

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UNIRIO)  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS (CCH)  
ESCOLA DE BIBLIOTECONOMIA

**CONCENTRAÇÃO EDITORIAL: A PROBLEMÁTICA DA QUALIDADE DOS  
CATÁLOGOS**

Rio de Janeiro

2014

ISMAEL CRUZ DE FARIAS

**CONCENTRAÇÃO EDITORIAL: A PROBLEMÁTICA DA QUALIDADE DOS  
CATÁLOGOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal  
do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial  
à obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Nanci Elizabeth Oddone

Rio de Janeiro

2014

F224c Farias, Ismael Cruz de.  
Concentração editorial : a problemática da qualidade dos catálogos /  
Ismael Cruz de Farias. – Rio de Janeiro, 2014.  
49 f.: il. ; 30cm.

Orientador: Prof. Dr<sup>a</sup>. Nanci Elizabeth Oddone.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) –  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.  
Bibliografia: f. 46-49.

1. Mercado Editorial. 2. Concentração Editorial. 3. Biodiversidade.  
4. Independência Editorial I. Título.

CDD - 070.509

**ISMAEL CRUZ DE FARIAS**

**CONCENTRAÇÃO EDITORIAL: A PROBLEMÁTICA DA QUALIDADE DOS  
CATÁLOGOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal  
do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial  
à obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de 2014.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Nanci Elizabeth Oddone - Orientadora  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

---

Prof. Dr. Alberto Calil Júnior  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

---

Prof. MS. Fabiano Cataldo de Azevedo  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

*Dedico com todo amor e ternura ao ser mais importante da minha vida, meu filho Arthur.*

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, o autor e consumidor da vida. Se não fosse por Ele eu sequer existiria. Por isso enquanto viver só me resta agradecê-lo e dizer que a minha vida pertence a Ti.

A minha orientadora, professora Nanci, pelo brilhantismo, pela paciência e diligência para comigo na execução deste trabalho. E a todos os professores, amigos e funcionários da Unirio que fizeram parte da minha vida acadêmica, uma honra está com vocês, a todos o meu muito obrigado.

A toda minha família, em especial aos meus pais, pelo apoio, paciência e confiança na minha capacidade de alcançar este objetivo, responsáveis pela formação de meu caráter. Sou eternamente grato por tudo, amo vocês. Ao meu irmão, maior referencial de infância, cuja vida me enche de orgulho.

Ao Seth Macfarlane pela criação do personagem Brian que é uma das fontes de inspiração que mais me impulsionou nesta reta final.

A todos os companheiros e amigos de trabalho e estágio da UERJ, do BNDES, da Escola Municipal Sebastião de Lacerda, da Frasca e do Colégio pH que foram fundamentais na formação de minha vida profissional. Meus sinceros agradecimentos.

*O maior defeito dos livros novos é impedir a leitura dos antigos.*  
*Joseph Joubert (1754 - 1824)*

## RESUMO

Este trabalho analisa como a concentração editorial repercute negativamente sobre a qualidade dos catálogos. Examina o processo de reestruturação da carreira de editor no organograma das grandes empresas, com a redução de sua autonomia na seleção dos catálogos. Relaciona o fenômeno da *best-sellerização* com a mudança da lógica editorial e a qualidade dos acervos, traça o impacto dos descontos praticados pelos grandes grupos com o desequilíbrio financeiro dos pequenos e médios editores. Apresenta uma síntese do ofício de editor. A metodologia empregada neste estudo é de abordagem teórica dedutiva, sustentada no levantamento bibliográfico dos principais autores e a compilação de dados estatísticos referentes ao setor editorial. Conclui-se que apesar do intenso processo de concentração editorial, até então a bibliodiversidade não sofreu prejuízos consideráveis em termos quantitativos, porém em nível qualitativo estima-se que há um declínio substancial da pluralidade bibliográfica por causa do intenso processo de padronização dos catálogos.

**Palavras-chave:** Concentração Editorial. Bibliodiversidade. Independência editorial.

## ABSTRACT

This work analyzes how the publishing concentration has negative repercussions on the quality of the catalogs. Examines the process of restructuring the career publishes in organizational chart of large companies, with the reduction of their autonomy in the selection of catalogs. Relates the phenomenon of best-sellerization with changing the editorial logic and the quality of the collections, traces the impact of the discounts offered by large groups with the financial imbalance of small and medium publishers. Presents a synthesis of craft publishes. The methodology used in this study is deductive theoretical approach, sustained in bibliographic survey of the major authors and compilation of statistical data on the publishing industry. It is concluded that despite the intense concentration editorial, until then bibliodiversity not suffered considerable damage in quantitative terms but in qualitative terms it is estimated that there is a substantial decline in bibliographic plurality because of the intense process of standardization of catalogs.

**Keywords:** Publishing Concentration. Bibliodiversity. Publishing Independence

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2</b>	<b>ESTRATÉGIA DE PESQUISA</b> .....	13
<b>2.1</b>	<b>Delimitação do Tema e Justificativa</b> .....	13
<b>2.2</b>	<b>Problema de Pesquisa</b> .....	13
<b>2.3</b>	<b>Hipótese</b> .....	13
<b>2.4</b>	<b>Objetivos</b> .....	14
2.4.1	Objetivo Geral.....	14
2.4.2	Objetivos Específicos.....	14
<b>2.5</b>	<b>Metodologia</b> .....	15
<b>3</b>	<b>CONCENTRAÇÃO EDITORIAL NO BRASIL</b> .....	17
<b>4</b>	<b>PANORAMA EDITORIAL</b> .....	23
<b>4.1</b>	<b>O ofício do editor</b> .....	23
<b>4.2</b>	<b>Síntese do setor editorial</b> .....	25
<b>4.3</b>	<b>Independência editorial e subordinação</b> .....	27
4.3.1	Os cinco modelos empresariais de editoras de Colleu.....	28
<b>5</b>	<b>MUDANÇA NA LÓGICA EDITORIAL</b> .....	31
<b>5.1</b>	<b>Best-Sellerização</b> .....	35
<b>5.2</b>	<b>Qualidade dos catálogos</b> .....	38
<b>6</b>	<b>CONCENTRAÇÃO EDITORIAL E BIBLIODIVERSIDADE</b> .....	41
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	44
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	46

## 1 INTRODUÇÃO

Nas décadas de 80 e 90, o Brasil enfrentou, assim como a maioria dos países da América Latina, um intenso processo de globalização e a implementação das políticas neoliberais, princípio que pregava a abertura dos mercados nacionais para instalações de empresas e capitais estrangeiros. A indústria nacional foi bastante afetada e teve de amargar com o seu desmantelamento frente a forte concorrência das empresas estrangeiras, estas muito mais bem preparadas e sólidas economicamente se estabeleceram ganhando espaço e eliminando muitas de suas concorrentes internas.

Este fluxo predatório do mercado afetou vários setores, sobretudo o editorial. Muitas editoras e livrarias desapareceram, principalmente as de pequeno e médio porte, outras para sobreviverem foram obrigadas a integrar-se a grandes grupos ou modificarem sua forma de compor seus catálogos, processo que transformou a lógica da seleção dos catálogos editoriais.

Se antes o editor, então independente, decidia quais obras deveriam ser publicadas, agora subordinado aos grandes grupos, sua decisão sofre pressão dos gestores e acionistas que visam a rentabilidade financeira a curto prazo. A principal consequência foi a mudança na forma de composição dos catálogos com a adoção dos *best-sellers* como o principal insumo das editoras, processo que ficou conhecido como *best-sellerização* editorial.

Na edição tradicional o tempo se mostrou um fator decisivo na composição de um catálogo de qualidade, transformando obras e escritores desconhecidos em grandes personalidades respeitáveis e clássicos literários. Porém o que ocorre nesta nova lógica é o inverso, em nome da política de giro rápido, as obras que não lograram boa aceitação de mercado são abandonadas e substituídas por outros novos títulos.

Tal fato prejudica sobremaneira a bibliodiversidade, conceito que evoca a diversidade cultural relativa ao mundo do livro. Segundo Colleu (2006) o termo apresenta analogia com a biodiversidade, pois assim como a diversidade de espécies de seres vivos é fundamental para a harmonia do ecossistema, de igual modo, a pluralidade de títulos bibliográficos é vital para o desenvolvimento cultural da humanidade. Sentido também expresso na Declaração Internacional dos Editores Independentes para Proteção e Promoção da Bibliodiversidade (ALIANÇA..., 2007, p. 2).

De acordo com esta Declaração, o termo bibliodiversidade foi cunhado pela primeira vez no final dos anos 1990 no Chile, paralelamente ao advento dos Editores Independentes deste país. Aos poucos o conceito vem ganhando forma e complexidade, e recorta duas dimensões básicas da oferta editorial, uma quantitativa e outra qualitativa, as quais serão desenvolvidas ao longo deste trabalho (PINHAS, 2011).

Poucas empresas do ramo do livro conseguiram resistir a forte crise que o setor enfrentava, muitas sofreram por causa dos descontos praticados pelos grandes grupos, principalmente as de pequeno e médio porte, fator que levou ao desequilíbrio do antigo sistema compensatório de investimento para a diversificação dos catálogos.

Dessa forma, o setor passara a conviver com duas lógicas antagônicas de atividade editorial: de um lado, empresas que trabalham com ciclo de produção curto, ou seja, com a estratégia da rápida rotatividade da produção frente à entrada acelerada de lucros e a minimização de riscos; do outro lado, editoras de ciclo de produção mais longo, as que toleram o risco financeiro, pois compreendem que os retornos do investimento em bens culturais podem demandar algum tempo (COLLEU, 2006).

Comparativamente esta última categoria comporta muito mais editores independentes que a primeira. Além disso, é importante explicar que as pequenas e médias editoras neste contexto referem-se aquelas que não são subordinadas a uma matriz ou rede, isso porque defini-las tão somente por tamanho pode-se incorrer no risco de ignorar que existem muitas filiais que se enquadram nesses dois estereótipos.

Presume-se que os grandes grupos editoriais dominem maior parte do mercado brasileiro, enquanto as pequenas e médias editoras fiquem com uma pequena fatia desse montante (ROSA, 2008). Cenário extremamente preocupante para pluralidade de ideias, visto que além dos grandes grupos controlarem praticamente a totalidade da produção de livros com ênfase na reestruturação da política editorial em função dos lucros, a prática de descontos destes tem agravado a situação econômica das pequenas e médias editoras, consideradas como as principais responsáveis pelo fomento da bibliodiversidade. (GERLACH, 2006).

Diante dessa problemática, urge reconhecer e valorizar o papel fundamental desempenhado pelas editoras independentes, cabendo a elas em particular realizar algumas incumbências que foram abandonadas pelos grandes grupos, como: revelar novos talentos, possibilitar o advento de novas expressões culturais, abrir espaço para a publicação e disseminação das obras dos novos escritores no mercado, em benefício da cultura e da construção do conhecimento humano.

## **2 ESTRATÉGIA DE PESQUISA**

### **2.1 Delimitação do Tema e Justificativa**

A temática deste trabalho restringe-se a realidade das concentrações do mercado editorial brasileiro no período compreendido entre 1990 e 2013, através de um enfoque analítico relacionando os efeitos da oligopolização no setor editorial com a mudança na forma de composição dos catálogos, e como isso afeta a diversidade dos títulos bibliográficos.

A opção pelo tema justifica-se na medida em que tomamos consciência da importância do assunto, do papel estratégico que as pequenas e médias empresas do ramo editorial desempenham sobre a pluralidade de publicações e, por conseguinte para a democratização de ideias. Na divulgação das primeiras obras dos novos autores, e no âmbito mais geral sobre a diversidade cultural do país. E desta forma contribuir para os estudos das áreas relativas ao mercado editorial, dos *best-sellers* e da bibliodiversidade.

### **2.2 Problema de Pesquisa**

A concentração editorial repercute de maneira negativa sobre a lógica editorial, impondo práticas comerciais lesivas ao pequeno e ao médio editor. Sendo estes considerados por Colleu (2006) o grupo que comporta a edição independente e os maiores responsáveis pela multiplicidade dos suportes informacionais. A problemática proposta por esse trabalho visa discutir como se desencadeia este impacto e quais são seus efeitos sobre a bibliodiversidade.

### **2.3 Hipótese**

Nos grandes grupos de editoras a pressão gerencial sobre o editor na busca por maiores lucros prejudica o processo de escolha na formação dos catálogos, ocasionando

uma transformação da lógica editorial com o fenômeno da estandardização dos catálogos evidenciada pelo processo de *best-sellerização*.

Assim pode-se afirmar que para viabilizar um contexto favorável a bibliodiversidade é fundamental que haja independência editorial, aspecto notadamente presente nas pequenas e médias estruturas editoriais que trabalham de forma autônoma. Em contraposição a esta ideia, a concentração editorial produz efeito inverso sobre a diversidade bibliográfica, com a subordinação do editor.

## 2.4 Objetivos

Os objetivos norteadores desta pesquisa estão subdivididos em dois, com vista a responder a problemática levantada na seção 2.2, e apresentam a seguinte disposição:

### 2.4.1 Geral

No que tange aos efeitos negativos da concentração editorial sobre os catálogos, este trabalho tem como objetivo principal analisar a importância dos editores independentes para o desenvolvimento da bibliodiversidade e a multiplicidade dos suportes do saber.

### 2.4.2 Específicos

Esta pesquisa focará os seguintes objetivos específicos:

- promover o debate sobre a influência da oligopolização editorial na transformação da lógica de produção dos catálogos, prejudicando dessa forma a bibliodiversidade.
- indicar a relação existente entre qualidade editorial e a presença das pequenas e médias estruturas editoriais.
- investigar os efeitos da *best-sellerização* sobre a qualidade dos catálogos editoriais.

## 2.5 Metodologia

O presente estudo tem caráter exploratório e visa discutir e tornar mais explícito o problema das concentrações a partir de uma abordagem metodológica teórico-dedutiva, que consiste num conjunto de procedimentos sistematizados nas seguintes atividades: reflexão da problemática, pesquisa e compilação de materiais bibliográficos dos principais autores, periódicos e dados estatísticos oficiais disponíveis ao público (tanto impresso como *on-line*) acerca da temática em discussão, posteriormente na leitura analítica e comparativa das referências obtidas, fichamento e a execução propriamente dita do trabalho.

A discussão em torno da temática não se limita meramente ao termo ‘bibliodiversidade’, pois como foi mencionado antes este conceito é bem recente e segue em construção, ela perpassa e estabelece uma relação dialógica de sinonímia com emprego de outras expressões como pluralidade, diversidade, multiplicidade entre outros. Além de estar circunscrito e implícito, numa relação de causa e efeito, no impacto da *best-sellerização* sobre os catálogos através de sua standardização.

Por ora esclarecemos que a cadeia produtiva do livro é composta pelos seguintes setores: “autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro e bibliotecário”, juntos formam a economia do livro (EARP; KORNIS, 2005, p. 18).

Por sua vez é notório o papel essencial desempenhado pelas livrarias na promoção da bibliodiversidade, pois de nada adiantaria o editor formar um catálogo de qualidade se não houvesse estruturas que se dispusessem vendê-lo. Sendo assim a discussão da construção e da salvaguarda da bibliodiversidade ultrapassa o campo editorial e engloba outros setores como o livreiro, o da distribuição, o gráfico, o autoral, chegando até as bibliotecas. Além disso, fica o registro da necessidade de mais estudos relacionados com este tema que demonstrem o valor desses outros setores no fomento da bibliodiversidade.

Contudo, para não delongar este trabalho, e também com vista a não se perder o foco do problema, o objeto de estudo predominantemente tratado aqui será o setor editorial, responsável pela criação dos objetos intelectuais, isso porque ele dá sustentação a todos os outros, e assim teremos uma estimativa do assunto sobre toda cadeia produtiva. Abordaremos de maneira esporádica as concentrações no setor livreiro

para explicitarmos os efeitos dos best-sellers sobre a diversidade de publicações e nas dificuldades enfrentadas pelas pequenas e médias estruturas.

Para uma melhor compreensão do tema resolveu-se dividir este trabalho em sete seções, dispostas da seguinte forma: a primeira descreve a introdução, a segunda sistematiza a estratégia de pesquisa, na terceira seção estrutura uma breve exposição da concentração editorial no Brasil.

A quarta seção sistematiza um panorama do setor e discute a conjuntura editorial com foco no ofício do editor, numa síntese editorial, trata também da questão da independência e da subordinação, onde os modelos de editoras de Colleu serão explanados numa posterior subseção.

Na quinta parte será abordado a discussão da transformação da lógica editorial com foco no fenômeno da *best-sellerização* e na qualidade dos catálogos. A sexta seção traça um paralelo entre concentração editorial e bibliodiversidade. Por fim a sétima e última seção, referente as considerações finais, busca relacionar os resultados desta pesquisa a partir dos objetivos pré definidos.

### 3 CONCENTRAÇÃO EDITORIAL NO BRASIL

No Brasil todos os setores da economia sentiram os efeitos da concentração econômica e da globalização, e pode-se afirmar que uma das áreas mais fortemente impactada por essa conjuntura foi o setor que envolve a cadeia produtiva do livro. A partir de então surge o debate sobre os riscos que este cenário poderia trazer sobre a edição, pois cada vez mais as fronteiras do caráter cultural se inter-relacionavam com o comercial.

Além do mais, o processo de internacionalização contrastou frente a duas facetas, uma positiva e outra negativa. Se por um lado possibilitou a incrível experiência de maior circulação de obras de autores estrangeiros, bem verdade que maior parte de origem de língua inglesa, mas longe de ser exclusivo; por outro aprofundou as concentrações com o surgimento dos grandes grupos editoriais (LINDOSO, 2004).

Com isso houve profunda transformação com o declínio acentuado na quantidade de selos editoriais de médio porte, tendência esta que vem ocorrendo nas últimas décadas. O mercado tem assistido a concentração de diversas editoras nas mãos de poucos grupos, fenômeno que resulta na diminuição da diversidade editorial. (EPSTEIN, 2002).

Na área de comercialização, importante salientar que no tocante as locações ao contrário do que se imaginava quem mais sofreu com as concentrações, não foram as pequenas livrarias, e sim as de médio porte, o motivo disso Earp e Kornis (2005, p. 72) esclarece: "como os pequenos livreiros ficam em locações mais baratas, em geral são as firmas médias que acabam cerrando suas portas". Os altos aluguéis dos centros comerciais somente viabilizavam as grandes redes, obrigando as médias estruturas se deslocarem para os subúrbios onde a população era mais dispersa.

Já no caso do mercado editorial, para se começar um empreendimento, como a criação de uma pequena editora, baixos investimentos são suficientes para viabilizar tal negócio, há poucos obstáculos para a entrada no mercado, o problema está na permanência. A pequena editora se caracteriza por atuar primordialmente em nichos específicos de mercado, principalmente em áreas em que as grandes editoras não veem retorno econômico rápido (SAAB, 1999).

Algumas dificuldades surgiram na compilação dos números estatísticos do mercado editorial na execução deste trabalho, dentre as quais destacamos: escassez de

pesquisas realizadas para aferir o setor<sup>1</sup> e carência de padronização internacional, dados não públicos, falta de atualização, além da falta de confiabilidade de alguns dados.

A descrença dos números acontece pela possibilidade de manipulação dos dados no preenchimento do questionário de pesquisa por parte das editoras, bem como apontam Earp e Kornis (2005, p. 29) ao afirmarem que as “editoras em má situação costumam ‘dourar a pílula’ e escondem seus problemas” isso acontece tanto por medo que suas concorrentes descubram sua real situação, quanto por estratégia competitiva.

Mello e Cozer (2012) corroboram desta mesma proposição ao explicar mais detalhadamente como a fiabilidade desses dados na prática pode ser comprometida:

A Fipe envia questionários eletrônicos às editoras, que fornecem as informações. É difícil garantir a exatidão dos dados. Nenhuma editora tem capital aberto no país<sup>2</sup>, ou seja, elas não têm obrigação de divulgar esses números. E grande parte delas não responde aos questionários. De 498 editoras do país que atendem aos critérios da Unesco (edição de pelo menos cinco títulos por ano e produção de ao menos 5.000 cópias), só 141 responderam o questionário de 2010. Os números que saem daí são, portanto, imprecisos, apesar dos cuidados da Fipe.

Outro fator também que dificulta a aferição dos números é o regime de consignação entre editoras e livrarias. O seu funcionamento ocorre da seguinte forma: a editora envia remessas de livros à livraria sem cobrança, e após a um determinado tempo recebe valor dos exemplares vendidos e também as sobras. O problema está no feedback, isto é, para manter o capital de giro muitas livrarias demoram a comunicar as editoras o número das vendas, assim postergam o pagamento, desta forma a própria editora não sabe precisar o quanto vendeu (MELLO; COZER, 2012).

Na pesquisa exploratória se constatou que há escassez de dados sobre a definição de critérios que levam a designar o tamanho das editoras por porte (pequena, média e grande). Para ser mais exato, de dados oficiais do país identificou-se somente uma divisão de tamanho de acordo com o nível variável de faturamento anual, explicitada na pesquisa de 2010 sobre a *Produção e Vendas do Setor Editorial* (CBL; SNEL, 2011) da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) detalhada a seguir:

---

<sup>1</sup> Desde 1991, o mercado editorial do país conta oficialmente com apenas a pesquisa realizada anualmente pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL). A partir de 2007 a Fundação de Pesquisas Econômicas (Fipe) da USP se tornou responsável pela pesquisa.

<sup>2</sup> Em contraste aos autores da citação, Saab (1999, p.13) aponta o seguinte, “as únicas editoras de capital aberto são as Editoras Saraiva e a Editora Melhoramentos”.

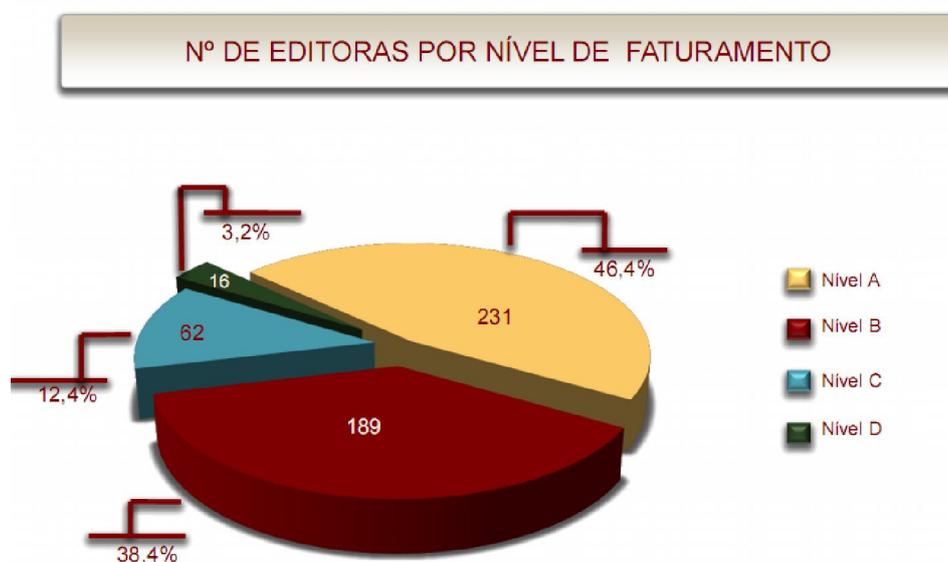
Nível A: faturamento até R\$ 1 milhão

Nível B: faturamento entre R\$ 1 milhão e R\$ 10 milhões

Nível C: faturamento entre R\$ 10 milhões e R\$ 50 milhões

Nível D: faturamento acima de R\$ 50 milhões

Ainda de acordo com a pesquisa, no período de análise o país contava com cerca de 750 editoras, mas somente 498 se enquadravam no critério de editora definido pela Unesco, ou seja, edição de pelo menos 5 títulos por ano e publicação de 5.000 exemplares/ano. Segue abaixo o gráfico do número de editoras com a divisão anterior, por nível de faturamento, demonstrando o cenário de composição do mercado editorial brasileiro em 2009.



Fonte: CBL; SNEL, 2011.

Embora o gráfico demonstre o quantitativo/percentagem do total de editoras no mercado do país, o que fornece um panorama mesmo que parcial, a pesquisa carece de mais dados sobre a média real do faturamento e o número de produção de exemplares por tamanho (ou nível) de editora. Também faltou a comparação anual para apontar como segue a tendência do mercado.

Levando-se em consideração que as pequenas e médias firmas estão inseridas nos níveis A e B, e que juntas somam aproximadamente 85% do total de estabelecimentos, tende-se aceitar que o mercado do país é descentralizado. Mas

ponderando que não haja uma perspectiva real sobre a produção e venda de exemplares por nível de editora, esta situação de mercado poderá ser relativizada, isso porque não dá para saber qual é a divisão da fatia de mercado para cada porte.

Deduz-se que os grandes grupos editoriais dominem significativamente o mercado em termos de receitas e volumes de livros vendidos. Gorini e Castello Branco (2000) estimam que no segmento de obras gerais (*trade book*) cerca de 10 editoras correspondem a 70% do faturamento nacional. Ainda assim restam algumas lacunas a serem preenchidas, principalmente nas áreas especializadas, aqui que há a oportunidade de atuação para as pequenas empresas.

Há um numeroso contingente de pequenas editoras no segmento especializado, isso pode ser explicado pela conjunção de quatro condicionantes:

1) as barreiras de entradas e os requisitos mínimos de capital para operação na indústria do livro são baixos; 2) as grandes editoras buscam áreas e títulos de maior potencial, deixando lacunas de mercado; 3) há uma ampla diversificação nos interesses da clientela potencial, o que permite aos pequenos satisfazer necessidades de nichos especiais; 4) a tecnologia gráfica hoje disponível permite a realização de pequenas tiragens com preços unitários altos, porém aceitáveis para determinados usos (BISG, 2006; PMW, 2004 apud ROSA, 2008, p. 39).

Pelo aspecto de se produzir um livro ser relativamente barato, e pelo baixo grau de investimento necessário para um empreendimento ingressar no mercado isso favorece e condiciona a oxigenação do setor com o aumento do fluxo de pequenas editoras. Mesmo assim, apesar dos escassos obstáculos para se conseguir entrar no negócio editorial, fato é que grande parte desse segmento se mostra comercialmente insustentável, por causa de problemas de gestão.

Por isso que há no segmento tanto um elevado índice de natalidade quanto de mortalidade de pequenas editoras, sendo este primeiro índice fator preponderante para a sobrevivência da variedade de publicações e também a principal fonte de inovação bibliográfica do sistema editorial, isso porque é nesta categoria que se concentra o maior percentual de publicações dos mais variados assuntos (NARDON, 2010).

Por outro lado, é bem verdade que nas últimas décadas o mercado editorial seguiu forte tendência de formação de grandes grupos editoriais, também chamados por Lindoso (2004, p. 190) "de conglomerados da indústria da informação, ou difusão de conteúdo" e que são identificadas sob três grandes tendências, a saber:

a) Na anexação das editoras por corporações dos grupos de comunicação, alguns exemplos são: Viacom, TimeWarner-AOL, Vivendi Universal, Bertelsmann, News Corporation (do magnata Rupert Murdoch), Disney e CBS.

b) Movimentos de aquisições de editoras na exploração linguísticos ou geográficos específicos assim como ocorre na expansão de editoras espanholas nos países na América Latina, exemplos são os grupos Santillana e Planeta e de alemães nos Estados Unidos, como a Bertelsmann, Holtzbrink e a Penguin.

c) Por segmentos de áreas específicas, principalmente em áreas técnico-científicas, é o caso da holandesa Elsevier.

Num contexto mais amplo, para Becerra et. al (2003, p. 55 apud MUNIZ JUNIOR, 2010 a, p. 9) a tendência de concentração se polarizou sob três movimentos distintos, a saber: "horizontal (aquisições dentro do mesmo setor); vertical (aquisições dentro de uma mesma cadeia de produção); e conglomeral (fusões entre empresas de diferentes setores)". A falsa imagem de altos rendimentos que projetava para o setor atraiu investidores de outros ramos de negócios que não sabiam nada da particularidade desta área.

Foi a partir da década de 1990 começa a se desenvolver no país a formação de conglomerados editoriais através de fusões e aquisições empresariais. Dantas (2012, p. 75) sequencia alguns grandes conglomerados que passaram por tais incorporações.

Primeiro a Record, o grupo é atualmente o maior conglomerado do Brasil e da América Latina. Segundo o autor, 15 firmas, entre editoras e selos, compõe o grupo empresarial. São eles: Record (carro chefe do grupo), Bertrand Brasil, José Olympio, Civilização Brasileira, Rosa dos Tempos, Nova Era, Difel, BestSeller, Edições BestBolso, Galera & Galerinha, Harlequin (joint venture), Best Business, Verus Editora, Viva Livros (Ibid., p. 75).

Após vem a Ediouro, que reúnem as editoras Agir, a Nova Fronteira, a Nova Aguilar, a Desiderata, a Duetto, em 2006 se fundiu ao grupo editorial inglês Thomas Nelson de sede na cidade americana de Nashville.

O grupo editorial espanhol Santillana<sup>3</sup>, agregam a Editora Moderna, 75% e Salamandra da Objetiva. A Campus/Elsevier que comprou a editora Impetus e a Landscape adquiriu a Leganto Editora. Em 2004 a editora Abril adquiriu o controle da Ática e da Scipione. Cabe aqui ressaltar as principais grandes editoras do segmento de obras gerais, são elas: Globo, Siciliano, Rocco, Martins Fontes e a L&PM (Ibid., p. 75).

---

<sup>3</sup> Recentemente o maior grupo editorial do planeta, a Penguin Random House, adquiriu todos os selos da Santillana. Com o acordo o grupo que já possui participação acionária na Companhia das Letras, incorpora e controla a totalidade da Editora Objetiva, agregando os selos Alfaguara, Suma, Fontanar, Ponto de Leitura e Foglio. (PENGUIN..., 2014)

Importante mencionar, no *Ranking Global do Mercado Editorial* de 2012 dos 54 maiores grupos do planeta, três empresas brasileiras registra posição nesta lista: a Abril Educação, a Saraiva e a FTD. O ranking mostra o grupo Abril com a melhor colocação, a empresa saltou da 46ª para a 40ª posição na comparação entre 2010 e 2011, com faturamentos anuais respectivamente de 231,80 e 319,05 milhões de euros (CARRENHO, 2014).

A Saraiva avançou da 52ª a 50ª posição, com faturamentos anuais respectivamente de 188,00 e 207,44 milhões de euros; e por fim a Editora FTD subiu quatro posições, passando da 56ª para a 52ª colocação, com faturamento em 2010 de 161,60 milhões de euros e 175,21 em 2011 (Ibid).

Então o mercado editorial brasileiro vivia forte concentração, o que se tornou motivo de preocupação e atenção especial, por aqueles que estudam a lei de oferta e demanda dos bens culturais. Mas antes de se abordar propriamente a problemática desta situação, cabe agora traçar um panorama do setor.

## 4 PANORAMA EDITORIAL

Para uma melhor compreensão de como as novas imposições de mercado vem afetando a área ao longo das últimas décadas, este tópico busca traçar um breve panorama do setor editorial, subdividindo-se em três subseções, dispostas da seguinte forma: 4.1 trata do ofício de editor, a 4.2 expõe uma síntese do setor, a subseção 4.3 analisa a questão da independência e subordinação, esta que por sua vez se subdivide em outra subseção (4.3.1) e descreve os cinco modelos empresariais de editoras propostos por Colleu.

### 4.1 O ofício de editor

Há muito tempo equivocadamente a função de editor foi traduzida meramente como prestação de serviços gráficos de impressão, mas isso decorre de certa confusão por causa da escassez e de inexata conceituação deste ofício por certas obras de referências. Isso pode ser verificado na definição proposta pelo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (2010, grifo nosso), ao dizer que o editor é "o responsável pelo ato de **publicar** textos de qualquer natureza [...]".

Mais do que somente a tarefa da publicação de obras bibliográficas, compete a ele um leque de outras atividades, o Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 141) apresenta com mais detalhes a missão deste profissional, ao dizer que é a "pessoa ou entidade que dirige a publicação de uma obra ou coleção: reúne, prepara, revê, coteja e anota", ou seja, é o responsável por selecionar, organizar, preparar a obra para disponibilização, e isto ocorre "tanto pela sua apresentação gráfica como pela sua distribuição e venda".

De acordo com Gorini e Castello Branco (2000, p. 7) o processo de criação de uma obra por um editor obedece algumas etapas, são elas: "adiantamento do autor, [também] incluem tradução, copidesque, composição, revisões, fotolito do miolo, fotolito da capa, criação da capa, revisão técnica". Depois dessas etapas segue a parte gráfica, com as fases de impressão do miolo e da plastificação da capa.

Ao se considerar que há uma extensa gama dos mais variados assuntos, e que para cada leitor há uma limitação de interesses em poucos assuntos, deste modo o principal desafio do editor é tentar suprir a necessidade informacional do público leitor conciliando com os diversos títulos publicados (EARP e KORNIS, 2006).

Para Macedo (2012, p. 4) "a essência do trabalho do editor é o conteúdo", isso porque este profissional lida com a "ideia central do livro, com a qualidade do texto e do autor, com a melhor forma de produzi-lo e apresentá-lo visualmente, divulgá-lo, torná-lo acessível e vendê-lo", em síntese, corresponde à preparação técnica do manuscrito até a publicação. Diante destas definições depreende-se uma gama de atividades a permear o ofício editorial.

A transformação de um texto em um livro só poderá ser concretizada com o auxílio da coordenação seletiva por parte do editor, dessa forma nasce o livro em um objeto intelectual disponível para ser adquirido e apreendido pelo público. Em outras palavras, o profissional dá voz aos autores e amplifica-a levando ao grande público suas obras (CHARTIER, 2001, apud MACEDO, 2012).

O editor sintetiza fundamentalmente duas funções: a de disseminação, por meio da propagação e inserção de novas obras na sociedade; e a de preservação, na salvaguarda dos grandes clássicos. Por esta razão compartilha também do papel comunicacional formador de opinião ao lado dos ramos da indústria de comunicação de massa como: a imprensa, a televisão, o rádio, o cinema e outros.

Atua na seleção e avaliação das obras que serão escolhidas para publicação, decidindo quais textos circularão na sociedade, desta forma privilegia certos autores em detrimento de outros (MUNIZ JUNIOR, 2010 a). Outra peculiaridade do ofício é a forte ligação deste profissional junto aos escritores viabilizando o lançamento das primeiras obras, e também na satisfação dos leitores/clientes concernentes as expectativas sobre novos títulos e na qualidade do catálogo.

Como agente cultural, é responsável por conceder a inúmeras pessoas a oportunidade de terem contato com a informação, a educação e o entretenimento. Daí se pressupõe o imprescindível papel da edição como agente de fomento cultural de uma nação (MUNIZ JUNIOR, 2010 a).

Enquanto mediador entre a obra intelectual e o objeto comercial, o editor é peça chave na disseminação e na restrição do conhecimento produzido, pois é ele que determinará, pelo menos provisoriamente, quais textos estarão ou não disponíveis ao público. A difusão ocorre mediante a inclusão da obra no catálogo para publicação e

divulgação; a última (restrição) ocorre sob duas condições: na recusa da publicação pelo editor<sup>4</sup> e na escassez deste profissional no mercado.

Esta escassez é expressa tanto na insuficiente formação desse profissional distribuído na proporção territorial nacional, quanto no resultado da baixa procura dos serviços de edição por parte dos escritores. Neste último aspecto há uma relação lógica de causa efeito, pois como ainda o país ainda não conseguiu formar um mercado consumidor potencial de leitores, a produção tende a acompanhar o mesmo ritmo da demanda, evidenciando assim a baixa procura dos serviços editoriais.

Para um melhor entendimento sobre a transformação organizacional e estrutural ocorrida nas últimas décadas do mercado editorial, a seguir será descrito, de maneira sucinta, como se configura o modelo tradicional de negócio da edição e o contexto que se encontra inserido.

## **4.2 Síntese do setor editorial**

O setor editorial faz parte da cadeia produtiva do livro, sistematicamente, ela reúne dois grupos que estabelecem constantemente relações entre si, em um arranjo mais específico e direto o primeiro grupo engloba os setores: editorial, o gráfico, o de distribuição e o de comercialização (incluídas aqui as livrarias físicas e online); e o segundo grupo, num contexto mais abrangente e indireto, reúnem as atividades: autoral, bibliotecária, de fabricação de papel e de produção de maquinarias para gráficas.

Com foco no âmbito editorial, julga-se que grande parte das editoras restringem suas atividades somente ao ramo da edição, isso por causa da insuficiência de capital, sendo a maioria destas constituídas de empresas de pequeno e médio porte. Algumas outras, aqui se incluem os grandes grupos e alguns selos de médio porte, se verticalizam e incorporam outros setores da cadeia como o da distribuição, da produção gráfica e da comercialização (MELLO, G. 2012).

---

<sup>4</sup> Cabe a ressalva de que é impossível a inserção de todas as obras submetidas à apreciação do editor no catálogo de uma editora, muitas por falta de qualidade literária e outras por não se adaptarem ao nicho editorial. Porém a recusa que tratamos neste trabalho é determinada por práticas prejudiciais impostas pela nova lógica comercial explicitada na seção 5.

O principal ativo de uma editora é o seu catálogo de obras e autores, junto com o setor de recursos humanos que ficará responsável por fazer a seleção, a negociação, à obtenção dos direitos autorais e a produção dos títulos que irão compor o catálogo. Desta forma a principal fonte de investimentos do negócio relaciona-se com a produção de conteúdos para comercialização e na alocação dos estoques.

Por longo tempo a atividade editorial foi exercida por pequenos empreendedores, grupos de pessoas com mesma afinidade, muitos familiares, de forma descentralizada, improvisada, autônoma e bastante amadora. Quando surgiu a concorrência das grandes estruturas, maior parte daqueles editores enfrentaram problemas financeiros devido a deficiências administrativas e de gerenciamento.

Além disso, o modelo tradicional da edição sempre se denotou uma atividade modesta. Epstein (2002, p. 19) diz que "se o dinheiro fosse o principal objetivo, essas pessoas provavelmente teriam de ter escolhido outras carreiras [...] ofício cuja recompensa é o ofício em si e não o seu valor em dinheiro". Portanto o ramo editorial está longe de se constituir um negócio promissor.

Corroborando esta mesma opinião Nardon (2010, p. 12), fundamentada na pesquisa de Earp e Kornis realizada em 2005, ao afirmar que o ramo editorial não é uma atividade que "se configura como econômica, nos moldes tradicionais". Ainda complementa ao dizer que "o ganho maior de seu trabalho ou a taxa de retorno realmente relevante [...] é o valor simbólico que encontram na importância cultural de sua produção ou no prestígio daí decorrente".

Sendo assim, historicamente a atividade fim do editor não visava uma busca desenfreada pelo lucro, mais aquém de uma paixão pela profissão, cuja retribuição está no prazer de formar um catálogo de qualidade e no prestígio decorrente do elevado valor simbólico cultural de sua produção.

No âmbito do pequeno empreendimento, o editor além de exercer as funções de criador e artesão, também desempenha a de gestor/chefe, podendo assim relacionar no negócio tanto a dimensão cultural quanto a industrial. Já nos países anglo-saxões há a divisão entre os cargos de gestor/chefe (conhecido como *Publisher*), da função própria de editor (COLLEU, 2006).

A concentração editorial alterou a estrutura organizacional com a separação de cargos, com vista a atender a uma gestão mais eficaz dos negócios. O editor não possuía mais a antiga autonomia de decisão na escolha dos catálogos, de agora em diante estava subordinado às pressões do gestor financeiro e do departamento de marketing da

empresa. A determinação dos dirigentes era direcionar os recursos financeiros para obras que atendesse um perfil de investimento que resultasse em lucros imediatos, tendo nos *best-sellers* e potenciais pretendentes maior significado.

Não havia espaço para arriscar em títulos que corressem risco de ficar estagnados nas prateleiras e nos estoques das livrarias ou das editoras, mesmo que fossem obras de valor literário e que para lograrem sucesso fosse necessário empenho de tempo e trabalho, se não enquadrasse no perfil seriam recusadas. A partir de então a assistência do editor aos escritores começou a ser redefinida, sobretudo para aqueles que buscam lançar sua primeira obra.

É neste contexto gerencial que se aplica os conceitos de independência e subordinação editorial, temática esta que será analisada na próxima subseção.

### **4.3 Independência editorial e subordinação**

Há uma clara distinção entre a função de editora universitária e editora comercial. Enquanto a primeira busca sem fins lucrativos difundir o conhecimento e a cultura acadêmica atendendo aos programas de estudo, pesquisa e extensão universitária, a última (editora comercial) necessariamente encontra-se condicionada na clássica relação dicotômica entre função cultural e empreendimento lucrativo.

Mas o que é pouco discutida sobre a edição comercial e ainda encontra-se indefinida é a distinção existente entre aquelas que são independentes das que são subordinadas, diferença crucial sob o ponto de vista da qualidade editorial que tende a alterar profundamente a natureza da edição, e comprometer o seu papel histórico de preservação e fomento da diversidade cultural.

A independência editorial significa trabalhar na composição do catálogo com total liberdade, de maneira autônoma e soberana, não sujeita aos interesses de uma instituição, partido político, grupo de comunicação ou a uma empresa. Do outro lado, a financeirização deste setor, fruto de processo de fusão e aquisição, poderá comprometer a perda da independência da linha editorial, ainda mais se aquisições forem oriundas do mundo empresarial que não apresentam relação alguma com o ramo da edição (PARIS, 2007, apud, MUNIZ JUNIOR, 2010 b).

Muitas são as editoras que se declaram independentes, mesmo sendo filiais ou pertencentes a grandes grupos, porém apoderam-se deste termo como estratégia publicitária e como expressão da moda para lograr prestígio junto ao seu público. Na realidade muitas seguem distantes de uma real independência e autonomia na criação de seus catálogos.

Desta maneira, mais do que qualquer reivindicação autodeclaratória, surge então a necessidade de uma definição mais clara para conseguir se distanciar do conceito da discussão teórica e assim buscar uma posição num campo mais prático. Visando a responder esta questão, Colleu estruturaliza cinco modelos de editoras de acordo com seu porte, como será descrito a seguir.

#### **4.3.1 Os cinco modelos empresariais de editoras de Colleu**

Como a reflexão se articula em torno da noção de bibliodiversidade, e por falta de dados mais pormenorizados sobre a segmentação do tamanho de editoras, assim para uma melhor compreensão desse quadro, torna-se fundamental considerar os modelos de empresas de edição sistematizados por Colleu (2006, p. 21-24) que ajudarão a estimar o grau de independência editorial e subordinação diante dos mercados financeiros.

O primeiro modelo desenvolvido pelo autor é o da empresa 'familiar'. É aquela controlada por um grupo familiar ou de amigos, e que possui independência financeira. Às vezes, está sujeita as pressões do difusor e distribuidor, tem liberdade de escolha na produção e composição do catálogo. Alguns desse negócio têm o desejo de crescimento, outros estão satisfeitos com seu equilíbrio econômico, seus esforços são mais no sentido de valorização de seu catálogo do que na ganância de lucro exacerbados. Nesta categoria está a maioria das pequenas editoras.

O segundo modelo segue próximo ao primeiro, porém é financeiramente mais sólido, pois conta com investimentos tanto por autofinanciamentos ou por empréstimos bancários, é bastante sensível a qualquer crise de mercado. Aceita parceria profissional (como as de impressor, difusor e distribuidor) participe do capital de maneira minoritária e bem controlada, por isso preserva certa independência, Comparado com aquelas de capital aberto, mantém forte autonomia.

O terceiro modelo visa o crescimento como única forma de gestão. Insere-se nesta categoria um grupo de pequenas e médias editoras que administram filiais. Como no modelo anterior, também permite a união societária com parceiros profissionais, com o diferencial na avaliação da possibilidade de compra de editoras menores ou na incorporação nas de maior capital, de modo a constituir grupos ou associação de editores. Proclamam-se editorialmente independentes, mas até certo ponto isso é questionável, isso porque algumas matrizes impõem suas regras de gestão sob suas sucursais.

O quarto modelo admite o ingresso de capitais oriundos do mercado financeiro só que com presença minoritária. Os recursos que sustentam os projetos de investimento desse negócio são maciçamente provenientes do capital industrial, razão de quase sempre o dirigente ser um representante deste segmento e que possui maior parte de investimento de seu próprio capital, convive frequentemente com pressão por parte de seus acionistas, com pena de expulsão da direção. A abundância de acesso a capitais para investimentos torna-se um fator facilitador para um rápido crescimento desta estrutura.

O quinto e último modelo correspondem à empresa de mercado aberto, cuja liderança não possui capital e está submetida aos anseios de lucro de seus acionistas. Este modelo apresenta forte tendência de concentração com vista ao domínio do mercado, razão pela qual constantemente são detectadas fusões e aquisições nesta categoria. A prioridade é a busca por maiores rendimentos possíveis aos acionistas antes de qualquer outra ponderação.

Colleu (2006, p. 24) identifica no quarto e no quinto modelo de empresa uma maior adequação a ideia de indústria cultural, ou seja, a cultura (e aqui implicitamente refere-se ao livro) muda sua feição a um mero produto a se tirar maiores rendimentos, assim o interesse dos acionistas se sobrepõe a razão de ser da editora.

O que para os acionistas era sinônimo de maior rentabilidade, porque a concentração denota uma firma mais poderosa e lucrativa no setor, já para os especialistas do mercado editorial tornou-se motivo de preocupação, isso porque a financeirização do setor vem transformando a lógica editorial impondo práticas prejudiciais a bibliodiversidade.

Portanto, em síntese, os cinco modelos representam uma alteração na estrutura da gestão editorial, o que antes pertencia a uma família ou a um grupo societário limitado (representado no primeiro, segundo e terceiro modelo) passa então a ser

dominado por grupos de acionistas ou sociedades de investimento (figurado no quarto e no quinto modelo). Mudança que comprometeu a autonomia editorial, levando a uma ruptura do seu histórico papel de compromisso editorial com a educação e cultura, agora a serviço exclusivamente do capital.

Mas antes de abordar como esta transformação afetou a lógica do negócio editorial, convém a seguir, conceituar a noção dos *best-sellers* para se compreender como a sua adoção pelos grandes grupos ajudou a desestruturar o equilíbrio dos catálogos e a diminuição da qualidade destes.

## 5 MUDANÇA NA LÓGICA EDITORIAL

Existe uma razão quanto à crítica e preocupação, por parte de grupos como a Liga Brasileira de Editoras (Libre) e de defensores da edição independente, a crescente onda de concentrações no setor que ocasionou em profundas transformações estruturais. Uma nova forma de compor os catálogos imposta pelas grandes estruturas editoriais, uma lógica de gestão muito distante da antiga estrutura, esta última formada principalmente pelas pequenas e médias empresas do ramo.

De fato há fundamento nessa crítica, ainda que pra muitos soem de um modo saudosista, isso porque remete ao tempo em que a edição independente se caracterizava pelo comprometimento com a qualidade e a diversidade na formação de seus catálogos, e ainda não sofria pressão da globalização e da financeirização do setor. Novos imperativos foram impostos pelos grandes grupos às políticas editoriais, como a redução de custo e pessoal, o empobrecimento da oferta editorial, assim como a introdução e uma extrema simplificação do processo de produção (BUENO, 2005).

Muitos autores apontam essa mudança da edição, Jason Epstein e André Schiffrin são os mais categóricos. Como gestores do ofício ambos testemunharam em suas carreiras profissionais a aquisição de importantes selos editoriais por grandes conglomerados midiáticos, inclusive daquele que trabalhavam, paralelamente a isso, constataram que a pressão financeira sobre a composição dos catálogos, resultou numa diminuição substancial da qualidade dos conteúdos publicados.

Epstein dirigiu a editora Random House por 40 anos, foi cofundador de *The New York Review of Books*, pôde testemunhar e revelar em sua obra *O negócio do livro* os bastidores de como funcionava a indústria editorial. O autor aborda a crise e as dificuldades que viveu diante das fusões editoriais, a rotatividade das publicações em livrarias e retrata os *best-sellers* nesse contexto, descreve a transformação que deixou a indústria irreconhecível quando comparada ao que era há meio século atrás.

Outra testemunha dessa transformação foi Schiffrin, em 1962 inicia a sua carreira como editor a frente da Pantheon Books subsidiária da Random House, era o começo de uma longa vida dedicada ao mundo dos livros. Conduziu o negócio por quase três décadas, em 1980 ambas as empresas foram adquiridas pela Newhouse, e desde então algumas mudanças ocorreram. Iniciou-se um movimento de intensa pressão

financeira e ingerência por parte dos acionistas sobre a edição, com o intuito de reduzir despesas e alcançar maiores lucros (SCHIFFRIN, 2006 b).

Então os grandes grupos experienciaram tal pressão que está levando a deterioração do ambiente profissional com o rebaixamento do cargo de editor na hierarquia organizacional e conseqüentemente perda da autonomia, agora o seu poder de escolha estava sujeito aos caprichos dos superiores. Em relação a esta subordinação temos o seguinte:

É cada vez mais frequente que as grandes editoras se cerquem de editores com pouco poder de decisão, com competências reconhecidas, porém limitadas, reduzindo a função editorial à de técnico do texto e do livro. [...] nos grandes grupos o editor é colocado no organograma abaixo dos dirigentes (Diretor-Presidente, Diretor Geral, etc.), mas igualmente abaixo dos responsáveis pelas direções financeiras, comerciais, jurídicas, de recursos humanos e marketing. (COLLEU, 2006, p.52).

Desta forma evidencia-se a redução do poder decisório e a submissão do editor na administração do empreendimento e como consequência a perda de sua autonomia. Esta situação se confirma com o que foi explicitado anteriormente, quando foram tratados os pressupostos dos cinco modelos de empresas sistematizados por Colleu, tendo maior significação no quarto e quinto modelo, pois é onde há uma maior ingerência do capital e de pessoas alheias a dinâmica editorial.

A antiga dupla função (de editor e de gestor) que equilibrava as relações entre empreendimento cultural e industrial e que era exercida tradicionalmente por um profissional não havia mais, a verticalização tornou o processo de seleção impositivo, ou seja, a gerência ditava o perfil das obras que o editor deveria acatar. Schiffrin (2006 b, p. 1) nesta mesma linha adverte ao afirmar que "ainda há muitas pessoas interessadas em bons livros nas editoras, mas elas não estão mais no comando. Os financistas estão no poder, e eles decidem o que será publicado".

Houve restrição aos títulos que não atendia ao perfil de investimentos com retorno comercial garantido, isto é, a imensa maioria dos livros de escritores desconhecidos do grande público, de assuntos não convencionais fora da fórmula padrão do "sucesso", e as primeiras obras dos novos autores. Estas sendo recusadas por parte de muitas livrarias pelo fato de ocuparem espaço em estoque e apresentarem baixíssimo giro.

Ainda de acordo com Schiffrin (2006 b, p. 1) outra mudança foi a elevação da meta de lucro destes grandes grupos, o que antes correspondia entre 4% e 5% as taxas anuais de rentabilidade agora se fixavam em torno de 15% a 20%. Ele acrescenta

fazendo a seguinte ponderação: "esses grupos possuem jornais com taxas de retorno de até 26%, e querem que os livros sejam igualmente lucrativos. A diferença é que livros não têm anúncios".

Para conseguir alcançar tais taxas, não era possível continuar com o modelo tradicional, a saída compreendia a adoção de uma gestão eficiente do orçamento, e isso implicava na transformação da produção literária em um bem de alta rotatividade, portanto, assumindo maior significado na figura dos *best-sellers*.

Outro aspecto importante a considerar, não é somente uma transformação na forma de compor catálogos das grandes editoras, com a livre concorrência, este fenômeno também perpassa e impacta diretamente o processo de seleção dos catálogos dos pequenos e médios editores.

Se por um lado a competição beneficia o consumidor com descontos maiores e preços mais acessíveis, isto em razão de ganho de produtividade das grandes estruturas que gozam da capacidade de operarem com maior escala e menor custo, por outro lado agrava a crise das pequenas estruturas e impõe sobre elas um desequilíbrio das contas orçamentárias.

O problema reside no fato de que, em um mercado livre, um processo que começaria com os grandes varejistas oferecendo livros mais baratos, beneficiando-se de economias de escala e de descontos impostos aos editores, acabaria sendo destrutivo e gerando falhas de mercado que só poderiam ser corrigidas mediante regulamentação. Isso porque a prática do desconto levaria a uma concentração das vendas de *best-sellers* nessas lojas, em prejuízo das livrarias independentes, resultando em falência das mais fracas (EARP E KORNIS, 2006, p. 95).

Há dois custos envolvidos com a produção do livro, o fixo e o variável, o primeiro está ligado à atividade em si editorial e o último envolve os custos gráficos que podem variar de acordo com a quantidade de vendas. Sendo assim a determinação do preço de uma publicação está condicionada com o número da tiragem, isso porque quanto maior o número de títulos para impressão menor será o custo do livro<sup>5</sup>. Logo as grandes editoras poderiam oferecer maiores descontos.

Como resultado, os grandes grupos cumulavam quase que a totalidade das obras mais vendidas deixando uma parcela bem reduzida para as pequenas e médias, levando assim ao desequilíbrio financeiro destas últimas, pois dependiam da margem de lucros auferidos dos *best-sellers* para impulsionar as obras de pouca circulação. Dessa forma muitas entraram em crise financeira e foram obrigadas a mudar a forma de seleção de

---

<sup>5</sup> Para mais informações (NARDON, Cláudia Neves, 2010)

seus catálogos, tendo também que sujeitar aos títulos mais vendidos, e deixando de lado cada vez mais as obras de pouco giro.

A gestão econômica de uma editora tradicional regrava-se por uma fórmula que mantinha o equilíbrio e a pluralidade do catálogo. De acordo com Gerlach (2006, p. 39) este modelo econômico ficou conhecido como "sistema de perequação (ou 'subvenções cruzadas'), isto é, o sistema de compensação onde o financiamento de uma maioria de títulos deficitários por algumas obras que vendem bem", tipo de gestão orçamentária tradicionalmente bem comum entre editores e livreiros.

Nesse sistema de cálculo, existem três categorias de vendas de livros: na primeira encontram-se os livros que obtiveram um rápido fluxo de vendas e aceitação do público em razão das mais variadas circunstâncias; na segunda estão os livros que não foram tão bem aceitos, porém pagam os gastos envolvidos com a tiragem destes títulos; e a terceira categoria estão as edições que estagnaram e trouxeram prejuízos.

Ao longo da história, o setor de produção e venda do livro sustentou-se economicamente neste tripé compensatório, de maneira que o ganho dos dois primeiros segmentos ajudava a cobrir as despesas do prejuízo deste último, a investir em novas obras e a obtenção de uma pequena margem de lucro.

As novas configurações econômicas impostas pelas grandes estruturas não aceitavam os dois últimos segmentos de títulos, isto é, aqueles que não proporcionavam rentabilidade rápida e direta. A maior parte dos esforços se concentrava na produção, divulgação e venda dos *best-sellers* e em obras que tinham potencial para fazer parte deste perfil.

Então a massificação deste tipo de obra, permitiu aos grandes grupos concedessem maiores descontos, obrigando as pequenas e médias estruturas focar seus investimentos também nas obras mais vendidas, isso reduziu o financiamento em novidades, diminuiu a variedade de ofertas e levando o empobrecimento dos catálogos dessas estruturas.

Com a massificação dos *best-sellers* muito se discute, sob o ponto de vista da qualidade literária, o valor deste tipo de publicação. Compreende-se a importância de sua existência, pois é através deles que outras obras serão apoiadas, inclusive o primeiro livro de escritores iniciantes. Portanto, o uso do recurso da perequação é fundamental para viabilizar a criação de um acervo diversificado e de qualidade, ao passo que as obras de maior giro (*best-sellers*) dão sustentação aquelas de pequeno giro.

### 5.1 *Best-sellerização*

No século XV, a invenção dos tipos móveis e da prensa por Gutenberg propiciou condições para a produção do livro em grande escala, dessa forma o livro tornou-se o primeiro veículo de massa do processo comunicacional a ser difundido. Tal advento foi considerado um marco fundamental para o início da modernidade, pois houve uma acelerada expansão e evolução dos registros do pensamento crítico, científico, artístico e acadêmico da humanidade. Favoreceu o desenvolvimento de importantes processos históricos como a Revolução da Imprensa, o Renascimento, a Reforma Protestante e a Revolução Científica.

Mas foi só a partir da Revolução Industrial que o mercado editorial tomou consistência ao molde empresarial voltado a exploração dos produtos culturais. Outro fator que impulsionou a industrialização da cultura foi as políticas de educação do século XIX através da expansão de escolas e da alfabetização em massa, o que significou numa forte expansão do número de leitores. (SILVA, F. 2006). É nesta conjuntura que surge o *best-seller* reflexo desta mercantilização e aumento da demanda.

Os *best-sellers* são os livros com maior aceitação de mercado, também conhecidos como literatura de entretenimento, de massa, trivial, sublitteratura e de mercado. Para Reimão (1996, p. 5) a expressão engloba dois campos de significação, o primeiro campo está ligado ao sentido de vendas, “diz respeito ao comportamento de vendas de um determinado mercado editorial [...] indica os livros mais vendidos de um período em um local”. Nesse âmbito não existem critérios convencionados para determinar qual a quantidade de livros vendidos são necessários para uma publicação ser considerada um *best-seller*.

E o segundo campo, de acordo com a mesma autora, corresponde a um tipo de texto, identificado “com características internas, imanentes, de um tipo de narrativa ficcional”. Neste aspecto há um engessamento literário do gênero e do tipo. A maior parte das vezes, a ideia de *best-seller* assume significado pejorativo, pois tais títulos são tachados de obras de baixa qualidade literária com escrita de fácil assimilação para alcançar o grande público.

Bem verdade que a grande maioria apresenta esta particularidade, porém não se restringe somente a esta categoria, pois muitos clássicos e eruditos estão inclusos nesta

lista, sendo assim os *best-sellers* as obras que atingiram o sucesso de vendas, tanto no pequeno, no médio ou no grande estabelecimento.

Fato é que no início quando o setor de produção de livros se profissionalizou não existia uma fórmula para o sucesso de vendas e a maioria dos livros de valor não tinha sequer a pretensão de se tornar *best-seller*, muitos escritores conseguiram este status pela persistência dos editores. O tempo também foi outro fator preponderante que levou muitas obras a alcançar notoriedade, assim como exemplifica Colleu (2006, p. 56).

Quando Esperando Godot foi publicado em 1952, a Minuit só vendeu algumas dezenas de exemplares e levará anos para tornar seu investimento lucrativo. Desconfia-se hoje, evidentemente, que esta obra é um excelente negócio. Se este título tivesse sido publicado por um grupo, ele teria sido abandonado desde 1953.

Na mesma linha Gerlach (2006, p. 85) apresenta outro exemplo semelhante ao relatar: “muitos de nossos clássicos – citemos apenas Kafka ou Proust – não teriam encontrado sucesso sem um trabalho de fôlego de seus editores e uma presença durável nas livrarias [...] essa presença durável parece mais importante do que nunca”.

Em entrevista ao programa Roda Viva da TV Cultura em janeiro de 2013, Schiffrin corrobora também desta posição, ao afirmar “livros muito bons não vendem necessariamente muitas cópias, mas eles precisam existir, e às vezes, 10 anos depois eles serão descobertos”. Ainda complementa dizendo que há 25 anos a New Press (editora que ele dirigia) publicou mais de 1000 livros, cerca de 990 desses livros seriam recusados pelas grandes editoras por não se parecerem promissores, no entanto alguns desses venderam 1 milhão de exemplares (SCHIFFRIN, 2013).

Por muito tempo, as obras mais vendidas assumiam uma notória função dentro do ramo da produção e comercialização do livro, permanecendo como a base financeira principal do negócio, pois é justamente estes que permitem as livrarias e as editoras custearem os aluguéis, as despesas com funcionários, e viabilizarem as obras de pouca rotatividade.

Agora na edição contemporânea, sobretudo nas grandes editoras, a seleção dos títulos se submetia a uma receita de tipo e gênero a ser seguida para inserção das obras no catálogo. A adoção de novas obras deveria atender necessariamente as seguintes exigências: a narrativa ficcional para o tipo textual, e o gênero literário deveria abarcar temáticas de aventura, amor, romance, autoajuda, ficção científica, sexo e crime. Seguindo este receituário a probabilidade de se conseguir produzir um *best-seller* seria maior, este fenômeno ficou conhecido como *best-sellerização* (MORIN, 2002, p. 4).

Com a introdução desta fórmula pelas editoras nas últimas décadas, um efeito observado nas prateleiras das grandes livrarias é o predomínio quase que generalizado desse tipo de literatura em relação às outras formas de literaturas. Assim as obras que atendiam ao perfil de possíveis *best-sellers* tornaram-se o principal insumo das grandes editoras e livrarias, visando desta forma potencializar maiores retornos financeiros.

Esta mudança, em parte, pode ser explicada pelo seguinte fato: o mesmo aluguel que eram pagos pelas lojas de calçados ou roupas nos shoppings agora também eram pagos por livrarias. Sendo assim, este estabelecimento precisava contar com produtos de alta rotatividade, bens que fossem comprados por impulsos.

Isto implicava livros escritos por autores cujos nomes funcionavam como marcas, com os seus exércitos de leitores fiéis, ou livros escritos por celebridades que os propagandeavam nos programas matinais da TV e em *talk-shows*: princesas da família real, profissionais da saúde e seus modismos, mafiosos reformados, descobridores dos doze segredos do sucesso financeiro ou romântico, políticos, místicos orientais, lutadores, técnicos de futebol, fisiculturistas, dietistas, colunistas de fofocas, evangélicos, estrelas do basquete e assim por diante. (EPSTEIN, 2002, p. 102 e 103).

Com a *best-sellerização*, as grandes cadeias de livrarias poderiam conceder maiores descontos, a razão disso está na possibilidade de atuar com economia de escala<sup>6</sup>, graças à existência de obras de alto giro e de escopo<sup>7</sup>; assim também como dispor de locais visíveis ao grande público, como shoppings e grandes centros comerciais. Além disso, existia a questão dos estoques, ficava cada vez mais oneroso manter em estoques produtos de baixo giro, isso também justificava a comercialização dos *best-sellers*.

Desta forma, houve forte mudança na composição dos títulos das livrarias. Esta singular peculiaridade que o mercado editorial e comércio livreiro experimentavam apresentou-se como grave ameaça a pluralidade de ideias, isso será visto mais adiante. A seção seguinte tratará da reestruturação do organograma organizacional, seu efeito na limitação nas atribuições da função do editor, como isso comprometeu suas decisões de seleção dos catálogos e levou ao desequilíbrio do tradicional sistema de perequação.

---

<sup>6</sup> De acordo com Possas (1993, p. 70-71) economia de escala ocorre "quando o aumento do volume da produção de um bem por período reduz os seus custos", ou seja, quanto maior for a tiragem de publicações menor será o preço final do livro. Por isso se podia conceder maiores descontos.

<sup>7</sup> Refere-se à variedade de negócios que uma empresa diversificada opera.

## 5.2 Qualidade dos catálogos

No debate sobre qualidade editorial é importante atentar para a distinção entre o metadiscorso, ou seja, da imagem que a editora busca construir de si mesma através do marketing, podendo ser verdadeira ou não, e a real composição dos catálogos, manifestada no valor do conteúdo de cada obra para a sociedade. Antes de abordar este sentido de qualidade, é importante conhecer outras variações deste conceito.

Qualidade editorial pode expressar o sentido de aperfeiçoamento das técnicas de impressão e escrita, que ao longo do tempo foram introduzidas para melhor gerenciamento na produção e publicação de textos. Após o advento do computador a implementação de *softwares* específicos para edição trouxe consigo uma enorme variedade de recursos na produção de materiais impressos melhorando muito a qualidade das publicações. Os avanços nos sistemas e ferramentas de composição e impressão também permitiram a simplificação e a rapidez das etapas envolvidas no processo de impressão, facilitando assim maiores tiragens em pouco tempo.

Outra significação para qualidade editorial é expresso no nível de satisfação medido pelo volume de vendas de uma publicação. Um livro será considerado de qualidade caso seja um sucesso de vendas. Para facilitar o entendimento desta acepção, Colleu (2006, p. 21) apresenta o seguinte exemplo:

Pode-se, assim, invocar a noção de satisfação do desejo do “consuleitor”, medindo a qualidade do produto pelo número de obras vendidas. O Código Da Vinci de Dan Brown, publicado pelas edições Jean-Claude Lattes, vendeu vários milhões de exemplares no mundo, e é muito provável que os leitores desta obra tenham ficado “satisfeitos” com a leitura. Em termos de consumo, este livro é um bom produto que correspondeu ao desejo da maioria. No mesmo momento, a obra *La nocturne connivence des corps inverses* de Frankétienne vendeu algumas centenas de exemplares, e há todas razões para crer que seus leitores também ficaram “satisfeitos”. Esta obra é considerada mais difícil, visto que a compreensão do texto exige um certo esforço e uma experiência de leitor diferente. Embora este livro tenha dado tanta satisfação quanto o primeiro, ele será considerado um livro ruim, se a sua qualidade for medida pelo volume de vendas.

Há uma fragilidade semântica neste aspecto, pois faz uso da generalização. Segundo esta ideia, todos os *best-sellers* poderiam ser considerados como obras de qualidade, visto que tiveram boa receptividade pelo público leitor. É claro que esta é uma concepção técnica para os editores estimarem quais títulos e autores apresentam boa aceitação de mercado.

Por fim a noção de qualidade que este trabalho pretende focar está diretamente relacionada com a *bestsellerização*, trata-se da escolha de uma obra não somente pelo critério da rentabilidade, mas também pelo seu valor intelectual intrínseco como contributo para a evolução do pensamento da humanidade.

Isso não quer dizer o total abandono das obras que são alvo exclusivo da publicidade, até porque, como foi mencionado antes, muitas delas sustentam o negócio e tornam possível a entrada e permanência de outros títulos de pouco giro. Mas sim usar o bom senso na implementação da política editorial, com o objetivo de constituir a maior parte da lista do catálogo com obras de valor.

Ao inverter esta lógica, ou seja, priorizando livros enquadrados na dita “fórmula do sucesso” de produção de *best-sellers*, o editor incorrerá no risco que Colleu (2006, p. 24) adverte: "ao escolher produzir livros 'marquetados' para ocupar um segmento de mercado comercial, em vez de editar pela qualidade intrínseca das obras, assume-se rapidamente o risco do acúmulo de livros inúteis, redundantes, objeto sem espírito".

Na produção de livros é importante ressaltar que fogem desta regra as editoras que exclusivamente se dedicam a atender nichos específicos como o acadêmico, o científico e o didático. Isso porque a preparação e correção dos originais destes tipos de publicações exigem elevado nível de qualificação, tanto de pessoal interno especializado em contato direto permanente com o autor e o tradutor, quanto de investimentos de tempo e dinheiro (BUENO, 2005).

Quando se fala em qualidade editorial, André Schiffrin é um dos melhores exemplos a este respeito, renunciando ao privilégio de dirigir um grande grupo, pois percebeu que a lógica de retornos financeiros rápidos comprometia o negócio. Chegou a propor “que uma editora sem fins lucrativos seria a única maneira de continuar sem comprometer a qualidade intelectual”, e com muito empenho criou sua própria editora formando um célebre catálogo de referência mundial (SCHIFFRIN, 2007).

Foi o responsável por levar ao público autores renomados que trouxeram importante contribuição para a evolução da cultura mundial. Dentre os nomes mais famosos estão: Michel Foucault, Simone de Beauvoir, Noam Chomsky, Julio Cortázar, Carlos Ginzburg e Marguerite Duras (AUGUSTO; 2013).

Ao criar a New Press, Schiffrin buscou adotar um modelo de gestão diferenciada dos grandes conglomerados, uma editora à moda antiga com competências essenciais que foram abandonadas pelas gigantes, como por exemplo, ajuda ao escritor na

execução da obra, busca de escritores desconhecidos, críticas literárias (hoje cada vez mais raras) e divulgação de cada obra para o seu público de destino.

De igual modo, um catálogo é trabalhado com vista a formar uma identidade própria e deve ser reconhecido, distinguido, estimado por sua originalidade, especificidade e variedade. Estabelecer tais atributos na formação do perfil editorial não é uma atividade tão simples assim, é necessário do profissional penoso trabalho e paciência, isto porque demandará tempo.

Para isso é fundamental que o editor trabalhe com o seguinte tripé: primeiro com uso das regras de perequação, em que as obras rentáveis sustentem as deficitárias, admitindo assim a possibilidade dos imprevistos editoriais de sucesso e fracasso na inserção dos títulos; segundo uma política editorial que siga uma coerência no catálogo, em que o editor apenas edite aquilo que consiga ler e possa se dedicar; terceiro deve encontrar equilíbrio entre as novidades do acervo e a sua preservação, de modo a controlar o desenfreado fluxo da multiplicação de novos volumes e rotatividade no catálogo (COLLEU, 2006).

Quando um grande grupo adquire um selo tradicional editorial e coloca num cargo executivo pessoas completamente alheias à profissão, exigindo destes resultados financeiros imediatos, de certa forma está condicionando a esta estrutura a adotar um sistema baseado em critérios de rentabilidade, obrigando assim a desconstruir o principal atributo da competência profissional requerido de um editor, a saber: sua autonomia.

Por fim, o modelo de negócio em que a decisão editorial fica à mercê de satisfazer o desejo de lucro dos gestores e de seus acionistas desenvolve uma lógica imediatista, isto é, de maior retorno financeiro no menor período de tempo, refletindo diretamente sobre a qualidade dos catálogos. Sendo este modelo incompatível com a lógica tradicional, visto que para conseguir um catálogo de qualidade com valor inestimável é imprescindível que haja empenho, dedicação e acima de tudo tempo.

## 6 CONCENTRAÇÃO EDITORIAL E BIBLIODIVERSIDADE

*O declínio da literatura indica o declínio de uma nação.  
(Johan Wolfgang Von Goethe)*

O mercado editorial faz parte de um conjunto de engrenagens que impulsiona e movimenta a indústria cultural. Sob o ponto de vista financeiro não é o mais expressivo, mas com certeza é o principal no quesito formador de consciência crítica autônoma.

Com a ajuda da mídia, a indústria cultural tem como principal característica a massificação de seus produtos que são elaborados com vista a atender a um gosto padronizado, pois a produção em série é fórmula principal para obtenção de maiores lucros, por isso é importante considerar o público como massa uniforme.

É nessa lógica financeira, de massificação dos produtos, que se insere o fenômeno da *best-sellerização*, o qual vem desencadeando uma mutação sem precedentes na produção editorial mundial através da padronização das obras intelectuais e conseqüentemente induzindo a queda da qualidade dos catálogos.

Cabe aqui um parêntesis para explicar dois aspectos básicos sobre a noção de bibliodiversidade, um objetivo e outro subjetivo: o primeiro diz respeito ao número total de títulos publicados, e o último refere-se ao exame da diversidade temática da lista editorial. Há muito tempo se buscou uma forma de medir a bibliodiversidade por meio de um conjunto de indicadores com dados quantitativos e qualitativos.

Essa questão começou a ganhar forma na 14ª Primavera dos Livros, evento ocorrido em São Paulo em 2009 numa parceria entre editores independentes da Argentina e do Brasil, com a discussão de criação de uma referência capaz de medir a diversidade bibliográfica do acervo uma espécie de índice de bibliodiversidade (IBD). De acordo com Guido Indij (dono da editora La Marca e livreiro), que esteve presente no evento e representou os Editores Independentes da Argentina pela Diversidade Bibliográfica (Edinar), o índice necessariamente deverá compreender os seguintes aspectos:

[...] deve refletir, em um conjunto de livros, a relação entre o total de editoras e o total de títulos, quantos são originais nacionais, quantas traduções, quantos lançamentos, reedições, linhas temáticas etc. De modo a ser possível medir se uma livraria, uma região, uma cidade e até um país tem maior ou menor diversidade bibliográfica, ou seja, maior ou menor riqueza no seu repertório cultural. (BALANÇO POLÍTICO DA 14ª PRIMAVERA DOS LIVROS..., 2009).

Por conseguinte a bibliodiversidade encontra-se ameaçada, não em termos quantitativos, pois o número de títulos aumentou<sup>8</sup> mesmo com a concentração da indústria editorial no país ao longo das últimas décadas. Mas o que está em xeque é o aspecto qualitativo, diz respeito à pluralidade de expressão e de conteúdo das obras, pois a *best-sellerização* impôs uma reestruturação na política editorial ocasionando uma crescente uniformização dos catálogos.

Por isso é importante uma atenção especial por parte dos governos a questão da bibliodiversidade e ao mercado editorial, diferente do que é dada aos outros setores, pois a multiplicidade cultural é um patrimônio comum entre as nações, valorizado e cultivado cuja difusão precisa ser promovida pelo Estado em benefício de todos (GERLACH, 2006).

O artigo 8 da Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural da Unesco (UNESCO, 2002, p. 4) chama a atenção dos governos para que haja uma diferenciação entre mercadorias relacionadas aos bens culturais e dos produtos convencionais:

Artigo 8 – Os bens e serviços culturais, mercadorias distintas das demais - Frente às mudanças econômicas, e tecnológicas atuais, que abrem vastas perspectivas para a criação e a inovação, deve-se prestar uma particular atenção à diversidade da oferta criativa, ao justo reconhecimento dos direitos dos autores e artistas, assim como ao caráter específico dos bens e serviços culturais que, na medida em que são portadores de identidade, de valores e sentido, não devem ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os demais.

Assim, com a introdução da fórmula do lucro rápido pelas grandes editoras, por conta da *best-sellerização*, há uma inversão do que fora determinado pela Organização, ou seja, se tem buscado cada vez mais igualar o valor do livro a um mero produto do qual se busca apenas obter maiores lucros e conseqüentemente ignorando seu atributo cultural, desta forma produz efeito negativo sobre o comércio livreiro.

Haja vista que ao se implantar uma política editorial com foco exclusivo na seleção de *best-sellers*, isto gera o desequilíbrio do catálogo, e quem sofre é a bibliodiversidade, e por sua vez numa dimensão mais geral, a própria diversidade cultural. O resultado é a redução de espaço para publicações de escritores desconhecidos do grande público e de iniciantes, diminuição da oferta de assuntos e também de atores da cadeia do livro.

De acordo com a Declaração da Unesco (UNESCO, 2002, p. 4) o artigo 9 determina que os estados-nações cumpram algumas incumbências como: “[de] definir

---

<sup>8</sup> SNEL, 2014.

sua política cultural e aplicá-la, utilizando-se dos meios de ação que julgue mais adequados, seja na forma de apoios concretos ou de marcos reguladores apropriados”. Então o órgão determina que medidas concretas sejam implementadas por parte do governo para a proteção e a promoção da diversidade dos bens e serviços culturais.

Uma das sugestões para frear o processo de concentração segundo Gerlach (2006) é a instituição da lei do preço fixo, deslocando a concorrência para as esferas de serviços e da variedade de títulos oferecidos. É preciso ressaltar que há divergências acerca desta lei, do lado dos opositores o argumento é que a regulação de preço segue em direção contrária a doutrina econômica e jurídica atual, poderia levar a formação de cartéis e uma eventual elevação de preços ao consumidor.

Já os defensores afirmam que instituí-la trará majoritariamente efeitos benéficos levando em consideração todo o conjunto do mercado livreiro e da produção editorial – que compreende editores, livrarias e a grande maioria dos consumidores. A lei tem objetivo realizar certas funções culturais, como fomentar a bibliodiversidade, proteger/promover a expansão dos pequenos e médios estabelecimentos.

Outra medida que visa proteger a cadeia do livro, e indiretamente os pequenos e médios editores, se expressa na recomendação da Unesco, ao sugerir que os Estados pratiquem a isenção de impostos em toda as atividades da cadeia do livro, também em infraestrutura e na formação profissional dos seus diversos atores (MARTINS, 1999, p. 148). Semelhantemente outra ação seria a criação de condições e incentivos para que editoras e livrarias independentes, sem fins lucrativos, organizadas em cooperativas e associações possam se estabelecer e conservarem uma autonomia política e cultural longe e imune da pressão econômica.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho pôde esclarecer que os efeitos causados pela concentração editorial sobre a bibliodiversidade no Brasil em termos quantitativos, a princípio, até o momento não surtiram efeitos negativos, essa afirmação tem como base os dados de crescimento do número de títulos novos publicados ao longo dos últimos vinte anos.

Já em termos qualitativos, o efeito da oligopolização tem se mostrado devastador diante da diversidade de publicações. Após Schiffrin (2006 a, p. 16) ter analisado cuidadosamente os catálogos dos Estados Unidos e do Reino Unido nas últimas décadas ele adverte de que as mudanças estão ocorrendo de fato, são perceptíveis e talvez permanentes. Ainda sim é importante salientar sobre a necessidade de novos estudos mais detalhados e abrangentes dentro deste campo, assim como também definir padrões internacionais para medir a diversidade qualitativa dos catálogos nacionais.

Importante frisar que o número de editoras, principalmente os selos tradicionais de médio porte, vem sucumbindo diante da concorrência, assim como ocorre nos Estados Unidos, em que apenas cinco grandes grupos de mídia publicam 80% de todos os títulos que são destinados ao grande público, dado preocupante, pois demonstra o percentual dos catálogos que estão sob domínio do modelo de gestão de rentabilidade financeira de curto prazo (SCHIFFRIN, 2006 b).

As concentrações transformaram o organograma funcional da empresa editorial, submetendo o editor as decisões dos gestores, ou seja, expondo-o as pressões exercidas pela administração financeira na busca por maiores lucros. Isso tem levado a alteração dos critérios de seleção do acervo, obrigando ao editor ter que acatar a política de *best-sellerização*, fenômeno recente que busca massificar o livro pelo processo de standardização, reduzindo assim a qualidade dos catálogos.

Além do mais, enquanto de um lado a concorrência têm levado os grandes grupos ampliarem o domínio de mercado, por outro condiciona as pequenas e, sobretudo, as médias estruturas (incluem-se aqui editoras, distribuidoras e livrarias) a se defrontarem com a pior crise de sua história, a prática de descontos oferecidos pelas grandes estruturas tem desequilibrado o sistema de perequação daquelas.

Por isso é imprescindível que a classe política e os defensores da livre concorrência entendam que o mercado de produção e venda de livros não se assemelha aos demais setores econômicos e precisa de um tratamento diferenciado, pois o livro

está longe de ser um produto de consumo como qualquer outro. Acima de tudo ele é um bem intelectual estratégico de desenvolvimento cultural das nações que precisa ser disseminado e preservado para as futuras gerações.

Muitos países, conscientes do risco cultural associado à internacionalização do setor, buscam privilegiar nas compras públicas os editores nacionais, para fazer frente a um mercado mundial cada vez mais competitivo. Neste cenário os grupos de editores independentes desempenham papel fundamental na luta contra a predação e a concentração dos mercados locais, e no incentivo a bibliodiversidade.

Esta situação somente poderá ser revertida no momento em que todos os atores comprometidos com a edição independente estiverem dispostos a resistir à lógica financeira e a pressionar o poder público a assumir sua responsabilidade, isto é, de promover e assegurar a pluralidade da oferta de títulos e também de atores essenciais responsáveis pela multiplicidade de ideias.

Por fim, este trabalho não pretende discutir aprofundadamente as medidas necessárias para proteger o mercado e a bibliodiversidade, é apenas um indicativo da necessidade de novos estudos investigativos sobre a questão. Assim como chamar a atenção de todos os atores e pesquisadores envolvidos no assunto, a fim de buscar, discutir e propor soluções. Pois urge aplicar ações concretas para se preservar o mais precioso atributo do livro para o desenvolvimento do conhecimento da humanidade, que é a sua diversidade.

## REFERÊNCIAS

ALIANÇA dos Editores Independentes. **Declaração Internacional dos Editores Independentes, para a Proteção e Promoção da Bibliodiversidade**. Paris, 2007. Disponível em: <<http://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/PDFPORTUGAIS.pdf>> Acesso em: 17 out. 2014

AUGUSTO, Carlos Eugénio. **O negócio dos livros...: sociedade do espetáculo**, 2013. <<http://www.ruadebaixo.com/o-negocio-dos-livros-anfre-schiffirin-21-09-2013.html>> Acesso em: 29 jul. 2014.

BALANÇO POLÍTICO DA 14ª PRIMAVERA DOS LIVROS: brasileiros e argentinos vão criar um índice de bibliodiversidade. **Associação Nacional de Livrarias (ANL)**, São Paulo, [2009]. Disponível em: <[http://anl.org.br/web/exibe\\_noticia.php?id=260](http://anl.org.br/web/exibe_noticia.php?id=260)> Acesso em: 16 set. 2014.

BUENO, Silvia S. "En lugar de la Mancha"... Procesos de control de calidad del texto, libros de estilo y políticas editoriales. **Panace@**, v. VI, n. 21-22, p. 355-370, set.-dez. 2005. Disponível em: <[http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n\\_21-22\\_revistilo\\_SenzBueno.pdf](http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n_21-22_revistilo_SenzBueno.pdf)> Acesso em: 10 jul. 2014.

CARRENHO, Carlo. A evolução do mercado editorial de 2004 a 2013. In: **PublishNews**, 2014. Disponível em: <<http://publishnews.wordpress.com/2014/07/22/evolucao-do-mercado-editorial-de-2004-a-2013/>> Acesso em: 15 set. 2014.

CBL; SNEL. **O comportamento do setor editorial brasileiro em 2010**: apresentação para a imprensa. Rio de Janeiro: FIPE, 2011. Disponível em: <[http://www.abdl.com.br/UserFiles/producaoeventos\\_2010.pdf](http://www.abdl.com.br/UserFiles/producaoeventos_2010.pdf)> Acesso em: 28 mai. 2014.

COLLEU, Gilles. **Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?** O editor independente de criação, um ator maior da bibliodiversidade. Rio de Janeiro: Libre, 2006. 119 p.

COSTA, Ellen S. D.; ALBUQUERQUE, Maria E. B. C. Autores Independentes: livros que queremos publicar. **Biblionline**, v. 2, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/download.php?dd0=13384>> Acesso em: 17 out. 2014.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2008. 451 p.

DANTAS, Marta Pragana. Tradução, trocas literárias e (a)d(i)versidade editorial. **Traduzires**, Brasília: UnB, v. 1, n.1, 2012. Disponível em: <<http://seer.bce.unb.br/index.php/traduzires/article/view/6656/5372>> Acesso em: 30 mai. 2014.

EARP, Fábio Sá ; KORNIS, George. **A economia da Cadeia Produtiva do Livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005. 175 p.

\_\_\_\_\_. **A economia do livro: a crise atual e uma proposta de política**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006. 43 p. Disponível em: <[http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/discussao/2005/a\\_economia\\_do\\_livro\\_a\\_crise\\_atual\\_e\\_uma\\_proposta\\_de\\_politica.pdf](http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/discussao/2005/a_economia_do_livro_a_crise_atual_e_uma_proposta_de_politica.pdf)> Acesso em: 08 set. 2014.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado presente e futuro do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record, 2002. 170 p.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010. 2272 p.

GERLACH, Markus. **Proteger o livro: desafios culturais, econômicos e políticos do preço fixo**. Rio de Janeiro: Libre, 2006. 103 p.

GORINI, Ana P. F.; CASTELLO BRANCO, Carlos E. Panorama do setor editorial brasileiro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n.11, 2000. p. 3-25. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1101.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1101.pdf)> Acesso em: 08 nov. 2014.

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores? - política para a cultura, política para o livro**. São Paulo: Summus, 2004. 222 p.

MACEDO, Luciana Félix. **Editor de livros: os novos rumos e tendência da profissão**. São Paulo, 2012. 10 p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1218-1.pdf>> Acesso em: 09 jun. 2014.

MARTINS, Jorge M. O livro e a Unesco: para uma visão integrada da cadeia do livro no quadro das novas tecnologias. **Sociologia - problemas e práticas**, n. 30, 1999, p. 145-163.

MELLO, Gustavo. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. **BNDES Setorial**, Brasília, n. 36, p. 429-473, 2012. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3612.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3612.pdf)> Acesso em: 4 jul. 2014.

MELLO, Patrícia Campos; COZER, Raquel. Análise financeira do setor não é clara. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 14 jan. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/19846-analise-financeira-do-setor-nao-e-clara.shtml>> Acesso em: 29 abr. 2014.

MENDES, Jaime. **Concentração no mercado editorial brasileiro**. 08 de jun. 2012. Disponível em: <<http://livroslivrariaselivreiros.blogspot.com.br/2012/06/concentracao-no-mercado-editorial.html>> Acesso em: 10 jun. 2014.

MORIN, Edgar. Educação e Cultura. In: CONFERÊNCIA DE ABERTURA DO SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA, 2002, São Paulo. Disponível em: <[http://www2.sescsp.org.br/sesc/hotsites/seminario\\_educacao\\_cultura/morin\\_abre\\_por.doc](http://www2.sescsp.org.br/sesc/hotsites/seminario_educacao_cultura/morin_abre_por.doc)> Acesso em: 09 nov. 2014.

MUNIZ JUNIOR, José de Souza. **O grito dos pequenos**: independência editorial e bibliodiversidade no Brasil e na Argentina. São Paulo: Balão Editorial, 2010 a. Disponível em: <[http://www.balaoeditorial.com.br/downloadable/download/sample/sample\\_id/6/](http://www.balaoeditorial.com.br/downloadable/download/sample/sample_id/6/)> Acesso em: 09 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. "A questão dos oligopólios do livro no Brasil e na Argentina: independência e diversidade como valores metadiscursivos contra-hegemônicos" **Revista Extraprensa** [Online], vol. 1 n. 1, dez. 2010 b. Disponível em: <<http://libgen.org/scimag/get.php?doi=10.5841/extraprensa.v1i1e.101>> Acesso em: 17 out. 2014.

NARDON, Cláudia Neves. **O preço do livro no Brasil**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2010. Disponível em: <[http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/6824/preco\\_livro\\_nardon.pdf?sequence=2](http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/6824/preco_livro_nardon.pdf?sequence=2)> Acesso em: 30 jul. 2014.

PAZ, Eliane H. Massa de qualidade. In: I Seminário Brasileiro sobre o Livro e História Editorial, 2004, Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa. Disponível em <<http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/elianehpaz.pdf>> Acesso em 10 de nov. 2014.

PENGUIN Handom House Brasil adquire Editora Objetiva. 19 de mar. 2014. Disponível em: <[http://www.objetiva.com.br/noticia\\_detalhe.php?id=256](http://www.objetiva.com.br/noticia_detalhe.php?id=256)> Acesso em: 03 mar. 2014.

PINHAS, Luc. La bibliodiversité et ses indicateurs, fondements et prospective. **BIBLIODIVERSITY**: publishing e globalisation: International Alliance of Independent publishers. n. 1, p. 28-39, jan. 2011. Disponível em: <[http://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Bibliodiversity\\_-\\_Indicators-2-2.pdf](http://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Bibliodiversity_-_Indicators-2-2.pdf)> Acesso em: 09 nov. 2014.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro**: 1960-1990. São Paulo: Com-Arte Fapesp, 1996. Disponível em: <<http://www.livroseoutrasmidias.org/papers/mercado-editorial-brasileiro-1960-1990.pdf>> Acesso em: 09 nov. 2014.

ROSA, José Antônio. **Análise do livro como produto e como negócio no contexto brasileiro atual**: referências para estratégia de marketing e comunicação na indústria editorial e para decisões de fomento e difusão do livro, no âmbito governamental e institucional. 2008. 272 fl. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-22122008-133349/publico/Tesejarosa.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2014.

SAAB, William George Lopes; GIMENEZ, L.; RIBEIRO, R. **Cadeia de comercialização de livros**: situação atual e propostas para desenvolvimento. dez. 1999. 58 p. Disponível em:

<[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/rel-livr.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/rel-livr.pdf)> Acesso em: 10 jun. 2014.

SCHETTINO, Thais Sena. Empreender a vocação: A tensão entre moral ‘cultural’ e moral capitalista na legitimação da prática dos livreiros. **Dilemas**: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social. v. 5, n.3, jul/ago/set, 2012. p. 513-531. Disponível em:

<<http://revistadil.dominiotemporario.com/doc/DILEMAS-5-3-Art6.pdf>> Acesso em: 17 out. 2014.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006 a.

\_\_\_\_\_. **O negócio dos livros e as grandes corporações**. Entrevista concedida a Miguel Conde do Jornal O Globo e publicada em 01 dez. 2006 no blog do caderno Prosa e Verso, 01 dez. 2006 b. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2006/12/01/o-negocio-dos-livros-as-grandes-corporacoes-15671.asp>>. Acesso em: 17 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. Pequenos editores, grandes ambições. **Le Diplomatique Brasil**, 01 out. 2007. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=2053>> Acesso em: 08 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **André Schiffrin**: entrevista ao programa Roda Viva [gravação de vídeo]. São Paulo: TV Cultura, jan. 2013. (86 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=t-SMEmQ5Q3w>> Acesso em: 31 out. 2014.

SILVA, Fernando Moreno da. Cultura e Mercado: o best-seller em questão. **Interthesis**, Florianópolis, v.3, n. 2, jul./dez. 2006. 21 p. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/download/795/10835>> Acesso em: 11 ago. 2014.

SILVA, Nilberth. Excesso de competição marca mercado do livro no Brasil. **Agência USP de Notícias**. São Paulo, 18 mar. 2009.

Disponível em: <<http://www.usp.br/agen/?p=5902>> Acesso em: 26 jul. 2014.

SINGER, Paul. Poder, política e educação. **Revista Brasileira de Educação**, São Paulo, n.1, p. 5-15, 1996.

SNEL. **Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro**. 2014. Disponível em:

<<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro>> Acesso em: 07 jul. 2014.

THOMSON, A. J. P. **Comprender Adorno**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 220 p.

UNESCO. **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural**. Paris: UNESCO, 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>> Acesso em: 17 out. 2014.

VICENTE, Maximiliano Martin. A concentração midiática em tempos de neoliberalismo. **História e comunicação na ordem internacional** [online]. São Paulo: Editora UNESP, 2009. 214 p. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/b3rzk/pdf/vicente-9788598605968-09.pdf>> Acesso em: 29 mai. 2014.