com papel uma média de 18% de seus custos editoriais e de produção para uma tiragem de 5 mil exemplares. Antes do final de 1961, as editoras de livros gastam com papel a parcela impraticável de cerca de 75% de seus custos de produção: situação insustentável – que perdura até 1966 – durante a qual ninguém ousa pensar em publicar qualquer livro que não ofereça a certeza de ser vendido rapidamente (HALLEWELL, 2005, p. 549).

Diante dessa situação, Jânio Quadros constitui um grupo de estudos para examinar os problemas do comércio livreiro. Esse grupo apresenta um relatório (em maio de 1961), mas não há conclusões novas. O problema básico continua a ser o tamanho reduzido do mercado, atribuído à falta de poder de compra, tanto individual quanto institucional, e a uma distribuição deficiente nos pontos de venda, o que significa tiragens pequenas e, portanto, antieconômicas. Apesar dos grandes progressos já feitos, ainda não há equipamentos gráficos modernos suficientes, e o relatório aponta ainda a falta de apoio financeiro direto da parte do governo.

### 3.6 O regime militar

Após o golpe militar, medidas deflacionárias rigorosas são, provavelmente, o único meio de restaurar a economia do país, mas implicam longa recessão que atinge o setor livreiro de modo particularmente severo. Há, por exemplo, um aumento de 50%

nos custos gráficos em apenas sete meses, de novembro de 1965 a junho de 1966. Os primeiros seis anos após o golpe são difíceis, e, antes de 1970, os benefícios das novas políticas para o setor livreiro dão ainda poucos resultados, mesmo que a isenção de todos os impostos, exceto o de renda, por exemplo, seja estendida a todos os estágios da produção e à venda do livro, inclusive à fabricação do papel de impressão (HALLEWELL, 2005, p. 553).

Para a indústria e o comércio do livro, o resultado final das políticas do regime militar, no período de 1964-1973, no entanto, é uma notável expansão. O ano de 1964 começa com a economia nacional à beira do colapso e com uma inflação aparentemente fora de controle; ainda assim, a indústria editorial brasileira produz 53 milhões de livros – 3,5 vezes o seu resultado em meados da década de 1940. Segundo o SEEC, a produção salta para 189 milhões de exemplares em 1967, mas cai para apenas 68 milhões em 1969. Uma recuperação posterior eleva-a a 136 milhões em 1972 e 187 milhões em 1978. Mas essas estatísticas esbarram na falta de credibilidade no setor livreiro. Uma comparação com os resultados dos levantamentos das próprias editoras sugere que esses números podem representar subestimativas. A cifra de 47,2 milhões de exemplares, obtida pelo SNEL de 596 firmas pesquisadas em São Paulo e no Rio, em 1966, aproxima-se da apresentada pelo SEEC, para 1964, de 45,9 milhões de exemplares de todas as fontes em ambos os estados, mas, em relação ao número de títulos publicados, existe grande disparidade. O SNEL menciona 8.386 títulos (apenas livros) em 1965, 12.355 em 1966 e 8.965 nos primeiros oito meses de 1967: dados que excedem as estimativas oficiais para todo o país, para qualquer ano anterior a 1974, quando o SEEC registra 8.362 títulos. Nos anos de 1970, essa discordância inverte-se. O SNEL e o SEEC concordam mais ou menos quanto ao número de títulos (seus totais respectivos são 12.271 e 11.539 para 1976, e 12.717 e 12.318 para 1977). Quanto ao número de exemplares (apenas livros), porém, os resultados são muito diferentes: respectivamente 121,7 e 144,8 milhões em 1974, e 232,5 e 186,8 milhões em 1978 (HALLEWELL, 2005, p. 573).

Ainda sobre a disparidade de números, ao apresentar seu levantamento de 1965-1967, o SNEL calcula uma taxa anual de crescimento de 11,9% para 1968 e 1969. O *Correio do Livro*, examinando os lucros das editoras em 1967, informa que esses aumentaram em 58% em comparação com o ano anterior. Mesmo restringindo a

avaliação aos dados do SEEC para o ano de 1969, é preciso constatar que a produção editorial é quase o dobro da de qualquer ano anterior a 1962 (*apud HALLEWELL, 2005, p. 573*).

Entre 1969 e 1973 a produção anual de livros triplica e também há ampliação na quantidade de títulos publicados: 3.882 de 1964 para 7.035 em 1973, com tiragens que colocam o Brasil à frente de qualquer país da América Latina, e ainda de europeus como Portugal, Alemanha e Itália. É também um período de inovação gráfica e editorial: pela primeira vez organizam-se as listas dos mais vendidos e multiplicam-se as resenhas de lançamentos, tanto em jornais e revistas quanto em publicações especializadas sobre livros (MACHADO, 2003, *passim*).

### 3.7 O eixo Rio–São Paulo e a distribuição desigual de livros

Rio de Janeiro e São Paulo são responsáveis, juntos, pela maioria dos livros produzidos no Brasil. Em 1957, são responsáveis por 59,6% dos títulos e 82% do valor produzido. Em 1973, esse número sobe, segundo o SNEL, para 96,6% dos títulos e 97,9% dos exemplares. As duas cidades são também a parte mais significativa do mercado nacional. Até os anos de 1970, 75% de todas as vendas em livrarias ocorrem nessas duas metrópoles, que, ainda hoje, respondem por mais de metade delas. A região Centro-Sul ainda compra cerca de 80% das publicações não-didáticas (*apud HALLEWELL, 2005, p. 610*).

Todas essas circunstâncias associam-se para criar uma concentração muito maior de pontos-de-venda e de editores no Centro-Sul do país. Isso ocorre, entre outros motivos, porque, apesar de todos os avanços, a distribuição pelo extenso território brasileiro é, inevitavelmente, demorada e dispendiosa. Do Rio a Belém, um caminhão pode levar, teoricamente, cerca de uma semana a dez dias; na realidade, porém, passam-se semanas entre a data do despacho e o aparecimento dos livros nas prateleiras das livrarias ou, na verdade, o livro só chega aos demais centros (fora do Rio e de São Paulo) meses depois.

Segundo levantamento do IBGE (*apud HALLEWELL, 2005, p. 611*), em 1972, 56,1% dos 3.012 varejistas que trabalham com livros no Brasil encontram-se no Rio e

em São Paulo. Apenas um quarto de todos os municípios do Brasil possui algum tipo de loja que vende livros, e os estados que apresentam proporção superior a essa são todos da região Centro-Sul: Rio Grande do Sul, Paraná, Mato Grosso, São Paulo, Santa Catarina e Rio de Janeiro. Esses mesmos estados, junto com Minas Gerais, são os que apresentam maior proporção de pontos-de-venda de livros fora da capital do estado.

### 3.8 As décadas finais do século XX e as crises

Os consumidores de livros encontram-se majoritariamente na classe média da população, justamente a faixa cujo poder aquisitivo sofre, proporcionalmente, o maior corte direto nas crises. É lógico, portanto, esperar que a crise tenha um grande impacto negativo sobre a indústria do livro. Além de ser um produto consumido pela classe mais atingida, o livro é tido geralmente como supérfluo. Ao mesmo tempo, a indústria sofre grandes aumentos de custo durante as crises econômicas. Entre 1980 e 1981, por exemplo, os filmes sobem 330%; em 1983, o preço da tinta aumenta 300%; além disso, assinala HALLEWELL (2005, p. 730):

Um estudo do ano até março de 1984 constata aumentos de 1.100% no preço das chapas litográficas, 900% nos filmes, 500% na tinta, 400% no papel, 230% na “inflação oficial”, 200% nos preços de capa, 170% no valor monetário do faturamento de livros, 160% nos salários dos impressores e apenas 82% nos salários dos profissionais em geral, ou seja, da maioria dos consumidores de livros. Nessa época de alta inflação era preciso remarcar constantemente o preço de capa.

No entanto, a crise, de certa forma, também age como fator beneficiador, pois obriga a indústria editorial a melhorar seu desempenho.

Após um período de alta inflação no início da década de 1980 e conseqüentes dificuldades para o mercado editorial, em 1984, começa uma recuperação. O mercado paulista permanece estável; o carioca mostra um pequeno crescimento, enquanto o

nordestino, o mais pobre, apresenta um notável crescimento. As classes médias voltam-se para a compra de livros justamente porque muitas outras de suas atividades de lazer tradicionais estão fora do alcance de seu orçamento. É possível também que, como se observa em relação à Segunda Guerra Mundial, em tempos de incerteza e de crise as pessoas se voltem para os livros em busca de soluções, progresso pessoal ou simplesmente fuga.

Em fevereiro de 1986, é introduzido o Plano Cruzado, uma tentativa de vencer a inflação acabando com a expectativa de alta dos preços. Ao interromper por um breve período a queda do poder aquisitivo do brasileiro, a demanda e o consumo de livros se fortalecem. Mas, com o fim do plano, começa, a partir de abril de 1987, um novo declínio nacional para a venda de livros junto com o tradicional aumento dos custos industriais bem acima da taxa de inflação geral. Devido ao tempo gasto no processo de editoração, o total de títulos colocados no mercado não aumenta até 1988, quando os efeitos do plano desaparecem; as estatísticas de 1987 mostram um aumento do número de títulos acompanhado da queda de vendas, e também da quantidade de exemplares produzidos. Apesar dos novos planos monetários, as crises continuam: vendas baixíssimas, despesas altas, grandes compromissos em direitos autorais e falta de liquidez do mercado. É vendida, em 1992, apenas uma terça parte do consumo de 1982. Calcula-se que, em 1990, um livro custa em média 30% ou mais do salário-mínimo mensal, enquanto nos países mais desenvolvidos essa parcela seja de apenas 5% (HALLEWELL, 2005, p. 736).

A administração de Fernando Collor de Melo (1990-1992) não traz muito boas notícias para o setor livreiro. Seu governo acaba com praticamente todo subsídio à cultura nacional e a economia é paralisada por um bloqueio total de 85% de todas as contas bancárias. Naturalmente, o livro é uma vítima plena dessas medidas. O INL é extinto, como o é a Lei Sarney (uma maneira de reduzir os impostos de renda para pessoas e entidades que subsidiam a edição de livros e outras manifestações culturais, embora devido à burocracia apresente poucos resultados). Os editores têm dificuldade de sacar dinheiro para pagar os autores nacionais e para comprar direitos de tradução dos autores estrangeiros. Ao mesmo tempo, ocorre uma crise no fornecimento de papel no mercado. Segundo as estatísticas do SNEL, o número de livros editados cai de 161,6 milhões de exemplares, em 1988, para 155 milhões em 1989, mas, apesar de tudo, volta

a crescer (para 212.206.449) em 1990 e 289.957.634 em 1991, até estabilizar-se em 289.214.847 editados em 1992 e 288.472.061 em 1993. A série estatística da CBL indica não o total de livros editados, mas o total de livros vendidos. Embora o resultado seja mais abrangente que o do SNEL, o interessante, sobretudo, é a sua maior variação, implicando uma mudança das vendas de ano para ano muito maior do que a de produção:

320 milhões de exemplares vendidos em 1988, 280 milhões em 1989, apenas 212.206.449 (dos 239.292.000 produzidos) em 1990, uma melhoria em 1991, chegando a uma venda de 289.957.634 (dos 303.492.000 produzidos) caindo de novo, em 1993, para apenas 159.678.277 (dos 189.892.218 produzidos). Segue-se uma lenta recuperação, subindo para 277.619.986 (dos 222.622.318 produzidos) em 1993 e 267.004.691 (ainda superior aos 245.986.312 produzidos) em 1994 (HALLEWELL, 2005, p. 739).

A mudança fundamental iniciada com a introdução do Plano Real, em 1994, é imposta com dificuldades. Antes da URV (o futuro real), o livreiro vê o preço de capa do livro aumentar bastante em termos monetários durante o prazo de pagamento ao editor, enquanto o valor nominal da fatura fica sem correção monetária (a importância da fatura diminui enquanto o valor real do livro não muda). Com a URV, as condições de comércio se invertem. A fatura aumenta, mas o preço de capa não muda. Com isso, os editores reduzem os preços de capa em torno de 30%, já que não há motivo para manter uma expectativa inflacionária na hora de calculá-los. Ao mesmo tempo, com as faturas sofrendo correção monetária diária, os livreiros queixam-se da queda dos lucros, e alguns deles propõem um aumento de 50% para 60% no desconto dado pelas editoras, sob pena de deixarem de vender os livros das editoras que se recusam a aceitar essa condição (HALLEWELL, 2005, p. 746).

Com a substituição da URV pelo real e a estabilidade monetária, a situação equilibra-se. Chega ao fim um período de cinquenta anos de inflação crônica. Em 1995 mantém-se o crescimento do total de livros produzidos (330 milhões) e vendidos (ainda maior, 374.600.000). Somente em 1996 é que, com a volta da confiança (e de encomendas das livrarias às editoras), o total de livros produzidos e vendidos consegue igualar-se em 387 milhões. Embora haja, em 1997, um pequeno excedente de produção (381.870.374 produzidos e apenas 348.152.034 vendidos), as estatísticas de 1998



compensam: 369.186.474 produzidos e 410.334.641 vendidos. E, durante quase toda a década, há um aumento quase contínuo no total de obras escolhidas para o consumidor:

a partir de 22.479 títulos editados (9.806 novos) em 1990, esse total sobe para 28.450 (10.871 novos) em 1991, 27.561 (10.069 novos) em 1992, 33.508 (10.799 novos) em 1993, 37.253 (12.564 novos) em 1994, 40.503 (12.795 novos) em 1995, 43.315 (12.994 novos) em 1996, 49.746 (15.098 novos) em 1998 (HALLEWELL, 2005, p. 747).

Durante todo o século XX, o os editores se esforçam para disseminar o livro e a leitura. Coleções populares a preços reduzidos e títulos de interesse popular ganham espaço crescente nas livrarias. Livros de bolso passam a ser vendidos em cafés, bancas de jornal e, como é possível ver hoje no Rio de Janeiro e em São Paulo, até mesmo em máquinas eletrônicas localizadas em algumas estações de metrô.

Segundo estudo feito pela CBL (2000), o desempenho do mercado editorial é positivo entre os anos de 1990 e 1999: o Brasil publica 378.900 títulos, que somam 2,9 bilhões de exemplares. O crescimento é, respectivamente, de 92,4% e 23,4% em relação à década anterior. (O fato de as tiragens médias diminuírem explica por que o crescimento da produção de exemplares é bem inferior ao do número de títulos publicados.)

Apesar de não se dispor, no Brasil, de números exatos (e confiáveis) de quanto representam as vendas do mercado editorial, de acordo com estudo publicado pelo BNDES, uma boa aproximação é o dobro do faturamento das editoras, o que, em 1999, significa um montante de 3,6 bilhões de reais. Número muito pequeno para um país com um PIB da ordem de 1,087 trilhão de reais. Do ponto de vista da produção, a participação do segmento de edição no PIB do Brasil é, portanto, ainda muito pequena. Entre 1990 e 1998, a participação do faturamento das editoras no PIB brasileiro cresce 42,1%, mas continua respondendo apenas por cerca de 0,27% da renda nacional (EARP; KORNIS, 2005, *passim*).

Ainda do ponto de vista da produção, além da concentração espacial, observa-se que uma característica importante do setor é a concentração da maior parte da produção nas mãos de poucas empresas. No segmento das obras gerais, que representa cerca de 23,9% do faturamento nacional de livros, apenas dez editoras são responsáveis por 70% da receita total, sendo que apenas quatro (Companhia das Letras, Record, Objetiva e

Rocco) detêm entre 35% e 40% das receitas do setor. No segmento de didáticos, a concentração é ainda maior. As editoras Saraiva/Atual, Abril/Ática/Scipione e FTD respondem por mais de 70% desse mercado, que é a parcela mais significativa do mercado de livros no Brasil (cerca de 43%) (GORINI; CASTELLO BRANCO, 2000, p. 13).

#### 4 PANORAMA DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO

A indústria editorial brasileira chega ao final do século XX como a maior da América Latina e oitava maior em volume de produção no mundo. Mas continua a enfrentar dificuldades para se expandir, resultado de deficiências que podem ser observadas desde o início da atividade editorial no país e que se alteraram muito pouco se comparadas ao crescimento brasileiro.

Ao analisar a indústria editorial brasileira no início do século XXI, observa-se que cresce em tamanho e complexidade embora ainda apresente muitos pontos frágeis: os problemas de distribuição em um país de dimensões continentais permanecem sem solução; a sociedade brasileira não tem um movimento que incorpore as bibliotecas como um elemento fundamental de sua organização; e algumas das dificuldades e contradições de indústrias editoriais maiores já existem no Brasil sem que problemas fundamentais tenham sido resolvidos.

A trajetória da edição no Brasil durante o século XX impressiona. Mas os mesmos números que impressionam, mascaram uma outra realidade: a produção de aproximadamente 320 milhões de exemplares para uma população de cerca de 170 milhões dá o índice de pouco menos de dois exemplares *per capita* por ano. Embora essa seja apenas uma média entre extremos – pessoas que lêem mais de dez livros por anos e outras que não lêem nenhum, por exemplo –, continua a ser um número insuficiente para as necessidades do mercado. Assim, no final de século e do milênio, a edição brasileira está, paradoxalmente, em uma situação melhor, quantitativa e qualitativamente, do que a de 1900, mas ainda lida com dificuldades que nada mais são que o agravamento e o desdobramento dos problemas enfrentados então.

#### 4.1 O mercado editorial

A amplitude da produção editorial brasileira é enorme: desde autores independentes que imprimem, anunciam e vende seus próprios livros até grupos editoriais como a Record, maior no setor de livros não didáticos na América Latina, ou como a Ática, com cadastros computadorizados em cuja base de dados estão registrados milhares de professores. Mas a maior parte das empresas brasileiras, sobretudo no setor editorial, sofre de descapitalização crônica, dependendo, nos financiamentos, de empréstimos bancários, de incentivos do governo, ou do seguro, mas lento, recurso de autofinanciamento, isto é, do reinvestimento de lucros.

Além disso, o mercado editorial brasileiro vive um paradoxo: existem mais editoras produzindo livros do que livrarias para distribuí-los. O resultado desse gargalo na distribuição são as baixas tiragens, e conseqüentemente o encarecimento do livro, porque a produção fica congestionada em um número reduzido de pontos de venda. Persiste, assim, a antiga questão acerca do preço médio do livro no Brasil, considerado muito caro. Na verdade, quando comparado ao preço de outros países, o valor médio do exemplar brasileiro é até pequeno (US\$ 2,50 contra US\$ 14 nos Estados Unidos e US\$ 10 na Austrália), mas a renda do brasileiro é muito inferior: na hora de escolher o que sai do orçamento doméstico, o livro está no topo da lista de itens dispensáveis (ALVES, 2003).

A maioria das empresas editoriais e livreas brasileiras, as que mais sofrem com a descapitalização, é de pequeno e médio porte e de origem e administração familiar, as grandes empresas se concentrando principalmente no setor de livros escolares. Há aproximadamente 3.000 editoras e 15 mil gráficas no país. O setor de distribuição, por sua vez, é composto de poucas firmas, geralmente de porte médio. Existem cerca de 1.500 livrarias no país, dentre as quais 350 (23%) pertencem a 15 redes. No setor gráfico atuam mais de 15 mil empresas, mas os negócios mais importantes com a impressão de livros são realizados por meia dúzia delas – o livro é um negócio especializado no campo gráfico. A produção de livros requer uma planta industrial específica e isto se traduz em equipamentos e serviços que demandam constante atualização. O setor encontra-se altamente endividado devido aos investimentos realizados ao longo das décadas de 80 e 90 na modernização do parque gráfico. Com

isto, entre 1999 e 2003 observa-se a quebra de 14 empresas gráficas expressivas apenas no eixo Rio–São Paulo, associada a um processo de fusões e aquisições com participação expressiva do capital estrangeiro, que hoje controla o segmento gráfico editorial no país (LINDOSO, 2005, *passim*).

Se considerado o volume de produção – exemplares vendidos e faturamento –, verifica-se que as grandes empresas respondem por bem mais da metade tanto dos exemplares produzidos quanto do faturamento. As pequenas editoras, além de lidarem com as dificuldades características de todo negócio de pequeno porte, têm a dificuldade adicional de trabalharem em um setor com peculiaridades bem específicas: enquanto a maioria das indústrias se dedica a produzir grande quantidade de um número relativamente pequeno de itens, a indústria editorial produz quantidades relativamente pequenas de um número bem maior de itens. Não existem muitos setores que lancem mais de 15 mil produtos novos por ano. Há também grande deficiência no que diz respeito a métodos e técnicas de gestão empresarial para o setor.

A situação das livrarias é semelhante à das editoras. Há as megalivrarias, que imprimem velocidade de giro e aumento do faturamento com a venda de uma grande variedade de livros e outros produtos, e as pequenas livrarias, que têm de manter um estoque relativamente grande de livros para atender à demanda dos clientes e têm um giro extremamente lento, que pode levar mais de um ano para atingir todo o estoque.

A maior parte do mercado nacional (54%) refere-se aos livros didáticos, incluindo a parcela de 17% do FNDE. O restante distribui-se da seguinte forma: obras gerais, com 19% de participação no faturamento total; livros técnico-científicos e profissionais, também com 19%; livros religiosos, com 7%; e outros (coleções/referência), com 1%. No segmento das obras gerais, dez editoras são responsáveis por 70% do faturamento global e apenas quatro (Companhia das Letras, Record, Objetiva e Rocco) concentram 35-40% do faturamento. No segmento dos didáticos, a concentração é ainda maior, sendo que as editoras Saraiva/Atual, Abril/Ática/Scipione e FTD detêm parcela expressiva do faturamento do setor (PAIXÃO, 1998, p. 76).

As vendas estão fortemente concentradas no Rio de Janeiro e em São Paulo, que juntos respondem por mais de 65% do mercado nacional. Adicionando Brasília, Porto Alegre e Belo Horizonte, o conjunto passa a representar mais de 90% das vendas de

livros no país. Entretanto, mesmo nessas cidades, os pontos de venda são poucos e encontram-se mal distribuídos. Por exemplo, na cidade do Rio de Janeiro há uma livraria para cada 33 mil habitantes; em contraste, mais de 300 cidades em todo o mundo alcançam o índice de uma livraria para cada 10 mil habitantes, segundo a Unesco. Em algumas regiões do país, o principal contato do grande público com o livro acontece nas feiras, como as bienais do livro e outras feiras regionais, que chegam a representar 2% do total de exemplares vendidos no Brasil em 1998 (EARP; KORNIS, 2005, p. 29).

Mesmo tendo conseguido mudanças, o livro em nosso país continua restrito a uma faixa circunscrita de leitores. A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (CBL/BRACELPA/SNEL/ABRELIVROS, 2000) mostra que somente 30% da população adulta alfabetizada contam ter lido ao menos um livro nos últimos três meses, ao passo que 61% afirmavam “ter muito pouco ou nenhum contato com livros”. Se forem levados em conta a existência das séries de bolso, as brochuras vendidas nas bancas de jornal, as bibliotecas itinerantes, a possibilidade sempre presente do livro emprestado e mesmo o fato de as classes B e C representarem 2/3 da massa consumidora de livros no país, pode-se dizer que, além da questão econômica, não há no Brasil uma valorização do hábito de leitura. O que acontece com frequência é que, ao sair da escola, o aluno deixa de lado o contato com os livros.

#### 4.2 Hábito de leitura e consumo de livros

Na América Latina – que representa um mercado de 600 milhões de livros/ano, sendo 2/3 provenientes do Brasil –, convive-se ainda com índices médios muito baixos de leitura. Entre o fim de 2000 e o início de 2001, a CBL, a BRACELPA, o SNEL e ABRELIVROS encomendam a uma agência a pesquisa Retrato da Leitura no Brasil para identificar a penetração da leitura e o acesso a livros no Brasil. Conclui-se que 20% da população adulta alfabetizada (quer dizer, cerca de 17.200.000 pessoas) compra pelo menos um livro ao longo do ano 2000. Quanto ao número de leitores adultos, a pesquisa sugere 26 milhões, ou 30% da população alfabetizada (considerando leitores aqueles que tenham lido pelo menos um livro nos três meses anteriores à pesquisa). A diferença

está na proporção de compradores (e, implicitamente, de leitores) que a pesquisa afirma ter encontrado entre as classes econômicas. Na classe B, a proporção de compradores é de 29%, ou quase a metade da proporção (48%) encontrada na classe A. Na classe C, a proporção é ainda menor: 17% apenas. No entanto, como essas classes são constituídas por uma quantidade maior de indivíduos, o seu número total de compradores aumenta consideravelmente, de 2.900.000 para 14.800.000, e com a inclusão de uma pequena proporção (2,5%) das enormes classes D e E, a computação da pesquisa do número total de leitores no país alcança os 26 milhões de leitores.

No Brasil, no entanto, o consumo de livros é ainda baixo se comparado ao mercado potencial de compradores, conseqüência da falta do hábito de leitura, do baixo poder aquisitivo da população em geral, da deficiente rede de bibliotecas e pontos de venda, da distribuição irregular nos estados, da falta de apoio do governo e, sobretudo, da dificuldade de acesso ao livro. O mercado potencial de livros em geral, isto é, o número máximo de consumidores que podem ser convencidos a comprar um livro ocasionalmente, é muito difícil de quantificar. A simples falta de capacidade de ler, por exemplo, elimina quase metade da população. Historicamente, o Brasil, como qualquer sociedade essencialmente rural, caracteriza-se pelo baixo grau de alfabetização: 15,8% em 1872, 24,5% em 1920. A ampliação desses números acompanha a urbanização e a industrialização: 38,2% em 1940, 42,6% em 1950, 62,4% em 1987. A alfabetização entre brasileiros com 15 anos ou mais progride de 48,6% em 1950 para 60,3% em 1960, 65,9% em 1970, 75,4% em 1980, 77,7% em 1985, 81,1% em 1990, e 86,7% em 1999. Apesar desse crescimento ao longo dos anos, ainda é muito baixa a porcentagem de brasileiros com o mínimo de capacidade de leitura necessária para que sejam considerados efetivamente alfabetizados. Certamente, os dados oficiais superestimam a extensão da alfabetização funcional. No entanto, analfabetismo não é, evidentemente, o fator determinante do baixo consumo de livros no Brasil. Outro problema é que 60% do consumo nacional é constituído de livros didáticos e paradidáticos, o que indica que o tempo de contato dos brasileiros com os livros é em geral curto, encerrando-se, na maioria dos casos, com o final da vida escolar (LINDOSO, 2005, *passim*).

O universo de compradores efetivos mostra ser ainda menor. Dos cerca de 26 milhões de brasileiros que declaram ter lido recentemente, apenas metade paga pela publicação. Da metade restante, 4% optam por obras doadas pela escola e 8% por itens

emprestados por bibliotecas ou por amigos e parentes. O que ajuda a explicar por que o mercado brasileiro se restringe a cerca de 17,2 milhões de consumidores. Contudo, um dos resultados mais desanimadores é que cerca de 14% do universo estudado não tem ao menos um exemplar em casa.

No mesmo caminho da distribuição de renda segue a distribuição de livros nacionalmente: cerca de 16% dos brasileiros concentram 73% dos exemplares comprados no país. O hábito de leitura é influenciado tanto pelo grau de escolaridade quanto pela classe econômica. É interessante observar que a classe A detém a maior parte dos interessados pela leitura no país (60%), mas que aqueles que concluem o ensino médio, das classes B e C, representam a clientela mais numerosa das editoras (CBL/BRACELPA/SNEL/ABRELIVROS, 2000).

Em termos regionais, constata-se que no Nordeste a penetração do hábito de leitura de livros é a menor dentre as regiões pesquisadas, mas em nenhuma região a leitura de livros supera a de periódicos, por exemplo, o que indica que a completa falta de interesse pela leitura é um mito. A distribuição de leitores por região mostra que o Sudeste também lidera o mercado consumidor, concentrando 49% dos leitores brasileiros. O Nordeste concentra 16% dos leitores, superando as regiões Norte (10%) e Centro-Oeste (8,5%).

O hábito de leitura de um povo não pode guiar-se apenas pela sua alfabetização. Saber ler não é suficiente para se ter familiaridade ou convívio permanente com a leitura. Estima-se que o Brasil tenha hoje cerca de 10 milhões de leitores constantes (que lêem regularmente), número pequeno se comparado a uma população de 165 milhões de habitantes (e ainda diante dos 32 milhões de estudantes matriculados no 1º e no 2º graus). Entre os fatores críticos no estabelecimento do hábito de leitura, destacam-se aqueles relacionados à estrutura familiar e de ensino escolar – no que diz respeito à forma inadequada de valorização da leitura –, além daqueles relacionados ao acesso ao livro e ao seu preço, segundo a Unesco. De acordo com as pesquisas, 67% dos brasileiros têm interesse pela leitura, mas nem todas as cidades brasileiras possuem biblioteca (existem apenas cerca de 5 mil em todo o território nacional) (EARP; KORNIS, 2005, *passim*).

Para Lajolo (*apud* RANGEL, 2005), as razões dos baixos índices de leitura do brasileiro começam quando o país ainda é um “recém-nascido”: “Somos assim porque

Portugal nos colonizou assim. O Brasil foi um dos últimos países do mundo a ter imprensa, fomos moldados sem a prática da leitura.” Lajolo observa que a situação só chegará perto do ideal quando a leitura for entendida como uma prática coletiva, da mesma forma que acontece com o futebol, o carnaval e a telenovela, constatando, no entanto, que “hoje está melhor do que há dez anos. O brasileiro lê mais do que pensam os que dizem que ele lê pouco”.

Não que a leitura seja uma política sólida no Brasil, nem que as instituições culturais e pedagógicas encarregadas de sua difusão tenham consistência ou estejam a salvo de críticas que, desde o século XIX, a ela são dirigidas. Desde a separação de Portugal, reclama-se (e com razão) uma atuação mais positiva e competente do Estado, no sentido de melhorar a educação e a cultura no país; nada indica que hoje essas reivindicações tenham perdido legitimidade e razão de ser (LAJOLO; ZILBERMANN, 1999, p. 10).

Persiste ainda a crença de que o problema do aumento do índice de leitura pode ser resolvido pela redução dos preços dos livros, e que para isso é preciso reduzir os custos de produção. O primeiro equívoco dessa idéia é supor que os custos de produção determinam os preços, quando o contrário é que é verdade. É possível dizer que o preço de capa de um livro é quatro (ou cinco) vezes o custo de produção, quando na verdade o que se quer dizer é que uma edição será comercialmente inviável se os custos de sua produção forem superiores a 25% (ou 20%) do preço normal para aquele tipo de livro. Não se espera que um *best seller* seja mais barato do que outros livros apenas porque vende 300 mil exemplares em vez de 3 mil, reduzindo, assim, enormemente o custo unitário. Outro equívoco é admitir que os livros têm demanda elástica, e que preços mais baixos gerarão mais vendas. Já se observa, há muito tempo, que a superabundância de um produto no mercado, embora produza uma queda nos preços do produtor, e reduza os custos para o atacadista e até mesmo para o varejista, não se reflete diretamente no que o consumidor irá gastar. Isso porque grandes reduções de preço não geram necessariamente um aumento proporcional das vendas: o consumidor não tem motivo para aplicar suas economias em um livro cujo preço foi reduzido, comprando



maior quantidade. Ele deseja um certo número de exemplares de determinado livro até um certo preço máximo, e não um certo montante de reais em livros, seja qual for a quantidade que isso represente.

O que não significa que custo de produção não seja importante para o estabelecimento do preço mínimo, abaixo do qual é mais econômico não publicar o livro. Mas os custos de produção, no caso dos livros, possuem considerável flexibilidade. Uma editora pode optar entre uma infinidade de tipos de acabamento, mais ou menos econômicos: encadernação ou brochura, acabamento costurado ou colado. A mesma quantidade de texto pode distribuir-se por um número variável de páginas, dependendo do corpo da composição, do tamanho das margens e da decisão de abrir os capítulos apenas em páginas ímpares. Pode-se abrir mão de índices, ilustrações, notas, tabelas e bibliografias, ou incluí-los em quantidade. O mesmo vale para os custos de composição e impressão, que irão depender da técnica e do maquinário utilizados. Acima de tudo, a menor tiragem aceitável de uma edição pode ser aumentada ou diminuída.

Culpar os índices de analfabetismo e a falta do hábito de leitura pelo cambaleante equilíbrio do setor editorial e os altos custos de produção que, decorrentes disso, levam a preços mais caros, criando um efeito bola de neve é um erro. De acordo com Earp e Kornis (2005, p. 14), “milhões de brasileiros alfabetizados não lêem porque não são estimulados, ou porque vivem em cidades onde não há bibliotecas”. Segundo levantamento recente da Unesco, cerca de mil municípios brasileiros não têm sequer uma coleção pública – o equivalente a 19% das cidades do país. Ou seja, há muitos aspectos a serem considerados em todos os sentidos, e a rede de bibliotecas públicas é um deles.

### 4.3 Bibliotecas

Um dos impasses para o crescimento do mercado editorial brasileiro está diretamente relacionado com as políticas públicas relativas às bibliotecas. A biblioteca é um local essencial para o acesso ao conhecimento, à informação e ao lazer, mas essa visão não está inteiramente assimilada, na íntegra e na prática, nem pelas autoridades

nem pela sociedade brasileira. Por isso, a demanda pela sua existência não é tão forte quanto a que existe em outros países, notadamente na Europa Ocidental, América do Norte, Japão e Coréia. As estimativas sobre esses países mostram que entre 20% e 30% da sua produção editorial é destinada às bibliotecas públicas.

As bibliotecas no exterior representam entre 10% e 80% (caso dos livros universitários) do mercado de livros. No Brasil, as bibliotecas têm representado apenas 1% da demanda, com participação declinante nos últimos anos chegando a 0,3% em 1998. Segundo pesquisa realizada pelo Ministério da Cultura, a atual rede de bibliotecas públicas do país – na maioria municipais e com acervos defasados, sendo 80% de seu público constituído de estudantes –, mesmo se revitalizada com a atualização e informatização dos acervos, está muito aquém do necessário para atingir o mesmo nível da Espanha ou da Itália, por exemplo, ou seja, uma rede entre 10 e 15 mil bibliotecas públicas (EARP; KORNIS, 2005, p. 52-54).

Segundo o Ministério da Cultura, existem cerca de 3.200 bibliotecas públicas no Brasil, mas, segundo LINDOSO (2004, p. 135), esse número é irreal, pois a maioria dessas bibliotecas existe apenas nominalmente, muitas vezes não passando de pequenos depósitos empoeirados de livros. A cidade de São Paulo, por exemplo, que dispõe do melhor sistema de bibliotecas públicas do país, tem cerca de cem unidades, quando o ideal é que tenha o triplo. No estado de São Paulo, unidade mais rica da federação, até recentemente, quase 200 municípios não dispõem de nenhuma biblioteca pública.

No Brasil, o único sistema de bibliotecas já modernizado é o das universidades estaduais paulistas. As verbas disponíveis para as bibliotecas brasileiras são insuficientes, com as exceções daquelas pertencentes a empresas estatais. Em São Paulo, Mário de Andrade, por exemplo, tem seu pessoal mal remunerado e recebe R\$ 1,2 milhão anuais para as demais despesas, mas para funcionar no padrão internacional, com seus 3,4 milhão de livros, precisaria receber 40 vezes mais. As necessidades da Biblioteca Nacional, com o dobro de livros e instalada em um prédio centenário, são pelo menos duas vezes maiores (EARP; KORNIS, 2005, p. 54).

#### 4.4 Distribuição e rede de livrarias

A distribuição, entendida como a fase intermediária entre a editora e os diversos pontos de vendas, é um problema no Brasil. A distribuição ineficiente e pulverizada (muitas editoras distribuem os seus próprios livros) é um dos vários empecilhos apontados para o crescimento das vendas. “Uma palavra pode definir a distribuição de livros no Brasil: precariedade”, constata LINDOSO (2004, p. 121).

Hoje, a distribuição e a comercialização do livro constituem, provavelmente, o maior gargalo do mercado editorial brasileiro. As distâncias são grandes, milhares de quilômetros, mas a falta de uma boa estrutura de distribuição regional é ainda mais grave. As livrarias são, insuficientes, e o marketing do livro só nos últimos anos começa a deslanchar. Entre editores e livreiros, freqüentemente, as negociações são demoradas sobre prazos e descontos, desacelerando o mercado. E com custos adicionais e dificuldades operacionais o cliente/leitor, principalmente fora dos grandes centros, o acesso ao livro fica ainda mais difícil.

O estado precário do sistema de distribuição de livros se reflete no pequeno número de livrarias. Para um país com 170 milhões de habitantes, a Unesco recomenda que haja ao menos 17 mil livrarias, mantendo a proporção de uma para cada 10 mil pessoas. No entanto, dos 5.700 municípios brasileiros, apenas 600 têm livrarias regulares, ou seja, quase 90% deles não possuem sequer uma livraria instalada. Somente quatro grupos têm atuação mais abrangente em nível nacional: as livrarias Nobel (presentes em 29 municípios). Siciliano (24), Saraiva (9) e Sodiler (4) – que juntas possuem 11% das lojas. Não se sabe ao certo quantas livrarias existem no Brasil, mas um levantamento atual permite identificar em torno de 1.500, das quais cerca de 2/3 localizam-se na região Sudeste, mas as estatísticas não são confiáveis porque todas as lojas que vendem livros possuem registro como livraria (EARP; KORNIS, 2005, p. 48). Tudo isso deixa evidente que o Brasil não está preparado para escoar sua produção editorial.

Outro problema sério na distribuição de livros é a logística – o tamanho do país e a precariedade dos transportes encarecem e complicam a distribuição de livros por grande parte do território nacional. Países de grande extensão territorial como o Brasil, portanto, apresentam problemas sérios para a distribuição de livros. Os distribuidores

operam com uma margem de 10% a 15% sobre o preço de capa do produto, o que pode tornar inviável colocar em Manaus um único exemplar impresso em São Paulo com o preço de capa de R\$ 20.

Do ponto de vista da distribuição, portanto, a tendência é a consolidação de grandes redes que, pelo seu tamanho, obtêm mais poder de negociação. Porém, essa realidade dificulta a chegada do livro às cidades de pequeno porte, que não comportam esse tipo de empreendimento. O papel das bibliotecas públicas torna-se então fundamental, já que em muitas cidades do país, representam a única oferta de livros para os leitores locais.

Nos últimos anos, observa-se um esforço das editoras para vender diretamente aos grandes clientes e às principais livrarias do Rio de Janeiro e de São Paulo. Essa operação nem sempre resulta em benefício para editores e livreiros, tendo em vista que, ao operar com menores volumes, ambos não se beneficiam das economias de escala e os livreiros acabam se superestocando e devolvendo mais tarde uma grande quantidade de livros invendáveis.

A dificuldade de distribuição pode ser avaliada por um dado da Livraria Saraiva: seu departamento de compras recebe mais de 1.500 propostas de aquisição de livros todos os meses – aproximadamente 70 por dia. Para não transformar as compras numa tarefa interminável e antieconômica, as redes preferem negociar com poucos parceiros – grandes editoras (com mais de 120 títulos em oferta), atacadistas e distribuidoras. O papel destas últimas é repor os estoques dos produtos vendidos, receber devoluções de livros em consignação que ficam encalhados e oferecer livros novos que se enquadrem no perfil da livraria (EARP; KORNIS, 2005, p. 48).

A constatação de que o maior problema do livro no Brasil é a distribuição apresenta pouca fundamentação estatística, pois esse é o elo menos estudado da cadeia do livro no país, inexistindo qualquer levantamento sequer sobre o número de firmas distribuidoras existentes.

#### 4.5 A falta de pesquisas

No Brasil, as pesquisas relativas à história do livro e da leitura estão ganhando espaço a cada dia, especialmente nos ambientes acadêmicos. Historiadores, sociólogos, e teóricos da literatura têm dispendido esforços para descobrir arquivos e acervos que possam trazer à tona informações sobre a entrada de livros no período colonial, a atuação da censura portuguesa, o desenvolvimento do nosso mercado editorial, a existência de brochuras a baixos preços, a profissionalização do escritor, a diversidade do público leitor brasileiro, as práticas de leitura e a intrínseca relação entre o mundo da palavra escrita e o universo da oralidade. Mas, se o objetivo for uma informação simples, como saber com precisão quantos exemplares de livros são comercializados no mercado brasileiro, ainda é preciso ter cautela e, muitas vezes, contentar-se com dados cuja precisão é duvidosa. Sem auditoria pública ou privada que comprove as tiragens e vendas, os números divulgados pelas editoras e livrarias são determinados com base em apenas um critério, extremamente suscetível: o que as editoras e livrarias consideram mais conveniente divulgar – e que nem sempre corresponde à verdade.

O caos dos números aparece em praticamente todos os aspectos das avaliações de mercado. A última pesquisa divulgada pela CBL e pelo SNEL aponta que o faturamento das editoras sobe de cerca de 902 milhões de reais em 1991 para quase 2,5 bilhões em 2004. Já um estudo do BNDES diz que entre 1995 e 2003 o faturamento diminuiu 48%. “Eles usam reais correntes, inflacionados, e eu deflaciono, operando com o valor real do real”, explica Earp, autor do estudo (*apud* RANGEL, 2005). Sobre o número real de bibliotecas, por exemplo, simplesmente não há nenhum estudo sistemático, portanto não se conhece o verdadeiro número de bibliotecas de acesso público no Brasil. São escassos também os dados sobre o desempenho econômico e financeiro das editoras.

A CBL e o SNEL fornecem periodicamente, desde 1992, uma pesquisa sobre a produção e as vendas do setor editorial brasileiro, reunindo informações colhidas junto aos editores e retratando suas vendas para o primeiro cliente – seja este o consumidor final, o governo, uma livraria ou o distribuidor atacadista. Esses dados devem ser vistos com cuidado, pois as editoras em má situação, por exemplo, podem mascarar seus problemas, já que são as únicas responsáveis pela fidelidade dos dados que fornecem.

Mas são os únicos dados disponíveis e continuam a ser usados da mesma forma nas pesquisas e análises, em grande parte pela simples ausência de alternativas: são esses dados ou nada.

Portanto, chega-se à conclusão de que, em relação aos dados estatísticos para o setor editorial no Brasil, base de todas as pesquisas e análises que se pretenda fazer sobre o tema, na maior parte das vezes, há variação temporal em sua base e problemas de conceituação; freqüentemente esses dados são incompletos e, muitas vezes, há erros de digitação na fonte. Além disso, as grandes casas editoras nacionais não apenas divulgam dados pouco confiáveis mas não têm o hábito de fazer pesquisas de mercado. A falta de organização do setor não condiz com a importância e o potencial do mercado editorial brasileiro.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história do livro no Brasil começa no primeiro século e meio de colônia, época em que a indústria da impressão não é administrativamente necessária nem economicamente possível. Observa-se a tentativa frustrada de iniciar a impressão em Recife, na década de 1640, e chega-se ao século XVIII, quando se tem prova definitiva da existência de uma prensa em território brasileiro.

Durante todo o Império, a atividade editorial é secundária. A imprensa Régia é utilizada principalmente para imprimir documentos oficiais, embora publique outros trabalhos. As outras impressoras brasileiras destinam-se, fundamentalmente, a imprimir jornais e panfletos. A impressão de livros só acontece comercialmente a partir do final do século XIX, data até a qual a maior parte dos livros é impressa na Europa. Durante todo o período imperial, o que existe de atividade editorial está concentrado no Rio de Janeiro, com raras exceções em São Paulo (mais para o final do século) e em algumas províncias.

Nos quase setenta anos entre 1917 e 1980, o mercado brasileiro de livros cresce quase cem vezes. Há aumento na tiragem média das edições, mesmo que não na mesma proporção. A amplitude das publicações feitas pelas editoras brasileiras cresce significativamente. No início do século XX, editar no Brasil significa publicar livros

didáticos para o curso primário ou obras esporádicas de literatura nacional; o resto do mercado depende principalmente das importações. Hoje, praticamente não existe qualquer mercado especializado de livros que não esteja coberto por uma editora brasileira.

Observa-se o crescimento da indústria editorial nos anos 1950 e a crise duas décadas mais tarde. A década de 1980 representa um marco na produção de livros no Brasil, pois nesse momento eles passam a ser mais elaborados gráfica e editorialmente, o que modifica consideravelmente o padrão de oferta e provoca uma revolução tecnológica na atividade gráfico-editorial no país. A grande transformação da década de 1980 é operada sobretudo por empresas paulistas, o que consolida a perda de hegemonia do parque gráfico do Rio de Janeiro. Esse processo se inicia em fins da década de 1960, se afirma na década de 1970 e, finalmente, se consolida nas décadas de 1980 e 1990, consagrando a hegemonia paulista no segmento gráfico-editorial brasileiro. Neste início de século XXI, começa a se esboçar, no plano da distribuição espacial da indústria gráfica brasileira, uma nova tendência, com a redução do grau de concentração dessa atividade em São Paulo, já que gráficas importantes e aptas a produzir livros surgem em outros estados, como o Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, e mesmo no Rio de Janeiro, onde médias/pequenas empresas modernas se fazem presentes.

Apesar de o mercado editorial constituir uma parcela ainda muito pequena da renda nacional, sua participação vem sendo ampliada ao longo dos anos. A profissionalização do mercado, projetos governamentais e a diversificação da produção influenciam fortemente nesse sentido. Muito ainda resta discutir nesse âmbito de estudo. Este trabalho apresenta uma visão global, com destaque para os problemas que marcam a trajetória da edição de livros no Brasil. A indústria do livro no Brasil cede cada dia mais aos entraves provocados pelo contínuo descaso do governo com a cultura e o empobrecimento, real e intelectual, da população. O que se constata após um exame da trajetória do livro brasileiro, no entanto, permite concluir também que, se tomadas as medidas certas no sentido de impulsionar a produção de livros no Brasil e sanar os problemas de base que ainda retardam seu desenvolvimento, a produção de livros no Brasil tem uma longa vida pela frente.

Em meio a muitos fatores inibidores do desenvolvimento da indústria editorial, entre tantas análises calcadas apenas em visões otimistas ou pessimistas, conclui-se que

a única visão que pode render frutos é uma visão não apenas realista, mas crítica, baseada em dados confiáveis. É preciso que as propostas para o futuro do livro no Brasil sejam providas de uma base de dados sem a qual é impossível vislumbrar qualquer caminho adiante. É temerário olhar para o futuro em busca de alternativas e respostas, quando elas devem ser buscadas no conhecimento dos caminhos percorridos até os dias atuais. Este é um universo amplo e rico que pode ser explorado em vários trabalhos futuros com coleta de dados confiáveis e sistematização das informações, já que a indústria sofre ainda com a ausência de análises com sólida base estatística, cuja consequência é o desconhecimento do passado histórico e da profundidade da crise atual que afeta as vendas de livros no país – por muitos percebida, porém ainda não mensurada. A maior parte dos dados utilizados não tem a qualidade desejada e o material produzido ainda é, na maioria, composto de estudos primários, em um campo em que a discussão acadêmica é ainda de pouca expressão. Os problemas observados ao longo desta pesquisa merecem novas e melhores análises no futuro, pois evidenciam a importância de levantar novas questões, de usar novos métodos e acrescentar novas fontes.

As dificuldades de acesso aos dados e o baixo grau de desagregação da informação estatística disponível – sem mencionar problemas qualitativos presentes nos dados produzidos e disponibilizados pelas entidades do setor editorial – recomendam uma melhor estruturação do processo de produção e difusão de dados caso se pretenda produzir análises mais sólidas sobre a estrutura e a dinâmica desse setor. A formulação mais acertada de questões contemporâneas – muitas vezes simplificadas – não pode prescindir do conhecimento de projetos e práticas que, em um passado menos ou mais remoto, definem o papel dos livros e da leitura na sociedade brasileira. Tais práticas precisam ser resgatadas e analisadas, pois o conhecimento crítico do passado é fundamental para as decisões a serem tomadas em relação ao futuro da indústria do livro no Brasil.



## REFERÊNCIAS

ABREU, Márcia (org.). **Leitura, história e história da leitura**. Campinas: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil; São Paulo: Fapesp, 1999.

ABREU, Márcia. **Leituras no Brasil**: antologia comemorativa pelo 10º Cole. Campinas: Mercado das Letras, 1995.

ABREU, Márcia. **Os caminhos dos livros**. Campinas: Mercado de Letras, Associação de Leitura do Brasil; São Paulo: Fapesp, 2003.

ALVES, Rodrigo. Raio X do mercado editorial. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 9 set. 2003. Caderno Idéias & Livros, p. 1.

AMORIM, Galeno; OLIVEIRA, Marta. **Perspectivas do mercado editorial e livreiro para 2005**. Rio de Janeiro: Snel, 2005.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios de técnica e editoração. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: INL, 1986.

CAMARGO, Mário de (org.). **Gráfica**: arte e indústria no Brasil: 180 anos de história. 2. ed. São Paulo: Bandeirantes Gráfica/Edusc, 2003.

CBL/BRACELPA/SNEL/ABRELIVROS. **Pesquisa retrato da leitura no Brasil**. São Paulo: CBL/BRACELPA/SNEL/ABRELIVROS, 2000.

CBL/SNEL. **Diagnóstico do setor editorial brasileiro 2000**. Relatório. São Paulo: CBL/SNEL, 2001.

\_\_\_\_\_. **Diagnóstico do setor editorial brasileiro 2001**. Relatório. São Paulo: CBL/SNEL, 2002.

\_\_\_\_\_. **Produção e vendas no setor editorial brasileiro 2002**. Relatório. São Paulo: CBL/SNEL, 2003.

\_\_\_\_\_. **Produção e vendas no setor editorial brasileiro 2003**. Relatório. São Paulo: CBL/SNEL, 2004.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

ÉPOCA. Agonia e salvação. **Época**, Rio de Janeiro, 15 set. 2004.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado, futuro e presente do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS/CBL/SNEL. **Produção e vendas no setor editorial brasileiro 2004**. Relatório. São Paulo, 2005.

GORINI, Ana Paula Fontenelle; CASTELLO BRANCO, Carlos Eduardo. Panorama do Setor Editorial Brasileiro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, mar. 2000, n. 11, p. 3-26.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. 2. ed. rev. e amp. São Paulo: Edusp, 2005.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1999.

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores?** São Paulo: Summus, 2004.

MACHADO, Ubiratan. **A etiqueta de livros no Brasil: subsídios para uma história das livrarias brasileiras**. 2. ed. São Paulo: Edusp/Oficina do Livro Rubens Borba de Moraes/Imprensa Oficial, 2003.

PAIXÃO, Fernando (coord.). **Momentos do livro no Brasil**. São Paulo: Ática, 1998.

RANGEL, Vivian. Contra o deserto de leitores. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 15 out. 2005. Caderno Idéias & Livros, p. 1.

RIBEIRO, Vera Masagão (org.). **Letramento no Brasil**. São Paulo: Global, 2003.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **A longa viagem da biblioteca dos reis: do terremoto de Lisboa à independência do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

VILLALTA, Luiz Carlos. O que se fala e o que se lê: língua, instrução e leitura. In: SOUZA, Laura Mello e (org.). **História da vida privada no Brasil: cotidiano e vida privada na América portuguesa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.