

COLEÇÃO CULT

Dinâmicas contemporâneas do setor editorial: o viés do mercado independente e regional da Bahia

Carolina Dantas, Giuliana Kauark,
Flávia Rosa e Carmen Lima



Dinâmicas contemporâneas
do setor editorial:
o viés do mercado independente
e regional da Bahia

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
Reitor
Paulo Cesar Miguez de Oliveira

Vice-reitor
Penildon Silva Filho



EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA BAHIA

Diretora
Susane Santos Barros

Conselho Editorial

Alberto Brum Novaes
Angelo Szaniecki Perret Serpa
Caiuby Alves da Costa
Charbel Niño El-Hani
Cleise Furtado Mendes
Evelina de Carvalho Sá Hoisel
Maria do Carmo Soares de Freitas
Maria Vidal de Negreiros Camargo



CULT – CENTRO DE ESTUDOS
MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

Coordenação
Sophia Cardoso Rocha

Vice coordenação
Lourivânia Soares

Comissão Editorial da Coleção Cult
Adriano Sampaio (UFBA)
Alexandre Barbalho (UECE)
Antonio Albino Canelas Rubim (UFBA)
Carlos Yanez Canal (Universidade Nacional da Colômbia – Manizales)
Gisele Nussbaumer (UFBA)
Isaura Botelho (SESC-SP)
José Roberto Severino (UFBA)
Laura Bezerra (UFRB)
Leandro Colling (UFBA)
Lia Calabre (FCRB – RJ)
Linda Rubim (UFBA)
Liv Sovik (UFRJ)
Mariella Pitombo Vieira (UFRB)
Marta Elena Bravo (Universidade Nacional da Colômbia – Medellín)
Paulo Miguez (UFBA)
Renata Rocha (UFBA)
Renato Ortiz (UNICAMP)
Rubens Bayardo (Universidade de Buenos Aires – Universidade San Martín)
Urbano Sidoncha (Universidade da Beira Interior)
Úrsula Rucker (Universidade de Avellaneda)

Coordenador da Comissão Editorial
Antonio Albino Canelas Rubim

COLEÇÃO CULT

Dinâmicas contemporâneas
do setor editorial:
o viés do mercado independente
e regional da Bahia

Carolina Dantas
Giuliana Kauark
Flávia Rosa
Carmen Lima

EDUFBA
SALVADOR, 2023

2023, autores.

Direitos para esta edição cedidos à EDUFBA.

Feito o depósito legal.

Grafia atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, em vigor no Brasil desde 2009.

DIAGRAMAÇÃO E ARTE FINAL: Rodrigo Oyarzábal Schlabitx

IMAGEM DA CAPA: brisa barros

REVISÃO: Discovery

NORMALIZAÇÃO: Bianca Rodrigues de Oliveira

Sistema Universitário de Bibliotecas - UFBA

D192 Dantas, Carolina

Dinâmicas contemporâneas do setor editorial: o viés do mercado independente e regional da Bahia / Carolina Dantas ... [et al.], – Salvador: EDUFBA, 2023.

176 p. : il. (Cult).

ISBN: 978-65-5630-513-4

1. Livros – Indústria - Bahia.
2. Livros – Comércio - Bahia.
3. Editores e editoração - Bahia.
4. Política cultural. I. Título.

CDU – 655.41(813.8)

Elaborada por Geovana Soares Lira CRB-5: BA-001975/O

Editora afiliada à



Editora da UFBA

Rua Barão de Jeremoabo, s/n – *Campus* de Ondina
40170-115 – Salvador, Bahia / Tel.: +55 71 3283-6164
www.edufba.ufba.br / edufba@ufba.br

SUMÁRIO

7		
Prefácio		
	<i>Susane Barros</i>	
13		
Introdução		
19		
O livro na Bahia: história, trajetória e instituições		
Trajetória de formação do mercado editorial local		23
O movimento editorial baiano no século XX a caminho do século XXI		29
Histórico da intervenção pública e de associações de classes		39
49		
Cadeia produtiva do livro e o mercado editorial no Brasil		
A cadeia produtiva do livro		51
Evolução recente do mercado editorial no Brasil		55
Tendências do mercado editorial brasileiro e desafios inerentes		65
75		
Perfil das editoras baianas independentes em atuação		
Editoras baianas independentes: características gerais		77
Complexidade da atividade econômica das editoras baianas		85

97		
Relações em cadeia: editoras e demais agentes produtivos no mercado baiano		
Relação com elo da criação		98
Atuação na produção de livros		101
Desafios da distribuição e comercialização		107
Participação em eventos literários		113
Perspectivas do mercado local		116
121		
Política setorial para o livro na Bahia		
A política para o livro e leitura no estado da Bahia		125
Relação das editoras baianas com a política cultural		143
149		
Notas (in)conclusivas		
163		
Referências		
173		
Sobre as autoras		

Prefácio

Falar sobre a atividade editorial na Bahia é um tanto quanto complexo. O ramo editorial – parte da cena cultural baiana – embora potencialmente fecundo é bastante desvalorizado em relação a outras linguagens. Basta dizer que eventos literários promovidos no estado, intencionalmente ou não, são organizados totalmente à revelia de suas casas publicadoras. Os autores são acionados diretamente pelos curadores e produtores culturais, sem nenhum contato prévio com seus editores, as programações são montadas muitas vezes sem o mínimo da interação que se espera. Aos livreiros é delegada a função de selecionar e articular com os editores os títulos que lhe interessam expor, que

certamente serão sempre os mais rentáveis. Com isso, a produção editorial baiana vem sendo relegada a segundo plano. Celeiro de talentos mundialmente reconhecidos e pioneira em tantos aspectos, a Bahia nunca conseguiu desenvolver sua indústria editorial, que sempre esteve à margem do *mainstream*. Os agentes dessa atividade, como se poderá conferir com a leitura do livro, nunca conseguiram avançar com um movimento associativo e fortalecê-lo em busca de melhorias e investimentos.

Acerca dessas e outras questões, as autoras nos oferecem uma profícua e atualizada leitura sobre a situação da atividade editorial local com um olhar atento aos contextos nacional e internacional. O livro apresenta no primeiro capítulo aspectos históricos do mercado editorial baiano, abordando desde os primeiros movimentos de implantação de uma tipografia privada, por iniciativa de Silva Serva, passando pela criação de várias pequenas editoras até levantamentos realizados mais recentemente com um histórico de iniciativas públicas e de movimentos associativos. Em seguida, nos fornece um panorama da cadeia produtiva do livro em âmbito nacional, com uma análise bastante interessante do comportamento do setor apoiada em dados comparativos das pesquisas *Retratos da leitura* e *Produção e vendas no setor editorial*. O terceiro e quarto capítulos versam sobre o contexto local, exploram o perfil das editoras baianas independentes e suas relações com os demais agentes envolvidos na atividade editorial: autores, revisores, *designers*, livreiros, gráficas, distribuidores etc. Por fim, no quinto capítulo, examinam políticas setoriais para o livro na Bahia.

Após a leitura do livro, pode-se perceber os avanços e retrocessos do mercado editorial local em relação ao cenário que esta prefaciadora estudou há 20 anos, quando bolsista de iniciação científica do Grupo de Estudos de Políticas de Informação, Comunicações e Conhecimento (Gepicc) sob a liderança do prof. dr. Othon Jambeiro. Na ocasião, analisei a indústria editorial como parte de um projeto maior, do qual o meu derivava, que buscava investigar a organização e o funcionamento

das infraestruturas de serviços de informação e comunicações na cidade de Salvador. De lá para cá, o mercado pouco mudou: o perfil das editoras é muito parecido com o que tínhamos há 20 anos, oportunidades e investimentos na profissionalização do setor continuam escassos, a situação das livrarias piorou, estão cada vez em menor quantidade e praticamente apenas no modelo *megastore*, as gráficas continuam pouco competitivas com seus parques gráficos obsoletos e carecendo de grandes investimentos que não se pagam no tempo necessário, avançamos pouco em relação às políticas, mas agora temos um Plano Estadual do Livro e Leitura do Estado da Bahia que apresenta como ações o apoio a eventos literários, editais de apoio à publicação por editoras baianas, apoio à publicação de novos autores baianos e pesquisas sobre o hábito de leitura de jovens. Felizmente, há um movimento de estímulo ao livro e à leitura por meio de feiras, apesar do pouco apelo midiático.

Esse quadro é resultado de uma conjunção de fatores: investimentos em educação e cultura insuficientes, aumento no uso de tecnologias digitais, desvalorização do livro e altos custos para sua produção entre outros, além do que, sofremos as consequências do modelo econômico neoliberal com intervenção mínima do Estado. Hoje, a dinâmica é de se controlar minimamente para a ampliação da lógica mercantilista, a ordem é autorregulação. Resultado disso são as fusões e a formação de grandes conglomerados. Essa realidade de mercado é perversa com os pequenos empreendedores e assim, um setor que nunca se desenvolveu terá cada vez mais dificuldade para se desenvolver.

Além disso, parece que há um ciclo vicioso na atuação das editoras porque é muito difícil construir um catálogo tendo que aceitar somente a demanda espontânea para pagar as despesas. Os editores têm de fato a liberdade de negar originais que não lhe interessam, mas até que ponto de fato o fazem? E até que ponto conseguem efetivamente investir e apostar numa publicação sem nenhum tipo de financiamento? Livro não é um produto como outro qualquer, é um objeto cultural. Não se

compra um livro como se compra produto de limpeza assim como não se constrói um catálogo respeitável sendo diariamente pressionado pela necessidade de venda para a manutenção da empresa. E esse é um ponto que a pesquisa mostra muito claramente: 86,7% das editoras participantes seleciona seus originais por demanda dos próprios autores. Ou seja, não há de fato uma seleção e o trabalho de desenvolvimento de linhas editoriais é feito por uma minoria.

Construir um catálogo atraente, rico e diverso requer tempo, investimento e políticas públicas que possibilitem a expansão do setor, como uma política de aquisição de livros por parte do estado para manter o acervo das bibliotecas. Mais que isso, requer formação de público leitor porque essa é a outra ponta da cadeia, é a razão de ser da atividade editorial. É muito importante o papel que as editoras baianas exercem na divulgação de autores locais, embora elas publiquem também autores de fora do estado, ou mesmo estrangeiros, como deve ser. No entanto, há muito o que ser feito em termos de promoção dos livros e dos autores assim como no que se refere aos agentes e agências mediadoras de leitura. A conclusão a que chegam as autoras deste volume é que se publica cada vez mais, fatura-se cada vez mais, contudo as pessoas compram cada vez menos. O fato de as pessoas comprarem menos e ainda assim o faturamento aumentar significa que houve, portanto, um aumento dos preços dos livros. Mas não seria o livro um item de primeira necessidade? Se ele é considerado item supérfluo, quem se importa com os baixos índices de leitura?

Nessa perspectiva, é bastante interessante o apontamento de Antônio Leite, coordenador de Cultura da ONG Ação Solidária e responsável pela Câmara Periférica do Livro (CPL), citado pelas autoras. Antônio contesta os dados da pesquisa *Retratos da Leitura* defendendo que movimentos fora de contextos não institucionais são desconsiderados e isso interfere nos resultados. Além disso, ele chama a atenção também para uma fruição multimodal de bens culturais quando afirma que “[...] a gente fica muito preso ao livro e ao livro comercializado lá

na livraria, que sai pelas editoras grandes”. Para ele, as pessoas têm acesso à literatura de várias formas, não necessariamente lendo o livro. E sabemos que filmes e séries adaptados de livros existem aos montes. Entretanto, até para o livro ter esse alcance e ser transformado em outras linguagens, virar filme, novela, série, há um caminho a ser percorrido que passa pela institucionalidade desse elo tão importante da cadeia produtiva do livro que são as editoras.

E se pensarmos no contexto atual de uma cultura digital, o cenário é ainda mais desafiador porque os modos de produção e consumo mudaram muito. Até o século XVIII, o autor era apenas mais um dos responsáveis por materializar a produção de um livro, porque não havia hierarquia entre ele e os demais artesãos. Com o estabelecimento da atividade editorial, estimulada pela prensa de Gutenberg, e do desenvolvimento da doutrina do direito autoral, uma nova relação entre autores e demais elos da cadeia surgiu, uma relação hierárquica começou a, reinar tendo o autor como monarca. Hoje, a expressão autor independente é uma forma de manifestação do conceito romântico de autoria e as plataformas de autopublicação reforçam a ideia de autoria numa perspectiva muito individualista possibilitando tanto a produção quanto a promoção e comercialização de um livro. Nossas editoras estão preparadas para isso ou já são reflexo desse cenário?

A sensação é de que o mercado editorial baiano vive um *loop* infinito, e por isso concluo com alguns questionamentos: as pessoas não leem porque livro é caro ou o livro é caro porque as pessoas não leem? São escassas as oportunidades e investimentos para a profissionalização do setor porque são poucos os profissionais do livro no estado ou existem poucos profissionais pela escassez de oportunidades e investimentos para a profissionalização do setor? As gráficas locais não investem em equipamentos novos para oferecer preços competitivos porque não há demanda interna que compense esse investimento ou a demanda interna não sustenta o investimento das gráficas em equipamentos novos porque os preços não são competitivos em relação a

gráficas externas? Livreiros e distribuidores exigem maiores descontos das editoras baianas pelo fato de seus autores serem desconhecidos do público mais amplo ou o público mais amplo desconhece esses autores porque o desconto não é repassado pelos livreiros e distribuidores ao consumidor final na mesma proporção de forma a gerar mais visibilidade para esse produto local? Essas são apenas algumas das perguntas que surgem com a leitura deste livro.

Boa leitura!

Susane Barros
Diretora da Edufba
e doutoranda em Educação e Contemporaneidade
pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

Introdução

Dinâmicas contemporâneas do setor editorial: o viés do mercado independente e regional da Bahia

O livro é um produto cultural com características muito particulares. É o primeiro a demarcar uma produção em reprodutibilidade – que mantém sua natureza simbólica, ao mesmo tempo em que ganha contornos de mercadoria –, muito antes do surgimento da fabricação em grande escala de itens em geral, propiciada na era moderna-industrial entre os séculos XVIII e XIX, e da própria emergência do conceito de Indústria Cultural.

Surge por princípios utilitários, extensivos ao desenvolvimento da linguagem humana, para a comunicação e o registro de informações e, neste aspecto, se configura como valioso instrumento para o processo civilizatório. Na trajetória da sua função como suporte para a escrita, se torna também meio para a expressão artística e intelectual.

Historicamente, pela condição da leitura e escrita restringir-se a determinados grupos societários – os religiosos, as nobrezas, as classes eruditas que cercavam os nobres, entre eles, os artistas – o livro foi se configurando como um objeto de distinção social para quem os possuía, lia e escrevia. Na Modernidade, esta distinção se manifesta ainda entre os filhos da burguesia que, diferentemente da classe trabalhadora, podiam se dedicar aos estudos ou possuíam tempo ocioso para o consumo da leitura e do exercício da escrita, assim como faziam com a apreciação e criação em outras linguagens artísticas.

Com a ampliação dos sistemas educacionais – que, dentre outras motivações, era necessária às especializações que as estruturas industriais e tecnológicas requeriam –, paulatinamente mais leitores passaram a ter contato com os livros e seus conteúdos informativos, educativos, artísticos e culturais tão relevantes para a troca de conhecimentos e a democratização de saberes.

Por outro lado, no ambiente da escrita, perseverou secularmente a autoridade de determinados nichos sociais para a expressão das suas perspectivas de mundo, ideias e ideais, num reflexo entre quem autoriza (editores) e quem está autorizado a ter seus escritos publicados. No Brasil, os editores reconhecidos em importância para a história do livro foram, de forma prevalescente, homens brancos de classes sociais abastadas e/ou de origem estrangeira, principalmente aqueles que atuavam em cidades do Sudeste do país, sobretudo no eixo Rio-São Paulo.

Até os dias atuais essa lógica excludente e homogeneizante reverbera, e o livro no Brasil se institui como um símbolo de poder tanto na leitura como na escrita. No que se refere aos autores, é notório que aqueles que se encontram nas classes econômicas intermediárias e

as ditas dominantes têm a seu favor condições mais adequadas para a elaboração dos escritos, e a possibilidade de se financiarem ou serem financiados nas suas publicações e, mais do que isso, têm um meio editorial do *establishment* que viabiliza comercialmente suas produções. Há uma evidente identificação entre o perfil de público que mais escreve e o que mais lê e, como dito, esse poder simbólico de autoridade para escrever e para discorrer sobre o que é escrito continua sendo um significativo capital cultural, social e político. (BOURDIEU, 1991; DALCASTAGNÈ, 2012; OLIVEIRA; RODRIGUES, 2022)

Conseguir se autopublicar ou publicar um livro de forma mais independente se tornou mais democrático e realizável a partir das novas tecnologias. Mas não encontrar meios de tornar a publicação conhecida, de distribuí-la, de aproximá-la do público é uma extensão das formas de negação a este espaço da escrita como exercício artístico e, principalmente, profissional. Por entre as brechas do sistema editorial hegemônico, vê-se a atuação das pequenas casas editoriais e dos esforços de muitos(as) autores(as) brasileiros(as) que buscam trazer narrativas diferentes das prevalecentes ao longo da história, embora ainda sejam poucas as publicações que obtêm destaque e maior alcance de público.

Podemos afirmar que o setor editorial começou a se estruturar no Brasil há quase um século e meio. Esse mercado, voltado à produção e consumo de livros, se desenvolveu em cidades como São Paulo, neste caso em particular, em decorrência do crescimento econômico oriundo das lavouras de café e o conseqüente investimento em educação que gerou uma demanda por livros didáticos. (HALLEWELL, 1985; LINDOSO, 2004) Por razões econômicas e mercadológicas, percebemos desde então uma centralização de recursos tecnológicos, humanos, comerciais e institucionais que tornou mais sólida a cadeia produtiva do livro no Sudeste *vis-à-vis* nas demais regiões brasileiras. Diante da dificuldade em estabelecer concorrência com este mercado editorial historicamente fortalecido, autores(as) e editoras que atuam fora deste eixo tendem a permanecer regionalizados.

Considerando a relevância social e os desafios culturais, educacionais, políticos e econômicos relacionados ao livro e à sua cadeia produtiva, é que os estudos e a produção de dados, análises e avaliações sobre a contemporaneidade do setor editorial brasileiro, em suas diversas nuances e aspectos, se tornam necessários. No nosso caso, nos debruçamos sobre um mercado editorial regional, o da Bahia, buscando compreender tanto sua história como suas configurações recentes e produzir dados sobre a articulação entre os agentes da produção editorial no estado.

Este livro tem como base a dissertação de mestrado intitulada *Editar na Bahia: dinâmicas da cadeia produtiva do livro em um mercado regional* (2022), de autoria de Carolina Dantas, defendida no ano de 2022 no âmbito do Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade, da Universidade Federal da Bahia. Para a produção do livro, Carolina reuniu-se a Giuliana Kauark, Carmen Lima e Flávia Rosa, orientadoras e integrantes da banca do referido trabalho, e juntas redefiniram a estrutura dos capítulos, trabalharam na edição e atualização dos textos e agregaram novos conteúdos relacionados às suas expertises no campo cultural, sejam nos aspectos históricos do setor editorial brasileiro e da Bahia, dos estudos sobre a cadeia produtiva de setores criativos e das políticas e gestão cultural.

Assim, o presente livro é apresentado em cinco capítulos. No primeiro busca-se situar o público leitor acerca da trajetória histórica do mercado editorial baiano, inclusive para que possa compreender melhor os problemas e potencialidades do presente. Na sequência, aborda-se como se estabelecem as cadeias produtivas nos setores da cultura e como se interligam os elos da cadeia do livro, comparando as diferenças nos fluxos entre grandes e pequenas editoras, entre editoras que atuam à margem dos principais centros econômicos e aquelas que se encontram no seu cerne.

Os capítulos três e quatro se dedicam à análise dos dados produzidos pela supracitada pesquisa de mestrado com objetivo de conhecer

o perfil das editoras baianas em atuação, como também as dinâmicas da cadeia produtiva no livro na Bahia a partir das relações estabelecidas pelos agentes que estão no elo central desta cadeia, ou seja, as editoras. Por fim, o último capítulo discorre acerca das políticas setoriais para o livro no estado, apresentando avanços e retrocessos que implicam diretamente no desenvolvimento do mercado editorial.

Importa ressaltar que as informações sobre o cenário atual do mercado editorial baiano, nas suas dimensões produtiva, econômica, política e de contribuições artísticas e culturais, bem como o levantamento de tendências, desafios e recomendações para o fortalecimento do setor em âmbito local, constantes na publicação ora apresentada, são resultantes da aplicação de um amplo questionário, formado por quase 100 questões, respondidas pelos principais responsáveis de editoras da Bahia. Trata-se de um esforço de pesquisa ainda inédito em livros e outras publicações da área, considerando que há ainda uma bibliografia bastante exígua que se debruce sobre a engrenagem da cadeia de produção editorial.

O último e único livro, mapeado pelas autoras, voltado para o conhecimento e análise da cadeia produtiva do livro no Brasil, por exemplo, foi a publicação de Fábio Sá Earp e George Kornis, datada de 2005, financiada pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), que se tornou referência crucial para a dissertação elaborada e o livro decorrente. Muitos trabalhos acadêmicos abordam a história do livro no Brasil e na Bahia e tratam das políticas setoriais para o livro, tornando-se verdadeiros nortes para pesquisas, discussões e publicações, a exemplo de *O livro no Brasil: sua história* (2005), de Laurence Hallewell, os diversos artigos de Flávia Rosa sobre a história do livro na Bahia em revistas e congressos científicos e a produção de Felipe Lindoso, de grande contribuição para o entendimento da trajetória das políticas para o setor editorial.

O ano de publicação do presente livro marca também uma retomada das políticas culturais no Brasil, totalmente desmontadas entre os

governos Michel Temer e Jair Bolsonaro. Ademais, vale lembrar que o setor cultural também foi um dos mais impactados pela pandemia do coronavírus, justamente pela natureza dos eventos culturais, tendo um retorno gradual de atividades presenciais a partir de 2022. Para além do desmonte político-cultural e os efeitos da pandemia, é preciso ressaltar que as políticas públicas para o livro jamais tiveram centralidade nas gestões governamentais em âmbito nacional, o que tem seus rebatimentos nas esferas estadual e municipal. A recente nomeação de um experiente e respeitado ex-secretário estadual de cultural para assumir a direção das políticas para o livro e leitura no Ministério da Cultura, aponta para um potencial compromisso com a área.

Ainda que reconheçamos que cada local e região tem suas particularidades, certamente existem muitos pontos em comum, ainda mais no que diz respeito ao mercado editorial independente que vem se proliferando e, inclusive, representando uma diversidade no campo literário e editorial, diversidade esta que se deseja evidenciada em todos os segmentos artísticos e culturais do Brasil. Nesse sentido, espera-se que esta publicação possa contribuir para que o setor editorial brasileiro – e em particular, o baiano – possa ser mais bem compreendido por gestores e agentes culturais e, conseqüentemente, auxilie na proposição de ações, medidas e políticas coerentes com as características contemporâneas do ecossistema do livro e capazes de desenvolver o mercado editorial em várias partes do país, o que traz implicações diretas para a cena literária e para o cenário da leitura.

O livro na Bahia

história, trajetória e instituições

Ao tratarmos da história do livro na Bahia, é necessário retomarmos um pouco da evolução e da contextualização do livro como representação do registro e da memória da humanidade. De acordo com Le Goff (1990, p. 451)

O uso das letras foi descoberto e inventado para conservar a memória das coisas. Aquilo que queremos reter e aprender de cor fazemos redigir por escrito a fim de que o que se possa reter perpetuamente na sua memória frágil e falível seja conservado por escrito e por meio de letras que duram sempre.

O livro foi o suporte para esse registro, se perpetua de geração a geração. Assim iniciaremos este capítulo, com uma breve história do livro e os primórdios do livro no Brasil. Em seguida, particularizaremos e enfocaremos a história do livro na Bahia, mostrando o seu pioneirismo, as características desta indústria e do mercado editorial, as iniciativas de empreendedores que marcaram esta história e tornaram-se referência, assim como o papel das instituições e entidades representativas.

A trajetória e evolução do livro estão diretamente vinculadas à história da humanidade, graças à capacidade do ser humano em assegurar e perpetuar através do registro seus conhecimentos, seus hábitos e seus saberes e disseminar para as outras gerações, utilizando diferentes suportes: pedra, madeira, argila, papiro, pergaminho, papel, chegando à contemporaneidade e utilizando a tecnologia eletrônica disponível para estes registros.

Foi no período Paleolítico que o ser humano fixou as primeiras imagens do seu cotidiano através de pictogramas e inscrições nas paredes das cavernas onde habitava, demonstrando a sua enorme necessidade de registro e transmissão da informação. Antes prevalecia o vínculo da oralidade e da memória como meio de transferência da informação. A invenção da escrita, graças à introdução do alfabeto grego, alterou inteiramente a cultura humana que passou a se configurar como uma cultura letrada, revolucionando a comunicação e o registro historiográfico. Foi na Mesopotâmia, por volta de 3.000 a.C., que começaram a surgir formas de escrita que utilizavam ideogramas e fonemas. Foram os sumérios que inventaram a primeira forma de escrita – cuneiforme –, que era uma escrita fonética composta de signos com traços triangulares.

Sem a escrita, não teríamos os livros. Para o historiador Roger Chartier (1998), somente por volta do século IV a.C. é possível mencionar a existência de livros que se assemelham com os atuais na sua forma, usando ainda outros suportes, já que o papel – invenção dos

chineses do século II a.C. – torna-se disponível no Ocidente apenas a partir do século XII, através do Mar Mediterrâneo. Originariamente, o livro se adequou à forma do suporte utilizado, da madeira coberta de cera à argila, passando pelo uso de peles de animais, o papiro, o rolo do pergaminho e finalmente o códex ou códice, forma que se perpetuou até os dias atuais: folhas, reunidas por um dorso ou lombada, com uma capa de proteção, considerada por Chartier (2002) uma das três inovações fundamentais que vincula e sedimenta a história da cultura escrita.

A outra inovação, e que para muitos autores provocou profundas mudanças na cultura, na economia, na religião e na política mundial, foi a invenção da imprensa, no século XV, graças aos tipos móveis, creditados a Gutenberg. A partir deste invento, com a produção dos impressos em série, surge a mercantilização da informação. A imprensa foi, sem dúvida, um instrumento de dominação dos povos europeus sobre o resto do mundo, “[...] mudaria a própria natureza do conhecimento, o modo como poderia ser usado e quantas pessoas poderiam acessá-lo”. (BURKE; ORNSTEIN, 1998, p. 137)

Quanto ao livro no Brasil, tanto o acesso quanto a atividade editorial ocorreram tardiamente e de forma lenta e escassa já que a tomada de posse do território brasileiro, desde o seu descobrimento, tinha propósitos da expansão mercantilista europeia, voltada para fonte de fornecimento de matérias-primas para os colonizadores.

Os primeiros livros foram trazidos pelos jesuítas em 1549, com a instalação do Governo Geral em Salvador. De acordo com Moraes (2006, p. 4),

Essa data marca, de fato, o começo da vida administrativa, econômica, política, militar, espiritual e social do Brasil. Só começamos a engatinhar pelo caminho da cultura depois do estabelecimento dos conventos dos jesuítas, franciscanos, carmelitas e beneditinos, principalmente os padres da Companhia de Jesus que logo após sua chegada abrem colégios na Bahia e em outras capitais. A instrução e os livros estavam nos conventos [...] é a Idade Média brasileira.

Foi tarefa dos jesuítas catequizar e instruir os indígenas respeitando, no entanto, os Regimentos da metrópole. Os filhos dos colonos também foram incluídos nesse aprendizado que compreendia o ensino do português, da doutrina cristã e a escola de ler e escrever. Na prática, comenta Ribeiro (1987, p. 25) “[...] os instruídos serão descendentes dos colonizadores. Os indígenas serão apenas catequizados”.

Havia escassez de livros para o desempenho das tarefas dos jesuítas, os livros existentes foram trazidos por eles e se constituíram em importantes e únicos acervos nas bibliotecas das escolas jesuítas, praticamente destruídos com a expulsão da Companhia de Jesus do Brasil, pelo Marquês de Pombal, em 1759.

No contexto do total descaso da corte portuguesa com as cidades brasileiras, que sofriam de total abandono até metade do século XVIII, “[...] o interesse de Portugal, pela Colônia, foi despertado a partir da descoberta do ouro, passando então a exercer um controle mais rigoroso sobre ela e assim intensificando a extorsão econômica”. (ROSA, 2009, p. 81) Durante todo o período colonial, a atividade editorial, no que diz respeito à publicação de livros, foi totalmente proibida, comprometendo assim o acesso à informação, embora haja registro de atividades ilegais de impressão de textos. Segundo Hallewell (2005, p. 85) “[...] [uma] primeira tentativa de introduzir a impressão no Brasil, de que possuímos provas documentadas, foi feita não pelos portugueses, mas pelos holandeses, no período de 1630 a 1655, quando ocuparam o Nordeste brasileiro”.

Comprova-se que em 1747 existia no Rio de Janeiro uma prensa de impressão, pertencente ao tipógrafo de Lisboa, Antônio Isidoro da Fonseca, no entanto os poucos livros que chegavam, vinham da Europa. Esse atraso na produção do livro no Brasil, além do fator da dependência da colônia – por receio, sobretudo, da influência dos textos escritos na situação política vigente, uma vez que a imprensa já se mostrara como poderoso instrumento de mobilização social em movimentos revolucionários na Europa, como ocorrera em particular

na Revolução Francesa –, agravou-se pela ausência de uma educação formal, questão que se estendeu por muito tempo, e no caso das universidades, até o século XX, quando de fato são criadas as primeiras universidades brasileiras, diferentemente das demais colônias europeias na América.

Somente com a vinda da família real para o Brasil,¹ em 1808, define-se a criação da Imprensa Régia, no Rio de Janeiro, por ordem de d. João VI, com o objetivo de atender as necessidades oficiais e governamentais do príncipe regente. Um fato que ilustra a importância que a corte portuguesa dava aos livros, foi o que ocorreu no porto de Lisboa “[...] espalhados pelo cais [...] ficaram centenas de bagagens esquecidas [...]. Entre elas estavam os caixotes com a prataria das igrejas e os livros da Biblioteca Real”. (GOMES, 2007, p. 78) Livros estes que só chegariam ao Brasil em 1810, em uma primeira viagem e em mais duas consecutivas, em 1811. Em 1818, graças à interferência do arquivista-real Luiz Joaquim dos Santos Marrocos com o objetivo de “[...] propiciar aos baianos acesso à leitura e ao mesmo tempo dar um destino aos livros que desde que chegaram de Lisboa, ainda permaneciam encaixotados [...]” (GOMES, 2007, p. 341), d. João VI autorizou a remessa de 38 caixas de livros a Salvador. Em 1810, foi impresso o primeiro livro, nas oficinas da Imprensa Régia, *Marília de Dirceu*, de Tomás Antônio Gonzaga. (PAIXÃO, 1995)

Trajetória de formação do mercado editorial local

Logo após a chegada da família real à província da Bahia, primeira parada, antes do destino que seria o Rio de Janeiro, por intermédio do negociante português, Manuel Antônio da Silva Serva, percebendo as mudanças que poderiam ocorrer a partir deste episódio, da transferência da corte para o Brasil, vislumbra as possibilidades de negócios na área de impressão e toma a iniciativa para instalação de uma imprensa. Para tanto, em 1809 Silva Serva vai à Europa adquirir

“material tipográfico e, depois de tudo preparado, dirige uma petição ao Conde dos Arcos, governador da Bahia, pedindo autorização para instalar uma tipografia, primeiro passo para a futura publicação de uma gazeta”. (SILVA, 2005, p. 20) No entanto, de acordo com Marcello de Ipanema e Cybelle de Ipanema (2010), esse pioneirismo pode ter sido de Alexandre José Vieira de Lemos, que em 1º de abril de 1808 solicitou a licença para instalar a primeira tipografia administrada por um particular na Bahia, tendo a autorização ocorrido entre 10 de novembro de 1808, data da ordenação do Conde dos Arcos, e 30 de janeiro de 1811, quando o fato foi comunicado pelo governador.

Não se tem muitas comprovações do funcionamento dessa tipografia. Há sim indagações:

Alexandre José Vieira de Lemos conseguiu montar sua tipografia? Teria este cedido o espaço tipográfico a Silva Serva? Ou, ainda, teriam funcionado duas tipografias nesse período na província da Bahia? As respostas para essas perguntas até o presente momento ainda não são conhecidas [...]. (CORDEIRO, 2022, p. 28)

De fato, o destaque na história da editoração na Bahia diz respeito ao esforço e ousadia de Silva Serva ao trazer a primeira tipografia de caráter particular, atuante, que funcionou no Brasil. Era uma empresa comercial, produziu livros, editou em 1818 a primeira publicação produzida pela iniciativa privada que circulou no país, denominada de *Idade D'Ouro do Brazil*. No papel de editor, foi responsável pela publicação de cerca de 176 títulos, cujas temáticas principais eram religião, direito e medicina – em atendimento à demanda da Faculdade de Medicina da Bahia –, além de abranger livros na área de história e política e um pouco de literatura, sobretudo traduções. Problemas políticos e econômicos causaram um declínio geral no comércio local com destaque na área de Salvador, acentuado na produção editorial com a morte de Silva Serva. Este também comercializava livros publicados em Portugal, “Oferecia seus préstimos para mandar vir [...] qualquer obra por preço muito conveniente”. (MORAES, 2006, p. 49)

Importante destacar que Silva Serva já chegou ao Brasil, em 1797, com o seu comércio livreiro (vendendo livros importados), representando localmente a Real Fábrica de Cartas de Jogar, e como tesoureiro da Irmandade do Nosso Senhor do Bonfim. Ainda antes de instaurar sua própria tipografia, foi responsável pela encomenda do que viria a ser as conhecidas fitinhas do Bonfim, o que demonstra sua atuação e interesse por diferentes caminhos do universo do ramo gráfico.

O seu espírito empreendedor e inovador era uma característica que deve ser ressaltada, característica essa abordada no livro *A tipografia na Bahia: documentos sobre suas origens e o empresário Silva Serva* (2010), quando se aponta que Silva Serva projetava o desenvolvimento industrial das artes gráficas localmente e explicitava o entendimento da potencialidade do estímulo aos talentos baianos e brasileiros com a produção literária e a importância da disseminação dos conhecimentos.

Em um requerimento ao rei d. João (pós-pleito de autorização das atividades), com o objetivo de obter incentivos a execução do trabalho tipográfico que iniciara recentemente, Silva Serva apresenta o que seria um verdadeiro plano para a solidificação e expansão deste segmento de atividades, elencando justificativas para o auxílio aos seus negócios, dentre elas, conforme destacam Cybelle de Ipanema e Marcelo de Ipanema (2010, p. 41):

Em respaldo de sua pretensão, [Manuel da Silva Serva] apresentava [em seu requerimento] [...] documentos, corroborando algumas de suas afirmativas. Justificava-se com: [...] – ter – o que credencia os nossos olhos – mandado ‘habilitar e instruir na Arte da Composição e da Imprensa, todos os Moços de préstimos, que voluntariamente quisessem abraçar a profissão’; – ter-se proposto ‘a fazer construir no país os prelos de que carecesse para ampliar a oficina’ – prelos reputados ‘pelos entendedores’ melhores que os que mandara vir de Lisboa, em abono do que, tinha a honra de juntar um impresso primeiro fruto do novo prelo [...].

Os pesquisadores também salientam a intenção de Silva Serva de produzir o papel localmente, desejo que se faz constar nos documentos

do requerimento, ao apontar a dificuldade de dispor do papel na colônia e a existência da matéria-prima propícia entre a vegetação nativa. Ainda havia a predisposição em comprar toda a criação manuscrita que lhe fosse oferecida, possibilitando viabilizar a publicação daqueles autores que não podiam financiar a impressão das suas próprias obras.

Com a morte de Serva, houve uma perda na continuidade da atividade editorial local, e somente no final do século XIX, em 1890, houve a revitalização desta atividade com o surgimento da Livraria Catilina que, fundada em 1835 por Carlos Poggeti, funcionou durante 125 anos. Embora tenha iniciado suas atividades como varejista, Poggeti exerceu também a atividade de editor, publicando obras literárias importantes como afirma Hallewell (2005, p. 134, grifo do autor):

[...] editou várias obras literárias de grande importância, inclusive *As poesias até agora não reunidas em volume*, de Castro Alves (1913), *Os Contos escolhidos* (1913, reeditados em 1914), *Vargas* (1915) e *Frutos do tempo* (1919), de Coelho Neto, *As Páginas Literárias* (1918) e *As Cartas políticas e literárias* (1919) de Ruy Barbosa, e a 3ª edição de *Praieiros* (1910?), de Xavier Marques. A firma publicou também as obras legais de Ernesto Carneiro Ribeiro.

Menciona-se a existência da Tipografia e Livraria de Epiphânio Pedroza (1845) que publicou, dentre outros, *Allocação introductoria ao estudo da anatomia descriptiva, recitado no amphitheatro da Faculdade de Medicina da Bahia*, lançado em 15 de março de 1860 e de autoria de Jonathas Abbott, e *Generalidades de myologia*, do mesmo autor. (ROSA; BARROS, 2004) Ainda fazendo parte do mesmo período, temos a Typographia Moderna de Cincinnato José Melchiades, nascido em 1858, na cidade histórica de Cachoeira/BA e ainda cedo, em sua terra natal, iniciou-se em uma oficina gráfica. Dessa tipografia saíram livros dos escritores: Xavier Marques, Afrânio Peixoto, Almachio Diniz, Nina Rodrigues, Braz Hermenegildo do Amaral, Ruy Barbosa, Silio Boccanera Junior e outros autores. Destaca-se a publicação de

12 números da *Revista Popular*, mensário dedicado ao tema das ciências, de tecnologia e de cultura. (TAVARES; ROSA, 2010)

Destaca-se no decorrer da história do livro na Bahia, o trabalho da Tipografia de Camillo de Lellis Masson (próximo a 1875), o primeiro a publicar Castro Alves, com o livro *Espumas Flutuantes*, de acordo com pesquisa realizada por Berbet de Castro. (TAVARES; ROSA, 2010)

Merece destaque na cronologia do século XIX, a fundação em 30 de outubro de 1870 da Associação Typographica Bahiana, que somente em 16 de abril de 1871 foi de fato instalada, estando de acordo com as

[...] diretrizes da Lei nº 1.083, de 22 de agosto 1860, que dispunha sobre a normatização do funcionamento das associações mutualistas, de socorros mútuos, e outras diversas organizações da sociedade daquela época., como primeira entidade voltada aos interesses e capacitação da classe tipográfica local [...]. (CORDEIRO, 2022, p. 32)

Ainda de acordo com Cordeiro (2022, p. 32) o objetivo da associação era “[...] prestar assistência à classe de tipógrafos livreiros e litógrafos, até então carente desse tipo de auxílio, de uma organização que buscasse protegê-la dos impasses que a acometia em seu labor cotidiano”.

O surgimento e a manutenção da citada associação indicam a existência de um grupo de tipografias locais – ainda que, na época, parte delas pudessem estar mais voltadas à impressão de jornais – e de trabalhadores que justificasse tal organização. Demonstra ainda a existência de um mercado potencial que exigiria maior profissionalização e condições laborais para os seus agentes. Segundo Kalil (2010, p. 48),

[...] em 1878, existiam 11 tipografias, quatro litografias e cinco estúdios fotográficos na capital baiana’. Refletindo também os ideais da República, apenas no final da década de 1890 as atividades editoriais na Bahia seriam revitalizadas. Houve significativo aumento no número de tipografias instaladas na capital: ‘Em 1923, o número de tipografias e afins passava de 50 [...].

A Associação Tipográfica se manteve até, pelo menos, a década de 1930, e, ao que tudo indica, contribuiu para a ampliação do setor. Dentre suas finalidades encontrava-se a formação, o desenvolvimento de atividades culturais e a mobilização cívica para os tipógrafos e seus familiares. Representativa e longeva, liderou greve por aumento salarial no final do século XIX e patrocinou a *Revista da Associação Typographica* e o *Boletim Graphico* durante as três décadas iniciais dos anos 1900.

Um dos associados que merece destaque é Arthur Arezio da Fonseca (1873-1940), que ingressou na entidade em 1902 e foi autor de cinco livros que tratam da área gráfica: *Serões typographicos*, *Esboço typographico*, *Machinas de compor*, *Revisão de provas typographicas*, *Dicionário de termos graphicos*. (TAVARES; ROSA, 2010)

Com a Proclamação da República, a educação foi expandida com posicionamento de contraponto à política colonialista. A Constituição elaborada à época descentralizava os investimentos no sistema educacional e, com isso, os estados de maior pujança econômica, a exemplo de São Paulo (com a lavoura do café), ficaram à frente nesta ampliação do ensino. Editores estrangeiros, principalmente de Portugal e da França, a exemplo de Francisco Alves e Baptiste Louis Garnier, passaram a atuar na edição de livros didáticos, enxergando no Brasil a oportunidade de abertura de novos mercados. Porém, atuaram de forma centralizada na região Sudeste – sobretudo no Rio de Janeiro e em São Paulo –, onde o sistema de ensino alcançava camadas mais amplas da sociedade e o desenvolvimento deste segmento na produção editorial tornou-se imprescindível para estabelecer e fortalecer o mercado do livro no país.

Como diria Curtis Benjamin, o problema do livro no Brasil não se resolve com sua impressão, seja em que quantidade for, mas com a criação de um mercado para os livros. O desenvolvimento do sistema escolar foi criando esse mercado de massas. (LINDOSO, 2004, p. 64)

Enquanto isso, na Bahia, eram os manuais, trabalhos técnicos e científicos, além do atendimento das pequenas gráficas às demandas

dos cursos de nível superior, como da Faculdade de Medicina da Bahia, que traduziam a atividade editorial. Ademais, no início do século XX, cabe destacar ainda a atuação das editoras católicas na Bahia, com as publicações de cunho religioso, a exemplo da tipografia dos monges beneditinos e a do Mosteiro de São Bento. (ROSA; BARROS, 2004) Monges beneditinos fundaram em 1900, no Mosteiro da Graça, uma oficina tipográfica para publicação de *O estandarte católico*. Em 1909, a tipografia foi instalada no Mosteiro de São Bento, pelo abade Majolo de Caygny, sendo sua primeira publicação o livro *A vida de São Bento*, em edição de 5 mil exemplares.

O movimento editorial baiano no século XX a caminho do século XXI

O descortinar do século XX, para a história do livro na Bahia, se inicia com outra iniciativa, que não foi pioneira pois já falamos de Silva Serva, mas que marcou por ter sido uma iniciativa também privada que num primeiro momento não foi bem-sucedida, no entanto, logo em seguida marcou uma época. Estamos falando de Manoel Pinto de Aguiar, advogado, economista, poeta, empresário, professor, escritor, natural de Alagoinhas que – em parceria com o também professor, jornalista e acadêmico, Jorge Calmon – criou, em 1938, a Editora Cruzeiro, que publicou o primeiro e único livro de Teodoro Sampaio, *O Rio São Francisco e a Chapada Diamantina*. A falta de experiência na área editorial e as dificuldades no contexto da Segunda Guerra Mundial tornaram a experiência de certo modo frustrante. (ROSA; BARROS, 2004)

Mas Pinto de Aguiar não se intimidou; em 1942, para ajudar a um amigo de infância, Armando Souza, ele tornou-se proprietário da Livraria Progresso Editora. O primeiro título publicado data de 1945, *Richilieu* de Augusto Bailly, autor francês

[...] embora o objetivo principal da editora fosse publicar autores baianos, principalmente os novos. [No entanto] A experiência anterior malsucedida indicou-se a necessidade de conciliar a importância cultural da obra com a questão financeira do empreendimento. (ROSA; BARROS, 2004, p. 6)

Foi, entretanto, a parceria com a Universidade Federal da Bahia que contribuiu para o catálogo qualificado da Editora Progresso. Houve um desejo do então reitor Edgard Santos, fundador da Universidade da Bahia, em ampliar a atuação desta instituição, o que levou a coedição de cerca de 60 títulos, dentre eles a *Introdução à gramática Iorubá*, cuja edição se esgotou em 30 dias.

O excelente catálogo formado pela Editora Progresso, com contribuições de conteúdo oriundo da Universidade da Bahia – posteriormente Universidade Federal da Bahia (UFBA) –, garantiu o destaque para os 16 anos de atividade da editora e lançamentos da ordem de 450 títulos. Ao assumir a presidência da Petrobras em 1960, Pinto de Aguiar encerrou suas atividades editoriais. (INSTITUTO BAIANO DO LIVRO, 1993)

Iniciativa que surgiu em 1945, pertencente a Abdon Rosado, foi a Livraria Universitária, situada na Praça da Sé, que também exerceu o papel de editora. Dentre as publicações que fizeram sucesso podemos citar a obra *A Cozinha baiana* de Darwin Brandão, com uma tiragem de 5 mil exemplares, bastante elevada para o mercado da época. As edições ocorreram no período de 1948 a 1972, tendo sido publicados oito títulos; a livraria permaneceu ativa no mesmo endereço até julho de 2004.

Na segunda metade do século XX, destacam-se algumas editoras, inclusive a Dinamene (1950-1979) de Pedro Moacir Maia, professor de língua neolatina, que não era registrada de fato como empresa. O seu surgimento está vinculado ao apoio financeiro à *Revista Cadernos da Bahia*, criada em 1948 por um grupo formado pelo historiador Vasconcelos Mia, os jornalistas Darwin Brandão e Cláudio Tavares,

Wilson Rocha e Pedro Moacir. O objetivo do seu fundador não era, de fato, manter uma atividade editorial permanente e sim, lançar livros com tratamento editorial especial, em pequenas tiragens, para serem vendidos por valores que ajudassem a sustentar a edição da revista. Da parte de Pedro Moacir houve mais investimento que retorno financeiro – era algo que realizava para se satisfazer. Foram publicados 20 títulos e 120 *pliegos* ou plaquetas – livros com poucas páginas. O primeiro título publicado em 1950 foi uma obra organizada pelo próprio Pedro Moacir, intitulada *Antologia de poemas de amor de poetas brasileiros*. Para a impressão dos livros, ele recorria a tipografia dos beneditinos. (ANDRADE et al., 1994)

Outra ordem religiosa que manteve serviços gráficos e editoriais foi a dos franciscanos, por volta de 1950 até 1970, através da organização denominada Mensageiros da Fé. Ainda na década de 1950, surgiu a empresa Artes Gráficas, com excelente parque gráfico e que se dedicou também a algumas edições, com destaque para o livro *Corta Braço*, de autoria do jornalista, contista, novelista, romancista e dramaturgo Ariovaldo Matos. No final dos anos 1990, a empresa encerrou suas atividades.

Mas foi no ano de 1957 que um grupo de intelectuais baianos e amigos, formado por Fernando da Rocha Peres, Glauber Rocha, Paulo Gil Soares e Calasans Neto, criou a Edições Macunaíma. (HALLEWELL, 2005) Sua linha editorial estava voltada para obras literárias e álbuns de artistas locais produzidos de forma artesanal e de baixo custo. “Em 1974, houve uma mudança de nome, passando a se chamar Macunaíma Empreendimentos Editoriais Ltda., contando também com mais uma sócia, a poeta Myriam Fraga”. (CORDEIRO, 2022, p. 38) A empresa chegou a publicar cerca de 100 livros destacando a poesia baiana de autores como: Myriam Fraga, Florisvaldo Matos, Godofredo Filho, Fernando da Rocha Peres entre outros. A Edições Macunaíma ainda é usada, de forma dispersa, como um selo, tanto

que em 2022, o professor e poeta Fernando da Rocha Peres lançou 5 *Fabulações edênicas*, por este selo.

A linha do tempo do século XX prossegue com iniciativas editoriais que não alcançaram uma repercussão nacional, mas desempenharam o seu papel. Temos as Edições ViceRey criada por Nelson de Araújo nos anos 1960, “[...] concebida como uma pequena instalação em sua própria residência, sem infraestrutura adequada, mas com o legítimo objetivo de contribuir para a divulgação e publicação de autores baianos, contou com dez títulos publicados durante seu exercício”. (CORDEIRO, 2022, p. 38) Ainda nos anos 1960 implantou-se a Editora e Gráfica Cimape de Dimpino Carvalho que publicava na maioria das vezes com recursos investidos pelos próprios autores.

Dmeval Chaves, antigo livreiro baiano que possuiu uma cadeia de livrarias em Salvador, a Civilização Brasileira, como outros livreiros, teve também a sua editora, denominada Itapuã, fundada em 1967. Esta publicou obras que tinham a Bahia como tema e conseguiu sobreviver por um período a partir de um convênio com o governo do Estado. *Povoamento da cidade do Salvador*, de Thales de Azevedo; *Capoeira de Angola*, de Waldeloir Rego, lançado em 1968 e premiado pela Academia Brasileira de Letras; *Estranho mundo dos cangaceiros*, de Estácio de Lima foram algumas das obras publicadas. (ROSA; BARROS, 2004)

No bojo dos anos 1960, James Amado, irmão de Jorge Amado, fundou a editora Janaína (1968), tendo como destaque a publicação em sete volumes da coleção *As obras completas do Dr. Gregório de Mattos e Junqueira Freire*, em dois volumes.

A Bahia foi brindada, em 1979, com a criação da editora Corrupio. Editora pensada pela fotógrafa Arlete Soares, para publicar as obras inéditas no Brasil do etnólogo francês Pierre Verger, de quem era amiga muito próxima. Após 40 anos de atividade, a Corrupio encerrou suas atividades em 2020, deixando como sua marca para a memória e acervo baiano, livros, muitos deles de arte, tendo como temática a cultura negra e a diáspora africana escrito por autores/pesquisadores como:

Zélia Gattai, J. Cunha, Paloma Jorge Amado, Vivaldo Costa Lima, Mestre Didi, Carybé, Juana Elbein dos Santos e Mabel Velloso, além de cerca de 12 obras de Pierre Verger.

Foram muitas as pequenas editoras que surgiram neste período, incluímos a editora Contemp (1981), implantada por Luís Ademir Souza, a “[...] editora funcionou com uma linha editorial não muito bem traçada, publicando livros infantis, didáticos e outros, em sua maioria, com aporte financeiro dos autores”. (CORDEIRO, 2022, p. 38) A editora Ianamá (1985), de José Esmeraldo Souza Coelho que publicou cerca de 15 títulos financiados, muitas vezes, pelos autores e algumas coedições; encerrou suas atividades em 1992. O acadêmico Aramis Ribeiro Costa fundou em 1989 a editora Marfim, publicando livros de sua autoria como, por exemplo, *A noite de Rosália* (1989) e *Uma varanda para o jardim* (1993), e em 1996 da autoria de Sérgio Mattos, *Asas para amar*.

Um levantamento realizado em 1992 identificou 12 editoras privadas: Círculo do Estudo, Pensamento e Ação (CEPA), Centro de Documentação do Pensamento Brasileiro, Editora do Brasil na Bahia, Ciência Jurídica, Fundação Casa de Jorge Amado – Casa de Palavras, Fator, Edições Ianamá, Marfim, Corrupio, Contemp, Agalma, Casa da Qualidade; 7 órgãos públicos que possuem linha editorial: Fundação Cultural do Estado da Bahia, Centro de Estudos Baianos da UFBA, Centro de Recursos Humanos da UFBA, Centro de Estudos Afro-Orientais da UFBA, Assembleia Legislativa do Estado da Bahia, Centro Editorial e Didático da UFBA e Centro de Estatísticas e Informações do Estado da Bahia.

Os pesquisadores da história do livro na Bahia frequentemente indicam, dentre os traços do mercado local e como uma das suas principais fragilidades, o empreendimento pela afinidade pessoal com a área literária e não pelo interesse mercadológico no negócio do livro, que leve a resultados econômicos tornando viável o funcionamento e permanência das editoras. Porém, na nossa visão, fatos narrados na própria

historiografia e a dinâmica do cenário mais atual indicam que esta premissa deve ser considerada, mas não se aplica a todos os empreendimentos editoriais e, ainda assim, mesmo com a existência de um tino empresarial/comercial, fatores mais amplos influenciam no caminho de muitos desafios para a sobrevivência no mercado editorial baiano.

O caso das livrarias e editoras Catilina e Progresso são exemplares de empresas que amadureceram no exercício das suas administrações e visão de mercado. Há diversos outros exemplos de editoras mais recentes que conseguiram ou estão conseguindo se manter por períodos mais longos, atravessando dinâmicas bem diferenciadas durante o seu percurso, das políticas para o livro, das tecnologias e das crises econômicas que abatem o país.

Sobre a Progresso, Guido Guerra comentou:

A Livraria Progresso desenvolvia uma grande atividade editorial, inclusive com repercussão no Sul do país: publicou ensaios de antropologia, sociologia, crítica literária, ficção, a obra completa de Ruy Barbosa e grande parte da poesia de Carvalho Filho. Quer dizer, a realidade editorial do país mudou completamente. No caso da Progresso, além de distribuir seus livros em Salvador, ela mandava uma boa parte para José Olympio [um dos principais editores e livreiros brasileiros entre os anos 1930 e 1970] e a Livraria São José, no Rio, e a Siciliano, em São Paulo. Então o país todo tomava conhecimento desses livros. Mas, pouco a pouco, a Progresso foi perdendo o embalo do mercado editorial e acabou desaparecendo. (SANTANA, 1986, v. 6, p. 69)

O que explicaria, então, que alguns empreendimentos se mantivessem por considerável período e depois perdessem o ritmo do desenvolvimento e precisassem encerrar as atividades? É preciso refletir sobre este histórico e os dados econômicos para questionar se a fragilidade é oriunda do perfil de um elo específico da cadeia produtiva, como as editoras, ou de contextos mais complexos e amplos que evidenciam a ausência de articulação desta cadeia, de políticas públicas e

transversais, de formação profissional, de desenvolvimento da estrutura tecnológica do estado, dentre outros; o que tornaria a resistência e persistência das editoras baianas um processo árduo, desgastante, que mais cedo ou mais tarde vai se descontinuar.

Sobre esta questão nos coadunamos com a visão de Aragão (2002, p. 91): “Somando-se o fato de que o livro é um importante objeto de difusão cultural, técnico-científica e religiosa, um mercado editorial estruturado pode-se constituir em importante diferencial de competitividade”.

Nesse sentido, consideramos importante estabelecer conexões entre o passado e o presente e trazer à tona aspectos que chamam a atenção por semelhanças nas dinâmicas de outrora com as de hoje (às vezes surpreendentemente semelhante depois de séculos), principalmente nos mercados editoriais mais distantes das maiores metrópoles brasileiras, como o baiano.

O primeiro desses aspectos é a dificuldade de distribuição das obras, que se manifesta desde a primeira metade do século XIX, quando autores eram responsáveis pela edição dos próprios trabalhos, devendo confiá-los a editoras e tipografias das suas regiões devido às restritas possibilidades de comunicação e transportes. Apenas conseguiam divulgar sua produção em outros centros quando mudavam de cidade,² o que dependia de um grande esforço pessoal e corpo a corpo.

Mesmo com o transcorrer da história, já no século XX, quando pode-se identificar a existência de um mercado editorial nacional, as dificuldades para que as obras de autores residentes à margem dos maiores centros econômicos e populacionais do país fossem distribuídas para públicos mais amplos persistiam e incomodavam. Nesse sentido, o escritor e colunista baiano Guido Guerra, ao refletir sobre o problema editorial da literatura baiana, em texto que integra a coletânea *Literatura Baiana: 1920-1980* (1986, p. 67), endossa a fragilidade da distribuição de livros no Brasil e especialmente na Bahia:

A história da literatura baiana é também a história do movimento editorial de Salvador. A exemplo de outras capitais – com exceção do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte –, nosso movimento editorial sempre fracassou porque, estruturado em bases não empresariais, não resolveu o problema da distribuição a nível nacional. As obras em geral aqui editadas nunca tiveram tiragens superiores a mil exemplares, dos quais uma parte irrisória é comprada pelos amigos no dia do lançamento (às vezes nem precisam comprar, são presenteados) e a maior parte é timidamente colocada no mercado livreiro local, sem outra chance senão a do encalhe.

Essa é ainda a realidade dos autores residentes fora dos eixos Sudeste-Sul. As tiragens permanecem na média supracitada, o principal canal de venda é o evento de lançamento e há dificuldades em se comercializar os títulos nas redes de livrarias, que adquirem poucos exemplares e não ofertam destaque às obras. A diferença dá-se pelo contexto atual de potencial comercialização em plataformas digitais, dos *sites* de livrarias/*marketplaces* e das próprias casas editoriais, das redes sociais do autor e editoras, entre outras, que permitem, ainda que numa escala restrita – já que se requer maiores investimentos para uma divulgação mais ampla nas redes, as quais correspondem a um universo bastante concorrido e extenso –, o alcance de públicos de outras cidades e regiões.

Outro aspecto de hoje que encontra ressonância também nos idos do século XIX é a busca por parte dos editores, sobretudo daqueles que atuam nas regiões tidas como periféricas no desenvolvimento tecnológico e industrial (Norte, Nordeste, Centro-Oeste), por centros com tecnologias mais avançadas para os maquinários de impressão e mão de obra mais qualificada, em que a otimização dos processos de produção dos livros torna os preços mais competitivos. Hallewell (1985) trata da estratégia dos editores brasileiros no período colonial de imprimir na Europa os livros editados no Brasil, fato este que podemos utilizar

como paralelo com as relações recentes entre os eixos Sudeste-Sul/Norte-Nordeste:

Mesmo arcando com o custo do frete transatlântico (50 francos por tonelada, mais 10% *ad valorem*, Le Havre-Rio na metade da década de 40, tarifa para livros), o produto europeu era mais barato e de melhor qualidade, tanto técnica quanto esteticamente, do que aquele feito no Rio [de Janeiro]. Até então a impressão de livros fora um complemento útil para as tipografias dos jornais aproveitarem as horas ociosas, mas por volta da década de 50 [1850] o desenvolvimento técnico começou a provocar uma separação entre os processos de impressão dos jornais e os usados para imprimir livros. [...] Após este divórcio, apenas as oficinas tipográficas nos maiores centros da Europa (e da América do Norte) podiam contar com um fluxo suficiente de trabalho de impressão de livros para garantir a utilização máxima de seu equipamento e, conseqüentemente, economia operacional. (HALLEWEL, 1985, p. 129, grifo do autor)

Trata-se de uma espécie de ciclo no qual a falta de demanda suficiente de serviços da impressão de livros para as gráficas locais dificulta um maior investimento na indústria da própria região, que não investe em tecnologia nem em qualificação para melhor operacionalizar os processos. Por sua vez, os editores locais deixam de imprimir localmente, o que concentra a atividade nos grandes centros que se mantêm retroalimentados. Situação criticada há quase 200 anos, assim como na atualidade e que, no mínimo, requer reflexões e ações através de políticas públicas e redes de fortalecimento dos mercados menores, como veremos posteriormente.

Para finalizar esse panorama cronológico do século XX, como um notável exemplar da atuação de entidade de organização privada, voluntária e sem fins lucrativos, está o Instituto Baiano do Livro (IBL), ativo durante seis anos (1991-1996). Nos *Apontamentos para a história do livro na Bahia* (2010), Flávia Rosa e Luís Tavares pontuam que a associação de livreiros, editores, jornalistas, distribuidores, artistas

gráficos, demonstra, nesta fase, a existência de uma visão da força de congregação e trocas entre diferentes atores do processo produtivo do livro. Sua atuação é marcada por iniciativas de formação e qualificação profissional, com cursos capitaneados por expoentes nacionais, realização de eventos como a Mostra de design gráfico-editorial da Bahia, edição de livro e um mapeamento das editoras da cidade de Salvador.

Cabe ressaltar ainda a importância das editoras universitárias, principalmente neste trânsito entre os anos 1990 e 2000, na Bahia, sendo quatro pertencentes a universidades estaduais: a Editora da Universidade do Estado da Bahia (Eduneb), a Editora da Universidade Estadual de Santa Cruz (Editus), a Editora da Universidade do Sudoeste da Bahia (Edições UESB), a Editora da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS Editora); e duas de universidades federais: Editora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (Edufrb) e a Editora da Universidade Federal da Bahia (Edufba), sendo esta a protagonista. Ressaltamos o papel que exercem as editoras universitárias localizadas em cidades do interior da Bahia, em particular a Editus e a UEFS Editora, que são organizadoras de feiras literárias e desenvolvem ações permanentes de leitura com a comunidade. A Edufba também implantou uma interessante campanha de incentivo à leitura no âmbito da universidade – BORALER# – e desenvolve ações no *campus*. Todas as editoras universitárias são filiadas a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU) que vem há 35 anos defendendo os propósitos das suas associadas, comprometida com a difusão do conhecimento de forma inclusiva e democrática. Para Érika Aragão (2002, p. 94, grifo da autora),

A importância dos livros técnicos e científicos tem crescido em função do número de universidades privadas e do *boom* dos cursos de pós-graduação, que constituem o maior mercado para estas publicações. Neste sentido, o papel das editoras universitárias tem sido fundamental para a divulgação do pensamento técnico-científico de seus respectivos estados.

Há, certamente, uma lacuna no registro histórico a partir dos anos 2000. Existe um levantamento de 2004,³ realizado pelo Grupo de Estudos de Políticas de Informação e Cultura e Comunicações da UFBA, que indicava a existência de 11 editoras particulares em Salvador. Em comparação, um pouco mais de uma década antes (1992) o IBL realizou uma pesquisa de mesma natureza e foram mapeadas dez editoras com este perfil, das quais, apenas duas continuam em atividade. Ainda que não se possa avaliar um setor apenas pelo dado do número de editoras, há um indicativo de uma estagnação do mercado neste recorte de pouco mais de dez anos na capital baiana.

São igualmente rarefeitas as análises da dinâmica do mercado editorial baiano na contemporaneidade, ainda mais que muitos marcos institucionais, no âmbito das políticas públicas, passaram a compor e interferir no desenvolvimento do cenário. Além de uma cadeia produtiva nacional mais estruturada, o conceito de economia criativa surge como novo paradigma, no qual se inclui o setor editorial. Pontos e universos que precisam ser mais bem mapeados, refletidos e discutidos para quem sabe, alcançar o que foi sonhado por Manuel Silva Serva: uma Bahia em destaque a partir das letras, não só no seu mais abrilhantado aspecto, o da criação, mas também na sua produção e disseminação editorial.

Histórico da intervenção pública e de associações de classes

Para tratarmos de intervenções públicas relacionadas ao livro, no Brasil e em particular na Bahia, precisamos retomar o período colonial e indicar como primeiras medidas de intervenção a atitude da Coroa Portuguesa ao proibir a instalação de tipografias locais, a ausência de interesse e argumentação de inviabilidade e não necessidade das oficinas tipográficas oficiais, até a decisão de instalação da Imprensa Régia, em 1808, com a vinda da família real. Somente após este fato é

que houve a autorização de impressão de livros e outros escritos por particulares, visando possibilitar um ambiente mais erudito e culto nas terras em que passou a residir a realeza e instrumentalizar a pequena elite letrada que passava a ocupar os novos centros nacionais de ensino superior, além de universidades europeias.

Tratando dos primeiros incentivos para a formação e o desenvolvimento do processo de produção de livros no território baiano, Silva Serva, o primeiro tipógrafo particular licenciado, como já registramos, elaborou um verdadeiro plano de ação com vistas a receber auxílio ou empréstimo financeiro para a sua empresa, e acabou colaborando para o desenvolvimento da prensa e das artes de composição na Bahia.

Depois dessa iniciativa – início do século XIX –, passados mais de 60 anos, é que há registro de fomento ao processo gráfico-editorial no estado, por meio da Associação Typographica Bahiana, que tinha uma política voltada para a formação profissional e para melhores condições de mobilização e pleito de melhorias no processo de trabalho e de ampliação dos direitos, o que perdurou até aproximadamente 1930, e que também já foi anteriormente abordado.

No século XX, a criação da Imprensa Oficial do Estado da Bahia (IOE), futura Empresa Gráfica da Bahia (EGBA) e a fundação da Academia Baiana de Letras (1917), esta última pelo engenheiro baiano Arlindo Cardoso, ilustram o estabelecimento de instituições por segmentos sociais distintos, uma no âmbito governamental e outra uma associação de escritores que, no decorrer das suas trajetórias, demarcam a existência e, ao mesmo tempo, a ausência de políticas relacionadas aos campos do livro, literatura e da leitura no estado.

Fundada em 1915, durante o governo de J. J. Seabra, a IOE nasce como autarquia estatal para as publicações oficiais do estado da Bahia, juntamente com o seu principal produto, o *Diário Oficial do Estado da Bahia*. Pouco a pouco a IOE passou a se destacar e chegou a impactar a iniciativa privada, sendo responsável, cada vez mais, pela impressão das produções dos autores locais e dos estudantes da Faculdade de

Medicina. Vale notar que seu primeiro diretor foi o médico José de Aguiar Costa Pinto.

A IOE passou por algumas transições institucionais, primeiro no ano de 1948, tornando-se a Imprensa Oficial da Bahia (IOB) e a partir de 1972, Empresa Gráfica da Bahia (EGBA), passando a configurar-se como empresa pública de natureza jurídica de direito privado, de capital exclusivo do Estado, com autonomia administrativa e financeira.⁴ Algumas de suas gestões foram marcantes em termos de produção dos livros, são elas: José de Aguiar Costa Pinto (1915-1935), Milton Santos (1951-1961), José Curvelo (1965-1987), Othon Jambeiro (1987-1990) e Tasso Franco (1995-1997).

Na gestão do geógrafo Milton Santos (1959-1965) o parque gráfico da EGBA foi modernizado e isto influenciou no programa editorial da empresa, que lançou revistas – a *Revista da Bahia* e a *Revista Tule* – e ainda a Coleção Tule “que levaram ao público o melhor da literatura baiana”. No longo período em que José Curvelo esteve na direção da EGBA ao menos 63 títulos de livros de ficção foram publicados, de acordo com Tavares (1991, p. 43) “[...] muitos dos quais – e entende isso quem conhece um pouco da tessitura das relações sociais baianas – são fruto das gentilezas entre amigos”. Já na gestão Othon Jambeiro (1987-1990), além da retomada de ideias e projetos bem-sucedidos em gestões anteriores, se formou “uma equipe editorial de profissionais, integrada por programadores visuais e jornalistas, tendo como propósito consolidar a [...] (EGBA) como editora”. (ROSA; SANTOS, 2004, p. 4)

É lamentável a descontinuidade do programa editorial e a falta de política pública consolidada através da EGBA, diferentemente, por exemplo, da Companhia Editora de Pernambuco (Cepe),⁵ que teve a sua origem na Repartição de Impressões Públicas (1924) e é também responsável pela impressão do *Diário Oficial de Pernambuco*, mas edita e imprime periódicos como o *Jornal Literário de Pernambuco*, desde 1986, agora distribuído para assinantes, anteriormente denominado *Suplemento Cultural do Estado de Pernambuco*, que seguia encartado

no *Diário Oficial do Estado*. Também publica a *Revista Continente*, a única revista comercial de arte e cultura do Nordeste, vendida nas bancas de revista pernambucanas e de outros nove estados do país, com assinaturas disponíveis para todo o Brasil, além de versão digital.

Possui um conselho editorial para os livros, lançando diversos títulos de autores locais com o selo Cepe Editora, além da coleção Acervo Pernambuco, que reedita livros raros ou fora do catálogo. Por fim, é realizadora de prêmios como o Cepe Nacional de Literatura, o Cepe Nacional de Literatura Infantojuvenil, o Pernambuco de Literatura e o Hermilo Borba Filho de Literatura, alguns com mais de cinco edições.

No caso da Academia de Letras da Bahia (ALB) ([201-]), ela tem como principais objetivos “o cultivo da língua e da literatura nacionais, a preservação da memória cultural baiana e o amparo e estímulo às manifestações da mesma natureza, inclusive nas áreas das ciências e das artes’ (Art. 1º do Estatuto)”.⁶ Além de ser uma instituição de reconhecimento e prestígio para os escritores que ocupam, de forma vitalícia, as suas 40 cadeiras, suas atividades compreendem palestras, seminários, conferências, encontros com escritores, concursos e prêmios literários, publicações como o anuário *Revista da ALB* e acesso ao público dos seus arquivo e biblioteca.

Em outubro de 2019, numa ação pontual, a ALB realizou o “Encontro com Editores Baianos”, com a proposta de estreitar relações entre os escritores baianos e os editores locais, porém não se tratou de uma ação com ampla divulgação nem para autores e nem para editores locais e que não resultou em encaminhamentos ou propostas futuras. Os prêmios são a sua mais destacada iniciativa para o meio literário, principalmente por revelarem ou reconhecerem talentos locais. Estes podem já ser autores das editoras locais – e a obra deste autor e a editora que o publica podem ganhar mais repercussão – ou podem passar a publicar com editoras baianas privadas, que passam a se interessar mais pelos escritores premiados uma vez que o reconhecimento adquirido traz consequente potencialidade de retorno comercial.

Essa premiação da ALB ocorre desde 1983 e, desde 1986, foi estabelecida uma parceria com a empresa Copene/Braskem – indústria com planta na Bahia – para o Prêmio Copene/Braskem de Literatura, o que resultou em maior destaque à iniciativa, apesar da marca da patrocinadora ter se sobreposto à da academia. A parceria da indústria com a ALB perdurou por longínquos 28 anos, sendo encerrada em 2014.

Com a interrupção do patrocínio, em 2016, a ALB viabilizou um prêmio voltado apenas para um gênero literário específico, o de contos, através de apoio financeiro da Prefeitura Municipal de Salvador, última ocorrência do projeto.

Ainda sobre organizações de classe, em 1958 foi fundada a Câmara Bahiana do Livro (CBaL), que é marcada por instabilidades em todo seu percurso, principalmente pela dificuldade de reunir um número significativo de integrantes/associados, com ativa participação, que seriam os editores, livreiros, distribuidores e outros componentes da cadeia do livro na Bahia.

Segundo registros da história da instituição, disponibilizados pelo seu último presidente, Primo Maldonado,⁷ a CBaL, na década de 1980, encontrava-se abandonada pelos seus membros. Somente muitos anos depois, no ano de 1999, apesar de tentativas anteriores de mobilização, é que com os esforços do jornalista e escritor Adinoel Motta Maia, grande entusiasta do retorno das atividades, a CBaL é reativada.

A partir desse momento há informações sobre encaminhamento de uma política mais efetiva da entidade. Além da organização de feiras de livros, da articulação para melhores condições de participação de editores baianos em bienais e da realização de cursos e palestras. Em 2005, a CBaL participou da elaboração do Projeto de Lei nº 58⁸ de subtítulo “Política Estadual do Livro”, juntamente com a Fundação Pedro Calmon (FPC), autarquia do Estado da Bahia responsável pelas políticas de incentivo à leitura, à memória e mais recentemente ao livro.

De acordo com Maldonado, diretor por quase todo o período desde a retomada da CBaL, em entrevista concedida:

Nós conseguimos [encaminhar] a Lei do Livro do estado, depois teve uma da prefeitura, mas essa lei ela não foi... O problema só é que criar uma lei do livro é sempre bonito, a Lei Sarney é linda, mas não é regulamentada [sic], não recebe orçamento, cai na vala das boas intenções. Ela [a Lei do Livro baiana, proposta em 2005] tratava de obrigar o estado a fazer uma política do livro, essa é a nossa grande briga, que o estado da Bahia nunca teve uma política do livro. Você tem a política nacional, tem até quase uma política municipal, mas uma política estadual nunca teve [em execução], um setor sempre desconsiderado.

Questionado sobre os objetivos e a importância de uma instituição como a CBaL para o mercado editorial local, Primo responde:

Trazer as discussões do ramo e buscar soluções. Por exemplo, você tem as questões ligadas ao estado. Na área de livro, como na área de cultura [sic], existe uma ligação muito forte com o estado, que é um dos grandes financiadores dessa área, então no primeiro momento de reativação da Câmara nós buscamos muito isso, conseguimos [encaminhar] algumas leis, uma política de estado para o mercado. Uma outra função muito importante é a de você conseguir fazer formação, formação de mão de obra, fazer discussões, fazer reuniões em torno do assunto. E também procurar meios para colaborar para a comercialização, como feiras de livro, festas literárias. Então, além de fomentar, em muitos estados, é a própria entidade, algumas inclusive chamam também Câmara, que organizam as feiras, que é o momento do ano mais importante, a feira do livro em alguns locais como São Paulo, no caso lá é a Bienal; mas Porto Alegre, Minas, onde são feiras anuais.

Então, ela [a Câmara] tem todo um trabalho de representatividade, de buscar apoio para o setor, entendeu? Questão de legislação, muito importante, até buscar facilidades para as empresas, para o setor, incentivos, financiamento. Então, é uma entidade importante, todos os setores que têm uma boa entidade são setores que normalmente têm uma capacidade de evolução maior.

A Câmara Brasileira do Livro (CBL) (2022), criada em 1946, em São Paulo, “quando um grupo de editores e livreiros começou a se reunir para discutir os problemas do setor e buscar formas de atuação conjunta e organizada”, é a principal referência para a atuação de câmaras estaduais, como o caso da Bahia.

A CBL, mesmo sendo uma entidade que congrega representantes da cadeia produtiva do livro (e, portanto, pelo menos inicialmente, teria como fonte principal de manutenção financeira a mensalidade dos associados), conseguiu, ao longo da sua história, atrair e consolidar parceiros institucionais e financiadores, dos setores público e privado, e ser uma das instituições no país que mais desenvolve políticas para o mercado editorial. Embora sejam políticas que beneficiem mais diretamente o grupo de editoras e livreiros que a integram, indiretamente estimula mudanças no setor no contexto do país e tem representatividade e força para estimular o campo das políticas públicas governamentais.

Existem críticas à CBL, como a de ser uma instituição elitista, voltada ao interesse das grandes editoras e das pertencentes ao eixo Sul-Sudeste, com mensalidades, mesmo nas faixas destinadas as micro e pequenas editoras, muito distantes da realidade da maior parte das empresas consideradas mais independentes das dinâmicas do *establishment*.

Referenciando-se na sua força associativa; na articulação de parcerias, inclusive para o financiamento dos seus projetos e atividades, no setor público e também privado (não só de empresas do ramo gráfico ou editorial); capacidade de representatividade para contribuições às políticas públicas; nos serviços que presta aos seus integrantes como assessoria jurídica, elaboração de fichas catalográficas, cartas de exclusividade para participação das editoras em licitações; nas pesquisas sobre o mercado; Escola do Livro com cursos de formação; além de benefícios: melhores condições de participação nos programas e eventos que realiza, como a Bienal do Livro de São Paulo e o Brazilian Publishers – com

a promoção dos livros editados dos seus associados em feiras e outros canais de divulgação no exterior –; e ainda considerando as limitações que as editoras menores e que integram outros mercados, como é o caso da Bahia, têm em se associarem a entidades de abrangência nacional; – é que melhor compreende-se a importância que instituições regionais, como a CBaL, podem ter para os seus mercados específicos.

Maldonado discorre sobre as dificuldades em continuar com o exercício e a própria existência da CBaL, indicando que a falta de empresas baianas de grande porte, editoras e livrarias, que poderiam capitanear o processo de organização setorial, prejudica o fortalecimento da câmara. Também menciona a dificuldade de reunir os agentes e relata que, muitas vezes, ao procurar mobilizar novos associados foi questionado sobre os benefícios em se associar, quando tentava sensibilizar para a ideia de que as conquistas teriam que ser galgadas conjuntamente. Ele diz:

Devido a essa dificuldade do mercado mesmo, a dificuldade local de conseguir congrega todos os agentes do livro, que seriam as distribuidoras, as editoras, e até por uma característica do mercado local, que é um mercado que tem uma presença muito forte de empresas nacionais, principalmente na área de distribuição e varejo, a presença local é muito fraca. As empresas mais fortes aqui não são baianas, então, estas locais não conseguiram sustentar uma entidade. A entidade se fortalecia sempre um pouco quando você estava próximo de bienais de livro ou compras do governo que dependiam do aval da Câmara com as cartas de exclusividade, isso aí dava uma reativada, mas fora isso o pessoal não tinha muito interesse. [...] Assumi a câmara tem seis, oito anos, fiz uns dois mandatos tentando reagrupar, mas a gente viu que não tinha mais possibilidade, interessados em assumir, eu iniciei um processo de encerramento.

E, assim, a Bahia atualmente não possui qualquer entidade representativa ou mesmo que possibilite um ambiente de trocas de experiências para os elos/agentes da cadeia produtiva do livro, considerando que,

das instituições aqui relatadas, a única ainda em atuação é ALB, que se volta para a obra literária e seus autores.

Na perspectiva do mercado editorial, da produção e circulação do livro, o IBL representou uma ação inovadora que articulava, além dos representantes da cadeia, pesquisadores da área no estado, e que teve como idealizadores acadêmicos que também vivenciavam a prática do mercado, o que levou a um foco na qualificação da área, com a discussão e eventos em temáticas que representavam vanguarda, tendências no cenário contemporâneo, mas encerrou-se ali mesmo, em menos de uma década de atuação; e a CBAI, tradicional entidade baiana, tendo como referência tantas outras câmaras em atuação no país, mas que também, apesar da longevidade, nunca alcançou grande destaque na sua atuação, devido a difícil união de propósitos e disponibilidade em participar por parte dos agentes – agora também caminha para o encerramento.

Esses modelos mais tradicionais de representação e associação aparentemente não mobilizam aqueles que poderiam ser beneficiados por uma organização setorial fortalecida na Bahia. Porém, outras experiências, mais atualizadas e idealizadas a partir da ótica de que mercados mais independentes precisam ainda mais de união para atuar em um contexto que favoreça cada vez mais as empresas e mercados maiores e mais estruturados, poderiam já estar norteando uma nova engrenagem, a formação de redes no mercado baiano. De acordo com Rosa (2022, p. 32),

[...] infelizmente, por reflexo da própria dinâmica da indústria editorial baiana com um número de editoras que sofre descontinuidade, essas entidades do livro por si só não conseguiram se manter para desempenhar o papel que lhes caberia como representantes de uma determinada classe.

Resta refletir se o que distancia esse tipo de articulação não é uma falta de conhecimento, entendimento e apropriação das características

do cenário baiano, como um mercado à margem dos grandes centros econômicos, com pequenas empresas, autores e temas regionalizados, de modo que se possa superar a resistência ao esforço que requer uma conjunção dos pares (e a diversidade de opiniões, por exemplo), em detrimento do comodismo da atuação individualista, que traz um ilusório conforto de não divergência e mascara as dificuldades em sobreviver diante das adversidades que se impõem a um mercado com este perfil.

Cadeia produtiva do livro e o mercado editorial no Brasil

Cultura, não obstante a controvérsia quanto à sua definição, corresponde, em sentido amplo, a tudo que é apreendido e partilhado por indivíduos de determinado grupo. Em sentido restrito, constitui campo específico, em função de transformações que, nos últimos séculos, promoveram a ampliação de mercados consumidores, passando a compreender instituições, profissões, atores, práticas, teorias, linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões e conflitos, regras e sanções específicas. (BOURDIEU, 2005)

Nesse campo, configurado a partir do conceito restrito de cultura, ocorrem a produção e a

comercialização de bens culturais. Refletindo a imbricação entre as dimensões ampliada e restrita de cultura, os bens culturais possuem dupla face: simbólica e mercadológica. A primeira deriva da estreita relação entre a dimensão da cultura como conjunto de práticas do cotidiano, que diferencia grupos e povos. A segunda, relativamente autônoma em relação à primeira, de campo profissional, renova-se continuamente pelos trânsitos de significados nos mercados de bens simbólicos. Cada uma dessas faces constitui-se de forma relativamente independente, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural. (BOURDIEU, 2005)

A forte imbricação entre cultura e economia explica em parte a extensão em que governos de diversos países, atualmente, fazem intervenções na área de produção de bens culturais. Essas intervenções testemunham a compreensão de que a cultura é pilar estratégico para o desenvolvimento, não só impactando a produtividade e a competitividade empresarial, como também representando um veio promissor de produção e de comercialização de bens que são, simultaneamente, expressões e veículos de construção de identidades.

Não obstante vir assumindo, crescente e aceleradamente, um lugar de destaque na agenda contemporânea, a relação entre cultura e desenvolvimento é ainda pouco explorada por economistas. O atual estágio da pesquisa em economia da cultura reflete as dificuldades inerentes ao fato de ser essa uma área do conhecimento relativamente recente e interdisciplinar, com problemas para a delimitação de métodos de estudo. (BEHAMOU, 2007; LIMA, 2009; TOLILA, 2007)

Dentre os setores que integram o escopo da economia da cultura encontra-se o segmento editorial. Este possui características bastante heterogêneas, a saber: organizações industriais e artesanais; grandes grupos editoriais; parques gráficos; pequenas e periféricas editoras; impressão em baixas tiragens e circulação local de títulos. Assim, o objetivo deste capítulo é traçar um breve panorama do mercado editorial no Brasil.

O presente capítulo está estruturado nas seguintes seções: inicialmente, discorre-se sobre como é conformada a cadeia produtiva do livro; em seguida, caracteriza-se o mercado editorial brasileiro; e por fim, é apresentada uma análise das recentes tendências do setor editorial.

A cadeia produtiva do livro

A economia industrial traz um conceito de cadeia produtiva. Este seria um conjunto de etapas consecutivas, ao longo das quais os diversos insumos sofrem algum tipo de transformação, até a constituição de um bem final e sua colocação no mercado. Trata-se, portanto, de uma sucessão de operações – ou de estágios técnicos de produção e de distribuição – integradas, realizadas por diversas unidades interligadas como uma corrente, desde a extração e manuseio da matéria-prima até a distribuição do produto. (KUPFER; HASENCLEVER, 2013)

Nos diferentes setores econômicos, a cadeia produtiva é um resultado direto da crescente divisão do trabalho e maior interdependência dos setores econômicos. Dessa forma, poderia, também, defini-la como um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos.

Esse método analítico foi desenvolvido como instrumento de uma visão sistêmica. Tem como ponto de partida a ideia de que, no processo produtivo, os atores econômicos se articulam a partir de um fluxo de materiais, de equipamentos e de informação que pode ser analisado de forma conjunta.

A análise da cadeia produtiva permite visualizar todas as atividades econômicas impactadas na geração de um bem. Neste sentido, há aquelas que são à montante, ou seja, que ocorre antes de determinada unidade produtiva (o conjunto de fornecedores). E, também, à jusante, que são atividades necessárias para que o bem-produzido chegue ao consumidor (os canais de distribuição).⁹

De acordo com Loiola (2017), a abordagem de cadeia produtiva é aderente aos estudos do segmento cultural pelo fato de que a estruturação do ciclo de produção da cultura é flexível e pode mudar em função de seu estágio local de desenvolvimento, com alguns estágios mostrando mais proeminência que outros. Para a autora, as cadeias de segmentos da cultura são formadas pelos elos de criação, produção, disseminação, exibição/recepção/transmissão e consumo/participação.

Paul Tolila (2007, p. 38-39) caracteriza de forma geral as organizações das cadeias produtivas da cultura:

Primeira fase (criação) é o feito dos autores, dos compositores e dos que interpretam suas obras. Segunda fase (edição e produção) – a coordenação da fase ‘inicial’ com o conjunto das fases seguintes para fazer a criação de um artista alcançar um status de ‘bem cultural’ oferecido (e, se possível, vendido) num mercado [...]. Terceira fase (fabricação) – corresponde à materialização de uma ideia criadora num produto ‘físico’ passível de reprodução em três grandes séries (impressão de um livro, prensagem e acondicionamento de um CD musical, de um DVD, serviços técnicos para o cinema). Essas atividades de fabricação, duplicação industrial, reprodução, são, na maioria das vezes, atividades subcontratadas administradas pelo editor- produtor da fase 2. A fase de fabricação sofreu um forte impacto, desde o início dos anos 1980, das inovações tecnológicas (tecnologias digitais, especialmente) e disso resultou uma forte corrida para a produtividade, fenômenos crescentes de concorrência e fortes baixas de preços. Quarta fase (da distribuição, também chamada ‘difusão’) em que o produto é colocado à disposição das redes de vendas. Quinta fase (da comercialização pública). Em relação aos setores culturais, encontram-se aqui múltiplas estruturas: tanto ‘varejistas’, megalojas especializadas em produtos culturais, hipermercados, acham-se aqui também as empresas exibidoras de cinema e comércio eletrônico.

Segundo o Relatório da Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) (2010, p. 8), o setor editorial: “abrange dois subgrupos de mídia que produzem

conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos”. Seguindo esta classificação, este setor é denominado “Editoras e Mídias Impressas” e é composto por livros, imprensa e outras publicações.

As editoras, apesar de denominarem o subgrupo, correspondem a apenas um dos elos que compõem a cadeia produtiva editorial, mas, de fato, possuem uma posição central nesta cadeia, com outros elos à montante (acima) e à jusante (abaixo) deste ponto referencial. São estas as responsáveis pela execução do processo de edição propriamente dito (a preparação do livro), que é realizado por profissionais diversos, como os editores, tradutores, revisores, *designers*, diagramadores, e, também, são as responsáveis pela articulação entre os demais elos/agentes, responsáveis pelas etapas antes e depois da edição.

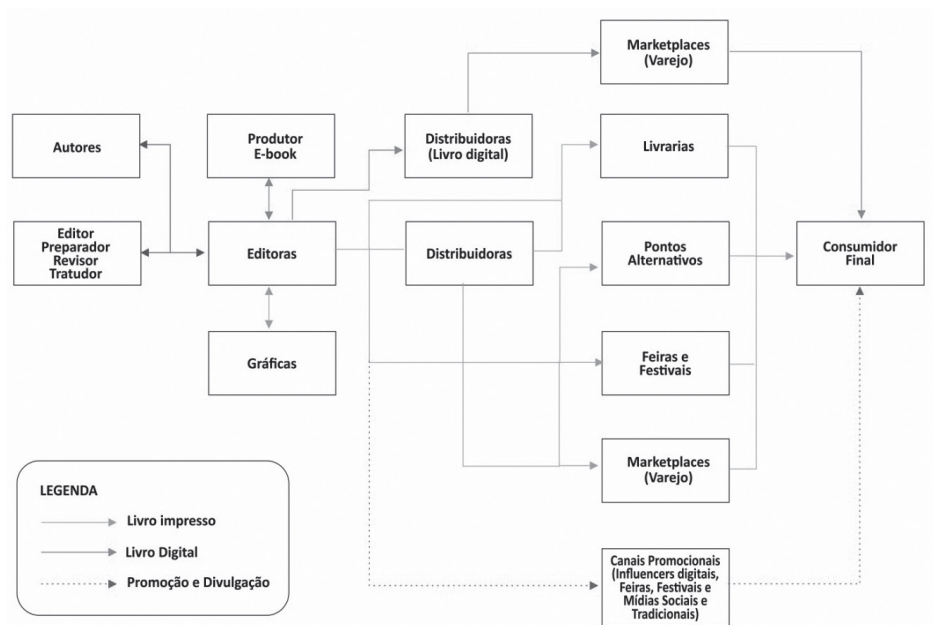
À montante está o elo da criação, que inclui não só os autores textuais, como também os preparadores de textos e os ilustradores. À jusante encontram-se os produtores e responsáveis pela comercialização e promoção do livro e leitura: as gráficas, distribuidoras, livrarias, promotores de leitura (bibliotecários e outros mediadores).

Fábio Sá Earp e George Kornis (2005, p. 18) apresentam a seguinte estrutura, de forma mais tradicional e incluindo produtores de matéria-prima e maquinário de impressão (que não produzem apenas para atender o setor editorial): “A cadeia produtiva do livro reúne os setores autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro e bibliotecário, cada um formado por um grande número de firmas”.

A dinâmica do mercado e o desenvolvimento tecnológico, cada vez mais acelerado, ampliam e diversificam constantemente estes agentes/elos da cadeia. Atualmente, devem ser consideradas as empresas produtoras de *e-books*, por exemplo, e, entre os promotores, além dos bibliotecários e mediadores de leitura, incluem-se os *influencers* digitais dedicados à promoção do livro no ambiente virtual. Também os

realizadores de eventos literários, os festivais, que são iniciativas em ascensão em várias partes do mundo, inclusive no Brasil (Figura 1).

Figura 1 – Cadeia produtiva do livro



Fonte: elaborada pelas autoras, atualizada e baseada em Fábio Sá Earp e George Kornis (2005, p. 18).

Fábio Sá Earp e George Kornis (2005, p. 18), considerando a articulação entre os diferentes elos da cadeia, definem da seguinte forma o mercado editorial:

A interface entre firmas de dois setores forma um mercado. Assim, temos um mercado de direitos autorais que confronta autores e editores, um mercado da manufatura gráfica que confronta editores e gráficos, outro do papel, das máquinas etc. O que normalmente chamamos mercado do livro é composto por dois conjuntos de relações: primeiro, a relação entre o editor, ofertante do livro manufaturado, e os livreiros, muitas vezes entremeadada por distribuidores e atacadistas,

conformando-se diversas possibilidades comerciais; e, segundo a relação dos varejistas com os consumidores finais, sejam pessoas ou bibliotecas.

O mercado editorial, pelo lado da oferta, é constituído por meio das editoras comerciais, que, na maioria dos casos, são as responsáveis pelas publicações. Pelo lado da demanda, há a população de leitores que pode acessar o livro e as revistas por meio dos diversos canais de distribuição: livrarias, bancas, bibliotecas, meios eletrônicos, feiras ou diretamente pelas editoras.

Evolução recente do mercado editorial no Brasil

No segmento editorial brasileiro, semelhante ao mercado mundial, há a operação de empresas de grande porte – principalmente a partir das fusões cada vez mais frequentes. Essas atuam conjuntamente com pequenas e microempresas, com perfil mais independente e que estão nos nichos de mercado. Conforme destaca Tolila (2007, p. 45-46), pode-se considerar o mercado editorial brasileiro como um “oligopólio de franja”:

Nos mercados oligopolísticos, a existência de empresas de pequeno porte se explica pela satisfação de demandas específicas que permitem a criação de nichos. Essas demandas e esses nichos não interessam, em geral, às empresas muito grandes por questões de custos de produção, em especial. Assim, pela diferenciação característica dos produtos culturais, a pequena empresa encontra uma vantagem concorrencial que não teria numa lógica econômica dominada apenas pelos custos. [...] A franja concorrencial do oligopólio corresponde, como já se disse, a um conjunto heterogêneo de pequenas e médias empresas caracterizadas por sua fragilidade financeira e que, portanto, assumem riscos em cada projeto. Dívidas com fornecedores e contas bancárias a descoberto são frequentes e elas têm muita dificuldade de recorrer a empréstimos. Essa fragilidade e a falta de reservas as impedem de superar as consequências dos fracassos sempre possíveis (incerteza).

Tudo isso explica a curta duração da vida dessas empresas e a ‘rotatividade’ constatada em toda sua população. Na sua demografia, a morte é precoce. Em compensação, elas desempenham um papel essencial na renovação da criatividade artística. Investindo em setores em que a rentabilidade não é garantida e assumindo os riscos que as grandes empresas se recusam a assumir, elas ocupam um lugar dinâmico para a inovação e desempenham um papel de laboratórios da pesquisa artística. As ‘majors’ sabem disso e estão atentas às descobertas potenciais dessas empresas, com as quais poderão colocar em ação seus processos comerciais sem o risco nem a pesquisa do primeiro produto.

Em 2021, de acordo com os dados da *Relação Anual de Informações Sociais* (RAIS) (2022), havia 14.735 estabelecimentos formais classificados, pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas, com o CNAE 581 – Edição de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição.¹⁰ São Paulo possui o maior número de editoras, representando 49,5% do total. Apenas sete estados concentram 88,8% das empresas no Brasil.

Tabela 1 – Número de estabelecimentos voltados à edição de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição – 2021

ESTADO	NÚMERO DE ESTABELECEMENTOS	%
São Paulo	7.293	49,5
Rio de Janeiro	1.288	8,7
Minas Gerais	1.107	7,5
Paraná	1.096	7,4
Rio Grande do Sul	902	6,1
Santa Catarina	737	5,0
Distrito Federal	375	2,5
Outros	1.657	11,2
TOTAL	14.735	100,00

Fonte: *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)* (2022).

Figueró (2022) propõe um *ranking* das maiores editoras do Brasil considerando critérios como: títulos mais vendidos por ano; publicações mais vendidas; premiações de melhor editora do ano; número de selos; popularidade; ano de fundação; nota geral e nota do consumidor no Reclame Aqui. Neste sentido, as dez principais empresas de edição seriam: Grupo Companhia das Letras; Grupo Editorial Record; Sextante; Intrínseca; Grupo Editorial Alta Books; Rocco; DarkSide Books; Editora Globo; HarperCollins Brasil e Editora Gente. (FIGUERÓ, 2022)

Em relação à etapa de distribuição, é importante destacar uma característica mais específica do mercado editorial brasileiro. Existe uma grande dificuldade de tornar disponível, nas praças, diversos títulos das pequenas casas editoriais. É o que nos esclarecem Earp e Kornis (2005, p. 45):

Países de grande tamanho como o Brasil apresentam problemas sérios para a distribuição de livros. Os distribuidores operam com uma margem de 10% a 15% sobre o preço de capa do produto, o que pode tornar inviável colocar em Manaus um único exemplar impresso em São Paulo com o preço de capa de R\$ 20. Neste negócio, as economias de escala são essenciais – custa o mesmo expedir uma nota fiscal de um só exemplar ou de 100 mil, e os custos unitários de atendimento (ao editor e ao livreiro), embalagem, expedição, armazenagem e controle de estoque diminuem com o aumento da quantidade.

Principalmente, os editores que atuam fora das regiões Sudeste e Sul têm dificuldades com a logística de distribuição para fora dos seus próprios estados. Primeiro, porque os distribuidores locais possuem mais facilidade de operar de “fora para dentro” dos estados, ou seja, trabalham para editores dos eixos mais fortalecidos para o mercado interno. Segundo, devido às sucursais locais das grandes distribuidoras, sediadas nos eixos Sudeste-Sul, não se interessarem em trabalhar com a produção dos pequenos editores regionalizados, porque o

volume demandado pelas livrarias é pequeno e não apresentam economias de escala. Deste modo, as editoras de pequeno porte acabam sendo as responsáveis pela distribuição dos seus títulos, que ficam muito limitados ao próprio território de criação e produção. Isto prejudica os resultados comerciais e o acesso dos leitores, de várias partes do país, a uma maior diversidade de publicações.

A publicação *Retratos da leitura no Brasil* (2020) indica que o principal canal de compra de livros no país ainda são as livrarias. Deve-se destacar que bancas de revistas e jornais, sebos, grandes redes varejistas (supermercados, por exemplo), feiras de livros e a internet tenham se apresentado como alternativas para os consumidores. Portanto, esse é um elo da cadeia produtiva de grande importância para os resultados do mercado, pois é justamente aquele que intermedia diretamente a relação do público com a criação/produção literária e o objeto livro. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Nesse aspecto, faz-se relevante apontar situações que dificultam a potencialização do mercado editorial brasileiro, no âmbito deste elo. Um ponto crucial é a quantidade de cidades do país que não dispõem de livrarias. A Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic/IBGE), de 2018, mostra que apenas 17,7% dos 5.570 municípios do Brasil possuíam livrarias; quando em 2001, por exemplo, eram 42,7% deste universo. Portanto, não há capilaridade para a circulação e acesso dos livros. (IBGE, 2018)

Cabe destacar que esse decréscimo no número de municípios com livrarias vem ocorrendo desde 2005, com um pequeno percentual de aumento no ano de 2014. (IBGE, 2018) A queda coincide com o período de consolidação das grandes redes de livrarias, situadas principalmente em *shoppings centers* do país, conhecidas como *megastores* de livros.

Além do problema da distribuição, já que estas grandes lojas se concentram nas capitais e algumas grandes cidades de cada estado, deve-se considerar a forma de aquisição por consignação dos livros para comercialização. Esta fragiliza ainda mais as pequenas empresas

editoriais. Este é modelo dominante do mercado editorial brasileiro, a saber:

Existem três formas de venda: simples (para faturamento 60 dias a partir do final da quinzena); com promessa de devolução do encalhe e substituição por outros títulos; e entrega em consignação. Esta última, que sempre foi aplicada como um instrumento para uso em casos especiais, para colocar determinados produtos junto a clientes em situações muito específicas, com a crise dos últimos anos, no entanto, transformou-se em prática corrente, sem a qual a maioria das editoras (sobretudo pequenas) não consegue colocar seu produto nas livrarias. (EARP; KORNIS, 2005, p. 47)

Outro óbice do mercado editorial, inclusive no Brasil, são as discussões em torno do direito autoral e do preço fixo.

O preço fixo é resultado de acordos estabelecidos habitualmente entre editores e livreiros, e, na maior parte dos países em que é praticado, instituído por Lei. Tem histórico desde 1890, no Reino Unido. Há muitas décadas é empregado em diversos países Europeus, com revisões constantes das Leis e, algumas vezes, extinção da prática, com posterior retomada. Prevê um preço único de comercialização, indicado pelos editores, que podem ter uma margem pré-estabelecida de descontos, entre 5 e 10% normalmente. ‘Os defensores do sistema alegam que ele traria pelo menos duas consequências positivas: a manutenção das livrarias independentes e o barateamento do livro. Por outro lado, o abandono do sistema ocasionaria a progressiva eliminação das livrarias independentes em benefício dos varejistas de grandes tiragens (livrarias de redes, lojas de departamentos e supermercados), a redução do número de títulos e das tiragens e, por fim, o consequente encarecimento do livro’. (EARP; KORNIS, 2005, p. 97)

Em relação à demanda, uma questão bastante crítica no mercado editorial é o baixo índice de leitura no Brasil. Este indicador é apontado por todas as cinco edições já realizadas pela *Retratos da Leitura do Brasil* (RL).

O modelo mais tradicional que é adotado para a composição da amostra da RL, buscando uma proporcionalidade do universo de agentes de acordo com o perfil sociodemográfico do país, confere uma confiabilidade neste objetivo de retratar o cenário da leitura. Porém, não são incorporados nesta metodologia os meandros específicos do consumo cultural, que são diferentes do consumo de bens de outras naturezas; do comportamento do público dos produtos de arte e cultura; outras formas de interação e apreensão do conteúdo cultural; uma geografia menos territorial e mais social, no sentido das práticas socioculturais.

E qual o cenário do livro e leitura no Brasil apontado por essas pesquisas? De 2007 para 2019, em quatro edições da RL, o percentual de leitores tem oscilado, para mais ou menos, de 4 a 5%, de forma intercalada. A edição mais recente aponta que em 2015 o percentual de leitores (nos critérios da pesquisa) era de 56% do público total entrevistado, em 2019 este número passa para 52%, o que significaria que o país perdeu 4,6 milhões de leitores (da estimativa de 104,7 milhões para 100,1 milhões). (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Desde a primeira edição da pesquisa, as mulheres são maioria entre os leitores, em torno de 5% a mais que os homens. Ao longo do histórico da pesquisa também é possível observar que a maioria dos leitores brasileiros pertence à classe C, quase metade do universo considerado leitor. A classe B aparece na segunda posição, seguida da classe D/E. O menor percentual de leitores está na classe A (4%), mas, na proporcionalidade da concentração populacional por classe, esta é a que mais lê (67% dos entrevistados da classe A). Importante destacar que é, então, substancialmente na classe C que se encontram os consumidores (não precisamente no sentido mercadológico) de livros no Brasil. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Há relativamente uma estabilidade na massa populacional por região que forma a totalidade de leitores no Brasil auferida pela pesquisa, no comparativo de 2007 a 2019. A região Norte contribuiu com 8 a 10% dos

leitores; Centro-Oeste oscilou entre 7 e 8%; Sul com 13 a 16%; Nordeste 25 a 29%; Sudeste entre 42 e 46%, neste período. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

No que diz respeito à participação de leitores por região, com relação à proporcionalidade por número de habitantes, não há muito distanciamento nas porcentagens. Vale destacar a região Norte, que, apesar da menor porcentagem para o total de leitores brasileiros, tem a maior penetração por habitantes em 2019, 63%, enquanto a Sudeste, com as maiores porcentagens de leitores, tem penetração de 51%.

A quantidade de livros lidos nos últimos três meses mantém-se também estável, mas com tendência crescente nas últimas pesquisas, exceto por 2011 (1,85 livros por pessoa), quando houve um decréscimo considerável. Em 2007, esse número foi de 2,4 livros; em 2015, 2,54 e, em 2019, 2,60. A quantidade de livros lidos por ano se apresenta da seguinte forma: 4,70 (2007)/4,00 (2011)/4,96 (2015) e 4,95 (2019). (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Sobre o perfil de leitura, entre os gêneros que são mais lidos e têm a preferência, desde 2011, a Bíblia é a primeira colocada. Exceto em 2019 (quando caiu o percentual em 7 pontos), vem representando quase o dobro com relação ao segundo gênero mais lido, que são os contos. Livros religiosos também caíram 8% em 2019 com relação à 2015 e 2011, ficando no mesmo patamar de contos e romance. Depois, seguem os didáticos, poesia, infantis e humanidades. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Algumas análises dos dados feitas pelos próprios realizadores da pesquisa e comentadas durante a apresentação da edição mais recente se relacionam com os hábitos de leitura a partir de cruzamentos com a escolaridade e faixa etária do público leitor, por exemplo: “quem não está estudando, lê muito mais a Bíblia e religiosos”, “aumenta a penetração de leitura da Bíblia com a idade”, “o gosto pela leitura diminui quando aumenta a faixa etária”, “quanto maior a escolaridade,

maior o gosto pela leitura”, “quem está estudando gosta mais de ler”. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

A pesquisa *Retratos da Leitura do Brasil* (2020) também busca identificar como o entrevistado faz uso do seu tempo livre, para correlacionar o lugar da leitura na distribuição desta disponibilidade para o lazer. Neste âmbito, enquanto o uso da TV vem diminuindo gradativamente no decorrer das edições da pesquisa (mas continua como primeiro colocado), por outro lado o uso do WhatsApp e de outras redes sociais crescem significativamente, assim como cresce o consumo de filmes em casa. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

A leitura de livros no suporte papel tem percentual inferior a todas estas atividades relacionadas às novas tecnologias, mas, assim como a escrita (que tem crescido exponencialmente), aparece à frente da destinação deste tempo às outras atividades culturais elencadas na pesquisa (exceto o consumo de música), como ir ao cinema, teatro, concertos, exposições, desenhar, pintar. Um contraponto a este movimento tecnológico é que jogar *games* também tem percentual inferior à leitura e escrita. Segundo o Instituto Pró-Livro (2020), quem mais lê livros de literatura todos os dias, quase todos os dias ou pelo menos uma vez na semana são crianças e adolescentes de 5 a 17 anos (2019). De todas as faixas etárias, as crianças são quem mais gostam de ler, têm maior frequência de leitura por vontade própria.

Antônio Elielson Leite, coordenador de cultura da ONG Ação Solidária, responsável pela Câmara Periférica do Livro (CPL) de São Paulo, ao participar de *podcast* do *site* de notícias sobre o mercado editorial *Publishnews*, comenta sobre os índices da RL:

Eu acho que, assim, para utilizar um termo da moda, há uma subnotificação nesta pesquisa. Primeiro eu acho que o dado não é tão ruim de leitura... 2,5 por pessoa [nos últimos três meses anteriores ao momento da coleta de dados da RL]. E talvez, talvez..., não capte esse movimento que está muito fora dos circuitos comerciais e institucionalizados, né? A periferia, veja só, nós temos 18 editoras [que fazem parte

da CPL]. E tem mais, é como eu disse, tem outros [movimentos]. Tem o Slam da Guilhermina, um Slam, está publicando o 7º volume da sua antologia. O Slam da Guilhermina é um núcleo editorial também e ele não está na Câmara Periférica do Livro. Se ela se converter numa rede [a CPL], que é um propósito dela [...], pode agregar o Slam, a Casa Poética [...], enfim, tem muita gente publicando livro. E estes livros eles são distribuídos nos bairros. Eles têm tiragens de 500, 1000 exemplares, que se esgotam em três meses. Se esgota nos circuitos, né? Imagine que [na periferia de São Paulo] tem 46 Slams, se vai passando em cada um, se você vender 10 livros em cada um, são 400 livros que você vende [...]. Todo Slam e Sarau tem vendas. Mas também as pessoas têm outras estratégias por meio de redes sociais [...]. Então a internet possibilitou essa venda e o corpo a corpo também, nos Saraus. Eu falei, há casos, né? Que uma tiragem de 500/1000 exemplares se esgotam em três, quatro meses. Mas isso não é um dado médio. O dado médio, 500/1000 exemplares se esgotam em 1 ano [...]. Então tem esse circuito onde os livros são vendidos à moda antiga, de mão em mão, né? Aí combina a moda antiga com a moda mais contemporânea, de venda na internet [...]. Eu presumo que talvez a pesquisa não consiga captar esse movimento que tá fora, tá nas bordas, é periférico mesmo. [...]. A periferia lê bastante. [...] Mas tem essa coisa também, os dados de acesso a arte no Brasil levam muito em consideração os circuitos institucionalizados, por exemplo, aí tem dados alarmantes: '90% da população nunca foi num museu', mas não significa que ela não tem acesso a arte. Existe a arte pública, né? Os monumentos, arquitetura, o grafite [...]. Então as pessoas têm acesso à arte. Não sei se é o caso da Retratos da Leitura. Mas tem certas pesquisas que também ficam muito presas a isso [circuitos institucionalizados]. Se a pessoa é frequentadora de Sarau ela vê, no mínimo, 60 poesias numa noite, o que corresponde a um livro. [...]. A pessoa não lê livro e assiste Tv, mas ele vê uma adaptação de uma obra de Jorge Amado na Tv, ele vê filmes adaptados da literatura [...]. As pessoas têm acesso à literatura, por meio de filmes, de teledramaturgia, nos recitais, ouvindo rádio [...]. A gente fica muito preso ao livro e ao livro comercializado lá na livraria, que sai pelas editoras grandes. Então acho que o Brasil é, sim, um país de leitores, que pode ainda ler muito mais, mas não somos um deserto de leitores. (28/8/20 – ANTONIO..., 2020)

Sobre o desempenho do mercado editorial, a pesquisa *Produção e Vendas no Setor Editorial*, na análise comparativa de 14 anos (2006-2019), relata uma perda de 20% no faturamento total do setor no período, ainda que a edição de 2019 registre alta da produção de títulos (7,5%) com relação ao ano anterior (2018) e aumento do faturamento. Conforme descrito abaixo:

A série histórica registra um decréscimo de 20% no faturamento total de 2006 a 2019. Embora em 2019 o crescimento tenha sido de 6%, tal performance não foi suficiente para repor a perda acumulada nos últimos 14 anos, notadamente a partir de 2015, quando começou a crise econômica. Com os dados coletados, é possível constatar os impactos desse momento do país e dividir a série em duas fases distintas: 2006-2014 e 2014-2019. (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVRO, 2020)

Importante salientar que o decréscimo é substancialmente relacionado às vendas para o mercado, não havendo tal impacto com as compras governamentais. Podemos, então, relacioná-lo com fatores como: diminuição do poder de consumo devido às crises econômicas dos últimos anos; desarticulação das políticas da área de educação, indicada pelos próprios promotores da pesquisa como causa potencial da diminuição de consumo dos livros técnicos e científicos – segmento em que houve maior queda nos últimos anos –; descontinuidade das políticas culturais que são capazes de impulsionar os diversos elos da cadeia produtiva do livro, das editoras às livrarias. (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVRO, 2020)

Para complementar, vale trazer alguns dados mercadológicos da pesquisa *Retratos da Leitura*. De acordo com a pesquisa, 30 e 31% dos considerados leitores pela pesquisa nunca compraram um livro, segundo dados de 2015 e 2019, respectivamente. Se forem incluídos os leitores que não compram livros há pelo menos um ano, chega-se à porcentagem de 59%, nos dados coletados em 2019. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020)

Tendências do mercado editorial brasileiro e desafios inerentes

As duas primeiras décadas do século XXI têm apresentado complexos desafios para o campo cultural, sobretudo com a popularização da internet e a consolidação da presença das novas tecnologias da informação e comunicação na vida social. A internet, que passa a ser central nos hábitos e costumes como instrumento de trabalho e lazer, passa a abarcar novos tipos de formatos para os conteúdos de todas essas indústrias, da música aos *games*, do audiovisual ao livro. Estes conteúdos, por sua vez, ganham novos suportes que aprimoram as experiências de consumo e que, ao mesmo tempo, causam impactos irreversíveis para determinados modelos de negócios ou, no mínimo, a necessidade de reformulação destes modelos.

Para o setor editorial, no contexto mundial, a maior implicação deste fenômeno tecnológico-digital foi o surgimento dos equipamentos de leitura digital (*e-readers*), no final dos anos 1990. Estes estimularam o aumento da produção e consumo dos *e-books* e levou à especulação sobre o fim do livro físico, em papel, num futuro não muito distante.

As novidades tecnológicas para o mercado editorial não somente demarcaram o aparecimento do formato digital para as publicações. Estas também impactaram os modos de reprodução do livro impresso, com constantes inovações na indústria gráfica.

Como discutido, anteriormente, a reconfiguração mundial de mercado editorial, teve repercussões no Brasil: as fusões – compra dos concorrentes pelas maiores editoras – e a crise das grandes redes livrarias – que adotaram um conceito varejista e de entretenimento para a ideia de livraria. Assim, surge a necessidade de reelaboração das bases de atuação de toda uma cadeia produtiva do livro e leitura no país.

Com a situação das redes de livraria, que também tinham representativo espaço no *e-commerce* de livros para o Brasil, é o modelo Amazon que ganha forças e sobrepõe como principal canal de vendas de livros. Com isso, percebe-se que uma das principais tendências do

mercado editorial brasileiro na atualidade é a predominância das chamadas *big techs*. (PÉREZ-LANZAC, 2020)

Deve-se destacar que a pandemia da covid-19, a partir do ano de 2020, consolidou a posição das gigantes tecnológicas americanas. Guimón (2020) apresenta um quadro das empresas de tecnologia nos Estados Unidos:

As grandes empresas tecnológicas dos Estados Unidos resistem à aposta do coronavírus. Apple, Amazon, Facebook e Google superaram as expectativas em seus resultados do segundo trimestre do ano, período em que a economia norte-americana sofreu uma contração sem precedentes, segundo os dados publicados nesta quinta-feira. [...]. A Amazon, cujo negócio de venda e entretenimento on-line saiu fortalecido pelo confinamento, viu seu lucro trimestral duplicar (5,2 bilhões de dólares, 26,8 bilhões de reais). [...] Os resultados das empresas tecnológicas, que resistem ao desmonte generalizado da economia dos EUA – num momento em que muitos de seus serviços são mais solicitados do que nunca por consumidores trancados em suas casas –, foram divulgados apenas um dia depois de seus presidentes deporem ao Congresso numa histórica audiência de cinco horas, que deixou clara a frustração dos poderes constituídos e da opinião pública com o seu crescimento descontrolado e seu papel dominante no mercado. Somente 24 horas depois de enfrentarem duras críticas e acusações dos congressistas, o valor das quatro companhias cresce ainda mais, empurrado por seus resultados, salientando seu papel central em uma sociedade que tem medo do seu poder incontido.

Para tratar especificamente do setor editorial, pode-se questionar: em que a Amazon tem contribuído para a cena literária-editorial brasileira, seu principal filão mercadológico no país?

O posicionamento da corporação, a partir dos executivos que atuam no braço brasileiro, é sempre no sentido de que projetos e estratégias de atuação da Amazon levam em consideração o fortalecimento do mercado editorial do país. Todavia, esta visão não é compartilhada pelos pequenos editores, livreiros e pelas entidades representativas do setor.

O presidente da Associação Nacional de Livrarias (ANL), em entrevista à *Folha de S. Paulo*, em 2020, comenta sobre a fragilidade em que as pequenas livrarias se encontram diante da ação monopolizante de plataformas como a Amazon:

‘Hoje a Amazon se converteu no principal cliente das editoras, até porque não trabalha com consignação’, diz o presidente da ANL. E claro que políticas comerciais mais agressivas acabam prejudicando as pequenas, porque a competição não é em condições minimamente equitativas. (PORTO, 2020)

Na mesma matéria, entrevista-se o gerente-geral de livros da Amazon, Alexandre Munhoz, que afirma:

[...] a empresa se esforça ‘para que o setor livreiro continue pulsando, com incentivos para todas as pontas’. Ele diz que a plataforma tem ‘uma obsessão’ por ampliar as opções de livros para os clientes, inclusive aqueles só disponíveis em lojas menores, mais especializadas. ‘Milhares de livrarias e sebos vendem pelo site da Amazon no modelo de marketplace, que dá segurança para quem não tem condições de ter um site e atrair tráfego. Reconhecemos um valor enorme nas livrarias pequenas e queremos que continuem prosperando’. (PORTO, 2020a)

Da mesma forma, outra matéria da *Folha de S. Paulo* apresenta o que seria um plano de atuação da plataforma no âmbito editorial. Em uma negociação direta com a figura de agentes literários (intermediadores entre autores e editores), a Amazon passaria a publicar, em formato de *e-book*, livros de catálogo próprio, comercializando-os a preços muito baixos, o que, para agentes e executivos envolvidos, segundo o texto do jornal:

‘Embora a dimensão da tragédia [das redes livreiras e consequente crise no setor editorial] ainda não estivesse tão clara, já achávamos que seria interessante para valorizar o gênero conto e bons autores brasileiros aos quais falta espaço de publicação’, diz a agente literária Luciana Villas-Boas. Para ela, o projeto pode ajudar a

abrir ainda mais o universo digital à ficção, à semelhança do que já acontece com outros gêneros, como o jovem adulto, de títulos como ‘Harry Potter’, e o erótico. ‘Reunimos nomes premiados e promissores em uma seleção com curadoria de qualidade e preço baixo’, afirma Ricardo Garrido, gerente de aquisição do Kindle, da Amazon. Ele lembra outras ações de fomento da empresa, como o Prêmio Kindle de Literatura, parceria com a editora Nova Fronteira que chegou à terceira edição, e afirma que a ideia da gigante virtual é fomentar a exposição de toda a obra dos escritores envolvidos – no site da coleção, é possível conhecer os perfis dos autores e acessar outros livros que eles publicaram. (GREGÓRIO, 2018)

Representante de uma editora independente brasileira, a editora Elefante, Tadeu Breda, em entrevista ao *site Outras Palavras*, em 2020, posiciona de forma bem crítica ao estilo de operações da Amazon e estimula um ato político e consciente por parte deste universo editorial independente em relação à cultura empregada pela atuação da gigante varejista no mercado editorial, a saber:

Sua aposta [do editor Tadeu Breda] é tão instigante quanto necessária: a construção de uma cultura livresca que se oponha ao Império da Amazon (que transforma livros em commodities, baseando nossa relação com o conhecimento no ‘menor preço’ e no ‘imediatismo’). Para Breda, a contribuição das livrarias e editoras independentes é mais eficaz se desacelerarem o frenético fluxo de venda e compra para cultivar uma relação mais vagarosa (e forte) com leitores, dando-lhes atenção e estimulando a crítica aos gigantes do mercado editorial. A ideia é de ‘humanizar o livro’, entendido não apenas como mercadoria, mas também instrumento para a política, a cultura e a felicidade humana. (RODRIGUES, 2020)

Breda é o tradutor e editor brasileiro da obra do autor catalão Jorge Carrión, intitulada *Contra a Amazon*, com lançamento no Brasil em 2020. Ainda no *site Outras Palavras*, foram publicadas sete razões propostas por Carrión, a partir da sua obra, para boicotar a Amazon. Abaixo alguns trechos que também são elucidativos sobre as estratégias e operacionalização da empresa: Se você pesquisar no Google ‘Amazon librería’, vão aparecer dezenas de links para

páginas da Amazon onde se vendem estantes. Não vou me cansar de repetir: a Amazon não é uma livraria. É um hipermercado. Em seus depósitos, os livros estão guardados ao lado de torradeiras, brinquedos ou skates. [...] A história de Jeff Bezos, fundador da Amazon, é a de uma grande expropriação simbólica. Escolheu a venda de livros e não a de equipamentos eletrônicos porque encontrou um nicho de mercado: todos os títulos disponíveis no mercado não cabiam nas livrarias, e ele, sim, poderia oferecer todos. [...] Mesmo hoje, quando a Amazon produz séries de TV, oferece música online, acaba de incorporar ao seu portfólio peças de carros e motos e se candidata a ser operadora de telefonia móvel, todo mundo vincula essa marca ao objeto e ao símbolo que chamamos livro. [...] O Kindle [leitor de livros, produto da Amazon], desde seu lançamento em 2007, tem imitado a forma das páginas e o tom da tinta. Por sorte, a textura vegetal e o cheiro de lignina não são, até o momento, reproduzíveis na tela. Para bem e para mal, ainda não somos capazes de recordar com a mesma precisão aquilo que lemos no papel e o que lemos no ebook. As mudanças arquitetônicas são rápidas; as mentais, por sorte, nem tanto. [...] O trabalho que os empregados da Amazon devem realizar é robótico. Tem sido desde o princípio: em 1994, quando eram cinco pessoas trabalhando na garagem de Jeff Bezos em Seattle, já estavam obcecados com a rapidez. Tem sido ao longo de mais de 20 anos, repletos de histórias de estresse laboral, de assédio e de tratamento desumano dedicados a alcançar a maldita eficiência máxima que só é possível se você for uma máquina. [...] A Amazon tem eliminado progressivamente o fator humano. Durante seus primeiros anos, contou com redatores que escreviam resenhas dos livros que estavam à venda; agora, nem sequer existe mediação ao longo do processo de editar e subir um livro autoeditado para a rede. Robotizou a cadeia de distribuição e pretende que os consumidores ajam do mesmo modo. [...] Uma estrutura que pressiona as editoras para tirar o maior lucro de cada produto, assim como faz com fabricantes de skates ou de pizzas congeladas. Uma macroestrutura que decide a visibilidade, o acesso, a influência: que está moldando nosso futuro. [...] Na Amazon, não existem livreiros. A indicação humana foi eliminada por falta de eficiência. Por sabotar a rapidez, o único valor da empresa. A indicação está nas mãos de um algoritmo. O algoritmo é o ápice da fluidez. A máquina converte o cliente em prescriptor. ‘Clientes que compraram este item também compraram...’

[...] A autoedição deixa o processo nas mãos do produtor. A Amazon elimina os intermediários ou torna-os invisíveis (equivalentes a robôs). Parece uma máquina de registrar pedidos. Deseja ser tão fluida que pareça invisível. (CARRIÓN, 2020)

Diante do exposto, verifica-se a tendência de maior escalada da Amazon na comercialização e até edição de livros. Por outro lado, é também tendência que, no mercado brasileiro, o segmento editorial independente – incluindo editoras, livrarias, autores e público – encontre ambiente para crescer e se afirmar, apostando em um caminho viável para um ecossistema do livro e leitura interessante economicamente. Tal perspectiva se coaduna com os tensionamentos de setores da sociedade para o estímulo à diversidade; à uma ética e transparência das grandes corporações e governos e à diminuição das desigualdades.

As possibilidades de utilização das redes sociais como plataforma de divulgação e até comercialização dos produtos de uma forma geral, no caso do mercado editorial, têm viabilizado que diversos autores, editores e livreiros independentes possam difundir suas produções. Por intermédio de um contato mais personalizado e mediante trocas e interações do público muitas vezes com os próprios autores, os conteúdos entregues ultrapassam o relacionamento estabelecido para a ação de venda e isso tem fidelizado seguidores/leitores, influenciando o interesse de outros, atuando em nichos de mercado. Além disso, propicia a diversidade de oferta e de identificações.

Para autores independentes, os resultados da utilização das redes têm sido motivadores também para a criação dos seus próprios selos editoriais, com uma maior apropriação dos processos de publicação. Assim, estimulando o caminho de autogerenciamento e autossuficiência das suas carreiras, assumindo o processo de criação, produção e comercialização – ou estabelecendo suas próprias equipes para o trabalho nestas funções.

Com a crise provocada pela pandemia a partir de 2020, autores e editores independentes encontraram nestas plataformas uma alternativa

importante para continuar e ampliar contatos com os públicos, oferecendo programação e facilidade na aquisição de livros. Entretanto, não deixaram de ser impactados pela ausência de outros espaços de promoção e comercialização dos títulos, como eventos literários e os pontos de vendas convencionais. Com o isolamento social e a necessidade de os estabelecimentos comerciais fecharem, parte das livrarias apresentou uma queda substancial de vendas.

As mudanças recentes no ambiente tecnológico impulsionaram todas as indústrias relacionadas ao fazer cultural a grandes transformações. A tecnologia de impressão sob demanda é o mais recente *gap* e necessariamente impacta e é impactada por outra etapa da cadeia do livro que é a comercialização.

As características tradicionais de operação do mercado editorial são propícias ao “encalhe” de exemplares – até recentemente produzidos de forma ideal em grandes tiragens pela diminuição do preço unitário do livro. O surgimento de equipamentos para impressão por demanda e o aprimoramento deste sistema de produção há pouco mais de duas décadas, fez com os valores do preço unitário dos livros em pequenas tiragens (100, 200, 300 exemplares) pudessem ser quase equiparado ao das grandes tiragens.

As mudanças no próprio mercado, que se torna cada vez mais segmentado, se direciona para impressão de quantidades mais limitadas voltadas às parcelas de público menores. Segundo Earp e Kornis (2005, p. 157):

A tecnologia e os serviços em rede para a impressão por encomenda permitem a impressão de livros e outros produtos no número de cópias requerido pelo mercado: elimina-se o problema das grandes quantidades de cópias não-vendidas e, do ponto de vista dos pontos de venda, reduz-se o problema das devoluções, podendo satisfazer requisições de pequenas tiragens e alongando a vida das edições de obras que possuem um público limitado (de fato, uma significativa parte dos títulos a venda cuja tiragem não ultrapassa mais de duas mil cópias). Contudo,

o surgimento da impressão digitalizada (pressuposto para a impressão por encomenda) não implica apenas um aumento da eficiência, mas incide profundamente sobre a relação entre demanda e oferta de produtos editoriais (e não apenas estes) destinados à impressão. Trata-se, de fato, do elo que faltava para que a produção editorial e a distribuição de livros possam migrar, embora radicalmente transformadas, para o espaço do mercado eletrônico, passando a oferecer sempre e em qualquer situação um produto acabado em um formato, como o impresso que, contrariamente ao formato e-book, tem uma demanda certa e de proporções economicamente relevantes bem além do mercado embrionário do livro eletrônico.

O novo processo gerencial, a partir da demanda, para a produção dos livros é propulsor de diferentes modelos comerciais no ambiente digital, para além dos mercados eletrônicos. Já existem plataformas nacionais e internacionais em que um livro pode ser impresso a cada compra efetivada. Essas gerenciam o processo de impressão, de atendimento e entrega dos produtos aos clientes, prestando contas com o devido repasse das porcentagens aos autores e editoras que, por sua vez, disponibilizam seu catálogo ou parte dele por um período específico e sem exclusividade.

Outra mudança verificada nos últimos anos, no segmento editorial, foi o fortalecimento e ampliação do circuito nacional de feiras e festivais literários no Brasil. Este, que ocorreu a partir da referência da Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP), passou a se consolidar e se apresentar como uma alternativa de modelo às bienais dos livros, realizadas em espaços fechados das capitais, em grandes pavilhões de eventos.

A tendência, no Brasil, mais recentemente segue um caminho que encontra referenciais em outros países – vide a Feira do Livro de Lisboa e a Festa do Livro de Medelín. Verifica-se, agora a partir de uma saturação das festas e festivais, uma via intermediária entre os dois modelos de eventos que protagonizaram as últimas décadas. Passam a resurgir as feiras que retomam o perfil da exposição e comércio de livros

diretamente por editores e autores independentes, em áreas públicas e ao ar livre, como em parques e praças das cidades, que ofertam programação com a participação mais direta dos pequenos editores e seus autores, além dos autores independentes como atrações principais. Nestes encontros, há um contrapeso entre os debates, mesas, bate-papos (as atrações artísticas do meio da literatura que eram o enfoque dos festivais) e o produto cultural “livro”, complementares do fazer e do consumo que compõem a arte literária.

O setor editorial deverá passar por muitas e constantes mudanças, assim como ocorreu em toda a sua trajetória. O acompanhamento e as adaptações são necessários por representarem um concreto fortalecimento do segmento, seja em escalas mais artesanais ou das grandes indústrias. Também deve passar pela ampliação de um espaço mais inclusivo, haja vista que os acessos a escrita e a leitura são fundamentais para o desenvolvimento cultural.

Perfil das editoras baianas independentes em atuação

Entre 2019 e 2021, como parte da pesquisa de mestrado que serviu de base para este livro, foi realizado um mapeamento de editoras sediadas na Bahia que se encontravam em atividade. Para fins de categorização, além da identificação de selos institucionais, as editoras foram classificadas como “universitárias” (EUs) e “privadas” (EPs), sendo estas últimas divididas em: “EP de autores diversos de Salvador e Região Metropolitana”; “EP de autores diversos do interior”; “EP de selo editorial de autor – único autor”. Conforme podemos verificar no Quadro 1, no período havia 37 editoras ativas. Importa destacar que 21 editoras mapeadas se classificam como editoras de iniciativa privada de Salvador, Região Metropolitana e interior que publicam autores

diversos. Tal conjunto emerge, assim, como representativo do mercado regional baiano, tornando-se objeto central da supracitada pesquisa.

Quadro 1 – Relação de editoras baianas mapeadas

Nº	Nome da Editora	Cidade	Categoria
01	ÁGALMA EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
02	P55 EDIÇÕES	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
03	QUARTETO EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
04	EDITORA VENTO LESTE	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
05	EDITORA ÔMNIRA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
06	COGITO EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
07	CARAMURÊ	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
08	KAWO KABIYESILE	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
09	PARALELO135	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
10	ORGANISMO/ SEGUNDO SELO	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
11	DUNA EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
12	GATO PRETO EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
13	OGUM'S TOQUES NEGROS	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
14	MORMAÇO EDITORIAL	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
15	GRIS EDITORA	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
16	EDITORA DEVIRES	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
17	FÁBRICA DAS LETRAS	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
18	SOLISLUNA EDITORA	LAURO DE FREITAS	EP autores diversos Salvador e RMS
19	EDITORA KALANGO	SIMÕES FILHO	EP autores diversos Salvador e RMS
20	PINAÚNA EDITORA	CAMAÇARI	EP autores diversos Salvador e RMS
21	VIA LITTERARUM	IBICARAI	EP autores diversos do interior
22	MONDRONGO	ITABUNA	EP autores diversos do interior
23	CASARÃO DO VERBO	ANAGÉ	EP autores diversos do interior
24	CARTONERA DAS IAIÁ	CACHOEIRA	EP autores diversos do interior
25	ANDARILHA EDIÇÕES	CACHOEIRA	EP autores diversos do interior
26	RV CULTURA E ARTE (ESPAÇO CULTURAL E INCUBADORA EXPERIMENTOS GRÁFICOS)	SALVADOR	EP autores diversos Salvador e RMS
27	CASA DAS PALAVRAS (FUNDAÇÃO CASA DE JORGE AMADO)	SALVADOR	Selo institucional
28	TIBI (EMÍLIA NUNEZ)	SALVADOR	EP de selo editorial do autor
29	EDITORA LETRA A	SALVADOR	EP de selo editorial do autor
30	NILDÃO DESIGN	SALVADOR	EP de selo editorial do autor
31	EDUFBA (UFBA)	SALVADOR	Editora Universitária
32	EDITUS (EDITORA DA UESC)	ILHÉUS	Editora Universitária
33	EDUNEB (UNEB)	SALVADOR	Editora Universitária
34	EDIÇÕES UESB	VITÓRIA DA CONQUISTA	Editora Universitária
35	EDUFRB (UFRB)	CRUZ DAS ALMAS	Editora Universitária
36	SELO ALBA (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA)	SALVADOR	Selo institucional
37	SELO JOÃO UBALDO (FUNDAÇÃO GREGÓRIO DE MATOS)	SALVADOR	Selo institucional

Fonte: Dantas (2022, p.107).

Como etapa seguinte, um questionário autoaplicável para levantamento de dados e informações socioeconômicas foi encaminhado àquelas 21 editoras, sendo obtidas 15 respostas, o que corresponde a mais de 70% do todo. Esse conjunto de devolutivas nos permitiu compreender características, desafios e potenciais do mercado editorial baiano diante de particularidades, políticas e espaços mercadológicos e institucionais a serem desbravados. Nos dedicaremos neste capítulo a apresentar dados e informações sobre as editoras sediadas no estado, primeiramente destacando características mais gerais para, na sequência, abordar com atenção sua atividade econômica e alguns desafios em termos de gestão.

Editoras baianas independentes: características gerais

Em crescimento no Brasil, o segmento editorial independente¹¹ é aquele que se caracteriza pela atuação autônoma de editoras, sem investimento financeiro de grandes grupos econômicos e empresariais, tendo como diretrizes básicas de trabalho a liberdade editorial, a criatividade e o incentivo da bibliodiversidade.¹² No caso de editoras localizadas em regiões à margem geopolítica e econômica do país, portanto distantes das dinâmicas operacionais e logísticas do mercado interno editorial, acrescenta-se uma camada maior de necessidade de autonomia em comparação com editoras independentes do Sul e Sudeste. Diante do exposto e dos dados amostrais da pesquisa que traremos a seguir, anotamos que é possível considerar que o mercado baiano é todo constituído por editoras independentes assim compreendidas tanto pelo posicionamento conceitual, político e econômico, como também logístico e operacional.

Percebemos, no estado, uma concentração das editoras na capital – 80% das editoras são sediadas em Salvador e Região Metropolitana – sendo 10 na capital e duas em municípios vizinhos (Camaçari e Lauro de Freitas).

Apenas três editoras têm sede no interior, nas regiões sul e sudeste, em municípios de médio porte. Esse dado, por óbvio, não surpreende.

Os baixos índices de leitura no Brasil, sobretudo encontrados em determinadas regiões, a exemplo do Nordeste (segundo aponta a principal pesquisa¹³ sobre o tema), são, por si só, indicativos de limitações para o mercado de livros. Somados a outros indicadores – como quantidade de habitantes e níveis de escolaridade –, ou ainda a aspectos de caráter contextual – como dinâmica da vida cultural, existência de espaços de comercialização e de infraestrutura logística que facilite escoar produtos –, tais índices demonstram o quanto a criação e manutenção do negócio editorial tornam-se pouco viáveis na maioria das cidades baianas.

Em relação ao tempo de atuação, o cenário é mais animador. A pesquisa demonstrou que 9 editoras (60%) possuem mais de 10 anos em exercício, tendo quatro delas mais de 15 anos de atividade. O perfil demonstra a experiência e perseverança do setor editorial no estado, ultrapassando inclusive, o período médio em que empresas brasileiras encerram operação. (SARAIVA, 2020)

Diante das contrariedades que o segmento enfrentou nos últimos anos – instabilidades nas políticas culturais e educacionais, crise das grandes livrarias, além das implicações da pandemia da covid-19 –, explicar tal realidade exigiria questões específicas acerca dos processos de gestão destas empresas, não contempladas no questionário da pesquisa. Porém, inferimos que a diversificação das atividades indicadas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) das editoras, ainda que relacionadas à produção dos livros, pode ser um indicativo de suas estratégias de sustentabilidade, assim como o possível acesso a diferentes fontes de financiamento para as publicações.

Das 15 editoras que participaram da pesquisa, 12 possuem no cartão de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) o código de atividade principal¹⁴ relacionado à atividade de edição de livros e/ou outras publicações.¹⁵ Além da edição de livros, as principais incidências entre as

atividades foram: comércio varejista ou atacadista de livros; serviços de organização de feiras e outros eventos; ensino de arte e cultura; artes cênicas, espetáculos e outras. Assim, compreendemos que, em geral, há dedicação majoritária ou exclusiva ao fazer editorial, incluindo atividades que se relacionam com este fazer principal, como comercializar os livros editados em pontos próprios, colaborativos ou em eventos; realizar os próprios eventos – lançamentos, feiras, festivais –; ofertar cursos e oficinas literárias ou relacionadas ao meio editorial, dentre outras.

A partir das respostas também verificamos que mais de 70% (11 editoras) se configuram como uma Sociedade Limitada, quanto à sua natureza jurídica. No universo pesquisado encontramos ainda duas empresas de Empresário Individual e uma Eireli.¹⁶ Interessante notar que, mesmo com a popularização, benefícios e simplificação na formalização como Microempreendedor Individual (MEI)¹⁷ na última década, apenas uma editora dentre as pesquisadas é formalizada como tal. Avaliamos que tal cenário se justifica pela projeção de faturamento destas empresas – acima do teto permitido para MEIs – e/ou com a característica de propensão societal deste perfil de empreendimento, com funções especializadas complementares entre os sócios.

Quanto ao enquadramento do porte econômico da empresa, 12 editoras (80%) informaram estar enquadradas como Microempresa (ME), o que é permitido para empresas com previsão de faturamento até R\$360.000,00/ano. Outras três estão enquadradas como Empresas de Pequeno Porte (EPP) que podem faturar até R\$4.800.000,00/ano. O tópico seguinte do capítulo trará mais dados e informações sobre a atividade econômica das editoras baianas.

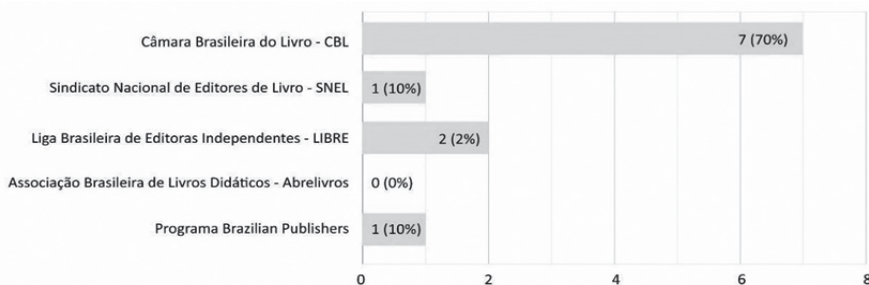
Embora a Bahia não possua localmente entidades representativas para o mercado editorial,¹⁸ a pesquisa demonstrou o interesse das editoras baianas de integrarem este tipo de organização. Dez editoras estão associadas ou afiliadas a instituições nacionais do setor do livro. Em particular, destas, 70% são associadas à CBL, que possui prestígio e longevidade, embora, tradicionalmente, não discuta e implemente

políticas, programas e ações voltadas às especificidades de editoras independentes e regionais, como é o caso das editoras baianas. A CBL também possui mensalidades mais altas que outras entidades como, por exemplo, a Liga Brasileira de Editoras Independentes (LIBRE). Apesar desta estar mais atenta ao circuito das pequenas editoras, só possui duas associadas dentre as respondentes na pesquisa.

Ainda que a CBL possa ofertar um leque amplo de benefícios, considerando que estes não são concebidos para dar suporte efetivo às editoras com perfil encontrado na Bahia (independentes e regionalizadas), avaliamos que o recurso destinado poderia gerar resultados mais concretos com a filiação a entidades representativas locais, se houvesse.

Compreendemos ainda que a baixa adesão à LIBRE ocorre devido à realidade de que as instituições do setor de abrangência nacional, ainda que sejam organizações que priorizem as editoras independentes ou pequenas editoras, caso da mencionada, destinam suas mobilizações e prospecção de novos integrantes/associados às empresas do circuito geopolítico e econômico aqui já comentados, os do Sudeste/Sul, o que pode ocorrer porque estão sediadas neste eixo e a articulação local assim é favorecida e/ou também pela tendência mercadológica (mesmo em mercados independentes) ancorada em mais amplos sistemas de determinadas escalas de manutenção do *status quo*.

Figura 2 – Entidade a qual a editora é filiada



Fonte: elaborada pelas autoras.

Para conhecer o perfil das pessoas que ocupam o lugar de decisão nas editoras baianas – os gestores e/ou editores, que são aqueles diretamente responsáveis pela política e linha editorial das publicações, ou seja, o que é ou não publicado pelas editoras locais – o questionário da pesquisa trouxe um conjunto de quatro questões, a saber: gênero, raça, escolaridade e função desempenhada.

Antes, é importante ressaltar que, historicamente, no Brasil, os editores que se destacam – aqueles cujos nomes e experiências foram registrados em publicações e pesquisas na área – eram homens. Nomes de estrangeiros como Louis Garnier ou de brasileiros como Francisco Alves, José Olympio, José de Barros Martins, Ênio Silveira figuram entre as principais referências do mercado editorial brasileiro. As editoras brasileiras de maior renome, que atravessam o século XX e XXI, tiveram homens como fundadores, caso da Rocco, por Paulo Roberto Rocco, e da Companhia das Letras, por Luiz Schwarz (que o fez juntamente à companheira Lilia Schwarz, vale notar).

A única mulher editora para qual se dedicou um trabalho de pesquisa sobre sua trajetória e importância (KARAM; RIBEIRO, 2020) foi Zahidé Muzart, fundadora da Editora Mulheres, em Santa Catarina, em 1995. No passado e na atualidade, certamente, muitas mulheres ocuparam/ocupam cargos importantes nas editoras de grande porte do Brasil, mesmo que a fundação e cargos de presidência tenham sido – e ainda sejam – ocupados por homens. Embora sejam poucos conhecidos e reconhecidos, casos similares ao de Zahidé – de mulheres que criaram e administraram pequenas editoras em várias partes do país – ocorreram.¹⁹ Fato é que, na contemporaneidade, o mercado editorial tem apresentado uma maior ocupação das mulheres na criação e gestão de editoras, coincidindo com a ampliação do número de editoras independentes. Assim também ocorre com editores(as) negros(as) que, por sua vez, também se destacam por atuar em editoras que publicam exclusiva ou prioritariamente autores(as) negros(as).

A Bahia demonstra uma realidade mais atual de tendência à equidade de gênero nos cargos de decisão das editoras. Conforme dados da pesquisa realizada, 53,4% dos responsáveis pelas editoras são homens (oito) e 46,7% mulheres (sete). Não obstante, a despeito de ser um dos estados com maior proporção de pessoas negras, mais da metade dos gestores de editoras baianas são brancos (53,3%) e apenas em duas editoras os gestores se autodeclararam pretos (13,3%). Sobre essas últimas, importa ressaltar que ambas possuem um posicionamento editorial com foco na produção autoral negra.

Pesquisadores e estudiosos do perfil de autoria no Brasil têm corroborado para a análise de autoridade dos editores na decisão de “quem pode ou não publicar no país”, o que historicamente estabelece um aval na representatividade para a literatura brasileira e legítima majoritariamente os discursos de uma elite, masculina e branca. Segundo Luis Henrique Oliveira e Fabiana Cristina Rodrigues (2022, p. 92), “o autor negro ainda encontra dificuldades em ser publicado por grandes editoras [...], tendo que recorrer, muitas vezes, à criação de selos editoriais, a editoras independentes [...]”.

Esta mudança no perfil dos quadros das editoras pode apresentar-se, no contexto atual, no qual autores com perfis diversos encontram mais espaço pelos avanços sociais conquistados nas últimas décadas, como catalisadora de muitas novas vozes, narrativas, opiniões, mais do que indispensáveis em um momento que se faz extremamente necessário, no Brasil e no mundo, combater [...] um retrocesso que faz reacender o discurso do racismo e machismo. (DANTAS, 2021, p. 296)

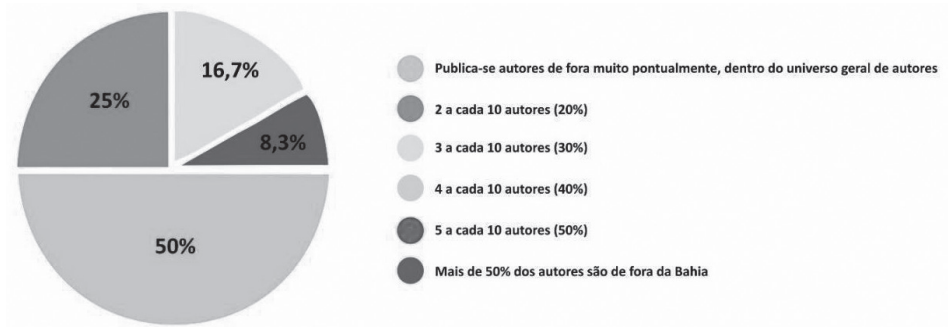
Para investigar a linha editorial, que colabora no delineamento da identidade das editoras baianas, a pesquisa levantou os segmentos mais publicados por elas. As categorias com maior incidência foram: infanto-juvenil (73,4%); poesia e arte e cultura (66,7% cada) e humanidades (60%). Outros segmentos apareceram com incidência intermediária: ficção, não ficção e técnicos-profissionais. As categorias que as editoras baianas menos publicam são autoajuda/religiosos e didáticos.

Perguntados sobre o público mais atingido pela editora, 86,7% ou 13 editoras responderam que alcançam mais os adultos (30 anos ou mais). Nenhuma sinalizou o público adolescente (12 a 17 anos) e apenas uma editora tem o público infantil como o principal. Apesar da categoria infantojuvenil ser a que mais converge entre os publicados pelas editoras da Bahia, este dado não é refletido no público que elas mais alcançam. Questões como a rarefeita política de compras públicas no estado da Bahia – que na maior parte das prefeituras e governos onde são efetivadas no Brasil contemplam o ensino básico, com os paradidáticos – e até a invisibilidade das crianças como sujeitos de direito, questionada em estudos recentes no campo da sociologia das infâncias, que implicam em ainda poucos projetos e ações de incentivo e estímulo à leitura para este público, podem ser evocadas neste cenário.

Chama também nossa atenção essa lacuna – no que aparenta uma maior oferta de livros no segmento infantojuvenil do que a procura –, especialmente pela demanda crescente por títulos no mercado nacional no contexto atual. Segundo pesquisas como a *Retratos da Leitura* (Instituto Pró-Livro) e *Produção e Vendas do Mercado Editorial* (Sindicato Nacional dos Editores de Livros – SNEL),²⁰ crianças e adolescentes são os que leem com maior ocorrência – todo dia, quase todo dia, pelo menos uma vez na semana – e por prazer; além do que, estes foram os segmentos de títulos que mais cresceram em produção e vendas no mercado nacional.

Outro percentual que revela mais elementos sobre o posicionamento editorial das baianas, é que 73,3% ou 11 editoras publicam também autores de fora da Bahia, ainda que sejam poucos em comparação com os autores baianos. Essa pode ser considerada uma demonstração de que tais empreendimentos culturais intencionalmente se posicionam de forma mais abrangente no mercado, alcançando públicos mais amplos que o regional e, ao mesmo tempo, trazendo para o mercado interno autores de outras localidades, mas que dialogam com suas linhas editoriais.

Figura 3 – Estimativa de autores de fora da Bahia publicados



Fonte: elaborada pelas autoras.

Questionadas se inscrevem seus autores e obras em prêmios literários, também 73,3% ou 11 editoras responderam afirmativamente, inclusive, quatro delas já foram contempladas. Dentre o conjunto de editoras que nunca inscreveu, a maioria indicou não priorizar esta ação diante de outras demandas. Cabe ressaltar que os prêmios têm sido um importante caminho de promoção das obras literárias, seja no Brasil ou no exterior, sobretudo pela divulgação ampliada a partir dos formadores de opinião que produzem conteúdos para a imprensa tradicional.²¹

Os principais jornais do país ainda conferem espaço para listas e/ou resenhas de títulos mais vendidos e seus colunistas atribuem aos prêmios literários validade e confiabilidade, em especial por reconhecerem o trabalho das comissões julgadoras, habitualmente formadas por importantes nomes da literatura brasileira. A Bahia atualmente não possui nenhuma premiação para os autores locais, tendo sido extinto o Prêmio Copene/Braskem de Literatura, realizado em parceria com a ABL, que perdurou por quase três décadas (1986-2014).

Antes de passarmos à análise seguinte, resumimos as características do conjunto de editoras atuantes na Bahia. Em sua maioria, são microempresas da capital baiana e arredores e possuem mais de uma

década de experiência no setor. Dentre os segmentos literários, a categoria infantojuvenil é a mais convergente entre as editoras, embora tenham como público mais alcançado os adultos. Ainda que de maneira pontual, trabalham não apenas com autores baianos, mas também de outros estados.

Majoritariamente são geridas por homens brancos, refletindo um perfil histórico e atual das grandes editoras brasileiras, contudo, percebe-se uma presença marcante de mulheres na gestão do setor. São filiadas a entidades representativas de fora da Bahia, já que o estado atualmente não as possui. Se configuram como sociedades limitadas, mas, como veremos a seguir, faturam no teto das empresas classificadas como MEI.

Complexidade da atividade econômica das editoras baianas

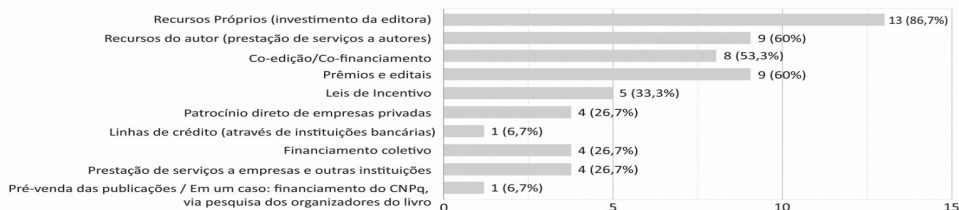
Como vimos no tópico anterior, o mercado editorial baiano se caracteriza por uma atuação relativamente longeva das editoras, estando muitas delas a 10 ou 15 anos em atividade. Isso não significa, porém, que inexistem dificuldades econômicas neste setor. Ao contrário, a pesquisa revelou muitas adversidades que evidenciam a necessidade de um desenvolvimento de políticas setoriais para o livro, especialmente no âmbito da cultura e educação, mais coerentes com as características e desafios das editoras independentes do estado.

Nota-se, por exemplo, que é recorrente o investimento próprio para as editoras manterem seus negócios.²² Dentre as 15 editoras pesquisadas, apenas duas não investem recursos próprios nas suas publicações. Ou seja, 86,7% utilizam desse investimento, considerado um dos mais arriscados para pequenas editoras, pois depende inteiramente do retorno de vendas dos exemplares. Lembrando que a venda de seus títulos carrega, em si, uma série de limitações relacionadas à concorrência com os títulos das grandes editoras, ausência de espaços de

venda diversificados e menos eventuais, dificuldade de distribuição para além do mercado regional, no caso da Bahia etc.

Inclusive pela incerteza das vendas é que os tipos de financiamento à publicação que aparecem em segundo lugar na pesquisa tornam-se tão relevantes para as editoras independentes, especialmente aquelas situadas em mercados regionalizados. São eles: os prêmios e editais e/ou com prestação de serviços à autores, ambos utilizados por 60% das editoras respondentes. Outros modais, como a coedição (53,3%) e leis de incentivo (33,3%) são ou já foram fontes de financiamento, demonstrando a importância da diversidade de estratégias de captação de recursos para editoras neste perfil. Prestação de serviços a empresas, patrocínio direto do setor privado, financiamento coletivo tiveram igual índice, 26,7%. Linhas de crédito e pré-venda foram mencionados apenas por uma editora cada.

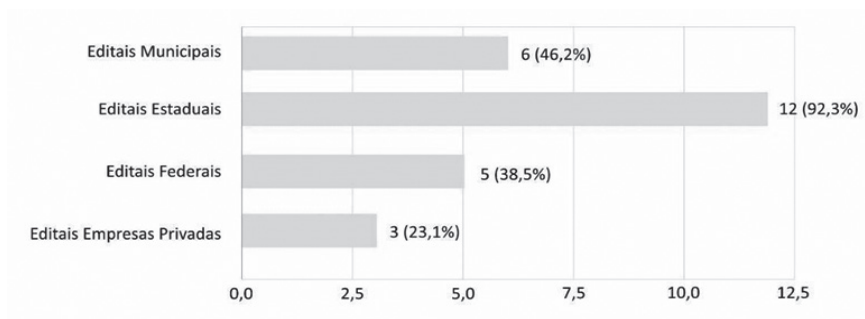
Figura 4 – Meios de financiamento da produção de livros



Fonte: elaborada pelas autoras.

Particularmente sobre a inscrição em editais, 86,7% ou 13 editoras pesquisadas já recorreram a esta fonte de financiamento. Sobressaem os editais públicos do estado da Bahia (92,3%), na sequência, os editais de âmbito municipal e federal e, por último, convocatórias de empresas privadas. Por um lado, este dado demonstra a centralidade do fomento estadual, por outro lado, revela a fragilidade das políticas setoriais para o livro e leitura em todos os âmbitos federativos, diante da escassez de concursos desta e de outras naturezas.

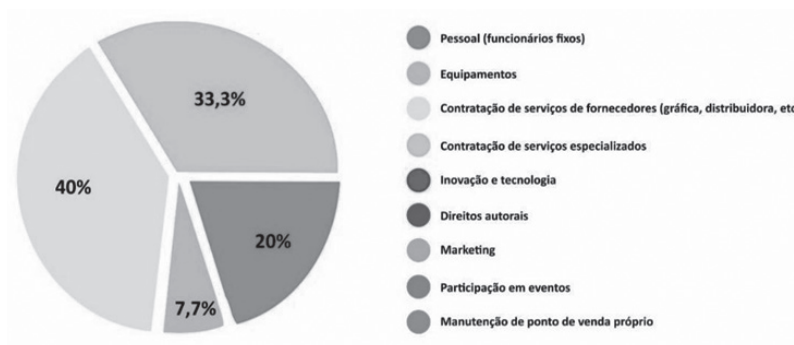
Figura 5 – Editais em que houve aprovação



Fonte: elaborada pelas autoras.

Interessava-nos ainda compreender quais as principais despesas na manutenção das editoras. A maior incidência foi em gastos com contratação de fornecedores (40%), o que significa, principalmente, despesas com gráficas. Na sequência, a contratação de serviços especializados (33,3%) relacionados ao processo de edição de livros (revisores, ilustradores, *designers* e outros). Houve também menção a custo com funcionários fixos e equipamentos.

Figura 6 – Maior gasto da editora na manutenção de atividades



Fonte: elaborada pelas autoras.

Questionamos também quais as áreas que as editoras planejavam investir nos próximos anos. Pessoal e *marketing* foram as áreas mais citadas (60% das editoras, cada um). Equipamentos aparecem em seguida com 40% e manutenção de ponto de venda próprio e/ou compartilhado com 33,3%. Percentuais um pouco inferiores para direitos autorais (26,7%) e participação em eventos e inovação/tecnologia (20%). Os menores índices, contudo, foram para criação de linha de produtos e produção de novos títulos (6,7%, cada). Por um lado, esse dado surpreende ao revelar uma atenção diminuta da maioria das editoras baianas em atividades de caráter mais criativo. Por outro, pode evidenciar a dificuldade de sanar necessidades básicas para o funcionamento do negócio, ocupando estas lugar prioritário do investimento.

Considerando que “pessoal” foi uma das opções mais citadas na perspectiva de investimento das editoras, o que denota uma possibilidade de geração de empregos fixos no setor nos próximos anos, na sequência iremos nos ater a algumas questões relativas à gestão de pessoas.

Os serviços editoriais compreendem atividades de planejamento, coordenação e produção editorial, preparação, edição e revisão de texto, criação de capa, projeto gráfico, diagramação e produção gráfica e/ou digital.²³ Além das funções especializadas do ramo, para o pleno funcionamento das editoras também é necessário contemplar outras funções que englobam demandas diversas de caráter administrativo, financeiro, jurídico, logístico, bem como relativas à comunicação, *marketing* e venda de produtos. Se em empresas de maior porte há profissionais no quadro fixo para os vários serviços indispensáveis à feitura do livro e à gestão empresarial, estes fatos não são percebidos em editoras independentes.

A pesquisa revelou que 60% das editoras baianas participantes não possuem funcionários fixos. Dentre as que possuem, uma editora tem apenas um funcionário, duas têm dois funcionários, duas têm três funcionários e uma informou ter dez funcionários. Do resultado, podemos inferir que tanto os sócios como os poucos funcionários acumulam funções especializadas e não especializadas do ramo ou então terceirizam a maior parte dos serviços editoriais.

Para atestar essa conclusão, podemos acionar outras questões do formulário. Uma delas, de caráter não obrigatório, pretendia sondar se os sócios desempenhavam funções especializadas do processo editorial e quais eram desempenhadas por eles, caso executassem alguma. As 15 editoras responderam afirmativamente, indicando mais de uma função executada pelos sócios, chegando ao ponto de mencionar dez diferentes funções. Embora algumas dessas funções se interrelacionem, normalmente cada uma delas é de responsabilidade de um setor e profissionais dedicados àquela etapa.

Figura 7 – Funções especializadas executadas pelos sócios



Fonte: elaborada pelas autoras.

Em outra questão, também optativa, as editoras que possuíam funcionários fixos deveriam indicar quais funções especializadas eram desempenhadas por eles. Das nove editoras que têm funcionários, seis responderam à pergunta. *Designer* gráfico é a função mais desempenhada dentre funcionários fixos (cinco editoras ou 83,3%), seguida de diagramação e *marketing* (três editoras ou 50%). Houve também uma menção de cada uma destas funções: revisão; preparação de textos; tradução; comercial; assessoria de comunicação; administrativo; logística; tecnologia.

Ademais, buscamos identificar quais funções especializadas do ramo são desempenhadas por terceirizados. As 15 editoras responderam e a função mais terceirizada por elas é a de revisão ortográfica (13 editoras ou 86,7%), seguida de tradução (60%); *design* e editoração eletrônica (46,7%). As funções de edição textual e preparação de textos e assessoria de comunicação tiveram 33,3% cada e as de atendimento/comercial e produção editorial 13,3% cada. *Marketing*, historiadores e bibliotecários tiveram uma menção cada.

Os dados recolhidos apontam como um indicativo a constante oferta de serviços e geração de renda das editoras para profissionais criativos – do campo das artes gráficas e da produção textual, *designers*, ilustradores, editores de textos –, bem como para aqueles relacionados à área de estudos em Letras – revisores textuais, tradutores –, além de técnicos – diagramadores, produtores gráficos.

Para encerrar este bloco relacionado à equipe e funções, a pesquisa também buscou informações referentes a como ocorre o processo de capacitação dos quadros da editora. Foram obtidas respostas de 14 editoras e, neste universo, numa questão na qual o(a) respondente poderia marcar mais de uma opção, 78,6% ou 11 editoras informaram se capacitar com autodidatismo, mas, destas, apenas três só deste modo. As demais recorrem também a cursos.

Cabe ressaltar, nesse ponto, que 50% ou 7 do total das 14 respondentes marcaram que buscam essa capacitação com cursos em outros estados. Apenas cinco ou 37,5% marcaram capacitação dos quadros em cursos realizados por entidades representativas baianas. Ainda houve menção – uma menção, cada – a cursos através das universidades, do Serviço de Apoio a Pequenas e Médias Empresas (Sebrae) e curso *on-line* – estes dois últimos no campo aberto de “Outros”). Apesar da opção de cursos ofertados pelo poder público ser disponibilizada, nenhuma editora marcou esta modalidade.

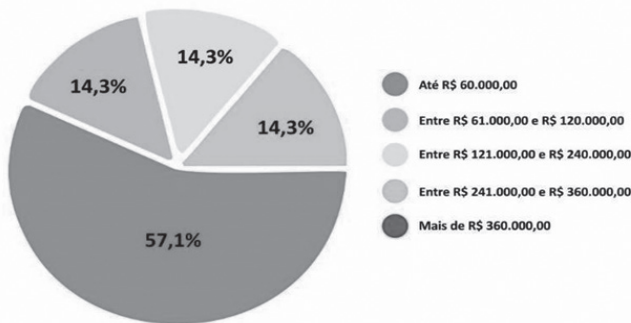
Esse cenário nos faz recordar alguns pontos abordados anteriormente. Como visto, o setor editorial baiano não possui instituições

representativas e que poderiam reivindicar por ações de qualificação sistemática. O órgão voltado às políticas públicas setoriais, no que diz respeito ao desenvolvimento de atividades formativas, tem direcionado sua ação às oficinas criativas que atendem a autores e não editores. Tampouco as universidades sediadas na Bahia, e que possuem em seu histórico editoras universitárias, suprem a demanda por formação. Com isso, na maior parte das vezes, fica a cargo das próprias editoras independentes o custo de uma capacitação profissional.

Por fim, um conjunto de cinco questões que compunham a pesquisa eram relacionadas ao faturamento das editoras baianas nos últimos anos. Nosso intuito era tanto obter uma média estimada de receita do setor, como também compreender o impacto financeiro causado pela pandemia.

Primeiro questionamos em que faixa de faturamento as editoras se encontravam em 2019. Mais da metade das respondentes – oito editoras ou 57,1% – afirmaram estar na menor faixa sugerida no formulário, até R\$ 60.000,00. Nas três faixas superiores, indicadas na figura seguir, duas editoras estiveram em cada uma. Nenhuma editora marcou a faixa superior a R\$ 360.000,00 e apenas uma editora não respondeu a esta questão.

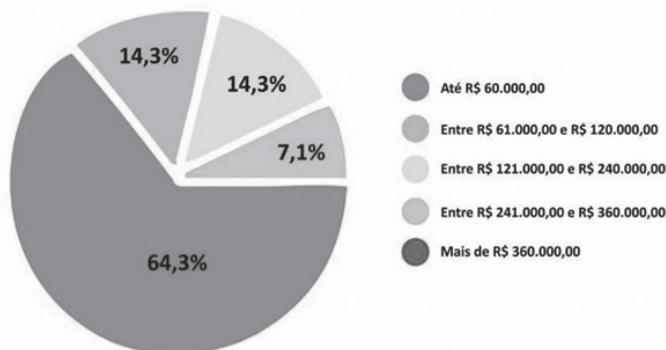
Figura 8 – Faixa de faturamento da editora em 2019



Fonte: elaborada pelas autoras.

Na sequência, fizemos a mesma pergunta sobre faturamento, desta vez sobre o ano de 2020, quando foi decretado o estado de calamidade pública devido à pandemia do coronavírus. Duas editoras responderam estar na faixa imediatamente anterior à que se posicionavam em 2019, indicativo direto de perda de receita. Como trabalhamos com faixas de faturamento e não valores absolutos e como, na questão anterior, a maioria já se encontrava na menor faixa sugerida, inferimos que pode ter ocorrido uma diminuição da receita com outras editoras, embora não seja possível visualizarmos graficamente.

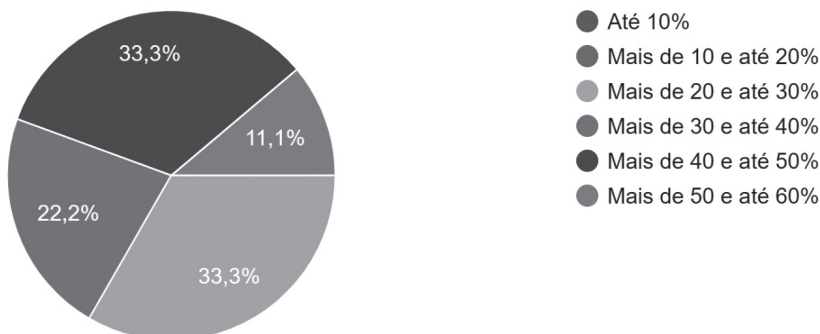
Figura 9 – Faixa de faturamento da editora em 2020



Fonte: elaborada pelas autoras.

Tal conclusão é confirmada com as questões seguintes do formulário. Nove das 15 editoras respondentes afirmaram ter perdido faturamento devido à pandemia. E, destas 9 editoras, 6 declararam que a perda representou entre 30 e 60% de suas receitas.

Figura 10 – Faixa de queda de faturamento durante a pandemia



Fonte: elaborada pelas autoras.

Sobre o cenário de 2021, a projeção foi otimista. Para 60% das editoras baianas, haveria estabilidade ou aumento do faturamento naquele ano. Outras alegaram não ser possível prever, mas nenhuma apontou uma projeção de queda. Importa lembrar que a pesquisa foi aplicada em outubro de 2021.

As respostas a esse conjunto de questões suscitam algumas considerações. De início, se compreendemos que uma das principais fontes de receita das editoras, em especial, as independentes e atuantes em mercados regionalizados, provém da venda de títulos, é fato que a restrição de atividades presenciais em decorrência da pandemia limitou, de maneira significativa, a comercialização de obras e o faturamento anual. A suspensão do funcionamento de livrarias e pontos de venda físicos, somada à interrupção de eventos presenciais como lançamentos (um dos momentos mais representativos para a comercialização de novos títulos para as pequenas editoras) e feiras e festivais literários, foram fatores determinantes para a queda na receita.

Não obstante, apesar da forte retração do consumo de produtos culturais durante a pandemia (MERCADO..., 2020) alguns segmentos populacionais, que puderam manter-se em isolamento social,

apresentaram maior interesse pela leitura. Em julho de 2020, estudos realizados pela Nielsen BookScan em parceria com SNEL,²⁴ que contabiliza as vendas em livrarias, varejistas e *e-commerce*, indicaram uma alta de vendas de livros em relação ao mesmo mês em 2019. (PORTO, 2020b) Ademais, de setembro de 2020 a setembro de 2021, houve expansão de receita para o mercado de livros de mais de 13% em relação ao período anterior, e o preço médio do livro, que acumulava queda há anos, também voltou a crescer. (GUIMARÃES; SCHELLER, 2021)

Por óbvio que tais resultados refletem, precipuamente, o cenário das grandes editoras, aquelas que publicam autores consagrados, que ocupam lugar de destaque nas livrarias, físicas e virtuais, e que conseguem escoar seus títulos com maior capilaridade. Ainda assim, o setor editorial, como um todo, encontra melhores resultados atualmente, numa espécie de efeito cascata.

No caso das pequenas editoras, é inegável que a principal medida em reação ao contexto adverso decorrente da pandemia foram os subsídios de manutenção e fomento concedidos em caráter emergencial através da Lei nº 14.017/2020, a Lei Aldir Blanc. Editoras baianas, inclusive algumas das pesquisadas, foram contempladas pelos editais ou contratadas por agentes culturais beneficiados que previram publicação de livros em seus projetos.

Outro ponto que nos interessa destacar refere-se ao faturamento das editoras baianas. Mesmo considerando dados de 2019, anteriores à pandemia, estes revelam baixo desenvolvimento econômico do setor editorial na Bahia. Na pesquisa aplicada com editoras baianas, foram 15 EPs respondentes sobre o faturamento e este foi informado dentro de faixas.

Se a proporção de editoras respondentes em cada faixa de faturamento for aplicada às 28 EPs mapeadas (o que inclui, além das 15, algumas novas editoras e editoras de selo editorial do próprio autor), o maior faturamento possível de ser alcançado por este universo das mapeadas não ultrapassaria R\$ 4.000.000,00, o que corresponderia também, em média, a um faturamento mensal aproximado de

R\$ 11.400,00. Cabe salientar que o mercado editorial brasileiro teve estimativa de faturamento de 5,8 bilhões de reais em 2021, como escala comparativa.

Tabela 2 – Estimativa de faturamento anual total das editoras baianas respondentes da pesquisa (15 editoras)

Teto de faturamento anual	Editoras respondentes	Faturamento anual total máximo
60.000,00	8 (57,1%*)	480.000,00
120.000,00	2 (14,3%*)	240.000,00
240.000,00	2 (14,3%*)	480.000,00
360.000,00	2 (14,3%*)	720.000,00
Estimativa de faturamento anual total máximo das editoras respondentes		1.920.000,00

*Porcentagem de editoras, do total das respondentes, que marcaram esta faixa de faturamento em 2019. Ver Figura 8.

Fonte: elaborada pelas autoras.

Tabela 3 – Estimativa de faturamento total das editoras baianas privadas mapeadas (28 editoras)

Teto de faturamento anual	EPs mapeadas*	Faturamento anual total máximo
60.000,00	15,99 (51,7% de 28)	959.280,00
120.000,00	4,04 (14,3% de 28)	480.480,00
240.000,00	4,04 (14,3% de 28)	960.960,00
360.000,00	4,04 (14,3% de 28)	1.441.440,00
Estimativa de faturamento anual total máximo das Eps mapeadas, seguindo a proporcionalidade das faixas das respondentes		3.842.160,00

*Ver Quadro 1. Total de 28 Editoras Privadas (EPs de autores diversos e EPs de selo próprio do autor).

Fonte: elaborada pelas autoras.

Paradoxalmente, editoras independentes, pequenas e regionais, são tratadas pelas gestões públicas como “mercado”, como se o setor fosse homogêneo e todas as editoras estivessem em patamares similares de capacidade de atração de investimentos privados e rentabilidade, o que, em tese, dispensaria a necessidade de políticas públicas. A pesquisa, no entanto, revelou o quão determinantes para expansão produtiva e comercial do setor editorial num mercado regionalizado como o da Bahia são as políticas para o setor, com destaque para as do campo da cultura, e, em particular, as políticas de fomento. Este ponto merecerá nossa atenção em capítulo específico.

Buscamos traçar uma espécie de perfil das editoras baianas no presente capítulo, observando características relativas às suas formas de constituição, identidade editorial, representação regional, estrutura laboral, entre outras. No capítulo seguinte, ainda tendo como base os resultados da pesquisa desenvolvida, abordaremos a relação das editoras com outros elos da cadeia produtiva do livro, tais como autores, gráficas, distribuidoras, promotores dos eventos literários.

Relações em cadeia

editoras e demais agentes
produtivos no mercado baiano²⁵

Conforme tratado no capítulo 2, a cadeia produtiva do livro contempla diferentes elos e agentes que perpassam pela criação (autores); produção (editoras/gráficas/produtoras de livros digitais); distribuição/comercialização (distribuidoras/livrarias) e promoção (feiras, festivais e outros eventos literários). Embora as editoras estejam ilustradas nesta cadeia como responsáveis pela etapa de produção das publicações, elas têm um papel central na articulação dos demais elos.

A centralidade das editoras explica-se pela interação que estabelecem à jusante e, sobretudo,

à montante. À jusante pela relação continuada com agentes da etapa de criação – principalmente autores. À montante pela constante articulação com o conjunto de agentes especializados nas etapas finais da cadeia que proporcionam a aproximação do produto com o consumidor final (ou seja, distribuidores, livreiros e promotores). São as editoras que gerenciam vendas, reposição de estoques em pontos comerciais, participam ou realizam eventos de promoção, envolvem os autores nesses eventos etc.

É nessa relação das editoras com agentes à montante em que encontramos grandes desafios, sobretudo ao analisarmos editoras independentes num mercado regionalizado. Na pesquisa desenvolvida foram relatadas muitas dificuldades pelas editoras baianas, que buscaremos evidenciar neste capítulo. Estruturamos nossa abordagem a partir dos elos da cadeia produtiva do livro, iniciando pela criação, passando pela produção, para então verificar como ocorre a articulação com agentes da distribuição, comercialização e promoção. Nesse processo buscamos também identificar desafios e tendências do mercado.

Relação com elo da criação

Autores e autoras representam o elo primordial da cadeia produtiva do livro, o embrião do processo de criação do conteúdo a ser publicado. Nos dias atuais, com o desenvolvimento de tecnologias digitais de produção e comunicação, percebe-se cada vez mais a emergência de uma produção editorial independente, gestada, em todas as suas etapas, pelos próprios autores. Todavia, a dinâmica mais costumeira do mercado editorial, ou seja, aquela que estabelece uma relação intrínseca entre autores e editoras para viabilizar a publicação de obras, ainda é fundamental para muitos agentes do elo da criação.

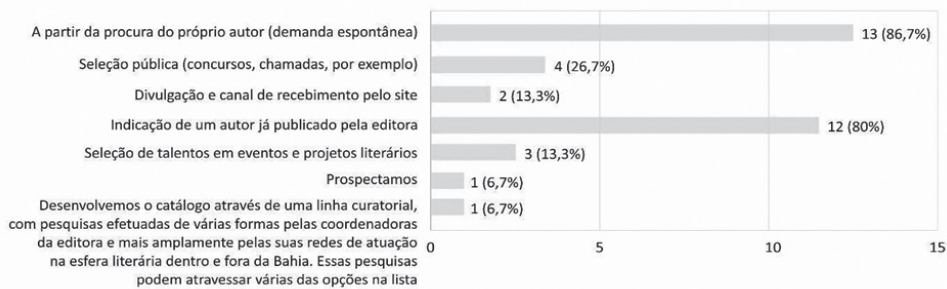
Alguém que busca escrever profissionalmente, se dedicar à carreira de escritor ou escritora, em geral almeja ser publicado por uma editora

que coloque a sua expertise à serviço da produção, projeção e comercialização do livro, repassando a ele/ela os seus direitos autorais definidos contratualmente.

Os mais consagrados e conhecidos autores assim firmaram a sua trajetória na escrita, com contratos sólidos com algumas das principais editoras brasileiras, o que lhes possibilitou produzir novas obras a partir da primeira publicada por uma editora, editar obras anteriores, traduzir aquelas de maior repercussão e publicá-las em outros países. Alguns foram, inicialmente, publicados por editoras pequenas, provavelmente da cidade ou região natal e, após serem revelados – ao receberem um prêmio, por exemplo –, despertaram o interesse de editoras maiores e, a partir de uma maior visibilidade e alcance de público mais amplo no território nacional, entraram em outro patamar da produção literária, ensaística ou técnica do país. Até hoje muitos novos talentos se guiam por esta caminhada e anseiam iniciar uma parceria com editoras locais. Como, então, são trabalhadas as relações entre editoras e autores na Bahia?

Inicialmente, perguntamos às participantes da pesquisa como são selecionados os originais das obras a serem publicadas. A maioria das editoras, 86,7% ou 13 delas, responderam que, sobretudo, pela procura dos próprios autores ou então pela indicação de um autor já publicado pela editora (informado por 80% ou 12 respondentes). Com menor incidência, foram mencionadas chamadas públicas, observação de autores em eventos literários e disponibilização de canais de recebimento de originais nos *sites*, respectivamente por quatro, três e duas editoras. Uma editora declarou que prospecta e outra que desenvolve catálogo a partir de suas linhas curatoriais.

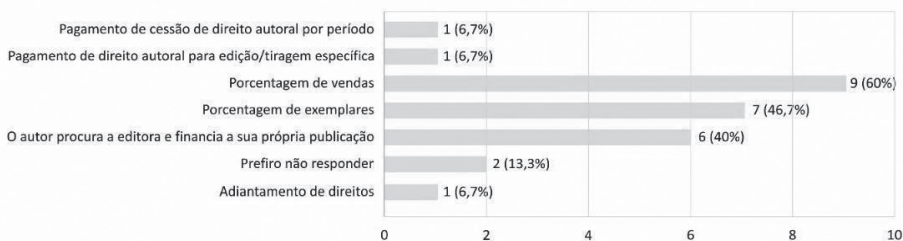
Figura 11 – Meios de seleção de originais para a publicação



Fonte: elaborada pelas autoras.

Relativo à forma de remuneração dos autores, numa questão em que poderiam ser assinaladas quantas opções se aplicassem, a porcentagem de vendas dos exemplares é a forma mais comum de pagamento dos direitos autorais (nove editoras ou 60%), seguida do pagamento com uma porcentagem de exemplares, ou seja, os autores ficam com uma quantidade de exemplares e os comercializa diretamente (indicado por 46,7% ou sete editoras). Para seis editoras, os autores que as procuram são também responsáveis por financiar a publicação de suas obras. Por fim, houve uma menção para cada um destes casos: pagamento de direito por período ou por edição e adiantamento de direitos autorais, opções que mais se aproximam do que é praticado pelas grandes editoras. Duas participantes da pesquisa optaram por não responder à questão.

Figura 12 – Formas de pagamento dos direitos autorais



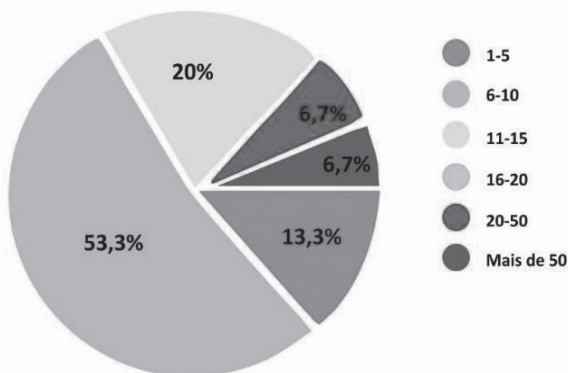
Fonte: elaborada pelas autoras.

Um dado que chamou atenção na pesquisa a respeito da relação entre editoras e autores – considerando o contexto de um mercado regional, pouco capitalizado, com uma atuação precípua de editoras independentes – é que 53,3% ou oito editoras já publicaram autores estrangeiros. A maioria delas informou que procurou diretamente o autor ou agente para negociar (três editoras). Duas contrataram em rodadas de negócios, uma editora foi procurada pelo próprio autor e outra publicou em coedição. Uma editora alegou não ter compreendido a questão sobre a negociação para a publicação de autores estrangeiros.

Atuação na produção de livros

Adentrando no elo produtivo, específico das editoras, questionamos na pesquisa quantos livros por ano, em média, as editoras baianas publicam. A maioria delas, 53,3% ou oito editoras, publica entre 6 e 10 livros anualmente. A respeito do total de obras publicadas desde sua fundação, 5 editoras publicaram até 50 títulos; 3 editoras, entre 50 e 100 títulos; e 7 editoras mais de 100 títulos.

Figura 13 – Média de livros publicados por ano pela editora



Fonte: elaborada pelas autoras.

Realizamos um levantamento prévio à aplicação do questionário, em fevereiro de 2020, um mês antes de ocorrer mudança do banco de dados do ISBN (International Standard Book Number/Padrão Internacional de Numeração de Livro)²⁶ da Biblioteca Nacional (BN) para a CBL. De acordo com o banco de dados da BN, a produção das 25 editoras privadas baianas, em prévio mapeamento completo, que estavam em atuação na época, somava mais de 2.200 títulos publicados desde meados dos anos 1990²⁷ até o mês do levantamento. Considerando o mesmo período, editoras universitárias baianas contribuíram com mais 3.700 títulos. Somando as duas categorias, foram produzidos 5.900 diferentes títulos na Bahia nos últimos 25 anos.

Esse dado é relevante para dimensionar a amplitude da produção de livros no estado, a potencial diversidade editorial (temas e autores) e a dinâmica econômica que mobiliza. Considerando que quase metade das editoras participantes da pesquisa (46,7% ou sete delas) imprimem mais frequentemente uma tiragem de até 300 exemplares por título, se tomarmos esta tiragem como média, e multiplicarmos ao total de obras produzidas, mensuradas no citado levantamento; isso perfaz um patamar de cerca de 1,7 milhão de livros impressos nas últimas duas décadas e meia no estado.²⁸

Paralelamente às editoras, outro agente produtivo do livro relacionado ao elo da produção são as gráficas. Desde a invenção da prensa, o advento e avanço tecnológico sempre impactou muito esse conjunto de agentes, conduzindo a impressão de obras de um processo praticamente artesanal a um patamar industrial, tornando-se, inclusive, a primeira indústria representativa da reprodutibilidade técnica de produtos culturais.

O desenvolvimento mais recente das tecnologias de informação tem novamente transformado e impactado o setor gráfico. A digitalização, por exemplo, eliminou uma série de etapas relacionadas à pré-impressão como produção de fotolito,²⁹ gravação em chapas e prova de

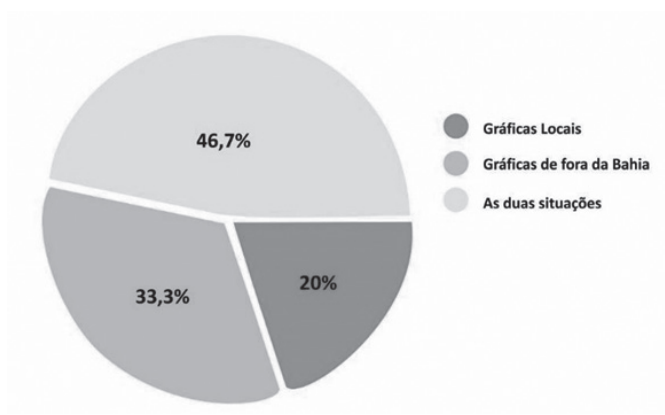
prelo,³⁰ que se tornaram desnecessárias. Os custos das etapas prévias tornavam a impressão de pequenas tiragens praticamente inviável, pois quando diluídos em poucos exemplares, deixava o valor unitário do livro muito elevado, dificultando sua comercialização.

Equipamentos cada vez mais específicos e automatizados demandam, por seu turno, maior investimento das gráficas. Agentes localizados nos grandes centros econômicos do país e, portanto, atuantes em mercados editoriais potencialmente mais dinâmicos, são aqueles capazes de acompanhar a evolução tecnológica gráfica. Com efeito, terminam atraindo demanda de outras localidades para a impressão e acabamento de livros.

A Bahia não possui competitividade no ramo gráfico voltado às publicações – tornou-se obsoleto, não se atualizou, muitas gráficas fecharam e as que atuam não têm os valores competitivos –, o que se justifica, notavelmente, pelo perfil do mercado editorial com editoras de pequeno porte atuantes. Mas há também outros fatores como desconhecimento de nicho e ausência de fomento. Ainda que a demanda do mercado editorial local possa ser considerada insuficiente para os empresários gráficos, haveria a possibilidade de prospectar regionalmente, como já fizeram gráficas dos estados de Pernambuco e Paraíba que se tornaram, durante algum tempo, referência para a impressão de periódicos, livros com impressão interna colorida, dentre outros. As gráficas baianas, além de poucas, voltam-se mais costumeiramente aos impressos de publicidade e promocionais.

Na pesquisa, 46,7% ou sete editoras responderam que imprimem livros tanto na Bahia quanto fora do estado. Cinco informaram imprimir somente fora e três indicaram utilizar apenas os serviços de gráficas locais.

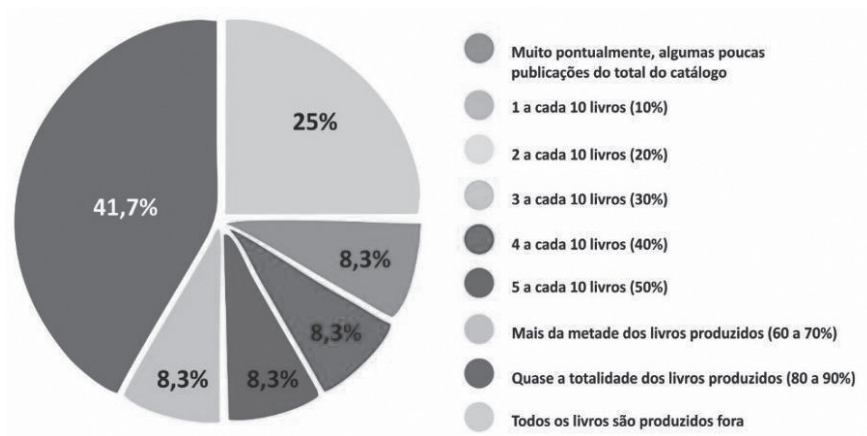
Figura 14 – Onde os livros da editora são impressos



Fonte: elaborada pelas autoras.

Importa destacar, todavia, que ao questionarmos qual a porcentagem de livros impressos em gráficas de fora do estado, 66,7% ou 10 editoras manifestaram imprimir de 80% a 100% dos títulos fora do estado. Quatro respondentes imprimem entre 40% e 70% da sua produção em gráficas não situadas na Bahia e apenas uma editora afirmou utilizar tais serviços em outros estados muito pontualmente. Ou seja, ainda que sejam acionadas na produção de livros de editoras baianas em gráficas situadas no estado, a maior parcela do valor despendido para pagamento da impressão e acabamento é direcionada a agentes da cadeia produtiva localizados fora da Bahia. Buscamos averiguar quais razões direcionam a escolha por gráficas de outros estados. O principal motivo, apontado por 75% das editoras participantes da pesquisa, foi o preço e a qualidade, sendo também mencionados fatores como custo-benefício, prazo de entrega, atendimento e relacionamento.

Figura 15 – Produção de livros em gráficas de fora da Bahia



Fonte: elaborada pelo autoras.

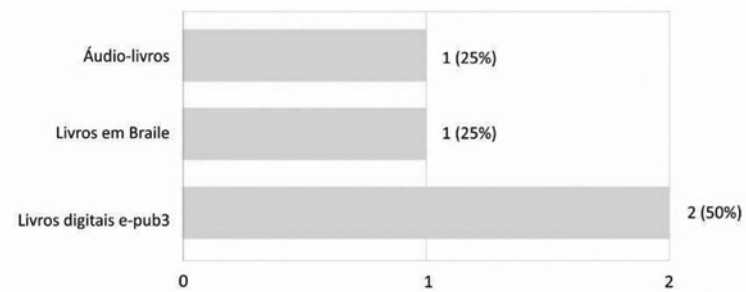
Na sequência, o questionário de pesquisa trouxe perguntas sobre a inserção das editoras baianas no mercado de livros digitais, uma das principais tendências deste segmento em todo o mundo. Primeiro questionamos se as editoras publicam livros digitais e 80% ou 12 delas afirmaram que sim. Ademais, verificamos qual o formato utilizado e obtivemos nove menções ao pdf (75%), seis ao e-pub (50%) e apenas uma ao mob.

Destarte, embora a maioria das editoras baianas tenha incorporado o livro digital na sua dinâmica de produção, prevalece a publicação em um formato que não segue a tendência de hábito e consumo (pdf). A experiência de leitura de *e-books* está associada ao uso de suportes tecnológicos e aplicativos específicos, o grande filão de mercado das lojas *on-line* ou *marketplaces*. Nesse sentido, são justamente os formatos e-pub e mob os que mais têm crescido em demanda.

Importa também destacar que esses novos formatos (e-pub e mob) possuem recursos de acessibilidade, em consonância, portanto, com a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência.³¹ Esse fator torna as publicações aptas a integrar programas de compras públicas de livros

didáticos ou paradidáticos relacionados ao Programa Nacional do Livro e Material Didático (PNLD). (BRASIL, 2018) Apesar disso, apenas quatro editoras locais ou 26,7% das participantes da pesquisa já publicaram livros com acessibilidade, sobressaindo os livros digitais *vis-à-vis* os audiolivros e livros em Braille.

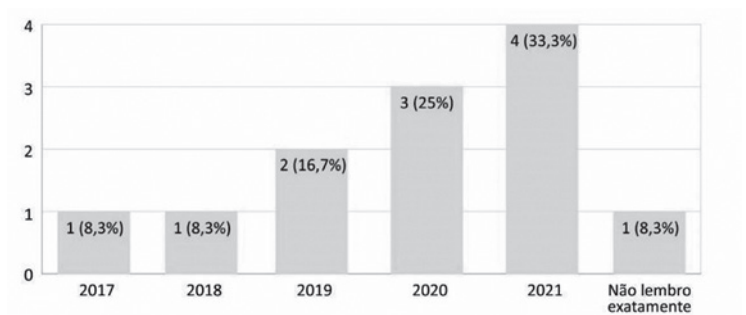
Figura 16 – Perfil dos livros publicados pela editora com recursos de acessibilidade



Fonte: elaborada pelas autoras.

Percebemos ainda com a pesquisa o quão recente é a produção de livros digitais pelas editoras independentes da Bahia. Questionadas sobre quando começaram a incluir a publicação em formato digital, a maioria (58,3% ou sete delas) iniciaram entre 2020 e 2021. A editora que publica há mais tempo iniciou em 2017.

Figura 17 – Ano em que a editora começou a publicar livros digitais



Fonte: elaborada pelas autoras.

É notório, portanto, o efeito da pandemia no impulsionamento deste mercado. Pesquisas apontaram um crescimento de mais de 80% das vendas de livros nestes novos formatos (PORTO, 2021), num primeiro momento em decorrência do fechamento das livrarias físicas, mas também por uma conseqüente abertura e interesse do público consumidor. (MENDES, 2021) Em particular, a participação na Lei Aldir Blanc foi elemento desencadeador da publicação de livros digitais pelas editoras baianas, uma vez que os produtos resultantes dos editais precisavam ser entregues para consumo em ambiente digital.

Essa demanda recente evidenciou a carência de profissionais especializados na produção de livros nesses formatos mais contemporâneos e comerciais na Bahia, sendo um serviço encontrado nas regiões Sudeste-Sul, executado por empresas e autônomos das áreas de programação, TI e *softwares* gráficos.

Para concluir, vale considerar alguns óbices da publicação digital para pequenas editoras. De início, ele corresponde a mais um serviço terceirizado e que a relação com os produtores, prestadores deste serviço é nova e depende de uma ainda formação de conhecimento dos editores sobre características do produto e parceiros de distribuição e comercialização. Além disso, o comércio é totalmente feito pela internet, ambiente de ampla concorrência e pouco atrativo para editoras atuantes em mercados regionalizados que, inclusive, avaliam a importância do corpo a corpo presencial como um meio eficaz de persuasão e venda de títulos.

Desafios da distribuição e comercialização

Editar e produzir livros como pequena editora num mercado regionalizado como o baiano, dentre outros tantos desafios, exige grandes esforços na fase de distribuição e comercialização dos títulos. Distribuir livros num país de proporções continentais exige uma estrutura

comercial e logística complexa e dispendiosa, especialmente para editoras de pequeno porte.

São poucas as editoras pertencentes a grandes grupos editoriais que já agregam em suas estruturas serviços especializados relacionados às diferentes etapas da cadeia, como impressão e distribuição. De maneira geral, mesmo as grandes editoras recorrem às empresas distribuidoras de livros, que possuem *know-how* comercial e logístico e que se relacionam diretamente com livrarias em todo território nacional.

Para comercializar em livrarias, normalmente se pratica o “desconto no preço de capa”³² aos livreiros, que varia de 35% a 50%. Ao somar o serviço do distribuidor, o desconto padrão pode ser de até 65%. Embora pareça paradoxal, para editoras independentes, que trabalham, sobretudo, com autores desconhecidos do grande público, cujo potencial de venda e, por conseguinte, de retorno para livrarias e distribuidoras, é reduzido, o desconto no preço de capa costuma ser superior ao exigido das grandes editoras.³³ Com isso, a margem de lucro, bem como de compensação de outras despesas relacionadas à produção dos livros, fica tão irrisória que muitas editoras independentes optam por acumular mais esta função, a da distribuição. Porém, com uma capacidade muito inferior de ocupar pontos de vendas fora dos seus territórios de atuação.

Importa ressaltar ainda que, particularmente na Bahia, inexistem empresas que distribuam as produções do mercado editorial interno para o externo, o fluxo é sempre o inverso. As distribuidoras com sucursais no estado ou mesmo de matriz local, trabalham com as editoras de fora para distribuição no estado e, em geral, estão mais voltadas aos livros didáticos. Distribuidoras de outros estados tampouco demonstram interesse pela produção editorial regional, provavelmente, levando em consideração o pouco volume de vendas que as pequenas editoras locais alcançariam fora de suas regiões.

A respeito da relação com as livrarias, vale relembrar uma série de crises que se sobrepuseram nos últimos anos. Com a ascensão do

modelo das *megastores* e grandes redes de lojas físicas espalhadas em *shoppings centers* de todo país, pequenas livrarias com característica de bairro fecharam suas portas diante da concorrência desleal. Nestas grandes lojas ficou bastante impessoal o relacionamento “editor-livreiro”. Ainda assim, as pequenas editoras se esforçavam em tratar com as filiais das redes presentes em sua região, já que expor neste pontos é uma importante vitrine e avaliavam que ter seus títulos nos *sites* dessas livrarias poderia contribuir para uma possível venda em outros estados.

Novo cenário de crise emerge em 2018, depois de pedidos de recuperação judicial decretados pelas duas maiores redes de livrarias. Se já não era muito amistosa a relação dessas *megastores* com editoras independentes, principalmente em regiões como o Nordeste, ela tornou-se ainda mais complicada. Além de não aceitarem novos títulos, as redes sequer resolviam débitos das vendas realizadas.

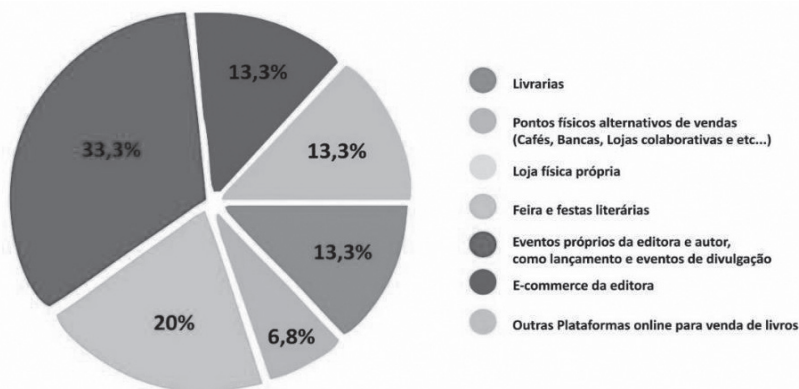
Sem contar com as grandes redes e quase nenhuma livraria de bairro no estado, pouco a pouco, editoras baianas passaram a direcionar seus esforços para os espaços de comercialização eventual, como festivais e feiras, bem como estabelecimento de pontos alternativos de venda e, em alguns casos, pontos próprios. Com a pandemia, cresce o investimento nos *e-commerce* e na venda por meio das novas megas plataformas *on-line* de caráter varejista (que não têm o livro como principal produto, mas são intensamente procuradas por consumidores).

Na pesquisa, questionamos quais canais de comercialização dos exemplares são utilizados pelas editoras independentes baianas. Das participantes, 13 respondentes ou 86,7% indicaram livrarias, feiras literárias, eventos próprios (lançamentos, por exemplo) e *e-commerce*. Pontos alternativos de vendas apareceram em segundo lugar, utilizados por dez editoras ou 66,7%. Outras plataformas *on-line* por oito editoras (53,3%) e loja física própria por três editoras.

Se diferenciarmos esses dados entre cenários pré e pós-pandemia, percebemos algumas mudanças provocadas por este fato histórico.

No contexto anterior, para cinco editoras o principal canal de venda eram eventos de lançamentos e em escolas, seguido de festas literárias (três editoras). Outras plataformas de comércio digital, livrarias e *e-commerce* foram mencionados por duas editoras cada e apenas uma declarou o ponto alternativo de venda como principal canal.

Figura 18 – Canal de vendas de exemplares antes da pandemia

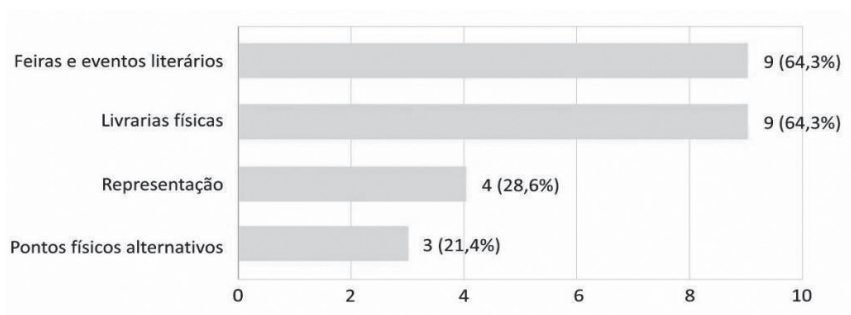


Fonte: elaborada pelas autoras.

Na conjuntura contemporânea, oito editoras vendem sobretudo pelo *e-commerce*, sendo que apenas duas delas vendiam majoritariamente por esta via antes da pandemia. A maioria, que antes comercializava mais em eventos próprios e feiras, passou para o *e-commerce* e apenas uma manteve as feiras e festas literárias como principal canal de vendas. Duas editoras migraram da promoção de eventos como espaços primordiais de comercialização para bancas de revistas e redes sociais.

Praticamente todas as editoras participantes na pesquisa já comercializaram fora da Bahia (14 ou 93,3%) por meio tanto de feiras literárias como de livrarias (nove menções para cada ou 64,3%). Ainda que em menor grau, editoras declararam comercializar em outras praças através de representação e pontos fixos alternativos (quatro e três editoras, respectivamente).

Figura 19 – Comercialização de livros da editora fora da Bahia



Fonte: elaborada pelas autoras.

Pelo exposto anteriormente, mesmo com dificuldades, as livrarias são importantes para comercialização em outros estados. Averiguamos, assim, as formas de negociação das editoras baianas com estes agentes. Oito delas ou 53,3% trabalham principalmente com consignação e cinco ou 33,3% tanto com consignação como com venda.³⁴ Apenas duas editoras trabalham de maneira exclusiva com a venda. Perguntados ainda como avaliam a relação das livrarias físicas com as editoras baianas em uma questão aberta, a maioria das respondentes apontou para um relacionamento que precisa ser melhor desenvolvido, como podemos perceber pela nuvem de palavras gerada.

Figura 20 – Relação com as livrarias



Fonte: elaborada pelas autoras.

No entanto, encontramos também relatos que revelam uma relação que podemos classificar como empática, sobretudo ao destacar um perfil de livrarias independentes³⁵ algumas também de propriedade de editores locais e que, portanto, vivenciam os desafios da comercialização em outros pontos e da edição de livros:

Tem várias livrarias pequenas (pequenas só em tamanho...) que tem também os seus próprios selos editoriais e que também trazem iniciativas culturais além de objetivos unicamente comerciais. Exemplos são a Katuka Africanidades, a Livraria Boto-cor-de-rosa e o espaço-livraria da editora Caramurê. Na nossa experiência, estas livrarias físicas têm uma relação boa com as editoras locais. Nas livrarias de maior porte, tem sido possível dialogar e colocar alguns dos títulos do nosso catálogo, mas como nestas livrarias os objetivos dos espaços e as relações com os leitores são diferentes, não conseguimos destaque e, portanto, conseguimos poucas vendas nestas livrarias. (Depoimento)³⁶

A mesma nuvem de palavras foi criada a partir das respostas relativas à relação das editoras baianas pesquisadas com as distribuidoras. Neste caso, é valioso considerar que 80% delas, ou seja, 12 editoras, não trabalham com distribuidoras, demonstrando a fragilidade desta articulação no estado.

Figura 21 – Relação com as distribuidoras



Fonte: elaborada pelas autoras.

Certamente, uma melhor integração entre distribuidores, livreiros e editoras na Bahia, traria bons resultados para todas as partes. Distribuidoras poderiam representar editoras regionais agrupadas, facilitando o investimento logístico em regiões com menor demanda. Criar nas livrarias sessões dedicadas às produções regionais, diversas de cada parte do país, corresponderia ao interesse de um nicho de público curioso pela produção independente. As editoras não podem prescindir de pontos fixos e físicos de venda, que também trazem prestígio a suas obras e autores, mesmo tendo estabelecido forte vínculo com eventos literários.

Participação em eventos literários

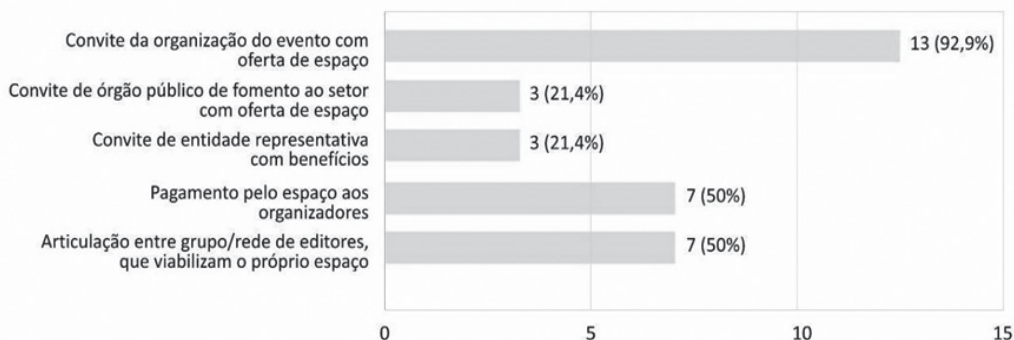
Atualmente, a Bahia possui eventos literários, nomeados como festas ou festivais, em mais de 30 municípios baianos, segundo mapeamento da FPC, órgão responsável pela política setorial do livro e leitura no âmbito do estado da Bahia. (FUNDAÇÃO PEDRO CALMON, 2021) As Festas Literárias Internacionais de Cachoeira e do Pelourinho (Flica e Flipelô) são duas das pioneiras e relevantes até os dias atuais. Todas se inspiraram no modelo iniciado pela FLIP, realizada na cidade que dá nome ao evento, no estado do Rio de Janeiro, desde 2003.

Em contraponto às bienais de livros, geralmente organizadas em ambientes fechados das capitais, esse movimento das festas literárias se caracteriza por ocupar as ruas e reunir o interesse pela literatura e por um turismo cultural, tendo em vista serem promovidas em cidades ou localidades com rico patrimônio histórico, artístico, cultural e/ou natural.

A maioria dos eventos realizados no estado contam com o apoio do governo do estado da Bahia, através da FPC e, muitas vezes, é por intermédio deste órgão que se constrói uma articulação entre as empresas produtoras dos eventos e as editoras baianas. Nesse sentido, geralmente

se propõe destinar um espaço específico dentro dos festivais aos editores locais.

Figura 22 – Participação em festas, feiras e festivais literários



Fonte: elaborada pelas autoras.

Na pesquisa verificamos que quase todas as editoras respondentes (93,3% ou 14 delas) já participaram de eventos literários na Bahia ou em outros estados, geralmente, por meio do convite da organização do evento com espaço sem custo. Acontece também de receberem convites do órgão público apoiador com oferta sem custo do espaço ou de entidade representativa com benefícios. Outras formas são através de pagamento pelo espaço ou em decorrência de articulação com uma rede de editores que viabilizam um espaço coletivo.

No caso de 11 editoras pesquisadas (ou 73,3%), os autores que representam também participaram desses eventos, compondo sua programação principal. Buscando compreender como acontece tal articulação, em uma questão na qual era possível escolher mais de uma resposta, houve seis menções de que a editora é convidada a sugerir nomes para a programação e também seis indicações de que a organização do evento convidou diretamente os autores. Duas editoras também marcaram que procuraram a organização do evento para levar recomendações.

Todavia, boa parte da programação é composta por nomes de projeção nacional, reiterando um processo excludente de autores e editoras fora do eixo Sul-Sudeste, não compreendendo também a função política de tais eventos para o mercado editorial local. É notório, portanto, a necessidade tanto de um melhor equilíbrio entre autores baianos e convidados de fora do estado na programação oficial, assim como de uma oferta de espaço de venda mais central para editores locais.

Indagamos ainda, em questão aberta, qual avaliação sobre o espaço concedido à produção editorial baiana por estes eventos literários. Reproduzimos alguns comentários a seguir:

‘Acho que as festas literárias poderiam ter um espaço maior para a produção local, tanto na estratégia de vendas, quanto na divulgação’.

‘Poderiam incluir mais autores locais’.

‘Não deveria ser a grande vedete do setor, mas é o que ocorre. Há falta de equidade, do ponto de vista do financiamento e atenção da gestão pública, entre produtores de eventos literários e a cadeia produtiva do livro propriamente dita’.

‘Frágil, favorecem os grandes distribuidores e editoras em detrimento das demais’.

‘São elas que dão visibilidade ao mercado editorial da Bahia’.

‘Espaço ínfimo, precisa ser revisto, as editoras locais quase não têm acesso, há pouco incentivo para participação de editoras locais’.

‘Muito focadas na promoção do autor, o que é positivo, claro. Mas faz falta, nestas festas literárias, um outro tipo de promoção: a daqueles que leem, que são quem afinal sustenta essa coisa a que chamamos de ‘mercado de livros’. (Depoimento)

Avaliamos que o modelo trabalhado pelos eventos literários da Bahia demonstra o pouco conhecimento acerca da interdependência entre os diferentes elos da cadeia produtiva do livro, principalmente por parte dos realizadores dessas festas. A fluidez dessa cadeia em âmbito local é fundamental, inclusive, na formação de novos leitores, já que também se promove a leitura por meio da interação com autores

próximos, da identificação com os temas das publicações, da representatividade de quem escreve com seu “lugar de fala” etc.

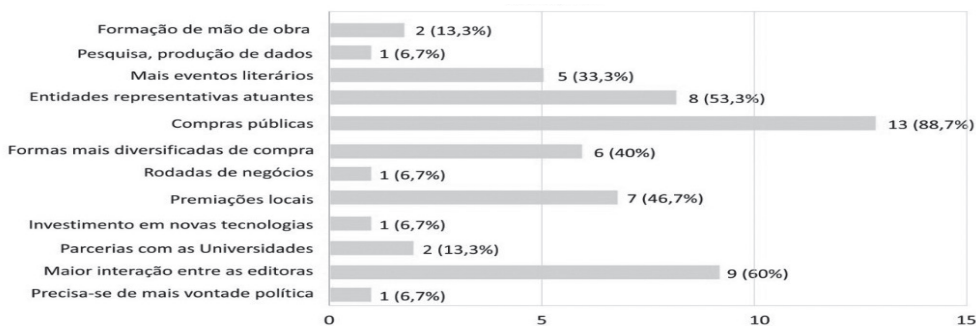
O livro se manteve em lugar elitizado, para quem o faz e quem o acessa, por séculos da nossa história. Na contemporaneidade e em diferentes lugares – geográficos, sociais e políticos – emergem novas expressões artísticas, perfis de autoria e caminhos de produção editorial que tensionam para que este universo esteja também aberto para que diversos autores e pequenos empresários possam trilhar caminhos profissionais na cadeia produtiva do livro.

Perspectivas do mercado local

Para concluir, a pesquisa investigou junto às editoras baianas quais os desafios e as ações que poderiam contribuir para um melhor desenvolvimento do setor, bem como quais são as principais fontes de informação dos editores e as tendências do mercado na avaliação deles. São perguntas que direcionam para uma visão sobre o futuro do setor.

A respeito das ações consideradas significativas para melhoria do setor editorial, em uma questão na qual havia possibilidade de marcar mais de uma resposta, a compra pública foi a opção mais indicada (86,7% ou 13 editoras). Em seguida, são mencionadas a necessidade de melhor interação entre as editoras (60% ou nove editoras) e atuação de entidades representativas (53,3% ou oito editoras). A criação de premiações locais e de formas mais diversificadas de financiamento foram apontadas, respectivamente, por sete e seis editoras.

Figura 23 – Ações de contribuição para o mercado editorial baiano



Fonte: elaborada pelas autoras.

Perguntados sobre os canais que são fontes de informação e desempenham papel relevante para o trabalho desenvolvido pela editora, a principal resposta foi o próprio público, segundo 60% ou nove delas. Na sequência aparecem *sites* e publicações especializadas; cursos; eventos literários; pesquisas, todas indicadas por 53,3% ou oito editoras. A imprensa foi mencionada apenas por seis editoras.

Desafios do setor foram expressos em questão aberta, de maneira mais livre. Do conjunto de respostas é possível ter sugestões interessantes de serem observadas pelos próprios editores, mas também serem úteis para o norteamiento de políticas públicas ou de ações possíveis de serem implementadas por outros agentes. Optamos por reproduzir todos os comentários:

‘Falta know-how e preço por parte da indústria gráfica para atender o meio editorial’.

‘Espaço para comercialização e incentivo para o pequeno escritor.’

‘Se viabilizarem comercialmente [as editoras], produzir obras com qualidade e relevância’.

‘Vender sua produção’.

‘Sobreviver! Viver profissionalmente de livros é uma tarefa duríssima. A distribuição é um problema crônico. A falta de apoio dos poderes públicos é grande. A verba para as políticas públicas de cultura é sempre muito pequena e os gestores, muitas vezes, sem preparo. A editora tem o desafio diário de lançar livros tentando equilibrar o risco de não ter prejuízo na publicação e tendo a necessidade de trabalhar em projetos editoriais sob encomenda para suprir uma receita financeira. Fora isso, a mão de obra local é escassa’.

‘Financiamento dos projetos’.

‘Escoamento da produção’.

‘Linhas de Crédito acessíveis e gráficas locais menos exorbitantes. Não compreendemos por que a EGBA é tão cara’.

‘Financiamento e espaços de venda’.

‘Profissionalização, união das editoras, comprometimento do poder público com o mercado editorial’.

‘Escoar seus produtos, conseguir produzir (precisa de recurso), uma situação implica na outra’.

‘1. O principal desafio é chegar aos leitores – na Bahia e no país inteiro.

2. A falta de opções de gráficas na Bahia. Implica que imprimamos a maioria dos nossos livros fora da Bahia, o que é complicado logisticamente e implica custos de transporte.

3. Dificuldade e custos de deslocamento para participar de grandes feiras de livros que acontecem no Sudeste (e onde muitas editoras de lá conseguem vender muito, porque são frequentadas por muitos leitores).

4. Distribuição para livrarias grandes’.

‘Encontrar leitores é um deles. Há hoje (e isso não pode estar correto) mais escritores que leitores. Um outro desafio enorme é, claro, o da distribuição de livros no estado. Seria bom também que os municípios tivessem seus programas de aquisição e promoção do livro e da leitura. Mas aí talvez já seja sonhar demais’.

‘Ausência de políticas públicas para o setor, a dificuldade de união e articulação entre os agentes, a falta de conhecimento sobre o próprio mercado em que se atua’. (Depoimentos)

Por fim, interrogadas em relação às tendências do mercado editorial, novamente em questão aberta, muitas editoras falaram sobre livro digital e impressão por demanda, que são tendências globais. Ademais, trouxeram também contribuições analíticas sobre o contexto regional, destacadas abaixo:

‘As tendências para o mercado baiano continuam sendo o fortalecimento das feiras e festivais em espaços públicos, a publicação de autores e temas que até então não publicavam, estavam à margem, pelo perfil predominante e histórico do mercado, novos espaços de comercialização de livros no contraponto às megastores e livrarias em shoppings. Nacionalmente mais força para as editoras independentes’.

‘Tanto no mercado baiano, quanto no nacional: parece que tem uma tendência que se iniciou com a pandemia, de leitores comprando livros cada vez mais *on-line* e diretamente das editoras. É algo muito positivo para as editoras poder vender diretamente para os leitores desta forma, e nacionalmente significa que os leitores tendem a procurar mais editoras fora do eixo Rio-São Paulo do que faziam antes da pandemia. No entanto, a venda remota vai ser afetada negativamente com as mudanças que virão com a privatização dos correios’.

‘Para o mercado editorial baiano, vejo uma possível aproximação entre editoras e agentes governamentais responsáveis pela promoção do livro e da leitura na Bahia. No entanto, não vejo essa mesma tendência se repetindo no cenário nacional nos próximos dois anos. Ainda assim, me considero muito mais otimista do que o contrário’. (Depoimento, grifo nosso)

Além de atuar numa posição central, estando constantemente na articulação em torno da produção, escoamento e promoção do livro, na maior parte das vezes, editoras locais precisam executar funções que caberiam a outros agentes da cadeia. Por isso, verificamos um

comportamento de desabafo da maioria dos responsáveis pelas editoras participantes na pesquisa, sobretudo naquelas questões abertas. Uma oportunidade de registrar a “voz” desses e dessas que atuam nessa área e com poucas chances de escuta. Isso não desqualifica em absoluto as respostas, ao contrário, demonstra a realidade adversa em que trabalham as editoras pequenas, independentes e atuantes em mercados regionalizados. Mesmo com entraves no fluxo da cadeia produtiva do livro na Bahia, com uma escala diminuta em termos mercadológicos e com ausência de incentivos, editoras baianas persistem em seu trabalho, contribuindo de maneira significativa para a diversidade editorial do estado.

Política setorial para o livro na Bahia

Nos interessa neste último capítulo apresentar e avaliar a política setorial para o livro desenvolvida pelo estado da Bahia, bem como demonstrar a relação estabelecida pelas editoras mapeadas na pesquisa com tal política. Como introdução, ainda que de maneira breve, acreditamos ser valioso destacar as principais instituições e programas públicos de âmbito nacional, tendo em vista a forte influência que produzem nas demais esferas federativas.

De início, vale lembrar que o desenvolvimento de políticas públicas de cultura é relativamente recente no Brasil, tendo os anos 1930 como inaugurais dos primeiros órgãos públicos instituídos

com esta finalidade – contraditoriamente, durante a ditadura do Estado Novo de Getúlio Vargas. No bojo da incipiente institucionalização da cultura, destaca-se a criação do Instituto Nacional do Livro (INL), responsável pelas políticas do livro e leitura, em 1937.

De acordo com Lindoso (2004), o INL atuou nos seus primeiros anos de maneira preponderante com publicações oficiais e coedições – muitas vezes favorecendo determinadas editoras e autores – que tinham o propósito de abastecer os acervos das bibliotecas públicas que, por sua vez, também estiveram sob os auspícios do instituto. Todavia, o impacto destas ações para o setor editorial era bastante reduzido. Apenas com a instituição do programa de aquisição de livros didáticos na década de 1960 é que se delineia uma política mais consistente e capaz de repercutir no mercado editorial.

O programa, porém, rapidamente foi transferido para outras instâncias do então Ministério da Educação e Cultura (MEC), ficando com o INL a atribuição exclusiva sobre os chamados “livros culturais”. Segundo Lindoso (2004, p. 175), “[...] iniciava-se aí uma separação institucional que só se aprofundaria mais adiante, entre ‘órgãos educacionais’ e ‘órgãos culturais’” e cindindo também políticas que deveriam ser transversalizadas, caso da política setorial para o livro e leitura.

O INL perdurou até 1990, quando foi extinto junto a uma série de órgãos federais de cultura pelo então presidente Fernando Collor de Mello (1990-1992), sendo criado em seu lugar o Departamento Nacional do Livro (DNL), no âmbito da Biblioteca Nacional. No governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) é incluída a Secretaria do Livro e Leitura (SLL) no organograma do Ministério da Cultura, com atribuições que se confundiam com o DNL, levando a uma redução deste último à gestão do ISBN³⁷ e da participação brasileira em feiras e prêmios internacionais. (LINDOSO, 2004)

No governo Lula (2003-2010) foi proposta a criação de um Instituto Nacional do Livro e Leitura, em nítida referência ao órgão antecessor, contudo, não materializada. Por sua vez, como medida concreta, logo

no primeiro ano de mandato foi sancionada a Lei nº 10.753/2003 que instituiu a Política Nacional do Livro e exonera a circulação de livros dos impostos sociais PIS/Cofins, zerando a alíquota sobre o livro.

Em 2011, já no governo Dilma Rousseff (2011-2016), através do Decreto nº 7.559/2011 é aprovado o Plano Nacional do Livro e Leitura, primeiro documento norteador de uma política setorial, decorrente da articulação entre os Ministério da Cultura e da Educação. Importa ressaltar que além das mudanças e avanços promovidos nesse período referente à ampliação das políticas culturais, o mercado nacional do livro também era favorecido pelas políticas educacionais, principalmente aquelas relacionadas à democratização do acesso ao ensino superior, o que estimulou a produção de livros técnicos e científicos.

A partir de 2015, porém, inicia-se um momento marcado pelo decréscimo de faturamento do segmento editorial brasileiro, conforme dados de uma das principais pesquisas realizadas na área, a *Produção e Vendas no Setor Editorial Brasileiro*. Por óbvio, não se deve desconsiderar a instabilidade política e econômica vivida no país, o que impactou os mais diversos setores produtivos. No documento da supracitada pesquisa, que avalia a trajetória deste mercado de 2006 a 2019, extrai-se o seguinte trecho:

De acordo com o estudo, o subsetor mais afetado é o Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), com queda de 41% nas vendas ao mercado no período de 2006 a 2019. Entre 2006 – 2014 o faturamento do CTP foi impulsionado pelos investimentos no Ensino Superior e o avanço do PIB, com crescimento de 17%. A partir de 2015 é o subsetor que mais sofreu com a recessão e as mudanças tecnológicas, registrando queda de 50% entre 2014 e 2019. (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, 2020)

Na análise da Série de 2006 a 2018, é também explanado:

O levantamento mostra que o faturamento do setor editorial geral (com vendas para o mercado e para o governo) diminuiu 25% no comparativo entre 2006 e 2018.

O estudo mostra um crescimento do número de exemplares vendidos no mercado entre 2006 e 2014 de 84 milhões de livros, e a queda acentuada nos últimos 4 anos, voltando a patamares próximos a 2006. O preço médio dos livros no período total diminuiu 34%, o que explica a redução do faturamento do setor. (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, [2019])

Após o controverso afastamento da presidenta Dilma Rousseff, em 2016, as posteriores gestões dos presidentes Michel Temer (2016-2018) e Jair Bolsonaro (2019- 2022) encamparam uma agenda de reformas no âmbito administrativo e tributário notadamente alinhadas com interesses de grandes grupos financeiros e outros setores da elite do país. Dentre elas, destaca-se a reforma que ficou conhecida como “teto dos gastos públicos”, aprovada em 2017, na qual áreas como saúde e educação passaram a ter limite orçamentário estabelecido pelo período de 20 anos, reduzindo o investimento nessas pastas.

Apesar do cenário quase persecutório em relação às políticas educacionais e seus principais agentes no governo Bolsonaro, o Programa Nacional do Livro e Material Didático (PNLD) continuou em vigor, sendo ainda uma das políticas que mais impacta o mercado editorial. Em 2019 as vendas de livros para o governo foram superiores a 50% das vendas totais do setor editorial brasileiro, segundo a pesquisa *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro*.³⁸ Em 2020, houve uma retração das vendas de exemplares ao poder público de 28,4%, em comparação com o ano anterior, resultado da pandemia e da suspensão das atividades escolares e universitárias.

Compreender este panorama da institucionalização de uma política setorial para a área editorial em âmbito federal nos permite adentrar no cenário baiano e apresentar as principais estruturas e ações institucionais do estado, bem como evidenciar, a partir dos dados coletados, de que modo as editoras baianas pesquisadas se relacionam com as políticas públicas de cultura, em especial, para o livro e leitura.

A política para o livro e leitura no estado da Bahia

A principal instituição pública do governo do estado responsável pelas políticas para o livro e leitura é a FPC, autarquia vinculada à Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA). A FPC foi criada em 1987 com a atribuição primordial de gerir as bibliotecas do estado e o Arquivo Público (existente há 130 anos). Até 2010 podemos verificar que as políticas relacionadas ao livro se subdividiam entre ações de estímulo à leitura, por meio das bibliotecas, sob os auspícios da FPC, e de incentivo à literatura, cuja responsabilidade estava a cargo da Fundação Cultural do Estado da Bahia, outra autarquia da SecultBA. Não havia, portanto, uma unidade específica para pensar o produto livro e sua cadeia produtiva.

Em 2011, finalmente foi criada a Diretoria do Livro e Leitura (DLL), compondo o organograma da FPC, com o compromisso de desenvolver, conjuntamente, uma política setorial para o livro e a leitura. Segundo o ex-diretor-geral da FPC, Zulu Araújo,³⁹ em entrevista, a criação da DLL fora definida pelo seu antecessor, professor Ubiratan Castro de Araújo (em memória), ainda durante a gestão de Márcio Meirelles (2007-2010) na SecultBA, porém, formalizada na gestão seguinte de Albino Rubim (2011-2014). No *site* da FPC, há a seguinte definição para a Política do Livro e da Leitura:

A DLL – Diretoria do Livro e da Leitura da Fundação Pedro Calmon tem o propósito de incentivar a leitura, a formação de mediadores de leitura e fomentar e divulgar a produção de livros. Essa política é desenvolvida mediante apoio a organizações e pessoas que trabalhem para este fim, através de editais específicos; parcerias com organizações que comungam do mesmo objetivo; formação de leitores e mediadores de leitura; organização de concursos literários; e realização de campanhas que visem incentivar o crescimento e qualidade dos leitores baianos, sobretudo de crianças e adolescentes. Além disso, a DLL apoia a elaboração de planos municipais de livro, leitura e bibliotecas, em parceria com a Diretoria de Bibliotecas Públicas do Estado da Bahia, DIBIP, outra diretoria da Fundação Pedro Calmon. As ações

da DLL estão fundamentadas no Plano Estadual do Livro e da Leitura e no Plano Nacional do Livro e da Leitura. (FUNDAÇÃO PEDRO CALMON, 2014, grifo nosso)

Podemos encontrar um detalhamento dos programas e ações realizadas pela DLL nos relatórios de gestão da FPC, de 2007 a 2014 e 2015 a 2018. O primeiro relatório menciona a própria criação da diretoria e elenca uma série de ações, algumas delas executadas antes mesmo da existência da DLL, como aquelas relacionadas ao programa do governo federal Mais Cultura, a saber: Edital para Pontos de Leitura;⁴⁰ Formação de Agentes de Leitura; Modernização de Bibliotecas; Edital para Bibliotecas Comunitárias.

O relatório de 2007-2014 identifica ainda outras iniciativas da DLL, como a organização de feiras mensais de livro, de uma campanha de leitura denominada “Leia e Passe a Diante”, o Espaço das Editoras Baianas durante a Bienal do Livro em 2013,⁴¹ o projeto Leituras Públicas com a presença de um autor baiano conversando sobre a sua obra, seminários e encontros com autores, doação de livros, prêmios literários, publicações e lançamentos de livros e o edital de Apoio à Publicação por Editoras Baianas, este dentro dos editais setoriais do Fundo de Cultura da Bahia.

Interessante notar algumas adaptações no descritivo dos propósitos da DLL no segundo relatório de gestão (2015-2018). Diferente do que consta na apresentação da política da unidade no *site*, no relatório aparece:

[...] tendo como propósito incentivar a leitura, a formação de mediadores e *fomentar e divulgar a produção de autores baianos*. Essa política é desenvolvida mediante apoio a organizações e profissionais da área, através de editais específicos; formação de leitores e mediadores de leitura; organização de prêmios e concursos literários; realização de campanhas que visem incentivar o crescimento e qualidade dos leitores baianos, sobretudo de crianças e adolescentes, estabelecendo parcerias com instituições que comungam do mesmo objetivo, criando uma

rede articulada de ações. O seu público-alvo é prioritariamente jovens, com atendimentos realizados a crianças, jovens e adultos. (FUNDAÇÃO PEDRO CALMON, [2018], p. 51, grifo nosso)⁴²

Ainda que possa se tratar apenas de um lapso da escrita neste texto, observa-se que, do foco no processo editorial (*produção de livros*), que engloba uma cadeia produtiva e em que o “objeto livro” é a finalidade, a perspectiva se altera de forma significativa quando se volta a política para a *produção de autores baianos*. Por óbvio, o insumo principal e artístico é a criação literária, porém, não se pode deixar de pensar no trabalho de editores, ilustradores, capistas, revisores, impressores, além de distribuidores e livreiros ao formular políticas para o livro e leitura. Importa ainda lembrar que a Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), por intermédio de uma coordenação específica de literatura, já desenvolve a política para os escritores, com medidas que envolvem cursos, edital de criação literária, intercâmbio e residência artística, dentre outras.

O que pode parecer um pequeno detalhe de transcrição de objetivos deve ser observado com mais atenção, uma vez que pode transparecer pouco entendimento e clareza das finalidades de órgãos que deveriam se relacionar de forma complementar na seara da produção literária e editorial. Nas atividades executadas pela FPC há, segundo relato do seu ex-diretor, representativa frequência na realização de oficinas criativas, o que indica uma sobreposição nas políticas desenvolvidas pela SecultBA, em particular pela FUNCEB. É responsabilidade da FUNCEB o fomento à criação artística/literária e da FPC a formação de leitores, manutenção de acervos e *fomento à produção de livros*.

Isso não significa que a FPC não deva desenvolver programas voltados ao elo da cadeia produtiva do livro relacionado com a criação. O que defendemos é que, no contexto da política para o livro (que é o caso da FPC), as iniciativas direcionadas ao elo da criação devem ser elaboradas numa perspectiva profissional, uma vez que a produção de

livros ocorre no contexto de um mercado – o editorial – envolvendo, portanto, promoção das obras literárias, questões de direitos autorais, *marketing*, participação em eventos literários dentro e fora do país etc.

Um exemplo do direcionamento da FPC às políticas voltadas à criação e não à profissionalização é o concurso de escritores escolares. O projeto é um dos carros-chefes das ações da instituição, conforme o segundo relatório. Ainda que envolva artística e produtivamente os jovens do estado, o concurso tem o foco mais acentuado no incentivo à revelação de talentos do que na formação de leitores ou na profissionalização de autores (estas, sim, parte diretamente do escopo de objetivos da entidade).

Esforços e recursos que são tidos, pela própria diretoria da FPC, como elementos ainda insuficientes na estrutura para o desenvolvimento dos eixos, estratégias e ações presentes no Plano Estadual do Livro e Leitura (PELL) e que se relacionam ao desenvolvimento da economia do livro, estão sendo realocados para iniciativas como os concursos escolares ou ainda oficinas de criação, relevantes, por certo, mas que podem estar mais conectadas ao escopo executivo de outros órgãos.

O texto do segundo relatório de gestão traz a característica de relacionar as ações e atividades da DLL ao proposto no PELL, uma vez que, no período a que se refere, ele já havia sido aprovado. Desta forma é possível ter uma melhor dimensão da medida em que alguns universos de ação, dentro desta política do livro e da leitura, vêm sendo desenvolvidos mais plenamente, em detrimento de outros. Para melhor detalhar este aspecto, importante primeiro entender algumas características do PELL.

Sobre a construção do PELL do estado da Bahia, no anexo ao Decreto nº 15.303, de 28 de julho de 2014, consta:

Sob a coordenação das Secretarias de Cultura e da Educação, o Conselho Deliberativo do Plano Estadual do Livro e Leitura do Estado da Bahia realizou

debates, que conduziram à elaboração deste documento, com representantes da cadeia produtiva do livro – editores, livreiros, distribuidores, gráficas, fabricantes de papel, escritores, administradores, gestores públicos e outros profissionais do livro –, bem como educadores, bibliotecários, universidades, especialistas em livro e leitura, organizações da sociedade civil, empresas públicas e privadas, Prefeituras municipais do Estado e interessados em geral, além de consulta pública realizada no período de 04 de abril a 04 de maio de 2014, através do *site* da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. (BAHIA, 2014, p. 1, grifo do autor)

O PELL foi instituído em consonância com o Plano Nacional do Livro e Leitura e com o Plano Nacional de Educação, ambos resultados de práticas comuns a diversos ministérios durante os governos do presidente Lula (2003-2006 e 2007-2010), com a realização de conferências. Os planos trazem um norteamento para as políticas públicas de Estado, que, por sua durabilidade (habitualmente dez anos) e por serem frutos de debate e escuta pública, almejam ultrapassar os interesses políticos das gestões, numa perspectiva de construção de políticas públicas de estado e não de governo.

Além disso, os planos tornaram-se caminho inicial também para a reunião e conexão de informações entre as diferentes esferas (federal, estadual e a municipal), com vistas ao estabelecimento de sistemas, tal qual tão efetivamente ocorre com o Sistema Único de Saúde (SUS) do Brasil.

O texto do PELL sinaliza as condições para que o proposto no plano se efetive como política de Estado, contudo, oito anos após aprovação do PELL, nenhuma delas foi alcançada. Não há nenhuma lei aprovada relacionada ao setor do livro e leitura no estado; a DLL ainda não conseguiu implementar uma política discutida e definida para todos os eixos, tampouco manteve o fórum permanente de discussão e avaliação:

Para que o tema da leitura e do livro seja transformado em política de Estado, se faz necessário priorizar alguns pontos:

- A fixação de marcos legais com base na Constituição, que tornem viáveis as políticas, os programas, os projetos e as ações continuadas preconizados pelo Plano, dando-lhe uma situação institucional estável ao mesmo tempo em que traduz a política de Estado para a leitura e o livro, plenamente assumida pelo Governo Estadual;
- A institucionalização de uma política para a área do livro e leitura;
- O fortalecimento dos Colegiados Setoriais do Livro, Leitura, Literatura e Biblioteca do Estado da Bahia, fórum permanente dos setores entre Estado e sociedade. (BAHIA, 2014, p. 2)

Acerca da legislação que, embasada pelo plano, tem a imprescindível prerrogativa de que se façam cumprir no estado práticas que levem, por sua vez, ao cumprimento dos objetivos elencados, a diretoria-geral da FPC, na pessoa de Zulu Araújo, reforça o PELL como instrumento guia da política do órgão:

O Plano é nosso mecanismo orientador, nossa bússola. A gente vai precisar atualizá-lo este ano [2020], agora vamos fazer uma discussão com a Secretaria de Educação, com o Proler, com outros atores; porque, inclusive, os escritores em particular estão com um projeto de lei tramitando na Assembleia Legislativa buscando alternativas para o estímulo, para o fomento, então eles estão, por exemplo, com uma proposta de que o livro comprado pela Secretaria de Educação tenha um percentual desta compra que seja destinado para os escritores baianos, ou seja, os autores, os editores, tem buscado alternativas nesse sentido junto à Assembleia Legislativa. E nós vamos agora partir para uma discussão de atualização das próprias diretrizes, das propostas, dos objetivos, vai ser feito esse ano agora de 2020. Mas é a nossa busca. Eu diria para você que aquilo que está dentro das nossas condições de trabalho, aquilo que independe do orçamento, porque o orçamento não somos nós que decidimos, em última análise quem decide o orçamento é a Assembleia Legislativa, por isso que eu acho inclusive correto a pressão que o setor está fazendo junto à Assembleia,

*para alterar este orçamento, alterar os critérios dos gastos dos recursos públicos nesta área.*⁴³

Um diagnóstico é apresentado na primeira versão do PELL. Porém, são dados genéricos sobre características do estado da Bahia (população, territórios etc.), referentes à situação da educação no estado, fornecidos pela Secretaria de Educação que, por sua vez, dispõe de pesquisas de aferição nacional, a exemplo da taxa de analfabetismo, número de docentes por etapa escolar, dentre outros.

É inegável que os dados sobre educação são importantes, principalmente no que diz respeito ao público leitor, mas situam a política em esferas muito abrangentes. Os dados da área de cultura apresentados no PELL referem-se aos equipamentos culturais, não necessariamente aos que dizem respeito ao livro e a leitura, igualmente distantes de um entendimento da realidade do setor para uma aplicação mais concreta de uma política. Como propriamente descreve o PELL:

O Conselho Deliberativo do PELL-BA viu-se confrontado com a necessidade de delinear um Plano Estadual para o Livro e Leitura na Bahia em uma realidade marcada pela falta de indicadores culturais. Este é um problema da cultura brasileira como um todo, não é uma especificidade da Bahia [...].

Ressaltamos que o processo de construção do PELL-BA aponta a urgência de um monitoramento da cadeia produtiva do livro e leitura.

Trabalhamos com os dados disponíveis, mas as discussões nas assembleias do CD-PELL evidenciaram a pouca confiabilidade dos dados encontrados, que serão, a seguir, apresentados e problematizados. (BAHIA, 2014, p. 6)

Especificamente sobre os dados apresentados no PELL encontramos: número de editoras baianas, com base em levantamento acadêmico (BAHIA, 2014); número de bibliotecas e livrarias, de acordo com dados da Associação Nacional de Livrarias até 2009; quantidade de livros publicados na Bahia até 2012 conforme base de dados da Biblioteca Nacional. Neste dado, há uma incoerência entre o número de impressos

da Bahia (1224 até o ano de 2012) segundo esta base *vis-à-vis* o número de livros que a própria Biblioteca Nacional relaciona na lista de ISBN (número identificador de publicações) para somente uma editora local, a editora da Universidade Federal da Bahia, que corresponderia a quase 80% deste total (até o ano de 2013).

Ainda temos número de mediadores e de espaços de leitura; feiras e festivais com breve descritivo de cada evento, naquele momento apenas cinco identificados; e outros dados amplos e distantes de associar com a realidade localizada, como o censo nacional de bibliotecas, pesquisa Retratos da Leitura da Câmara Brasileira de Livros e do SNEL da qual, para o diagnóstico, são extraídos dados da leitura no âmbito do país, números gerais.

É a partir deste diagnóstico reconhecidamente pouco aplicado à realidade do livro e da leitura na Bahia, com dados antigos, alguns muito genéricos, outros pouco confiáveis, que no decorrer do texto do PELL se identificam principais problemas para o setor. Aqui listam-se os mais relacionados ao mercado editorial e sua cadeia produtiva, objeto desta pesquisa:

- Frágil mercado editorial e conseqüente produção de pequenas tiragens, o que eleva o preço unitário do livro em um Estado com população de baixo poder aquisitivo.
- Pequeno número de livrarias e pontos de venda no interior com maior concentração na capital.
- Ausência de Feiras de Livro regulares nos municípios e nos bairros da capital.
- Falta de articulação entre a Secretaria da Educação, Secretaria da Cultura e Secretaria da Fazenda para as implementações de políticas que reduzam o preço do livro.
- Ausência de políticas para a distribuição de livros de autores e editoras baianas.
- Não adoção de livros de autores baianos nas escolas públicas e vestibulares.
- Pequena participação de autores baianos em eventos destinados a livro e leitura.

– Falta de indicadores e informações confiáveis sobre a situação do livro e leitura na Bahia. (BAHIA, 2014, p. 11)

Em referência à dificuldade de produção de dados por parte da FPC ou incentivo à pesquisa sobre o livro e leitura da Bahia, por estudantes ou instituições, o ex-diretor da FPC, Zulu Araújo, situa o cenário disponível até o momento mais recente:

Os estudos são muito ainda rarefeitos, nós utilizamos muito os dados da Câmara Brasileira de Livros, que faz aquela pesquisa anual, Retratos da Leitura [...]. Mas não há hoje pesquisas feitas pela FPC neste campo. Nós estamos instituindo o quê? Uma pesquisa articulada com o SEI [Superintendência de Estudos Econômicos] [...], no sentido de que a partir das festas literárias, numa campanha que nós temos ‘Leia e Passe à diante’, oferecer ou conhecer o perfil dos leitores das festas literárias. Então nós temos um formulário de pesquisa e estamos aplicando em todas as festas e eu acredito que, agora em 2020, com este conjunto de pesquisas realizadas a gente possa estabelecer o perfil do leitor das festas literárias. O que já será um grande dado. Aplicamos esta pesquisa no Flin, na Flica e, se não me engano, na Flipelô.⁴⁴

A partir do diagnóstico realizado para o PELL e dos problemas identificados, alcança-se o plano propriamente dito, com os seguintes eixos norteadores: 1. Democratização do acesso; 2. Valorização da leitura como prática social; e 3. Desenvolvimento da economia do livro. Também aqui serão elencados os objetivos que constam no plano e que se relacionam com o Eixo 3, no qual inserem-se as questões do mercado e cadeia produtiva do livro:

– Criar mecanismos de diálogo entre as Secretarias de Indústria e Comércio, Fazenda, Planejamento e Ciência e Tecnologia, a fim de criar a rede produtiva do livro, com o fortalecimento do sistema de produção e circulação, aumentando o número de títulos editados e exemplares impressos na Bahia, bem como o número de livrarias no Estado.

- Estimular a rede criativa do livro.
- Fomentar a produção de indicadores sobre a situação do livro e leitura na Bahia. (BAHIA, 2014, p. 15)

As estratégias e ações são elencadas posteriormente, relacionadas a cada um dos eixos e objetivos. Destacam-se a seguir as que se relacionam especificamente com o mercado editorial baiano:

Eixo 1: Democratização do Acesso

Estratégia 3 – Ampliar o acesso ao livro e a outras formas de expressão da leitura

Ações:

- g. Criar um circuito estadual de feiras do livro, bem como a instalação de infraestrutura itinerante para venda de livros em feiras livres e eventos gratuitos.
- h. Estimular a criação de pontos alternativos de vendas de livros.

Eixo 2: Valorização da Leitura como Prática Social

Estratégia 6 – Desenvolver pesquisas e sistemas de informação na área do livro e da leitura.

Ações:

- a. Elaborar sistema de informações sobre a situação da leitura e do livro na Bahia.
- b. Criar pesquisas sobre hábitos de leitura e consumo de livros, bem como pesquisas qualitativas sobre a recepção dos mais variados gêneros.
- c. Ampliar a formação de base de conhecimento e divulgar experiências inovadoras e bem-sucedidas com a leitura.
- d. Criar programas de financiamento à pesquisa nas universidades sobre o livro, leitura, bibliotecas, livrarias, editoras e consumo de livros na Bahia.
- e. Criar um portal de projetos, programas, ações e calendário de atividades e eventos do setor.

Eixo 3: Desenvolvimento da economia do livro

Estratégia 7 – Incrementar a rede produtiva do livro

Ações:

- a. Criar linhas de financiamento voltadas para a cadeia produtiva do livro.
- b. Implementar programas governamentais de aquisição que considerem toda a rede produtiva e os interesses das práticas sociais de leitura no Estado.
- c. Fomentar programas de formação e capacitação para os atores da rede produtiva do livro.
- d. Implementar programas para ampliação das tiragens, redução de custos e barateamento do preço do livro.
- e. Fomentar a abertura de novas livrarias e pontos de venda e apoiar as já existentes.
- f. Estimular a participação de editoras baianas em feiras locais, nacionais e internacionais.

Estratégia 8 – Apoiar a rede criativa do livro

Ações:

- a. Implementar programas de bolsas de criação literária para apoiar os escritores.
- b. Promover e apoiar a circulação de escritores nas escolas, bibliotecas, feiras etc.
- c. Defender os direitos do autor baiano.
- d. Apoiar a publicação de novos autores baianos.
- e. Criar editais para publicação de escritores baianos por editoras baianas, considerando a produção de recorte identitário, em especial afrobaiano.
- f. Estimular programas de exportação de livros e apoio a tradução de livros baianos para edição no exterior
- g. Criar políticas públicas de aquisição de livros de autores baianos.
- h. Difundir a literatura baiana e seus escritores na Bahia, no Brasil e no exterior.

- i. Reeditar obras importantes, mas fora de circulação.
- j. Definir premiações para editoras, livrarias e gráficas baianas. (BAHIA, 2014, p. 19)

O segundo relatório de gestão disponibilizado pela FPC (2015-2018), menciona a interação entre as ações e atividades da DLL e o PELL em algumas passagens. Logo no segundo parágrafo do tópico referente a esta diretoria, encontra-se a seguinte informação:

Assim, nos últimos 04 anos, a DLL tem sido responsável pela implementação de políticas públicas no âmbito do livro, da leitura e da escrita, realizando projetos especiais, a exemplo: Prêmio Nacional Kátia Mattoso de História da Bahia, Concurso para Escritores Escolares de Poesia e Redação; campanhas de incentivo à leitura, Leia & Passe Adiante e Memórias de Leitura; e coordenação editais de Apoio a Projetos de Leitura e de Apoio a Editoras Baianas, financiados pelo Fundo Estadual de Cultura. *Suas ações estão fundamentadas no Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL) e no Plano Estadual do Livro e Leitura (PELL).* (FUNDAÇÃO PEDRO CALMON, [2018], p. 50, grifo nosso)

Nesse mesmo texto são listadas, além dos projetos especiais, as ações desenvolvidas pela DLL, nos quatro anos de gestão, às quais se somam as oficinas criativas, o apoio a eventos literários e o apoio na elaboração de planos municipais de leitura. Destacamos, desse conjunto de ações, aquelas que se relacionam mais diretamente com o mercado e a cadeia produtiva do livro na Bahia, conforme os eixos, objetivos e ações destacadas do PELL, são elas:

- a) o apoio a eventos literários – que não se encaixa precisamente nem com o objetivo de criação de circuito estadual de feiras, nem com o estímulo à participação de editoras baianas em feiras locais, nacionais e internacionais, já que o apoio só se dá, e em alguns casos, localmente;
- b) o edital de apoio à publicação por editoras baianas;

- c) o apoio à publicação de novos autores baianos (o que se pode considerar, em alguma medida, alcançado com o concurso para os escritores escolares, cujos vencedores publicam em coletânea);
- d) pesquisa em andamento sobre os hábitos de leitura de um segmento específico, os jovens, durante as feiras.

Os prêmios literários, a elaboração dos planos municipais, a capacitação de autores assim como toda ação de incentivo à leitura (campanhas, bibliotecas etc.) impactam obviamente nos resultados deste mercado e cadeia, porém não são programas, projetos e ações que incidam na qualificação, no intercâmbio e (re)conhecimento dos pares, na fonte de financiamento ou em pesquisas que permitam aprimorar e fazer uma melhoria na articulação com a rede produtiva, embora, em médio e longo prazo, também possam trazer resultados para a economia do livro.

Atendo-se ao fornecido por relatório e de acordo com o que foi acima analisado, do total de ações propostas para a rede e economia criativa do livro (ou propostas em outros eixos, mas que se relacionam diretamente com este universo), apenas 17,4% (ou quatro ações do total de 23 – desdobrando os eventos literários em duas ações, circuito e apoio a autores) podem se considerar realizadas (ainda que parcialmente no caso dos eventos literários e pontualmente no caso do apoio à publicação de novos autores) no período de quatro anos. Ademais, apenas 16,7% (ou duas ações do total de 12 – que seriam apoiar a publicação de novos autores baianos, relativamente cumprido no concurso, e o edital de apoio a publicações) encontram-se descritas dentro do eixo específico do “Desenvolvimento da Economia do Livro”.

Há um evidente desequilíbrio entre as ações voltadas ao incentivo à leitura *vis-à-vis* à produção do livro. Ainda que se leve em consideração que as ações para a leitura devem ser priorizadas, porque impactam, em números absolutos e numa avaliação mais simplista, um contingente muito maior da população, deve-se considerar que na construção do

PELL o fomento à produção do livro foi elencado como ponto de relevância e amplamente interligado “ao desenvolvimento de um estado de leitores”, finalidade colocada como “uma das principais diretrizes orientadoras de políticas públicas nas áreas de cultura e educação”. (BAHIA, 2014, p. 2) Não por acaso, cerca de 40% das ações propostas no PELL relacionam-se mais diretamente com o fomento à rede, a cadeia e a economia criativa do livro.

Sobre esta realidade, de ainda tão inexpressivas ações para a cadeia produtiva do livro em relação às ações de leitura e que atesta também um foco desvirtuado no que diz respeito a concentrar no elo da criação quando se implementa ações relacionadas mais diretamente ao produto “livro” e, ainda assim, na base da formação e não da produção, Zulu Araújo explica:

Eu diria para você que é desequilibrado mesmo. Porque tem uma parte do fomento ao livro e a leitura que está diretamente vinculada a recurso, ou seja, para que você possa estimular o escritor, o jovem escritor, você tem que possibilitar que ele possa lançar o livro, distribuir o livro, e nós, no meu entendimento, temos restringido a nossa atividade até a porta da, digamos assim, até a antessala da publicação. Nós fazemos oficinas de escrita criativa, fizemos uma oficina belíssima com Ana Maria Gonçalves, por exemplo, que é uma escritora das mais gabaritadas. Fazemos oficinas de escrita criativa nas festas literárias, toda festa literária a gente realiza oficina de escrita criativa, ora para a criança, ora para a juventude, ora para a temática explícita, por exemplo temática negra, por conta do público-alvo do nosso estado. Nós fazemos esta parte de distribuição [doação], nós fizemos ano passado algo em torno de 86.000/ 87.000 livros no estado como um todo, inclusive com campanhas articuladas com veículos de comunicação, mas eu tenho que admitir que há um desequilíbrio nesta política na medida em que os recursos destinados para, por exemplo, estimular o jovem escritor são muito pequenos, um edital por exemplo [o de apoio a editoras baianas] é muito pequeno.⁴⁵

Dois outros aspectos requerem uma atenção. O primeiro deles é a menção à parceria com diversas instituições para projetos especiais. O relatório informa:

Com fins de promover a viabilização de projetos especiais, a DLL vem realizando parcerias com instituições públicas, privadas e da sociedade civil, na capital e no interior do estado, a exemplo de universidades (UFBA, UFRB, UESC, UEFS), escolas públicas e privadas, organizações da sociedade civil, como a RBCS (Rede de Bibliotecas Comunitárias de Salvador), ONGs, editoras baianas universitárias e privadas, e Secretarias de Cultura Municipais. (FUNDAÇÃO PEDRO CALMON, [2018], p. 50)

Mesmo com a menção a parcerias que possuem um grande potencial para o incremento das ações, principalmente diante da limitação de recursos financeiros que pode dificultar este fomento à dinamização da cadeia produtiva do livro, para falar apenas de um dos eixos norteadores do PELL, nada é detalhado no relatório neste sentido, como, por exemplo, quais projetos especiais estariam em desenvolvimento, como ocorre a parceria, dentre outros.

Uma parceria com universidades e suas editoras, por exemplo, para além das pesquisas que seriam de extrema importância, poderia viabilizar um programa contínuo de formação para os agentes da cadeia produtiva, tendo como exemplo a Universidade do Livro da Universidade do Estado de São Paulo (Unesp)⁴⁶ e a iniciativa da CBL com a Escola do Livro.

Parcerias com as editoras privadas poderiam prover coedições (já que o relatório cita publicações de iniciativa própria da FPC e outras apoiadas diretamente, para além dos editais) e diversificados concursos literários promovidos conjuntamente (que, em universo mais amplo que o do público escolar, impactam a produção/mercado editorial). Ainda que a DLL e FPC indiquem no *site* e o relatório este formato de coedições eles ocorrem sem a devida transparência do processo, de como são selecionadas as editoras, de onde provém os recursos.

Sobre parcerias com outras instituições, como as representativas de classe (a ALB e CBaL), além do Sebrae ou projetos transversais dentro da própria esfera do governo, que ultrapasse a relação mais tradicional entre a cultura e a educação, como com a Secretaria de Trabalho, Emprego e Renda ou mesmo com a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação que, inclusive, é responsável pelo Parque Tecnológico da Bahia e Incubadora de Startups, não há qualquer indicação.

A falta de atenção ao desenvolvimento tecnológico, inclusive, ponto quase inexistente de proposições no PELL, deixa a produção e o mercado editorial da Bahia distante das tendências do mercado criativo no Brasil e no mundo. Apenas a parceria com a Superintendência de Estudos Econômicos (SEI) do estado da Bahia foi citada, na seara das pesquisas, em entrevista concedida por Zulu Araújo.

Outro aspecto a ser observado é sobre a rápida mudança no cenário das feiras e festivais literários no estado. Entre 2011 e 2014, período de elaboração e de aprovação do PELL, apenas cinco eventos literários foram mapeados na Bahia. Nos problemas diagnosticados, a “ausência de Feiras de Livro regulares nos municípios e nos bairros da capital” é apontada.

Enquanto no primeiro relatório (2007-2014), apenas as feiras do livros organizados pela própria FPC e a Bienal do Livro da Bahia foram citados, no segundo relatório (2015-2018), em sua cronologia anual, são informados apoio da DLL/FPC em 2015 ao Festival Literário de Paulo Afonso (Flipa) e à Flica, em 2016 e 2017 menciona-se apenas apoio à Flica, mas já em 2018 aparece a menção de correalização da Festa Literária de Ilhéus (FLIOS), apoio à Flipelô, ao Festival Literário e Cultural de Feira de Santana (FLIFS) e à Flica.

No ano seguinte, apesar de não ser período ainda contemplado no último relatório disponível, além dos quatro festivais já apoiados em 2018, pelo menos mais seis eventos no perfil poderiam ser mapeados, os quais tiveram apoio da DLL/FPC: Feira Literária de Mucugê (Fligê), Festival Internacional Literário de Praia do Forte (FLIPF), e mais a

Festa Literária de Barreiras (FLIB), a Feira Literária de Canudos (Flican), a Festa Literária de Uauá (Fliu), além do Festival Literário Nacional em Cajazeiras (Flin), este último uma realização do próprio órgão em Salvador. A diretoria da FPC indica, em mapeamento próprio, mais de 40 festas literárias nas diversas regiões do estado, muitas partindo da iniciativa de pequenos municípios, sem maior apelo midiático.

Esta é indicação de uma tendência no estado da Bahia, que se pulveriza do Recôncavo para a capital e interior baiano e que, por sua rápida expansão, impulsiona o desenvolvimento de uma política mais efetiva direcionada aos eventos deste perfil. E, neste aspecto, a FPC mostrou-se atenta e disposta a acompanhar e até liderar uma construção mais efetiva e duradoura para os resultados que este fenômeno poderia alcançar, tanto que mobilizou a articulação de uma rede de realizadores e curadores de eventos literários e a realização de um festival próprio, com a marca do governo do estado, a Flin. Sobre este tema, Zulu Araújo descreve:

Primeiro, nós estamos aí apontando para a criação de uma rede colaborativa de curadores de festas literárias. Por quê? É visível a necessidade do estado de estar preparado para atender esta demanda. Como é que o estado deve se relacionar com as festas literárias? Vai ser apenas um apoiador financeiro, ou seja, patrocinador? Se vai intervir do ponto de vista do conteúdo, de que forma? Aqui, é... Que política, no caso, o estado da Bahia e FPC, devem apresentar para as festas literárias? Vai focar nas crianças? Vai focar na juventude? Vai focar numa temática étnica? Vai focar numa temática de gênero? Esses elementos precisam ser constitutivos de uma política pública voltada para as festas literárias, por isso a gente está discutindo neste fórum chamado rede colaborativa. Por quê? Porque o setor privado que faz a festa, a empresa, a instituição lá, ela não tem nenhuma obrigação de seguir tal linha, mas o estado tem.

Então, o estado não pode ir para estas festas literárias, apenas para dar o dinheiro por colocar lá atividades que preencham uma programação. O estado tem que ter uma política. No nosso entendimento, por exemplo, as festas precisam ter um

espaço dedicado para a juventude. Nós identificamos já que não há. Um espaço identificado para a juventude. Você tem um espaço, digamos, para aqueles que já são convertidos, e tem o espaço das crianças, mas as juventudes elas vão lá e ficam absolutamente acéfalas. Então não há. Nós estamos buscando na Fundação Pedro Calmon intervir, no sentido de propiciar a essa juventude, essa garotada de 15 a 20 anos, formando, de ter ofertas do ponto de vista do livro e da leitura nos mais variados suportes, nas mais variadas formas, certo? Seja por meio de sarau, seja por meio de slam, seja por meio da... Para que eles se sintam não apenas coadjuvantes, mas parte integrantes. Fizemos o primeiro teste agora no Flin. O Flin buscou isso, por isso inclusive os convidados, os participantes serem muito voltados para a temática da juventude, cujo tema geral foi 'Diversas Leituras, Novos Caminhos', a gente poder perceber as diversas leituras de mundo, as diversas leituras nos diversos suportes, as diversas temáticas que esta juventude está preocupada: drogas, sexo, gênero, racismo, o cabelo... Você não faz ideia como o cabelo mexe, preocupa e atinge as meninas negras a questão do cabelo. Em todos os poemas, textos, ele está presente. Em todos os saraus, é impressionante como o preconceito e a discriminação a partir do cabelo atinge a autoestima dessa garotada.

Então isso é um dado, violência contra as mulheres, é outro dado que tem estado muito presente, o racismo é outro dado muito presente, na criação, na composição, na relação que essa juventude possui, isso não são temas que eu pelo menos percebo estar sendo tratado pelos organizadores, pelos eventos.⁴⁷

Interessante notar que o acontecimento da ampliação dos festivais no segmento promocional da área do livro passou a influenciar as políticas públicas, que, por sua vez, a partir do reconhecimento de uma lacuna para o público jovem, passa a problematizar e pensar ações neste perfil. É nítido, desta forma, que o espaço de interlocução pode e deve ser mais bem aproveitado, para o alcance de resultados satisfatórios comuns.

Um dos tópicos de encerramento do PELL trata da avaliação necessária do próprio plano, cuja previsão era ter uma periodicidade bienal.

Ao que consta em informações prestadas pela FPC, apenas em 2020, seis anos depois, seria realizada uma primeira atualização, o que não foi efetivado. Não obstante, devemos considerar o caráter atípico deste período devido ao contexto da pandemia. Deste modo, aproxima-se o prazo de vigência da aprovação do plano (em 2024) e os promissores avanços a partir da construção, elaboração e aprovação deste documento bússola, como mencionado pelo próprio Araújo, tem o seu potencial, ao menos para a produção e mercado editorial baianos, muito pouco aproveitado.

Atualizando o que foi instituído pelo PELL, e as providências práticas decorrentes, em 12 de setembro de 2022, foi dada posse aos membros do Conselho Deliberativo do PELL composto por dez membros, o que representa o primeiro passo institucional para que ocorra a avaliação e atualização do plano. Ressalta-se que as editoras baianas não participaram da indicação da representação dos editores de livros.

As políticas setoriais para o livro e leitura, tanto na esfera federal quanto na estadual, continuam entre pequenos avanços e consideráveis retrocessos, enquanto, na ausência do fomento, das regulações, na fragilidade da legislação, o mercado trava a sua bruta autorregulação, tendendo sempre para o direcionamento dos maiores, os mais fortes financeiramente, perdendo em diversidade e vitalidade para os criadores, produtores e leitores.

Relação das editoras baianas com a política cultural

Nesta segunda parte retornamos ao questionário aplicado com as editoras baianas com foco na relação que estabelecem com as políticas públicas de cultura, em especial, com a política setorial para o livro e leitura.

A primeira pergunta nesse sentido foi se as editoras possuíam conhecimento de políticas setoriais realizadas no âmbito do estado da Bahia. Doze ou 80% das editoras responderam que sim. Editais para

editoras e publicações foram as medidas mais mencionadas (11 editoras ou 91,7% do universo de 12 respondentes). Eventos calendarizados aparecem em segundo lugar, 53,8% (sete editoras mencionaram), seguido de compra pública (três editoras ou 40,8%), mapeamento e formação de agentes da cadeia (duas editoras), linhas de crédito, promoção editorial, coedição de publicações (uma menção para cada uma destas opções).

Questionadas se já tinham sido beneficiadas por alguma política setorial, dez editoras ou 66,7% responderam que sim. Destas, 100% responderam que foram por editais. Quatro editoras também foram atendidas pela política de compras públicas de livros, uma por coedição e uma mencionou a participação de seus autores em ações de promoção.

Como visto, o PELL é o documento norteador para as políticas públicas setoriais a serem desenvolvidas para o livro e a leitura no estado da Bahia, resultado das prioridades elencadas durante conferências estaduais de cultura e que foi aprovado em 2014, embora com poucas ações implementadas principalmente as relacionadas à cadeia produtiva do livro. A pesquisa procurou saber se as editoras tinham conhecimento e acesso ao PELL e mais da metade (53,3% ou oito editoras) respondeu que não.

Dentre as sete editoras que afirmaram conhecer o plano, quatro disseram não saber o suficiente para avaliar. Das que se propuseram a avaliar o documento, numa questão em que poderiam ser marcadas todas as respostas que se aplicavam, houve três menções de que o PELL precisa ser executado, duas menções de que precisa ser atualizado e apenas uma menção de que o plano atende apenas parcialmente às necessidades do setor.

A questão seguinte buscava averiguar se as editoras conhecem alguma lei – nacional, estadual ou municipal – aprovada ou em tramitação, específica para o setor. Também oito editoras responderam que não conhecem. Àquelas que indicaram conhecer leis direcionadas ao setor editorial, perguntamos adicionalmente quais seriam estas leis. Pelas respostas dadas, podemos perceber que são de conhecimento

deste grupo, principalmente, legislações relativas ao campo cultural, porém de caráter mais genérico e que não atendem exclusivamente ao setor do livro e leitura. Foram citadas a Lei de Direitos Autorais e a Lei Emergencial da Cultura, conhecida como Aldir Blanc. A única legislação específica mencionada é a lei de isenção de impostos sobre a circulação de livros, a mesma que, respaldada pela Constituição e com Emenda de 2004 para a liberação também dos impostos sociais, zerando a alíquota, voltou para o centro das discussões em 2020, com a proposta da reforma tributária do governo Bolsonaro, que previa o retorno da incidência de PIS e Cofins.

Sobre a participação em programas de compras públicas no estado da Bahia ou no município sede da editora, oito editoras ou 53,3% informaram nunca ter participado, enquanto sete já participaram. A mesma proporção foi obtida a respeito da participação em programas de compras de livros de outros municípios e estados do Brasil. Em geral, observa-se a constância entre as editoras, se participam desses processos localmente, também estão atentas a processos equivalentes realizados fora de seu município ou estado. Tivemos apenas duas exceções neste sentido: uma editora que já participou de programas regionais não participou ainda de programas em outros estados, assim como uma editora que nunca participou de compras públicas na Bahia informou já ter participado fora do estado.

Prefeituras e governos estaduais, em várias partes do Brasil, possuem programas de compra de títulos voltados, sobretudo, para abastecimento de suas redes de bibliotecas, inclusive com a abertura de editais de seleção, em que as editoras preenchem formulários prévios e enviam os exemplares das obras para a curadoria. Além disso, são realizadas também licitações para compra de títulos pré-selecionados e listados pelas comissões dos próprios programas.

Apesar da FPC ser responsável por gerir o Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Estado da Bahia, por assessorar bibliotecas públicas municipais e comunitárias que integram o sistema e, em

particular, pelo abastecimento do acervo de bibliotecas públicas, são raros os processos licitatórios de compras de livros das editoras baianas realizados pela FPC ou mesmo pela SecultBA. Ademais, nas compras públicas eventuais que ocorrem, sempre baseadas em concorrência de menor preço, não há qualquer diferenciação entre editoras baianas e de outras regiões ou mesmo de porte dessas empresas.

É certo que, na última década, focando quase que exclusivamente na política de editais para as editoras baianas, uma cota dos livros produzidos através deste mecanismo de financiamento era destinada como contrapartida à fundação, que os distribuía para bibliotecas públicas. Mas, nestes casos, se tratava de um ou poucos títulos de determinadas editoras, aqueles que foram viabilizados com o edital e apenas das editoras que foram selecionadas no certame.

As compras públicas de livros com editoras baianas ainda não foram tratadas, elas próprias, como uma política de toda a importância para a sustentabilidade do ecossistema do livro e leitura na Bahia. Mas deveriam! Primeiro porque as editoras e autores da Bahia produzem seus conteúdos, em geral, a partir de temáticas que se relacionam com aspectos artísticos, culturais, historiográficos locais e este elemento é fundamental na composição dos acervos das bibliotecas baianas. Também no que diz respeito às obras de perfil literário, as referências às identidades são, na maior parte das vezes, também relacionadas às vivências dos autores na sua região e isto estabelece proximidade, identificação, inspiração aos leitores. Por fim, considerando que as editoras baianas de caráter independente precisam equilibrar a contribuição sociocultural com uma necessidade de sobrevivência financeira no mercado, devem ser atendidas por políticas públicas que estimulem sua sustentabilidade.

Numa pergunta aberta sobre como os editores avaliam a política setorial desenvolvida pelo estado da Bahia, muitas respostas foram apresentadas com uma única palavra, a exemplo das que seguem:

Figura 24 – Avaliação política setorial



Fonte: elaborada pelas autoras.

Outras responderam com uma avaliação mais elaborada, algumas mais críticas ou mesmo com sugestões, como pode ser observado nos comentários a seguir:

Apesar de alguns momentos de colaboração, como um todo é uma relação muito distante. Os gestores não entendem o mercado editorial e deveriam ter um diálogo mais próximo.

Acho que ainda não está consolidada uma política setorial para o mercado editorial da Bahia.

Poderiam ser realizadas várias ações com acervo de biblioteca, aquisição de editoras baianas, ações com bibliotecas comunitárias, política insuficiente para haver a produção local.

Os gestores do Estado parecem não entender a realidade do mercado editorial e o lugar das editoras independentes no mercado. Também não parecem acompanhar/ter interesse em reproduzir políticas setoriais interessantes desenvolvidas em outros Estados.

Praticamente inexistente. Uma diretoria do livro e leitura foi criada para a elaboração e execução de uma política, houve todo um esforço para a elaboração e aprovação do PELL, mas a partir disto muito pouco foi executado. A política se limitou a realização de duas edições de editais para editoras baianas. Os diretores do Livro e Leitura e até a direção da FPC não conseguem entender a natureza de atividades dos editores locais, interpretam as editoras como elos fortes da cadeia, analisam as circunstâncias e as necessidades por um viés empresarial, que devem ser resolvidas na própria dinâmica do mercado. (Depoimento)

Se por um lado é possível identificar avanços, como o estado ter instituído uma diretoria específica para o tratamento das políticas voltadas ao livro e ter criado o Plano do Livro e Leitura da Bahia, por outro foram ínfimas as ações que se relacionam à cadeia produtiva do livro. Ademais, é notório como a falta de conhecimento leva os gestores públicos de cultura a nivelarem as condições de atuação das editoras locais com uma ideia de “mercado editorial” generalizada, na qual toda empresa tem patamares financeiro e de produção similares às grandes editoras. Essa visão distorcida da realidade traz como consequência a ausência de políticas mais efetivas para as editoras independentes no cenário político-cultural local.

Com tão pouco fomento, editoras baianas historicamente têm atuado contra a corrente. Atravessam crises econômicas, se desenvolvem de maneira autodidata diante da ausência de formação específica e mantêm-se atuantes no mercado mesmo com dificuldades de acompanhar os *gaps* tecnológicos. É grave, porém, identificar a insuficiência de políticas públicas que reconheçam a contribuição cultural das editoras e sejam capazes de desenvolver o setor. Isso denota como o potencial teoricamente destinado à Economia Criativa, inclusive a apropriação desta potencialidade em mercados independentes e exógenos aos centros econômicos hegemônicos, como o baiano, ainda está distante de ser captado e impulsionado pela política cultural e pela política setorial do livro e leitura.

Notas (in)conclusivas

O setor editorial, reconhecidamente um dos mais rentáveis da Economia Criativa, fatura mais de R\$ 5 bilhões por ano, somente no Brasil.⁴⁸ Contudo, possui um ecossistema de editoras em estratos bastante variados, desde grandes grupos cujos principais acionistas são empresas internacionais a editoras de micro porte cuja produção anual é inferior a uma dezena de títulos. Mesmo com um número crescente de pequenas editoras, a maior parte da receita gerada é proveniente dos grandes grupos, o que denuncia a grande desigualdade do setor.

O mercado editorial baiano, por exemplo, composto majoritariamente por editoras independentes, possui um faturamento anual inferior a R\$ 4 milhões, conforme estimativa realizada por esta pesquisa.

Por este e outros motivos é fundamental a compreensão das características e formas de atuação próprias das diferentes camadas das empresas e empreendimentos criativos, principalmente daqueles que são maioria no Brasil, ou seja, os de micro e pequeno porte. Tal produção de conhecimento deve estar aliada a uma análise que considere as diferentes condições territoriais, políticas, econômicas e culturais. Não obstante, verificamos tanto em documentos norteadores de organizações multilaterais, como nas principais pesquisas produzidas por institutos ou fundações nacionais que as metodologias empregadas, o tratamento dos dados e as análises realizadas desconsideram inúmeras variáveis imprescindíveis para um retrato mais fiel das potencialidades e desafios de cada setor da Economia Criativa.

No caso do setor editorial, ter apenas como referência o mercado das regiões Sul e Sudeste despreza, em certo sentido, as abissais diferenças regionais que se refletem, inclusive, na capacidade de concorrência entre empresas de tão distintas realidades. Ademais, como evidenciado ao longo da presente publicação, é preciso lembrar que as editoras regionais têm um papel importante na publicação de autores e de temas mais diretamente relacionados aos territórios de origem, o que favorece a bibliodiversidade de títulos brasileiros. Localmente são geradoras de emprego e renda, envolvendo uma gama de profissionais necessários à preparação de livros, tais como, editores, revisores, ilustradores, *designers* gráficos, diagramadores, além daqueles que trabalham em gráficas, distribuidoras, livrarias e outras empresas relacionadas aos diferentes elos da cadeia produtiva.

A produção de conhecimento sobre o cenário editorial regional baiano nos moveu, associada também à notória necessidade de informações para a formulação de uma política setorial capaz de pensar incentivos que estimulem e evidenciem a potência da diversidade

editorial local, das formas de produzir e disseminar a partir e para públicos e nichos mais plurais e democráticos. Humildemente e conscientes das limitações programáticas e orçamentárias das políticas culturais e das dificuldades de articulação do setor, tendo ainda como base as proposições bem elaboradas no PELL, encerramos nossa trajetória trazendo algumas recomendações para a dinamização do mercado editorial baiano que podem ser trabalhadas pelos órgãos públicos e pela ação conjunta das editoras e outros atores da cadeia produtiva do livro.

1. *Políticas Públicas*

– Avaliar e atualizar o PELL, elaborando e estabelecendo metas, além de indicadores para monitoramento e avaliação, servindo de referencial à também atualização e acompanhamento dos planos municipais de cidades baianas.

Em 2023 o PELL e também o Plano Municipal de Salvador completam seus períodos de vigência, ainda sem reavaliação e vias de monitoramento.

– Estabelecer políticas transversais relacionadas ao livro e a leitura na Bahia que articulem os potenciais educacionais, culturais e identitários (simbólicos) com os de inovação, indústria, comércio e turismo (econômicos), a partir de ações que envolvam órgãos como Secretarias de Cultura, de Educação, do Turismo, de Ciência, Tecnologia e Inovação, e Desenvolvimento Econômico.

Como tratado ao longo desta pesquisa: não há compra regular de livros de autores e editoras baianas para os acervos de bibliotecas públicas e escolares; a indústria gráfica da Bahia não consegue atender ao setor editorial local/regional; a Bahia não acompanha as tendências tecnológicas do mercado editorial mundial que navega há quase duas décadas em novas tecnologias para experiências diferenciadas de leitura, acessibilidade e *marketing* das publicações a partir de *softwares*,

apps e ações transmídias. Outro potencial desperdiçado: a Bahia possui entre os seus escritores algumas das personas mais importantes para a literatura no Brasil e isto é um potencial de atração turística (Castro Alves, Gregório de Matos, Jorge Amado, João Ubaldo, Myriam Fraga, Itamar Vieira Júnior, apenas para citar alguns nomes).

– Inserir o livro e a leitura na política para a Economia Criativa do estado e da cidade de Salvador.

A prefeitura de Salvador está em fase de implementação de uma política voltada para a Economia Criativa, um eixo do Programa Salvador 360, com espaços, programas e ações voltados e relacionados à cultura, turismo, empreendedorismo, inovação e tecnologia. Equipamentos dedicados ao carnaval e à música (Casa do Carnaval e Casa da Música), assim como o Hub Salvador (empreendedorismo tecnológico através de Startups), o Salvador Filmes (escritório de fomento ao audiovisual), dentre outras ações relacionadas à moda, gastronomia, fotografia, eventos de rua. A única ação concatenada com o livro e a leitura nesta política municipal é a publicação de oito autores baianos anualmente, dentro do Selo João Ubaldo Ribeiro, iniciativa que já havia ocorrido em uma edição antes do anúncio do programa.

A memória de literatura baiana, com os relevantes nomes de autores já citados, dentre tantos outros, que pode estar unida a produção literária contemporânea também em espaços de visitação para a população e turistas; um espaço de exposição e comercialização para livros produzidos a partir da Bahia, como uma Casa das Editoras Baianas, em local estratégico, com maior fluxo de turistas e visitantes; um escritório de fomento (tal qual o Salvador Filmes) como um Salvador ou Bahia Publishers que contribua nacional e internacionalmente para a promoção da literatura e livros produzidos no estado; Circuitos de Feiras das Editoras Baianas (ação já elencada no PELL como Circuito de Feiras de Livros), que pode ser consonante com os eventos – feiras e festivais de rua – que fazem parte da política de eventos culturais da prefeitura

de Salvador; são ideias de ações que poderiam ser realizadas tanto no âmbito do estado, como da prefeitura de Salvador, neste contexto das políticas para a Economia Criativa.

– Realizar, fomentar a partir de editais, patrocinar ou apoiar a realização de prêmios literários para produções a partir da Bahia.

Os prêmios literários, além de revelarem ou ofertarem propício reconhecimento aos talentos da literatura, se configuram também como importante via para tornar mais conhecidos perante o grande público as obras e autores, uma vez que são eventos com potencial de geração de mídia espontânea. Atualmente, os prêmios relacionados ao universo da literatura têm tido as suas categorias ampliadas, e incluem o trabalho de outros agentes da cadeia produtiva do livro, *designers* gráficos e ilustradores, por exemplo. Diferentes elos da cadeia produtiva do livro podem ser impactados com a realização dos prêmios, uma vez que as obras finalistas e premiadas potencialmente serão mais procuradas pelos leitores, com isso autores, editoras, gráficas, livrarias e festivais literários beneficiam-se desta repercussão, com mais impressão de exemplares, vendas, interesse de público, abertura de espaços mais amplos para a promoção da obra e do autor.

A Bahia tinha um prêmio tradicional, o Prêmio Copene/Braskem de Literatura, em parceria com Academia de Letras da Bahia, extinto há alguns anos. Os prêmios podem ser realizados a partir das autarquias e empresas públicas dos governos estaduais ou municipais, a exemplo do que ocorre com o Concurso de Escritores Escolares da FPC (SecultBA) ou dos prêmios da CEPE Editora, a Companhia Editorial de Pernambuco.

– Realizar, fomentar a partir de editais, patrocinar ou apoiar a realização de atividades formativas para a cadeia produtiva do livro.

Parcerias dos órgãos públicos com outras instituições ou mesmo as políticas transversais já citadas podem viabilizar um programa de

formação para o setor editorial local e alcançar uma série de profissionais que executam funções nas etapas da preparação, edição e produção dos livros, preparando estes para atuação local e/ou para mercados mais abrangentes, de forma ambientada com questões contemporâneas que caracterizam e impactam o mercado editorial.

A Bahia não possui cursos técnicos, nem universitários relacionados ao campo da produção editorial. E, também, só registra iniciativas muito pontuais relacionadas a cursos livres. O Sebrae, as editoras universitárias, o Parque Tecnológico da Bahia são exemplos de potenciais parcerias que poderiam ser firmadas com esta finalidade e, inclusive, atuar com capilaridade, alcançando também o interior do estado. Temas como mercado e públicos, tradução e direitos autorais, linha editorial e identidades, comercialização e logística, e cenário pós-pandemia são alguns dos tópicos que podem vir a ser módulos de formação. Sem falar na formação mais técnico-operacional, que se volte à revisão, *designer* gráfico, produção gráfica de livros e a produção do livro digital.

– Inserir na pauta de discussões das casas legislativas do estado da Bahia e município de Salvador os planos do livro e leitura estadual e municipal, sua implementação e execução das ações, além do conhecimento de legislações já elaboradas e aprovadas em outros estados e municípios brasileiros que possam contribuir para o desenvolvimento da cadeia produtiva do livro.

A aproximação do final da vigência dos planos municipal de Salvador e estadual do livro e leitura, com muitas ações não executadas, e a falta de cumprimento das reuniões de avaliação e deliberação dos conselhos relacionados a este, são elementos que requerem acompanhamento e fiscalização das casas legislativas, temas que não têm, até o momento, despertado a atenção devida dos representantes, deputados e vereadores destas instituições. A ausência de leis necessárias para a execução

de muitos dos eixos e ações, por outro lado, acabam por representarem entraves para esta efetividade dos planos.

É realidade em outras cidades e estados brasileiros, por exemplo, leis que garantam uma porcentagem de livros de autores e editores locais nas compras de publicações, para os acervos de bibliotecas públicas e distribuição na rede pública de ensino, a partir dos governos.

2. Ações articuladas entre editores e outros agentes da cadeia produtiva do livro

– Formação de cluster, cooperativa ou rede de editores baianos

Um espaço institucional em que empresas concorrentes atuem coletivamente para o desenvolvimento do mercado, no qual possam ser realizados encontros periódicos para a discussão de temas pertinentes ao mercado editorial, às políticas públicas setoriais, à atuação das editoras na Bahia; um espaço em que possam ser planejadas ações conjuntas para participação em feiras e festivais, locais, nacionais ou internacionais; campanhas relacionadas à promoção do livro e leitura para o público baiano, o estabelecimento de parcerias públicas e privadas, dentre outras demandas.

– Criação de portal virtual de promoção do livro e leitura na Bahia que atue como um ponto comum para maior difusão e conhecimento por parte do público de qualquer parte acerca da produção editorial e literária baiana. O portal pode reunir conteúdo histórico e educativo, *marketplace* como uma megaloja de publicações baianas, cursos e oficinas literários e voltados ao mercado editorial, clube de leitura, clube do livro para assinantes, festivais, *lives* e outros eventos *on-line*.

– Realização de feira das editoras baianas calendarizadas

Estabelecimento de um calendário anual de feiras promovidas por editoras baianas, especialmente associado a datas comemorativas que

se relacionem com o livro e a leitura (Dia Nacional do Livro, Dia do Escritor, Dia do Livro Infantojuvenil, Dias das Crianças, Natal, dentre outras).

Notas

- 1 O contexto histórico da mudança da família real diz respeito às ameaças de Napoleão Bonaparte à invasão de Portugal, “[...] e visando garantir a independência do país, o Príncipe Regente, com a ajuda da Inglaterra, acolheu a ideia de junto à Corte navegar o Atlântico rumo ao Brasil”. (CORDEIRO, 2022, p. 23)
- 2 Hallewell (2005) relata a história de Nísia Floresta que ao publicar *Direitos das mulheres e injustiças dos homens* em Recife (1832), só realizou a venda em Porto Alegre no ano posterior ao lançamento, quando para lá se mudou, e no Rio de Janeiro quase sete anos depois, quando novamente se mudou de cidade.
- 3 Informação disponibilizada no livro *Apontamentos da história do livro na Bahia* (2010, p. 232).
- 4 Sobre a história, identidade jurídica e serviços ofertados, consultar: www.egba.ba.gov.br.
- 5 Para maiores informações, visitar: www.cepe.com.br.
- 6 Descritivo dos objetivos disponível no site da academia, onde também é possível ler sobre o histórico, acadêmicos, atividades, realizar *download* das *Revistas da ALB*: <https://academia-deletrasdabahia.wordpress.com/>.
- 7 Primo Maldonado, que é proprietário da livraria e distribuidora baiana LDM, concedeu entrevista sobre a história e atividades da CBaL a C. C. Dantas, ocasião que foi entregue material impresso complementar, uma sinopse da história da instituição. Salvador: Sede da LDM, 22 de janeiro de 2020.
- 8 De acordo com Fabíola Kalil (2010), a proposta do projeto de lei foi entregue ao deputado estadual Antônio Rodrigues (PFL/BA), que já trabalhava o tema em sua pauta parlamentar, mas houve pouca repercussão na Casa Legislativa. Juntamente com o depoimento de Primo e pelos próprios registros das políticas para o livro na Bahia, conclui-se que a lei, naquele momento, não passou da sua proposição.
- 9 Termos originários da geografia, porém aplicados no vocabulário das ciências econômicas, quando se faz referências aos fluxos dos elos das cadeias produtivas. À jusante indica o fluxo em direção à foz, o natural das águas. À montante, em direção à nascente, na contracorrente.
- 10 Este grupo compreende as atividades de edição de livros, jornais, revistas, periódicos, dicionários, enciclopédias, atlas, mapas, listas para malas diretas, listas telefônicas, cadastros e outras publicações, tais como cartões postais, reproduções de trabalhos de arte etc. Estas atividades lidam com materiais caracterizados pela criação intelectual no seu desenvolvimento e são usualmente protegidos por direitos autorais. (IBGE, 2007)

- 11 A “Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes de 2014”, documento produzido no Congresso Internacional de Editores Independentes 2012-2014, que teve encerramento patrocinado pela Unesco na Cidade do Cabo (África do Sul), apresenta a seguinte definição para o “editor independente”: “O ambiente socioeconômico, a abordagem histórica e o contexto político são factores a serem considerados para apreender, na sua complexidade e nas suas diferentes realidades, a noção de editor independente. Os editores independentes no Chile, em França, no Benim, no Líbano e na Índia exercem num contexto específico com consequências directas para a sua actividade. No entanto, se as realidades diferem de um país para outro, é possível chegar a um acordo quanto a uma série de critérios para definir o que é um editor independente. O editor independente concebe assim a sua política editorial em total liberdade, de modo autónomo e soberano. Não é o órgão de expressão de um partido político, uma religião, uma instituição, um grupo de comunicação ou uma empresa. A estrutura do capital do editor e a identidade dos seus accionistas demonstram também a sua independência: a aquisição de editoras por grandes empresas sem nenhuma ligação com o negócio editorial e o estabelecimento de uma política de alta rentabilidade envolvem geralmente perda de independência e mudança na linha editorial. O editor independente, conforme definido pelos editores da Aliança, é um editor criativo: através das suas escolhas editoriais, muitas vezes inovadoras, da sua liberdade de expressão e dos riscos editoriais e financeiros assumidos, participa no debate de ideias, na emancipação e no desenvolvimento do pensamento crítico de leitores. Neste sentido, é um actor importante da bibliodiversidade”. (ALIANÇA INTERNACIONAL DOS EDITORES INDEPENDENTES, 2014, p. 4)
- 12 Neste mesmo documento, há a definição de bibliodiversidade, resumida assim na primeira linha: Bibliodiversidade é a diversidade cultural aplicada ao mundo do livro.
- 13 Dados apresentados na pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, em sua Série Histórica, desde 2001. A pesquisa afere índices de leitura no país e, embora deva ser problematizada no que diz respeito a método e parâmetros que se baseiam mais em paradigmas formais da concepção de leitores e como no Brasil estão distribuídos, não tangenciando mercados e acessos mais alternativos para o livro e leitura, reflete os maiores desafios para a atuação tradicional no mercado de editoras de determinadas regiões em comparação a outras.
- 14 Este código integra a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), um sistema de informações adotado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), fonte de dados para os cadastros administrativos do país.
- 15 Os CNAEs correspondentes e mencionados foram os da família 5811-5-00 (edição de livros impressos e digitais, além de gestão de direitos autorais) e os da 5821-2-00 (edição integrada à impressão).
- 16 Eireli é a sigla de Empresa Individual de Sociedade Ltda., uma modalidade de natureza jurídica, formalizada em contrato social, criada em 2011. Diferente da Sociedade Ltda., a atividade empresarial é executada por apenas uma pessoa, um sócio, e permite a separação do patrimônio pessoal do empresarial, o que não é possível para o modelo de Empresário Individual, que também tem como responsável apenas um empresário. (SEBRAE, 2019)
- 17 Para a formalização de empresas como Microempreendedor Individual não há também exigência de sócio e, diferente das outras modalidades citadas, não há obrigação de dispor de

capital mínimo para a abertura da empresa. O faturamento do MEI não pode ser superior a R\$ 81.000,00. (SEBRAE, 2019)

- 18 As únicas instituições que poderiam ser consideradas com alguma relação com o setor e em atividade são a Academia de Letras da Bahia e a União Baiana de Escritores, a primeira mais voltada à salvaguarda, reconhecimento e promoção dos escritores baianos, à produção literária, ao valor simbólico do livro e a contribuição sociocultural, e a segunda mais associativista, também voltada à classe dos escritores.
- 19 Como exemplo, a editora Rosa dos Tempos. No *site do Grupo Editorial Record*, é possível conhecer mais sobre esta iniciativa, que se tornou um dos selos deste grupo. O *site* informa: “Dedicada a obras de gênero e interesse feminino, a Rosa dos Tempos foi fundada em 1990 pela escritora Rose Marie Muraro e a atriz Ruth Escobar. A ideia era criar um instrumento que desse voz às mulheres. Tornou-se realidade com o apoio da jornalista Laura Civita, da socióloga Neuma Aguiar e do fundador da Record, Alfredo Machado. Depois de anos sem novas publicações, o Grupo Editorial Record reativou o selo em 2018. A ‘nova’ Rosa dos Tempos se mantém fiel à sua proposta original de ser uma editora com perspectiva feminista. Rejuvenescendo o tema e trazendo o debate para a cultura pop, o selo vai além da renovação de suas obras. Seu catálogo traz novos títulos de reconhecidas autoras, como bell hooks, Marcia Tiburi e Naomi Wolf”. (GRUPO EDITORIAL RECORD, 2019)
- 20 As duas principais pesquisas relacionadas ao setor editorial brasileiro são a *Retratos da Leitura* (desde 2001) já em sua quinta edição (2020) e *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro* (desde 2006 como série histórica, mas existente antes mesmo dos anos 2000, denominada como Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro), esta última anual. Trata-se de pesquisas realizadas por entidades representativas do setor editorial de abrangência nacional, a saber: o Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL), a Associação Brasileira de Editores de Livros (Abrelivros) e a Câmara Brasileira do Livro (CBL). Ver: Instituto Pró-Livro (2020).
- 21 No ano de 2021, o fenômeno literário de vendas, o livro *Torto Arado*, do baiano Itamar Vieira Júnior, assim se tornou após ter vencido o prêmio Jabuti de 2020 (realizado pela CBL, atualmente o prêmio mais importante para obras brasileiras), como também o prêmio Oceanos, de Portugal. Itamar já foi publicado por editoras baianas, mas, atualmente e com este título premiado, é autor da *Todavia*, editora paulista, que tem se destacado mais recentemente no mercado editorial brasileiro. Para as editoras universitárias a associação que as congrega, Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) disponibiliza uma premiação anual e três editoras universitárias baianas já foram contempladas mais de uma vez: Edfb, Editus e a Editora da UEFS.
- 22 É característico da atividade empresarial o investimento próprio dos empresários, porém em ramos mais tradicionais de atuação, políticas de fomento, sejam de natureza privada ou pública, encontram-se mais estruturadas e disponíveis para os agentes dos mais diferentes setores, tanto das fases de implantação como nas de desenvolvimento de novos produtos e serviços. Cabe ressaltar, que a atividade editorial mescla as naturezas comercial e de valor simbólico, neste último caso mais especificamente relacionadas aos desenvolvimentos educacionais e culturais, portanto humanísticos. Neste sentido, e considerando que as editoras independentes assim são classificadas por atuarem no contraponto àquelas que dispõem de alto capital financeiro advindo de investimentos de conglomerados empresariais, a

sobrevivência diante da concorrência torna-se ainda mais desafiadora e com necessárias estratégias de sobrevivência e sustentabilidade que sejam desenvolvidas com o apoio de políticas públicas, linhas de crédito, cofinanciamento de produtos com o engajamento dos públicos, dentre outras.

- 23 Aqui, cabe esclarecer, devido ao sentido que pode ser conferido aos termos, que “produção gráfica e digital” não é a etapa de impressão e produção do *e-book* propriamente, feitas por outras empresas da cadeia produtiva do livro, mas, sim, refere-se à etapa editorial de acompanhamento destes processos pelas editoras.
- 24 A Nielsen é uma empresa global de pesquisa de mercado, especialmente conectando setores, organizações e outras empresas às informações e dados de audiências. O Sindicato Nacional dos Editores de Livros realiza estudo mensal sobre o mercado de livros do Brasil por meio da instituição.
- 25 Todas as figuras deste capítulo foram elaboradas para a dissertação de uma das autoras, Carolina Dantas (2022). Para publicação deste livro foram feitos pequenos ajustes em algumas das figuras. Portanto optou-se pela padronização “elaborada pelas autoras”.
- 26 No *site* da CBL, instituição que é atualmente responsável pela atribuição do número de ISBN para as publicações brasileiras, encontra-se a seguinte definição: “O ISBN (International Standard Book Number/ Padrão Internacional de Numeração de Livro) é um padrão numérico criado com o objetivo de fornecer uma espécie de ‘RG’ para publicações monográficas, como livros, artigos e apostilas. A difusão global do ISBN e a facilidade com que é lido por redes de varejo, bibliotecas e sistemas gerais de catalogação, tornou-o imprescindível para qualquer publicação”. (CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, [2017])
- 27 Embora na relação constasse pelo menos uma editora em atividade desde os anos 1970, a relação de registros de ISBN no *site* da Biblioteca Nacional datava deste período de meados dos anos 1990.
- 28 Utilizou-se, apenas para o estabelecimento de uma média referencial, a tiragem de 300 exemplares, que é uma tiragem mais usual nos padrões atuais, depois dos avanços das tecnologias de impressão. Boa parte da produção mapeada, como é decorrente de até quase três décadas anteriores, deve ter sido impressa com tiragens maiores, entre 500 e 1000 exemplares, que apresentavam custo mais viável por exemplar para os maquinários das gráficas à época. Portanto, muito provavelmente, o número total de exemplares produzidos pelas editoras mapeadas no recorte de tempo pesquisado é bem maior do que o aqui estimado.
- 29 Filme transparente utilizado como matriz de impressão.
- 30 Uma impressão prévia, para prova de cores e verificação do resultado da impressão que será feita em maior quantidade.
- 31 Para saber mais sobre a lei e a relação com o livro em formato digital, ver nas referências: Livro Acessível (2017).
- 32 O preço estabelecido pela editora para a venda do livro.
- 33 Como os títulos das grandes editoras trazem mais retorno comercial, pelo volume, às livrarias, há maior margem de negociação destas porcentagens, que podem variar de 35 a 50%.

- 34 Na consignação, os livros são pedidos pela livraria e enviados com nota de consignação, no entanto, o pagamento às casas editoriais ocorre mediante a concretização da venda ao consumidor final, sendo gerada primeiro uma nota de devolução simbólica dos exemplares pela livraria à editora e esta envia, então, a nota de venda, quando é feito o acerto. Já na venda, a livraria faz o pedido, normalmente de uma quantidade menor de exemplares e já efetua o pagamento por aquela aquisição. Sobre a modalidade de consignação, Fábio Sá Earp e George Kornis explicaram: “[a consignação], que sempre foi aplicada como um instrumento para uso em casos especiais, para colocar determinados produtos junto a clientes em situações muito específicas, com a crise dos últimos anos, no entanto, transformou-se em prática corrente, sem a qual a maioria das editoras (sobretudo pequenas) não consegue colocar seu produto nas livrarias”. (EARP; KORNIS, 2005, p. 47, grifo nosso)
- 35 Este perfil de livrarias tem se destacado no período pós-pandemia, pois foram aquelas que mais rapidamente conseguiram, pela flexibilidade gerencial, se adaptar ao ambiente *on-line*, fortalecendo ou criando os seus *e-commerce*, realizando as vendas pelas redes sociais, com entregas rápidas nas cidades que atuam através de serviços como mototáxi. Também estabelecendo uma relação muito próxima e mais pessoal com os clientes. Algumas delas são tradicionais nas cidades, conseguiram resistir e se reinventaram neste período. Outras foram mesmo inauguradas, inclusive com lojas físicas já associadas à venda *on-line*, ocupando a lacuna do fechamento das últimas lojas das grandes redes em algumas cidades, e este movimento de valorização da produção cultural independente durante a pandemia.
- 36 Depoimentos da pesquisa feita diretamente com as editoras, nas respostas ao questionário. A pesquisa foi feita para a dissertação de Dantas (2022). Os depoentes não desejavam ser identificados.
- 37 Sistema internacional de identificação de publicações.
- 38 Para acessar as edições da pesquisa *Produção e Vendas no Setor Editorial*, ver: <https://snel.org.br/pesquisas/>.
- 39 Zulu Araújo foi diretor da Fundação Pedro Calmon no período de 2015 a 2022. É arquiteto de formação e produtor cultural. Foi diretor do grupo musical percussivo Olodum. Possui significativa experiência na gestão pública de cultura, esteve como presidente da Fundação Palmares, vinculada ao Ministério da Cultura, na gestão Lula – Gilberto Gil (ministro), na qual desenvolveu importante trabalho com as políticas voltadas à cultura negra. Atualmente é Secretário Nacional da Cidadania e Diversidade Cultural do Ministério da Cultura. Entrevista concedida a C. C. Dantas sobre *Políticas para o Livro e Leitura da Fundação Pedro Calmon*. Salvador: Sede da FPC, 22 de janeiro de 2020.
- 40 O edital Pontos de Leitura é um desdobramento mais focado na leitura do reconhecido programa, que se tornou referência internacional para a política cultural, o Programa Pontos de Cultura, criado pelo secretário especial do Ministério da Cultura, Célio Turino, ainda durante a primeira gestão do governo Lula (2003-2006). Os Pontos de Cultura, através de termos de acordo e compromisso celebrados com o governo federal, eram principalmente entidades comunitárias (associações, centros culturais, dentre outros) que já ofertavam atividades culturais e, pelo seu trabalho, eram premiados, recebendo recursos para dinamizar ainda mais as suas realizações. A iniciativa dos Pontos de Leitura visava fortalecer espaços literários e bibliotecas comunitárias já existentes ou criar estes espaços em entidades socioculturais de comunidades diversas.

- 41 Embora, entre 2013 e 2021, não tenha ocorrido outra Bienal do Livro da Bahia, o Espaço das Editoras Baianas se tornou uma ação mais constante dentro da política da FPC, sendo este espaço disponibilizado em outros eventos literários em que o governo do estado, a Secretaria de Cultura e a FPC atuam com a chancela de patrocinador ou realizador. É o caso da Festa Internacional Literária de Cachoeira (Flica) e do Festival Nacional de Literatura (Flin), este último com sua primeira edição em 2019 e realizado pela FPC.
- 42 Os relatórios de gestão encontram-se disponíveis para *download* no *site* da fundação. Até março de 2023, ainda não se encontrava disponível o relatório de gestão do período 2019-2022.
- 43 Este trecho é parte da entrevista concedida a C. C. Dantas sobre *Políticas Setoriais para o Livro e Leitura da Fundação Pedro Calmon*, no dia 22 de janeiro de 2020. Em março deste mesmo ano, a pandemia do coronavírus foi declarada pela Organização Mundial da Saúde e emergiram limitações para os diversos setores da sociedade, quando, inclusive, o setor público precisou direcionar orçamento e esforços para o combate aos efeitos deste estado de calamidade pública. Este provavelmente foi um dos fatores que dificultaram a execução do planejamento de vários órgãos. A atualização do PELL não ocorreu em 2020 e, apenas no final do ano de 2021, foi aberto edital de consulta pública para a indicação e formação de Conselho Deliberativo do PELL.
- 44 Entrevista concedida a C. C. Dantas sobre *Políticas Setoriais para o Livro e Leitura da Fundação Pedro Calmon*. Salvador: Sede da FPC, 22 de janeiro de 2020.
- 45 Entrevista concedida a C. C. Dantas sobre *Políticas Setoriais para o Livro e Leitura da Fundação Pedro Calmon*. Salvador: Sede da FPC, 22 de janeiro de 2020.
- 46 No *site* da Universidade do Livro há o seguinte descritivo: “A Editora UNESP também demonstra seu compromisso com a educação através da implantação da Universidade do Livro (Unil). A Unil traz um trabalho com a proposta de se construir um braço formador voltado para o treinamento e aperfeiçoamento, por meio de cursos, dos profissionais e aspirantes do setor editorial”. Ver em: www.editoraunesp.com.br/quemsomos.
- 47 Entrevista concedida a C. C. Dantas sobre *Políticas Setoriais para o Livro e Leitura da Fundação Pedro Calmon*. Salvador: Sede da FPC, 22 de janeiro de 2020.
- 48 Segundo a pesquisa *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro*, o faturamento correspondente à venda de 409 milhões de exemplares de livros foi de R\$ 5,8 bilhões em 2021. Ver: Sindicato Nacional dos Editores de Livro ([2021]).

Referências

28/8/20 – ANTONIO Eleilson Leite – Câmara Periférica do Livro. [S. l.]: Podcast do PublishNews, 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/7pnBjiFA6A9DXChJ7CBFWr>. Acesso em: 11 nov. 2020.

ACADEMIA DE LETRAS DA BAHIA. Salvador, [201-]. Disponível em: <https://academiadeletrasdabahia.wordpress.com/>. Acesso em: 3 jan. 2020.

ALIANÇA INTERNACIONAL DOS EDITORES INDEPENDENTES. *Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes de 2014, para manter a bibliodiversidade*. [Paris]: Atelier Beau-Voir, 2014. Disponível em: <https://www.alliance-editeurs>.

org/IMG/pdf/declaracao_internacional_dos_editores_e_editoras_independentes_2014_brazil-2.pdf. Acesso em: 3 dez. 2022.

ANDRADE, L. *et al.* *Breve histórico das edições Diname*. Salvador: Fundesp, 1994.

ARAGÃO, E. O mercado editorial brasileiro no segmento de livros didáticos e a dimensão relativa da Bahia. In: BAHIA. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais. (org.). *Dez Anos de Economia Baiana*. Salvador: SEI, 2002. p. 91-120. (Série de Estudos e Pesquisas, n. 57). Disponível em: https://sei.ba.gov.br/images/publicacoes/download/sep/sep_57.pdf. Acesso em: 5 fev. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORES DE LIVROS. São Paulo, [201-]. Disponível em: www.abrelivros.org.br. Acesso em: 3 jan. 2020.

BAHIA. *Anexo do Decreto nº 15.303, de 28 de julho de 2014*. Aprova o Plano Estadual do Livro e Leitura – PELL-BA e altera o Decreto nº 13.394, de 31 de outubro de 2011, que institui o Plano Estadual do Livro e Leitura da Bahia e dá outras providências. Bahia: [s. n.], 2014.

BENHAMOU, F. *A economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 3. ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1991.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 6. ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2005. (Coleção Estudos).

BRASIL. Decreto nº 7.559, de 1º de setembro de 2011. Dispõe sobre o Plano Nacional do Livro e Leitura – PNLL e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, ano 148, n. 171, p. 4, 5 set. 2011. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=05/09/2011&jornal=1&pagina=4&totalArquivos=240>. Acesso em: 30 set. 2020.

BRASIL. Lei nº 10.753, de 30 de outubro de 2003. Institui a Política Nacional do Livro. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, ano 140, n. 212-A, p. 1-2, 31 out. 2003. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1000&pagina=1&data=31/10/2003&totalArquivos=12>. Acesso em: 30 set. 2020.

Brasil. Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, ano 158, n. 123, p. 1-3, 29 jun. 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14-017-de-29-de-junho-de-2020-264166628>. Acesso em: 18 out. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. PNLD. *Portal do MEC*, Brasília, DF, 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=12391:pnld>. Acesso em: 26 out. 2021.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)*. Brasília, DF: Ministério do Trabalho e Emprego, 2022.

BURKE, J.; ORNSTEIN R. *O presente do fazedor de machado: os dois gumes da história da cultura*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 1998.

CÂMARA BRASILEIRA DE LIVRO. São Paulo, 2022. Disponível em: <http://cbl.org.br/>. Acesso em: 3 jan. 2020.

CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. O que é ISBN. *CBL*, São Paulo, [2017]. Disponível em: <https://www.cblservicos.org.br/isbn/o-que-e-isbn/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. *Relatório de Gestão 2020*. São Paulo: CBL, 2020. Documento Série Histórica 14 anos pesquisa – Produção e Vendas no Setor Editorial. Disponível em: <https://www.cblservicos.org.br/relatorio-de-gestao/relatorio-de-gestao-2020.pdf>. Acesso em: 19 out. 2021.

CARRIÓN, J. Manifesto Contra a Amazon. *Outras palavras*. São Paulo, 4 maio 2020. Disponível em: <https://outraspalavras.net/alemdamercadoria/manifeto-contr-a-amazon/>. Acesso em: 11 out. 2020.

CHARTIER, R. *As aventuras do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Ed. UNESP, 1998.

CHARTIER, R. *Os desafios da escrita*. São Paulo: Ed. UNESP, 2002.

- COMPANHIA EDITORA DE PERNAMBUCO. São Paulo, 2018.
Disponível em: <http://cepe.com.br/>. Acesso em: 20 dez. 2019.
- CORDEIRO, C. M. *Memória editorial da Universidade Federal da Bahia: a constituição do seu acervo*. 2022. Dissertação (Mestrado em Língua e Cultura) – Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.
- DALCASTAGNÈ, R. *Literatura brasileira contemporânea: um território contestado*. São Paulo: Ed. Horizonte, 2012.
- DANTAS, C. Chegou a hora da subversão na autoria literária. In: BASTOS, B. et al. *Controversas: perspectivas de mulheres em cultura e sociedade*. Camaçari: Pinaúna Ed., 2021.
- DANTAS, C. *Editar na Bahia: dinâmicas da cadeia produtiva do livro em um mercado regional*. 2022. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Instituto de Humanidades Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Bahia, Salvador, 2022.
- EARP, F.; KORNIS, G. *A economia da cadeia produtiva do livro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.
- EDITORA UNESP. Nossa história, missão, valores e objetivos. *Editora UNESP*, São Paulo, [201-]. Disponível em: www.editoraunesp.com.br/quemsomos. Acesso em: 23 dez. 2019.
- EMPRESA GRÁFICA DA BAHIA. Salvador, [201-]. Disponível em: www.egba.ba.gov.br. Acesso em: 20 dez. 2019.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura, consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Livros Studio Nobel, 1990.
- FIGUERÓ, T. Top 10 Maiores editoras do Brasil em 2022. *My Best Editoras*, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://mybest-brazil.com.br/21633#toc-o>. Acesso em: 13 dez. 2022.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *A cultura na economia brasileira*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2015. (Estudos e pesquisas FGV Projetos, n. 23).
- FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. Diretoria do Livro e Leitura. *FPC*, Salvador, [201-]. Disponível em: <http://www.fpc.ba.gov.br/livro-e-leitura/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. Estado da Bahia fomenta o livro, leitura e a escrita. *FPC*, Salvador, 2021. Disponível em: <http://www.fpc.ba.gov.br/2021/10/26/estado-da-bahia-fomenta-o-livro-leitura-e-a-escrita/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. Plano Estadual do Livro e da Leitura. *FPC*, Salvador, 2014. Disponível em: <http://www.fpc.ba.gov.br/livro-e-leitura-pell/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. *Relatório de gestão Fundação Pedro Calmon 2007-2014*. Salvador: FPC, [2014]. Disponível em: http://fpc.ba.gov.br/wp-content/uploads/2022/08/RELATORIO_FPC_2007_2014_web.pdf. Acesso em: 20 dez. 2019.

FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. *Relatório de gestão Fundação Pedro Calmon 2015-2018*. Salvador: FPC, [2018]. Disponível em http://fpc.ba.gov.br/wp-content/uploads/2022/08/Relatorio_Final_de_Gestao_FPC2015_2018.pdf. Acesso em: 20 dez. 2019.

FUNDAÇÃO PEDRO CALMON. Salvador, [200-]. Disponível em: www.fpc.ba.gov.br. Acesso em: 20 dez. 2019.

GOMES, L. 1808. Como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a História de Portugal e do Brasil. São Paulo: Planeta, 2007.

GREGÓRIO, R. Sem editoras, Amazon negocia direto com agentes e lança coleção brasileira de contos inéditos. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 5 dez. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/12/sem-editoras-amazon-negocia-direto-com-agentes-e-lanca-colecao-brasileira-de-contos-ineditos.shtml>. Acesso em: 11 out. 2020.

GRUPO EDITORIAL RECORD. Rosa dos Tempos. [São Paulo], 2019. Disponível em: <https://www.record.com.br/editoras/rosa-dos-tempos/>. Acesso em: 20 set. 2022.

GUIMARÃES, F.; SCHELLER, F. Venda de livros retoma crescimento no Brasil mas redes de livrarias ainda sofrem. *Estadão*, São Paulo, 18 out. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/>

negocios,venda-de-livros-retoma-crescimento-no-brasil-mas-redes-de-livrarias-ainda-sofrem,70003871408. Acesso em: 30 mar. 2022.

GUIMÓN, P. Gigantes tecnológicos crescem em meio ao desmonte econômico dos EUA. *El País*, São Paulo, 31 jul. 2020. Disponível em: https://brasil.elpais.com/economia/2020-07-31/gigantes-tecnologicos-crescem-em-meio-ao-desmonte-economico-dos-eua.html?utm_source=Facebook&ssm=FB_BR_CM#Echobox=1596205602. Acesso em: 9 out. 2020.

HALLEWELL, L. *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: EdUSP, 1985.

HALLEWELL, L. *O livro no Brasil: sua história*. 2. ed. São Paulo: EdUSP, 2005.

IBGE. *Introdução à Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE*. Versão 2.0. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

IBGE. *Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic)*. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/justica-e-seguranca/19879-suplementos-munic2.html?edicao=10637&t=sobre>. Acesso em: 11 nov. 2020.

INSTITUTO BAIANO DO LIVRO. *A aventura editorial de Pinto de Aguiar*. Salvador: Instituto Baiano do Livro, 1993.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. *Retratos da leitura no Brasil*. 5. ed. São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2020. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/a-pesquisa-5a-edicao/>. Acesso em: 29 set. 2020.

IPANEMA, M.; IPANEMA, C. *A tipografia na Bahia: documentos sobre suas origens e o empresário Silva Serva*. 2. ed. Salvador: Edufba, 2010.

KALIL, F. *Identidade vacilante: o editor baiano e suas perspectivas*. Simões Filho: Ed. Kalango, 2010.

KARAM, S.; RIBEIRO, A. E. Editora Mulheres, Zahidé Muzart e um caso relevante de edição de livros no Brasil. *Letrônica*, Porto Alegre, v. 13, n. 1, p. 1-18, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/letronica/article/view/34581/19564>. Acesso em: 12 dez. 2022.

- KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (org.). *Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus: Elsevier, 2013.
- LE GOFF, J. *História e memória*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1990.
- LIMA, C. L. C. *Redes sociais e aglomerações produtivas culturais: proposição de método de pesquisa e aplicação ao caso da produção de filmes em Salvador*. 2009. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- LINDOSO, F. *O Brasil pode ser um país de leitores?*. Política para a cultura/Política para o livro. São Paulo: Summus Editorial, 2004.
- LIVRO ACESSÍVEL. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://livroacessivel.org.br/>. Acesso em: 30 set. 2021.
- LOIOLA, E. Proposição de método de mapeamento de cadeias produtivas de setores das artes. In: VALIATI, L.; FIALHO, A. L. do N. (ed.) *Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia 1*. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 53-80.
- MATOS, T. Livro, artigo de luxo? Quanto custa e quanto pode custar um livro no Brasil. *G1*, São Paulo, 17 ago. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/08/17/livro-artigo-de-luxo-quanto-custa-e-quanto-pode-custar-um-livro-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 14 out. 2021.
- MENDES, F. Consumo de livros digitais escala com pandemia de Covid-19. *Veja*, São Paulo, 10 abr. 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/consumo-de-livros-digitais-escala-com-pandemia-de-covid-19/>. Acesso em: 14 out. 2021.
- MERCADO de livros tem queda de 48% no faturamento em abril após fechamento de livrarias por causa da pandemia do coronavírus. *G1*, São Paulo, 6 maio 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/06/mercado-de-livros-tem-queda-de-48percent-no-faturamento-em-abril-apos-fechamento-de-livrarias-por-causa-da-pandemia-do-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 14 out. 2021.

MORAES, R. B. de. *Livros e bibliotecas no Brasil colonial*. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2006.

OLIVEIRA, L. H. S. de; RODRIGUES, F. C. *Trajetórias Editoriais da Literatura de Autoria Negra Brasileira*. Rio de Janeiro: Malê, 2022.

PAIXÃO, F. (coord.). *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ed. Ática, 1995. Edição comemorativa dos 30 anos da Editora Ática.

PÉREZ- LANZAC, C. Shoshana Zuboff: “o neoliberalismo destróçou tudo. temos que começar do zero”. *El País*, [Madrid], 11 out. 2020. Disponível em: https://brasil.elpais.com/ideas/2020-10-11/shoshana-zuboff-o-neoliberalismo-destrou-tudo-temos-que-comencar-do-zero.html?utm_source=Facebook&ssm=FB_BR_CM#Echobox=1602458750. Acesso em: 12 de out. 2020.

PORTO, W. Após baque inicial, venda de livros cresce na pandemia e livrarias se reinventam. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 3 ago. 2020a. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/08/livrarias-se-reinventam-para-conseguir-navegar-a-tormenta-do-coronavirus.shtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=compfb. Acesso em: 11 out. 2020.

PORTO, W. Venda de ebooks salta 83% em 2020 e revela força dos livros digitais na pandemia. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 1 jul. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/07/venda-de-ebooks-salta-83-em-2020-e-revela-forca-dos-livros-digitais-na-pandemia.shtml>. Acesso em: 14 out. 2021.

PORTO, W. Vendas de livros sobem 31% e apontam para recuperação após pandemia. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 2020b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/07/vendas-de-livros-sobem-31-e-apontam-para-recuperacao-apos-pandemia.shtml>. Acesso em: 14 out. 2021.

RIBEIRO, M. L. S. *História da Educação Brasileira*. A organização escolar. São Paulo: Cortez, 1987.

RODRIGUES, R. A nova batalha das editoras independentes. *Outras palavras*. São Paulo, 5 maio 2020. Disponível em: <https://outraspalavras>.

net/podcasts/a-nova-batalha-das-editoras-independentes/. Acesso em: 11 out. 2020.

ROSA, F. G. M. G. *A comunicação científica na Universidade Federal da Bahia*: caminhos entrelaçados. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2022.

ROSA, F. G. M. G. Os primórdios da inserção do livro no Brasil. In: PORTO, C. M. (org.). *Difusão e cultura científica*: alguns recortes. Salvador: Edufba, 2009. p. 75-92.

ROSA, F. G. M. G.; BARROS, S. S. Panorama da História da Editoração em Salvador/Bahia. In: SEMINÁRIO BRASILEIRO SOBRE LIVROS E HISTÓRIA EDITORIAL. 1., 2004, Rio de Janeiro. *Anais* [...]. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004. p. 1-12. Disponível em: <https://docplayer.com.br/41233809-Panorama-da-historia-da-editoracao-em-salvador-bahia.html>. Acesso em: 25 nov. 2022.

SANTANA, V. (org.). *Literatura baiana: 1920-1980*. Rio de Janeiro: Philobi-blion; Brasília, DF: Instituto Nacional do Livro, 1986. (Coleção Visões e Revisões, v. 6).

SARAIVA, A. Maioria das empresas no país não dura 10 anos, e 1 de 5 fecha após 1 ano. *Econômico Valor*, Rio de Janeiro, 22 out. 2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/10/22/maioria-das-empresas-no-pais-nao-dura-10-anos-e-1-de-5-fecha-apos-1-ano.ghtml>. Acesso em: 13 out. 2021.

SEBRAE. [S. l.], 2021. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: 27 out. 2021.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber sobre Eireli. *Portal Sebrae*, [s. l.], 20 set. 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/go/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-eireli,0b5960ef67f4d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 14 out. 2021.

SILVA, R. C. da. Indicadores Culturais – Reflexões para a construção de um modelo brasileiro. *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 4, p. 44-58, 2008.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVRO (Brasil). *Apesar da alta de 6% em 2021, o faturamento real do mercado editorial é*

decrecente. Rio de Janeiro: SNEL, 2022. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2022/07/Cbl-snel_Serie-historica-2021.pdf. Acesso em: 25 jan. 2023.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVRO (Brasil). Pesquisa. *SNDEL*, Rio de Janeiro, [2021]. Disponível em: <https://snel.org.br/pesquisas/>. Acesso em: 29 dez. 2021.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS (Brasil). *Setor editorial brasileiro encolheu 20% entre 2006 e 2019*. Rio de Janeiro: SNEL, 2020. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/07/Serie_Hist%C3%B3rica___14_anos_Pesquisa_Producao_e_Vendas___Vr_o8o7_.pdf. Acesso em: 30 set. 2020.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS (Brasil). *Setor editorial brasileiro encolheu 25% entre 2006 e 2018*. Rio de Janeiro: SNEL, [2019]. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2019/05/S%C3%A9rie_hist%C3%B3rica_2006_-2018_final.pdf. Acesso em: 30 set. 2020.

TAVARES, L. G. P. *A continuidade define a linha: 75 anos de produção editorial da Imprensa Oficial da Bahia*. 1991. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

TAVARES, L. G.; ROSA, F. G. M. G. Apontamentos para a história do livro na Bahia. In: BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (org.). *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Ed. UNESP, 2010. v. 1, p. 221-233.

TOLILA, P. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Creative Economy Report*. 2010. Genebra: UNCTAD, 2010.

Sobre as autoras

Carolina Dantas

Mestra em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (2022). Graduada em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador (2004) e especializações em Produção Cultural e Mídias, pela Universidade Jorge Amado (2006), e Gestão Cultural, pelo Senac-BA (2010). Pesquisadora do Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC). Gestora da Pinaúna Editora, sediada em Camaçari, onde atua como editora e coordenadora editorial dos mais de 80 títulos publicados desde 2011. Foi assessora de comunicação do complexo cultural e esportivo Cidade do Saber (Camaçari/BA). Atuou como produtora executiva na Coordenação

de Eventos da Prefeitura Municipal de Camaçari, assim como no Café Cancun Salvador, dentre os espaços e projetos culturais. Co-organizadora do livro, coletânea de ensaios, *Controversas: perspectiva de mulheres em cultura e sociedade*, no qual é autora do texto “Está na hora da subversão na autoria literária”.

Giuliana Kauark

Doutora e mestra em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), bacharel em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura pela mesma universidade. Professora no Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. Coordenadora do grupo de pesquisa Coletivo Gestão Cultural (certificado pelo CNPq) em parceria com a professora Gisele Nussbaumer (UFBA) e pesquisadora do Observatório da Diversidade Cultural e do Observatório de Políticas e Gestão Culturais. Possui experiência na gestão pública da cultura, em áreas como: financiamento; gestão de espaços; planos municipais e institucionalização do Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC). Dedicar-se a estudos relativos às políticas culturais, diversidade cultural, direitos culturais e gestão cultural.

Flávia Rosa

Graduada em Comunicação (Jornalismo) pela Universidade Federal da Bahia (UFBA, 1979), mestra em Ciência da Informação pela UFBA (2006) e doutora em Cultura e Sociedade pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (2011). Professora titular do Curso de Design na Escola de Belas Artes da UFBA,

responsável pela implantação do Repositório Institucional da UFBA, vinculada ao Programa de Pós-Graduação Estudos Interdisciplinares sobre Universidade. Diretora da Editora da UFBA (Edufba) no período de setembro de 1997 a maio de 2022. Presidente da Associação Brasileira de Editoras Universitárias por dois mandatos (2003-2005 e 2009-2011). Ocupou diversos cargos na diretoria da associação. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Científica e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação científica, acesso aberto, universidade, atividade editorial, acesso à informação e editoração. Membro da Academia de Ciência da Bahia.

Carmen Lima

Possui graduação em Economia pela Universidade Federal da Bahia (1993), mestrado em Economia pela Universidade Federal da Bahia (2000) e doutorado em Cultura e Sociedade (linha Cultura e Desenvolvimento) pela UFBA (2009). Diretora do Fundo de Cultura do Estado da Bahia entre 2007 e 2009. Diretora da Secretaria de Planejamento do Estado da Bahia entre 2009 e 2013. Diretora de Economia da Cultura da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia entre 2013 e 2015. Professora adjunta da Universidade do Estado da Bahia. Pesquisadora dos grupos de pesquisa Comunidades Virtuais da UNEB e do Observatório de Economia Criativa da UFBA (OBEC-BA). Atua, principalmente, nos seguintes temas: Economia da Cultura, Economia Criativa, Redes Sociais em Cultura, Indicadores Culturais, Culturas Identitárias, Turismo Cultural, Jogos digitais e Setor Audiovisual. Em 2012, teve o trabalho premiado no Edital de Apoio a Estudos e Pesquisas em Economia Criativa do Ministério da Cultura. Tema: APLs Culturais. Categoria: Tese.

Outros títulos da Coleção Cult

Cult 1 - Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares

Gisele Marchiori Nussbaumer (Org.)

Cult 2 - Políticas culturais no Brasil

Antonio Albino Canelas Rubim e Alexandre Barbalho (Org.)

Cult 3 - Políticas culturais na Ibero-América

Antonio Albino Canelas Rubim e Rubens Bayardo (Org.)

Cult 4 - Estudos da cultura no Brasil e em Portugal

Antonio Albino Canelas Rubim e Natália Ramos (Org.)

Cult 5 - Transversalidades da cultura

Linda Rubim e Nadja Miranda (Org.)

Cult 6 - Políticas culturais no governo Lula

Antonio Albino Canelas Rubim (Org.)

Cult 7 - Políticas culturais para as cidades

Antonio Albino Canelas Rubim e Renata Rocha (Org.)

Cult 8 - Políticas culturais, democracia e conselhos de cultura

Antonio Albino Canelas Rubim, Taiane Fernandes e Iuri Rubim (Org.)

Cult 9 - Stonewall 40 + o que no Brasil?

Leandro Colling (Org.)

Cult 10 - Cultura e desenvolvimento: perspectivas
políticas e econômicas

Alexandre Barbalho, Lia Calabre, Paulo Miguez e Renata Rocha (Org.)

Cult 11 - Estudos da festa

Linda Rubim e Nadja Miranda (Org.)

Cult 12 - Desleitura cinematográfica: literatura, cinema e cultura

Marinyze Prates de Oliveira e Elizabeth Ramos (Org.)

Cult 13 - Política e gestão cultural: perspectivas Brasil e França

Frederico Lustosa da Costa (Org.)

Cult 14 - Federalismo e políticas culturais no Brasil

Alexandre Barbalho, José Márcio Barros e Lia Calabre (Org.)

Cult 15 - Estudos e políticas do CUS

Leandro Colling e Djalma Thurler (Org.)

Cult 16 - Cultura dos sertões

Alberto Freire (Org.)

Cult 17 - ENECULT 10 anos

Lindinalva Silva Oliveira Rubim, Mariella Pitombo Veira e Delmira Nunes de Souza (Org.)

Cult 18 - Políticas culturais na Bahia contemporânea

Antônio Albino Canelas Rubim

Cult 19 - Dimensões e desafios políticos para diversidade cultural

Paulo Miguez, José Márcio Barros, Giuliana Kauark (Org.)

Cult 20 - Políticas Públicas de cultura para as cidades: os casos de Recife e Salvador

Hortência Silva Nepomuceno dos Santos

Cult 21 - Políticas culturais no governo Dilma

Antonio Albino Canelas Rubim, Alexandre Barbalho e Lia Calabre (Org.)

Cult 22 - Diversidade Cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes

Giuliana Kauark, José Márcio Barros e Paulo Miguez (Org.)

Cult 23 - Panorama da gestão cultural na Ibero-América

Antonio Albino Canelas Rubim, Carlos Yáñez Canal e Rubens Bayardo (Org.)

Cult 24 - Formação em organização da cultura no Brasil: experiências e reflexões

Leonardo Figueiredo Costa e Ugo Barbosa de Mello (Org.)

Cult 25 - Financiamento e fomento à cultura nas regiões brasileiras

Antonio Albino Canelas Rubim, Fernanda Pimenta Vasconcelos (Org.)

Cult 26 - Financiamento e fomento à cultura no Brasil: estados e Distrito Federal

Antonio Albino Canelas Rubim, Fernanda Pimenta Vasconcelos (Org.)

Cult 27 - Políticas e gestão da cultura: diálogos entre universidade e sociedade

Clelia Neri Côrtes, Alice Pires de Lacerda, Renata Costa Leahy e Ricardo de Araujo Soares (Org.)

Cult 28 - Os trabalhadores da cultura no Brasil

Alexandre Barbalho, Elder Patrick Maia Alves e Mariella Pitombo Vieira (Org.)

Cult 29 - O golpe na perspectiva de gênero

Linda Rubim e Fernanda Argolo (Org.)

Cult 30 - Um lugar para os espaços culturais

Giuliana Kauark, Plínio Rattes e Nathalia Leal (Org.)

Cult 31 - Artivismos das dissidências sexuais e de gênero

Leandro Colling (Org.)

Cult 32 - Plano de cultura

Antonio Albino Canelas Rubim (Org.)

Cult 33 - Cultura e ciência de dados

Leonardo Costa, Renata Rocha (Org.)

Cult 34 - Enlaces culturais Brasil - Portugal

Antonio Albino Canelas Rubim, Urbano Sidoncha (Org.)

Cult 35 - Mondiacult 40 anos depois: impactos e desdobramentos nas políticas culturais na América Latina

Lia Calabre, Renata Rocha, Antonio Albino Canelas Rubim (Org.)

Cult 36 - Federalismo cultural em tempos nacionais sombrios

Alexandre Barbalho, Lia Calabre, Antonio Albino Canelas Rubim (Org.)

Este livro foi composto na Edufba.

O projeto gráfico deste livro foi desenvolvido no Estúdio Quimera por Iansã Negrão com o auxílio de Inara Negrão para a Eufba, em Salvador.

A fonte de texto é DTL Documenta. As legendas foram compostas em DTL Documenta Sans, família tipográfica projetada por Frank Blokland.

O papel é Alcalino 75 g/m².

Impressão Gráfica 3.

300 exemplares.



Neste livro, as autoras se debruçam sobre um mercado editorial regional, o da Bahia, buscando compreender tanto sua história como suas dinâmicas contemporâneas e, também, produzir dados sobre a articulação entre editoras e demais agentes da produção editorial e da política setorial no estado. Considerando a relevância social e os desafios culturais, educacionais, políticos e econômicos relacionados ao livro e à sua cadeia produtiva é que os estudos e a produção de dados e análises acerca da própria diversidade que compõe o setor editorial tornam-se fundamentais para o desenvolvimento de políticas que abarquem as diferentes realidades de atuação de autores(as) e editoras no país. (Paulo Miguez)

ISBN 978-65-5630-513-4



9 786556 305134