

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UNB)**  
**FACULDADE DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (FCI)**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

**PAMELA KETLYN PEREIRA DE FARIAS**

**MERCADO EDITORIAL NO BRASIL: UMA ANÁLISE REFERENCIAL**

**Brasília**

**2024**

Pâmela Ketlyn Pereira de Farias

**Mercado editorial no Brasil: uma análise referencial**

Monografia apresentada como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília.

Brasília

2024



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Título:** Mercado editorial no Brasil: uma análise referencial

**Autor(a):** Pamela Ketlyn Pereira de Farias

Monografia apresentada em **15 de fevereiro de 2024** à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador(a) (FCI/UnB): Dra. Greyciane Souza Lins

Membro Interno (FCI/UnB): Dr. Alberth Sant'ana Costa da Silva

Membro Externo (IBCT): Dra. Flor de Maria Silvestre Estela

Em 20/10/2022.



Documento assinado eletronicamente por **Alberth Sant'Ana Costa da Silva, Usuário Externo**, em 16/02/2024, às 10:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Flor de Maria Silvestre Estela, Usuário Externo**, em 16/02/2024, às 10:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria

0003/2016 da Universidade de Brasília.

---



logotipo

Documento assinado eletronicamente por **Greyciane Souza Lins, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 16/02/2024, às 10:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.

---



QRCode  
Assinatura

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.unb.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **10919074** e o código CRC **C4D8F436**.

---

Referência: Processo nº 23106.014590/2024-51

SEI nº 10919074

## **AGRADECIMENTO**

Manifesto minha gratidão a todos aqueles que, de forma direta ou indireta, trilharam comigo até este ponto. À minha família, cujo apoio inabalável e incessante torcida por meu sucesso iluminaram meu caminho; aos professores que me guiaram, mostrando-me a importância do conhecimento; aos amigos que sempre me acompanharam, motivando-me em cada passo (um tributo especial ao meu trio de ouro, Nathalia, Rafael e Victória), amo-os de todo o meu coração e os levarei comigo nas futuras jornadas que se aproxima.

Agradeço, também, por integrar nos Invertidos (Ana Beatriz, Isabela, Jessica, Letícia, Rebeca e Vivian), cuja acolhida e rede de apoio dentro da UnB foram meu refúgio. Serei eternamente grata a todos os veteranos e calouros que conheci, pessoas incríveis com quem tive a sorte de cruzar os caminhos dentro da Biblioteconomia, em meio ao caos e à alegria proporcionados pela UnB. Um agradecimento especial pelo apoio e gentileza da minha orientadora, Greyci.

A universidade me proporcionou experiências tanto doces quanto amargas, intrínsecas a qualquer jornada, e eu as recordarei sempre da forma mais aprazível, pois todo amadurecimento requer provações, e todo pássaro precisa se preparar para alçar voo. Assim, aqui estou eu, um humilde passarinho, preparando-me para alçar voo.

## RESUMO

A pesquisa adota uma abordagem descritiva, utilizando técnicas de levantamento bibliográfico e midiático para uma análise aprofundada das mudanças no mercado editorial brasileiro. A análise da linha histórica do mercado editorial no Brasil, desde suas origens até a contemporaneidade, destaca a influência significativa que as inovações tecnológicas e as evoluções nas preferências dos consumidores exercem sobre a configuração do setor. A abordagem temporal oferece insights essenciais para compreender as complexidades e adaptações necessárias no contexto do mercado editorial brasileiro. Com a ascensão da internet e a disseminação de dispositivos eletrônicos, como e-books e novos suportes de leitura, o mercado editorial passou por uma profunda reconfiguração, impactando diretamente os métodos de distribuição de livros. Essas mudanças também levantaram preocupações significativas sobre a pirataria e suas consequências para a indústria editorial, destacando desafios inerentes à proteção dos direitos autorais e à sustentabilidade econômica do setor. Ademais, é digno de nota o destaque conferido à discussão referente à implementação do preço único dos livros e à promoção da bibliodiversidade, especialmente diante do contexto de encerramento de operações de livrarias e editoras ocorrido prévia e concomitantemente à pandemia. A consideração acerca da fixação de preços e da ampliação da variedade bibliográfica representa um esforço em direção à equidade na cadeia produtiva do mercado editorial, almejando assegurar não apenas a viabilidade econômica do setor, mas também a oferta abrangente de obras literárias para os leitores. Esta abordagem multifacetada visa, portanto, não apenas abordar desafios econômicos, mas também preservar e enriquecer a diversidade cultural intrínseca à produção literária.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mercado editorial; Disseminação da informação; Democratização da informação; Preço único; Bibliodiversidade.

## ABSTRAT

The research adopts a descriptive approach, using bibliographic and media survey techniques for an in-depth analysis of changes in the Brazilian publishing market. The analysis of the historical line of the publishing market in Brazil, from its origins to contemporary times, highlights the significant influence that technological innovations and changes in consumer preferences have on the configuration of the sector. The temporal approach offers essential insights to understand the complexities and necessary adaptations in the context of the Brazilian publishing market. With the rise of the internet and the spread of electronic devices, such as e-books and new reading supports, the publishing market has undergone a profound reconfiguration, directly impacting book distribution methods. These changes have also raised significant concerns about piracy and its consequences for the publishing industry, highlighting challenges inherent to copyright protection and the economic sustainability of the sector. Furthermore, the emphasis given to the discussion regarding the implementation of the single price for books and the promotion of bibliodiversity is noteworthy, especially given the context of the closure of bookstore and publishing operations that occurred prior to and concomitantly with the pandemic. Consideration regarding price fixing and the expansion of the bibliographic variety represents an effort towards equity in the publishing market's production chain, aiming to ensure not only the economic viability of the sector, but also the comprehensive offer of literary works to readers. This multifaceted approach therefore aims to not only address economic challenges but also preserve and enrich the cultural diversity intrinsic to literary production.

**KEYWORDS:** Publishing market; Dissemination of information; Democratization of information; Single price; Bibliodiversity.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Exemplo de impressão por Gazeta do Rio de Janeiro.....	12
<b>Figura 2</b> – Impressão Régia.....	14
<b>Figura 3</b> – Gráfico de fluxo de leitura.....	45
<b>Figura 4</b> – Consumidor abre mão do desconto pela Bibliodiversidade.....	47



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. OBJETIVO GERAL.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....</b>	<b>10</b>
<b>3. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>10</b>
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>10</b>
<b>5. CONTEXTO HISTÓRICO IMPRESSÃO NO BRASIL.....</b>	<b>12</b>
<b>6. EDITORAS TRADICIONAIS.....</b>	<b>15</b>
<b>7. EDITORAS INDEPENDENTES.....</b>	<b>17</b>
<b>8. A ERA DO EBOOK.....</b>	<b>20</b>
<b>9. PIRATARIA.....</b>	<b>22</b>
<b>10. BIBLIODIVERSIDADE.....</b>	<b>24</b>
<b>11. BIBLIODIVERSIDADE NO BRASIL.....</b>	<b>25</b>
<b>12. LEI DO PREÇO ÚNICO.....</b>	<b>27</b>
<b>13. LEI DO PREÇO ÚNICO NO BRASIL.....</b>	<b>29</b>
<b>14. LEGISLAÇÃO NO MERCADO EDITORIAL.....</b>	<b>31</b>
<b>15. LIVRO COMO MERCADORIA.....</b>	<b>42</b>
<b>16. MERCADO EDITORIAL NA PANDEMIA E ATUALIDADES.....</b>	<b>43</b>
<b>17. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>49</b>
<b>18. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>52</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado editorial desempenha um papel fundamental na disseminação do conhecimento e na promoção da cultura, oferecendo acesso a informações valiosas e novas ideias, ao mesmo tempo em que preserva o patrimônio cultural e histórico. Fomenta a liberdade de expressão e enriquece a sociedade ao possibilitar o compartilhamento de ideias e perspectivas diversas. Em essência, trata-se de uma indústria dedicada à produção, publicação e distribuição de diversos tipos de obras, como livros, revistas, jornais e conteúdo digital.

Os editores desempenham um papel essencial ao identificar tendências e demandas de mercado, buscando oferecer uma ampla variedade de conteúdos para atender a diferentes nichos. Eles são responsáveis por supervisionar todo o processo editorial, desde a seleção das obras até a edição, design, produção, distribuição e marketing.

Contudo, o mercado editorial enfrenta desafios decorrentes do avanço tecnológico e das mudanças nos hábitos de consumo. Com o crescente desenvolvimento dos conteúdos digitais e o estímulo à leitura em novos formatos, como e-books, surgiram desafios relacionados à pirataria, que afeta o acesso legítimo às obras literárias. Essa realidade obrigou o mercado editorial a se reinventar e se adaptar às demandas do público.

No momento testemunhamos o fechamento de grandes livrarias e editoras, em um cenário em que a leitura e a informação são essenciais. Isso ocorre por diversos motivos, como a má gestão das editoras e o desinteresse pela leitura.

De acordo com a reportagem do site DW (VEIGA, 2021) uma livraria encerra suas atividades a cada três dias. Os motivos são citados ao longo da notícia, citando a economia do mercado editorial, o não hábito de leitura dos brasileiros e do consumo on-line, apresentado no seguinte trecho:

“A redução no número de livrarias no Brasil é consequência da recessão econômica e da mudança nos hábitos de consumo, após a consolidação das novas tecnologias que possibilitaram a intensificação do comércio on-line”. (VEIGA, 2021)

Muitas livrarias têm se adaptado a todo processo digital do livro, conseguindo se ajustar com a criação do Kindle e livros digitais em diversos formatos. No entanto, é evidente outro ponto importante: a monopolização do mercado editorial. A ameaça representada pelas plataformas de comércio eletrônico no setor de livros tornou-se um grande problema, pois gera uma concorrência acirrada, movimentando o mercado financeiro e obriga as editoras a oferecerem descontos que desvalorizam cada vez mais o mercado editorial.

Diante desses desafios e transformações, é imperativo reconhecer a importância contínua da indústria editorial e a vitalidade de sua missão principal. Apesar de enfrentar obstáculos significativos, a indústria editorial tem demonstrado uma notável capacidade de adaptação ao longo do tempo. Por meio da inovação tecnológica e da criatividade, as editoras têm buscado novas formas de se conectar com o público, oferecendo alternativas como e-books, audiolivros e plataformas digitais de leitura.

A luta pela preservação da cultura, da diversidade de pensamento e da liberdade de expressão continua sendo a essência do mercado editorial. A busca incessante por conteúdo relevante e de qualidade é prova da resiliência dos editores em um ambiente em constante evolução.

No contexto das livrarias e editoras que fecharam suas portas, é vital que a sociedade reconheça o valor inestimável desses espaços como locais de encontro de mentes curiosas, fontes de inspiração e catalisadores do crescimento intelectual. Ao estimular o hábito da leitura e apoiar essas instituições, podemos ajudar a preservar a riqueza da experiência literária para as gerações atuais e futuras.

Enquanto a indústria editorial luta para encontrar seu lugar no cenário digital e administrar os desafios da competição e desvalorização, é imperativo que todos os envolvidos, de autores e editores a leitores e consumidores, unam forças para garantir que a disseminação do conhecimento e da cultura perdure. Só através deste compromisso coletivo podemos garantir que a voz das ideias continuará a fazer-se ouvir nas páginas dos livros, independentemente das mudanças que o futuro possa trazer.

## **2. OBJETIVOS**

Descrever as características das editoras no Brasil.

### **2.1. OBJETIVO ESPECÍFICOS**

1. Analisar bibliograficamente o mercado editorial contemporâneo;
2. Descrever a distribuição de e-books e a pirataria no mercado editorial;
3. Identificar e caracterizar as legislações pertinentes ao mercado editorial no Brasil.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Este trabalho encontra sua justificativa nas observações significativas de transformações no mercado editorial, e em como essas transformações exercem influência direta na constituição dos acervos das bibliotecas e na gestão do patrimônio bibliográfico. A compreensão profunda das dinâmicas de monopolização do mercado editorial é crucial para avaliar de que forma essas mudanças afetam a disponibilidade e a diversidade de obras literárias, científicas e culturais nas bibliotecas. Além disso, considerando que as bibliotecas desempenham um papel vital na preservação do patrimônio bibliográfico e na promoção do acesso ao conhecimento, é essencial investigar como as tendências do mercado editorial podem impactar a capacidade das bibliotecas de cumprir sua missão educativa e cultural. Portanto, essa pesquisa se justifica pela necessidade de explorar a interseção entre as mudanças no mercado editorial e sua influência sobre a composição dos acervos bibliotecários, bem como sua relevância na gestão e preservação do patrimônio bibliográfico nacional.

## **4. METODOLOGIA**

A pesquisa do mercado editorial requer uma abordagem metodológica que possibilite uma compreensão aprofundada e detalhada das dinâmicas desse setor. A

metodologia qualitativa e descritiva emerge como uma abordagem robusta para explorar os aspectos subjetivos e multifacetados do mercado editorial. A abordagem utilizada na pesquisa será a qualitativa de natureza descritiva sobre a história do mercado editorial no Brasil. De acordo com Silva e Menezes (2005) a pesquisa qualitativa se refere ao processo e o seu significado serem os focos principais da abordagem, não requer o uso de método e técnicas estatísticas, sendo a interpretação dos fenômenos serem básicas.

Os métodos qualitativos desempenham um papel vital no estudo da história do mercado editorial, pois permitem a análise e interpretação de fontes como documentos históricos e registros comerciais. Uma abordagem qualitativa permite reconstruir a narrativa histórica e compreender a complexidade do mercado editorial em diferentes períodos. A análise qualitativa dessas fontes envolve a imersão no contexto histórico e a identificação de temas, padrões e eventos significativos. A pesquisa dessas fontes fornece informações sobre as motivações, estratégias e desafios dos editores, bem como a aceitação e o impacto de obras publicadas.

A pesquisa descritiva visa descrever determinado fenômeno ou população descrevendo suas características, obtendo técnicas padronizadas de coleta de dados, questionários e observação sistemática (GIL, 1991). Uma abordagem descritiva é fundamental para estudar a história do mercado editorial, pois permite uma compreensão panorâmica e abrangente das transformações e características da indústria ao longo do tempo.

Procedeu-se a um abrangente levantamento bibliográfico que abarcou uma extensa gama de recursos, tais como obras literárias, artigos científicos, reportagens, sites eletrônicos e plataformas de redes sociais, com o intuito de investigar o panorama do mercado editorial no Brasil e, em certa medida, em âmbito internacional, com foco nas transformações ocorridas ao longo dos anos e nas problemáticas associadas, incluindo questões como a pirataria e a legislação pertinente que busca a proteção dos interesses das editoras e de seus consumidores devido à ampla concorrência.

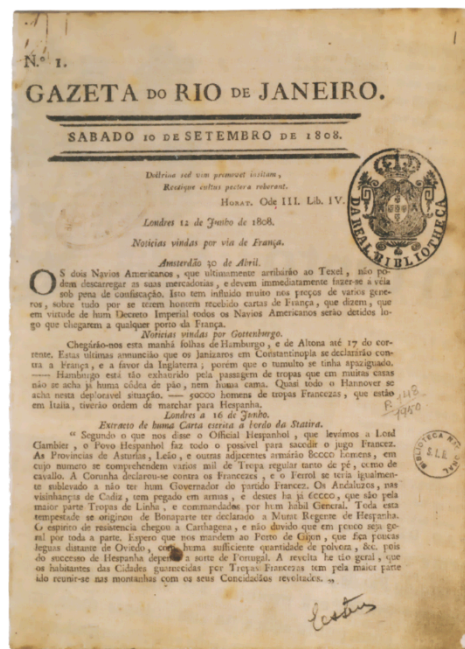
## **5. REVISÃO DE LITERATURA**

## 5.1 CONTEXTO HISTÓRICO IMPRESSÃO NO BRASIL

A imprensa surgiu no final do século XV em 1440 com Johannes Gutenberg no ocidente, pois esse tipo de impressão era bastante conhecido na China. Seu processo de produção era realizado de maneira elaborada, com letras embutidas, formando textos em uma sustentação logo após tinta era passada por cima junto com um papel adequado e no fim todos os componentes eram colocados em uma prensa e uma página impressa estava pronta. Gutenberg realizava cópias da bíblia, focando no lado financeiro e comercial, pois era algo demandado pela sociedade da época. Todo o processo foi um marco, facilitando as rotativas de jornais da época acelerando a disseminação da informação e o seu alcance.

No Brasil a impressão se iniciou tardiamente, em 1808, com a chegada de D. João VI ao Rio de Janeiro. Com a criação da imprensa régia, no aniversário do príncipe regente, foi possível obter publicações de documentos oficiais da coroa e raramente livros de moral e ensaios, também houve a publicação do primeiro jornal da colônia americana: a gazeta do Rio de Janeiro.

Figura 1 – Exemplo de impressão por Gazeta do Rio de Janeiro

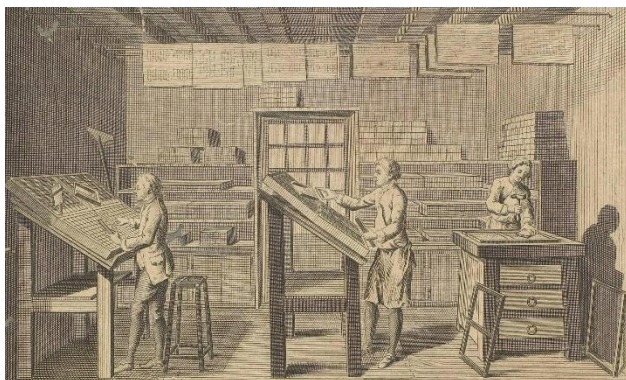


Fonte: EFEMÉRIDES DO ÉFEMELLO, 2013.

Por se tratar de uma atividade secundária no império, o foco de outras impressoras era apenas jornais e panfletos e os livros editados no Brasil eram realizados na Europa, mais precisamente Portugal ou Paris. Segundo Hallewell (1892) o melhor custo-benefício era na Europa pois além de ser barato era de melhor qualidade tanto técnica quanto esteticamente.

Segue abaixo um breve resumo das primeiras editoras no Brasil:

1. Imprensa Régia: Fundada em 1808 por Dom João VI, após a chegada da família real portuguesa ao Brasil. Foi responsável pela impressão de diversos documentos oficiais e obras literárias.
2. Typographia Nacional: Estabelecida em 1813, também por Dom João VI, foi a primeira oficina tipográfica do Brasil e teve um papel importante na produção de livros, jornais e documentos.
3. Typographia do Diário Fluminense: Fundada em 1827 no Rio de Janeiro, foi uma das primeiras editoras comerciais do país, responsável por imprimir diversos periódicos e obras literárias.
4. Typographia Imperial e Constitucional do Rio de Janeiro: Ativa na década de 1830, teve relevância na publicação de obras científicas e literárias.
5. Livraria Garnier: Fundada em 1849 por Pierre-Joseph Garnier, um imigrante francês, foi uma das primeiras livrarias a se destacar no comércio de livros e publicações.
6. Livraria Francisco Alves: Estabelecida em 1854, teve papel importante na publicação de obras literárias e didáticas, contribuindo para a divulgação da literatura nacional.
7. Editora Laemmert: Fundada por Eduardo e Henrique Laemmert em meados do século XIX, desempenhou um papel relevante na publicação de almanaques e outros materiais.

**Figura 2 – Impressão Régia**

**Fonte:** Arquivo Nacional, 2016

No final desse século começa comercialmente a impressão de livros com a monopolização de duas editoras: Eduard Laemmert e Baptiste Louis Garnier. Ambas as “casas” foram pioneiras na produção de livros informativos e escolares e a publicação de títulos importantes da literatura brasileira. Laemmert publicava sobre o império com o “Almanack administrativo, mercantil e industrial da corte e província do Rio de Janeiro” mais conhecido como “Almanack Laemmert”, seus catálogos consistiam em manuais técnicos por exemplo: Guia do jardineiro, horticultor e lavrador brasileiro, O cavalo, ou tratado completo sobre a criação, alimentação, escolha, tratamento e aplicação das raças cavалares à agricultura, à indústria e à arte. De acordo com Felipe Lindoso, Garnier foi o editor brasileiro mais importante do século XIX pois foi pioneiro em várias áreas além de introduzir o uso do “formato francês”, ou seja, as brochuras e o preço fixo de capa.

“Foi o primeiro editor a claramente a divisão de tarefas entre a edição e a impressão. Possivelmente a isso por causa dos negócios da família, mas de forma definida foi o primeiro a estabelecer uma definição. pagava regularmente os direitos autorais (embora com avareza), remunerava tradutores e formado o primeiro corpo de profissionais da edição brasileira, com funcionários fixos cuidando da revisão dos livros. Para isso mantém revisor inclusivo permanente em Paris para a preparação do Jornal das Famílias, publicação quinzenal impressa na capital francesa” (LINDOSO, 2004, p. 59)



Garnier editou os romances em forma de folhetins de José de Alencar e tinha Machado de Assis como seu fiel e mais importante autor, sendo editados os seus títulos. Destacou-se também na produção de livros escolares além de poesia, ensaios históricos e diplomáticos e literatura. Em 1860 a Garnier abriu uma filial em São Paulo que se tornou independente em 1865 tornando-se Casa Garraux considerada a melhor livraria do Brasil no final do século.

Apesar do monopólio do mercado editorial no Rio de Janeiro, foi em São Paulo que surgiu a criação de editoras que não tinham como foco as livrarias. Uma dessas editoras se mantém no mercado até hoje, sendo uma das mais fortes. Fundada por Joaquim Inácio da Fonseca Saraiva, a livraria e editora Saraiva que antigamente se chamava Livraria Acadêmica se iniciou como foco na área de direito com livros jurídicos e produção de livros didáticos, futuramente expandindo para outras áreas e se tornando uma das mais prestigiadas do mercado atual.

## **5.2 EDITORAS TRADICIONAIS**

O campo editorial consiste em várias nuances, desde a sua própria estrutura organizacional a seu papel na sociedade. De acordo com Jhon Thompson, o mercado editorial é dividido em 5 campos onde todos contribuem para o seu sucesso e solidez no mercado.

1. Económico: Recursos financeiros e estoque.
2. Humano: Corpo da empresa ou organização, equipe. A motivação é fundamental, é onde se encontra o núcleo criativo e identificar novos livros de sucesso.
3. Social: Redes de contato, agentes literários. Relação de editores com varejistas, livreiros e fornecedores.
4. Intelectual: Domínio da propriedade intelectual, direitos de conteúdo, contratos.
5. Simbólico: Status, selo de aprovação e “nome” no mercado.

Todos contribuem para o funcionamento de uma editora, passando por cada setor, porém os que realmente são a base se encontram no meio econômico e

simbólico. No econômico há a área de risco, a reserva de capital e o poder aquisitivo do livro. Sem o recurso financeiro não há uma grande reserva de capital, sem marketing ou divulgação do livro gerando lucro e retorno para a editora. Além de serem mediadores culturais e parâmetros de qualidade (THOMPSON, 2004), o campo simbólico representa toda a reputação, a marca da editora dentro do mercado de ampla concorrência organizacional. Uma editora com reputação e prestígio diz muito mais do que os lançamentos mais recentes e atualizados.

As editoras se organizam em uma cadeia editorial: autor - editor/publisher - gráfica - distribuidor - atacadistas/ varejistas. Depois que o autor ou seu agente entram em contato com o editor e fecham o contrato, o próximo passo seria a edição do livro e o envio para a gráfica para sua impressão. Logo após são mandados para os distribuidores sendo eles a própria editora ou a contratação de terceiros que enviam para livrarias e bibliotecas. A Amazon entra na parte de distribuidores, utilizando toda a fama para garantir preços menores e envio rápido aos compradores.

Suas funções consistem em (THOMPSON, 2004):

1. Aquisição de conteúdo e construção do catálogo
2. Investimento financeiro e avaliação de riscos
3. Desenvolvimento de conteúdo
4. Controle de qualidade
5. Gerenciamento de qualidade
6. Gerenciamento e coordenação
7. Vendas e marketing

As editoras têm como função construir catálogo e a responsabilidade de toda a produção de conteúdo, todo o seu desenvolvimento. Além de avaliar os riscos no mercado e investir no livro, procuram o melhor meio de vendê-lo utilizando marketing e estratégia, fora todo o gerenciamento de cada processo até que chegue nas mãos dos consumidores.

Por ser amplo e disputado, o mercado de livro se torna saturado obrigando as editoras a inovar e se reinventar para fugir da concorrência interorganizacional. Uma dessas formas são os famosos best-sellers, os melhores títulos ou vendas absurdos de outros países (o que está fazendo sucesso em outro país) para chamar atenção

de leitores mas pode ser um perigo já que os gostos de leituras mudam drasticamente ainda mais com o avanço tecnológico e com as redes sociais onde tudo é consumido e maneira rápida saturando tudo o que entra na “modinha” fazendo o público procurar mais novidades dentro de vários nichos sendo eles leitura, música, cinema e outros.

### **5.3 EDITORAS INDEPENDENTES**

As editoras independentes consistem em editoras sem vínculos com investimentos de grandes grupos econômicos, conhecido popularmente por “editoras pequenas”. Nos Estados Unidos, a definição do termo “small press” é destinada a editoras que as vendem a cada ano por menos de US\$ 50 milhões ou que publicam mais de 10 artigos por ano. No Brasil as principais associações são a Liga Brasileira de Editoras e a Coesão independente.

Criada em 1 de agosto de 2022, a Liga Brasileira de Editoras (Libre) consiste em uma rede de editoras independentes voltada à realização de eventos como a primavera literária estimulando a bibliodiversidade. A coesão independente reúne um grupo informal de editoras com o objetivo de formar um novo canal de vendas, estimulando de maneira colaborativa e solidária, com o objetivo de popularizá-las. Possuindo mais de 50 editoras de pequeno e média porte como o próprio grupo Coesão, estão elas: Lepsidra, Balão Editorial, Barbatana, Cartola, Cobogó, Draco, Empíreo, Giz, Jujuba, Penalux, Pólen e Wish.

Fundada pela produtora editorial Marina Avila no final de 2013, a editora wish tinha como objetivo lançar livros de contos de fadas em suas versões originais, porém foi apenas em 2016 que a editora embarcou pela primeira vez no financiamento coletivo. Tendo um total de 20 projetos bem sucedidos no Catarse priorizando o acabamento do exemplar e sua qualidade soma mais de 2 milhões de reais e 58 mil exemplares vendidos.

A editora barbatana foi criada no final de 2015 tendo a iniciativa de dois amigos (o editor Paulo Verano e a designer Angela Mendes). Comunicando a linha de liberdade seguem duas vertentes: pesquisa editorial e a experimentação gráfica

trazendo textos de ficção e de não ficção para adultos e crianças, focando nos jovens artistas inéditos ou pouco publicado.

A Cartola Editora foi criada em 2018, focada em autores nacionais cujo objetivo é oferecer uma oportunidade para escritores iniciantes promovendo a democratização da literatura brasileira, oferecendo preços acessíveis promovendo também a bibliodiversidade ao publicar livros que atendem nichos poucos contemplados.

A editora draco oferece uma proposta focada na literatura fantástica brasileira, reconhecer autores brasileiros que estão por toda a internet seja em forma de livros ou ilustrações.

Focada na literatura infantil, a editora jujuba formada por bibliotecários e professores visa publicar livros que nos fazem olhar as situações por outros ângulos, permitindo às crianças o direito ao questionamento para que cresçam sabendo do lugar que podem e devem ocupar.

Outra editora focada em publicar novos autores com a possibilidade de publicar sem custos de edição é a penalux. Trabalham com pequenas tiragens e em diversos gêneros como contos, micronarrativas, crônicas, romances, poesias e acadêmicos.

Com a crise do mercado editorial, uma das alternativas para contornar a situação seria o estímulo e valorização desse novo grupo editorial, baseado principalmente no apoio dos leitores brasileiros. Outro ponto importante seria a parte de marketing para que mais pessoas conheçam essas editoras e alcancem um público maior.

As editoras citadas dentro do grupo Coesão tem como objetivo promover a leitura em favor da democratização da informação e do livro que contribuem para a bibliodiversidade, estimulando também a economia que teve um declínio durante a crise da pandemia. De acordo com o livro Bibliodiversidade e o preço único e os dados de pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial de 2020, houve uma queda de 6% nas vendas em relação a 2019, redução de 20% nas tiragens e dos 46 mil títulos editados no Brasil apenas 24% eram novos apontando uma queda na bibliodiversidade brasileira.

“Há, portanto, menos vozes sendo ouvidas, menos pontos de vistas apresentados, empobrecendo nossas reflexões como nação. E a diminuição não é recente, entre 2020 e 2019, por exemplo, a queda foi de 17,4%, já entre 2019 e 2018, foi de 6,6%.” (TAVARES, 2021, p. 72)

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e os dados fornecidos pelo Ministério do Trabalho mais de 27 mil estabelecimentos foram fechados no país desde 2007, ocasionando o desaparecimento de micro e pequenas livrarias. A queda de livrarias e papelarias em dez anos foi de 28,6%.

Para superar a crise de 2020, foi criada ferramentas como a Retomada das Livrarias, projeto da Câmara Brasileira do Livro que ajudou financeiramente micro, pequenos e médios empreendimentos durante a pandemia. O auxílio foi importante para amenizar as perdas, porém a situação das livrarias no Brasil é crítica.

“Hoje, 64% dos custos fixos de um livreiro são direcionados para a compra de livros, e os empreendedores não têm controle sobre o preço de capa. Além disso, o valor pelo qual os livros são vendidos da editora para a livraria são definidos com desconto sobre o preço de capa, que variam de 27% a 40%. Essa estrutura de negócio não permite aos livreiros margem para promoções, decisivas no momento da compra e fidelização de consumidores.” (TAVARES, 2021, p. 73)

Dada toda a estrutura econômica a que estão sujeitos os livreiros, é praticamente impossível praticar preços competitivos, aumentar a concorrência gerando menos ofertas de títulos e reduzir os pontos de venda.

Segundo Tavares (2021) devido aos descontos exorbitantes e desleais no mercado editorial, entra em proposta a lei pela bibliodiversidade que prevê a limitação desses descontos nos lançamentos além de 10% de descontos nos livros em catálogo, com exceção daqueles lançados nos últimos doze meses.

#### **5.4 A ERA DO EBOOK**

A era dos ebooks começa com o projeto Gutenberg que consistia em criar uma coleção eletrônica iniciada em 1971 por Michael Stern Hart. Considerado a biblioteca digital mais antiga do mundo, seu principal objetivo era divulgar essas obras e liberar seu acesso gratuitamente, transmitindo cultura entre todos (COUTINHO; PESTANA, 2015, pág 171). Funciona com ajuda de voluntários que revisam as obras e as digitalizam e a coleção conta com mais de 38 mil livros eletrônicos.

Com a criação de scanner e software de reconhecimento, a digitalização se tornou mais prática, sendo possível a disponibilidade em HTML, PDF, ePUB e MOBI. O mercado não estava preparada para tal tecnologia tanto que o primeiro ebook a ser publicado foi apenas em 1981 pela editora Random House, um dicionário em formato digital mas o grande marco histórico foi o lançamento do livro de um dos pioneiros das tecnologias da informação, Ted Nelson, "Literary Machines" no qual aborda temas da internet. Na década de 80 o ebook não tinha um grande público e seu futuro era indefinido, o livro físico ainda era um recurso utilizado, mas em 1990 o ebook chamou a atenção com a criação de "Afternoon, a story" de Michael Joyce, cujo a história era composta por hiperligações onde o leitor clicava e mudava o rumo da narrativa (conhecida como "hyperfiction"), distribuída em disquete e "renovando" o mercado. No final de 1998 e no começo de 1999 surgiram sites de vendas de ebooks, os ereader.com e ereads.com (COUTINHO; PESTANA, 2015, pág 172), ocorreu o crescimento das vendas e alavancou ainda mais sua popularização. As vendas ocorreram, de fato, em 2000 com o lançamento de "Riding the bullet" de Stephen King, o autor considerado o mestre do horror. O livro com 62 páginas foi vendido por apenas 2,50 dólares e teve mais de 5.268.577 cópias, sendo as primeiras 400 mil cópias em menos de 24h, modificando o mercado editorial que se mantinha fixo em publicações físicas.

No Brasil, a circularização ocorreu apenas em 2012, onde o Brasil alcançou a terceira posição mundial de compradores, sendo em 2013 estima-se ter chegado a 9,5 milhões de leitores de ebooks. É notório a lentidão de todo o processo devido ao fato de as editoras não terem capital adequado e a indecisão se investia ou não no novo ramo que surgiu dentro no mercado.

A Partir dessa venda o mercado editorial visualizou uma nova forma de comercialização e investiu no melhoramento de suporte digital ampliando os tipos de formatos, os mais comuns são:

1. **Mobi:** Abreviatura de mobile, foi desenvolvido pela Amazon, tem como funcionalidade ser compatível com dispositivos móveis (como o kindle).
2. **ePUB:** Abreviatura de electronic publication, foi desenvolvido pelo IDPF (International Digital Publishing Forum), tem como funcionalidade ser compatível com vários leitores e dispositivos além de suportar um maior número de requisitos das publicações.
3. **PDF:** Sigla de Portable Document Format, foi desenvolvido pela adobe systems. Foi criado para receber um formato de ficheiro que representasse documentos independentes de utilização de software, do hardware e do sistema operativo.

As vantagens do modelo de ebook das editoras incluem menores custos de produção e distribuição devido à falta de todo um processo que possa ser feito com um documento portátil (impressão, edição, etc.) Menores custos financeiros devido à liquidação em atraso (custos com fornecedores, seguros e esgotamento de estoque), além de simplificar o planejamento, ajustar e agregar informações. Para os leitores, a comodidade (ler no escuro e em qualquer lugar utilizando algum ereader, o fato de não ocupar espaço físico e o custo-benefício refletem sobre os altos índices de compras de ebook, mostrando sua praticidade no dia a dia além do custo financeiro ser mais recomendado que uma edição do mesmo título em formato físico.

Risco oftalmológico e mudança de hábitos são algumas desvantagens para os leitores de ebooks devido ao contato regular com telas (os suportes, eReaders). O uso rotineiro faz com que a leitura flua mais rápido (por causa do crescente uso de tecnologia na sociedade) causando uma procura menor em livros físicos mas não diminuindo a sua procura. A pirataria também é resultado do uso crescente desse novo modelo, que aumenta conforme com o preço de venda, ou seja, se o livro tiver uma venda elevada, automaticamente sua demanda ilegal cresce. Uma das muitas razões para a conversão ilegal no Brasil é o fato de o preço não ser acessível a uma boa parte da população dificultando seu acesso.

## 5.5 PIRATARIA

Na ausência de leis internacionais de direitos autorais, era fácil imprimir um livro e comercializá-lo além das fronteiras. Em 1790, surgiu no principado suíço a STN (Société Typographique de Neuchâtel), uma sociedade comercial que abriu uma tipografia para reimpressão de livros, mas não tendo nenhuma experiência editorial, Frédéric-Samuel Ostervald, líder da empresa, consultou outros livreiros em toda a Europa, sendo um dos mais importantes Pierre-Frédéric Gosse, através de uma correspondência que se tornaria um curso na arte da pirataria.

A pirataria surge a partir de trocas de informação e conselhos de figuras importantes da época, mas inexperientes na área, nos “bastidores” do mercado editorial da época, livros de sucesso principalmente obras de filósofos iluministas. A tática inclui diminuir o valor das edições originais eliminando o *luxe typographique* (edições refinadas, com papel de qualidade e ornamentos elegantes) minimizando os riscos e assim convencendo os clientes a realizarem grandes pedidos antecipados com descontos especiais. Editores franceses protestavam, os chamando de “pirata” e “bandido” mesmo sendo homens respeitáveis no meio comercial.

Os “piratas” garantiram não apenas a democratização do livre acesso à cultura, mas também o livre acesso do público em geral aos livros, uma vez que eram monopolizados pela elite. Com recursos menores, como edição mais fácil e papel mais barato, não se importavam com a integridade do texto, e o objetivo principal era manter o preço baixo para torná-lo mais acessível.

“Seu principal objetivo era cortar custos e manter os preços baixos para atingir um público mais vasto. “Sempre há mais clientes parcimoniosos que perdulários”, argumentou Ostervald. Essa estratégia de mercado era fundamental para a publicação pirata. “Uma das melhores maneiras de comercializar um livro que geralmente se considera ter um bom potencial de vendas é disponibilizá-lo de um modo que atraia a maioria das pessoas”, explicou ele. “Mais se lucra pela quantidade que pelo sacrifício do preço. Os livreiros provinciais concordavam com seu plano de negócios.” (DARNTON, 2021, pg. 481)



Grande parte do controle editorial era direcionado a uma parte da população (que podia pagar), mas com a disseminação do Iluminismo e sua tentativa de propagar as luzes, o conhecimento mobilizou a infra-estrutura de impressão e distribuição de publicações, de modo que o que os livreiros, contrabandistas, carroceiros, mascates, cobradores e agentes disfarçados ajudaram os livros a fluir pelo comércio. Os piratas vendiam para a classe média francesa, composta por advogados, juizes, médicos, militares, funcionários públicos, comerciantes, proprietários de terras.

Naquele século, o negócio editorial era extremamente limitado, dificultando o acesso à informação. A disseminação de informações por meios ilegais foi promovida junto com o crescimento do acesso aos livros e foi fundamentalmente importante para a história do mercado editorial. Eram questões como pesquisa de mercado e despacho de agentes de vendas, conspirações de concorrentes e desatenção ao marketing, mas eram figuras inexperientes na área que tentavam se aprofundar cada vez mais em temas recorrentes, figuras que visavam o lucro de comercializar todo o conhecimento que estava sendo anunciado em todo o país e que acabaram contribuindo para algo maior.

“Longe de partirem de ideais elevados sobre o acesso livre e igualitário à palavra impressa, tentavam obter lucro. Os editores piratas, ao contrário dos membros privilegiados da Guilda parisiense, queriam satisfazer a demanda de um amplo setor do público para o qual os livros não eram artigos de consumo comuns. Se a democratização pode ser identificada com a abertura do acesso a bens culturais até então indisponíveis, os piratas desempenharam um papel importante na era da revolução democrática.” (DARNTON, 2021, pg. 482)

A despeito do seu papel positivo na democratização do acesso a bens culturais previamente inacessíveis, essa medida não está isenta de críticas, haja vista que a abertura propiciada favoreceu majoritariamente a classe média da época, deixando à margem uma expressiva parcela da população. Tal observação ressalta a existência de disparidades socioeconômicas decorrentes da implementação dessa política, que, embora tenha ampliado a oferta cultural para determinados estratos

sociais, não conseguiu abranger efetivamente as camadas mais vulneráveis. Essa dicotomia entre a expansão da acessibilidade cultural e a persistência das desigualdades sociais representa um aspecto crítico, suscitando reflexões sobre a necessidade de políticas mais inclusivas e equitativas no âmbito cultural.

## 5.6 BIBLIODIVERSIDADE

Segundo Sereza (2021) bibliodiversidade é um termo que está sendo pensado e trabalhado por editores e principalmente os editores independentes há pouco mais de duas décadas. Além de propor uma ideia de diversidade, mantém sua independência na diversidade cultural, linguística, racial, política e de gênero dentro do mercado editorial, ou seja, a bibliodiversidade pode ser entendida como diversidade editorial.

Seu conceito é entendido de forma simplificada e não na forma complexa que engloba projetos editoriais e presença no mercado editorial. De acordo com a Aliança Internacional dos Editores Independentes na Cidade do Cabo, em 2014, com mais de sessenta editores de vinte e oito países, a definição de bibliodiversidade consiste em:

“Bibliodiversidade é a diversidade cultural aplicada ao mundo do livro. Ecoando com a biodiversidade, ela refere-se à necessária diversidade da produção editorial disponibilizada aos leitores. Se os grandes grupos participam, pela importância quantitativa da sua produção, de uma certa diversidade editorial, isto não garante a bibliodiversidade, que não é medida somente no número de títulos disponíveis. Os editores independentes, embora estejam preocupados com o equilíbrio econômico da sua editora, estão principalmente preocupados com o conteúdo que publicam. Suas obras podem trazer uma outra visão e uma outra voz para além do discurso mais padronizado dos grandes grupos editoriais.” (Aliança Internacional dos Editores Independentes, 2014)

A Aliança Internacional dos Editores Independentes é uma associação sem fins lucrativos que surgiu em 2002 com o objetivo de promover acordos comerciais solidários entre os seus membros, nomeadamente através do apoio e desenvolvimento de processos editoriais conjuntos. Possui uma rede de editores independentes que visam uma ampla circulação de ideias e projetos editoriais.

“Bibliodiversidade é um complexo e auto sustentável sistema de contar histórias, escrever, publicar e de outras formas de produção da oratura e da literatura. Os escritores e produtores do livro são comparáveis aos habitantes de um ecossistema. Bibliodiversidade é um fator que contribui para uma vida cultural próspera e para um ecossistema social saudável.” (HAWTORNE, 2014, p, 14)

Por mais que os editores se preocupem com o fator econômico, há uma necessidade e interesse adicionais na quantidade e tipos de conteúdo disponíveis e sua variação. O conceito bibliodiversidade nasceu de experiências de editores militantes que pensam no sentido econômico, político e cultural (SEREZA, 2021) como a feminista editora e poeta australiana Susan Hawtorne que definiu bibliodiversidade com um conceito que interliga o ecossistema que é variável sem monoculturas, ou seja, poucos projetos editoriais dominantes com textos e ideias de outros autores e campos.

## **5.7 BIBLIODIVERSIDADE NO BRASIL**

Com a exclusão dos editores independentes devido aos espaços privilegiados a grandes redes causando uma concentração no mercado de livrarias, a venda de “vitrines” e práticas comerciais destrutivas (LIBRE, 2024) surgiram editoras independentes discutindo o tema a respeito da bibliodiversidade. Uma delas foi a Libre (Liga Brasileira de Editoras), criada como resposta a esses fatores que apontam para uma crise que ficaria clara em 2020.

Para atingir a bibliodiversidade, a Libre compromete-se em (LIBRE, 2024):

1. Promover a união e a representação dos editores independentes do Brasil;

2. Defender os interesses dos editores independentes;
3. Promover atividades conjuntas com associações congêneres;
4. Incentivar as relações amistosas entre as organizações ligadas ao livro de todo o mundo;
5. Lutar pela democratização do mercado do livro, pela melhoria das condições de leitura do País e pelo livre acesso à leitura, cultura e educação;
6. Defender os interesses coletivos do livro no Brasil;
7. Organizar-se como centro de referência especializado em áreas relacionadas com o livro e sistematizar, disponibilizar e divulgar ao público;
8. Obtenha e gerencie recursos para estabelecer um fundo de doação para promover a causa do livro;
9. Desenvolver ações que apoiem a divulgação e comercialização da produção das editoras associadas no Brasil e no exterior;
10. Apoiar eventos que incentivam o intercâmbio e a colaboração entre editores afiliados.

Por meio destes objetivos a Libre vem consolidando seu papel em debates públicos a respeito da política do livro e em eventos nacionais e internacionais. Contribuindo para o debate sobre bibliodiversidade e levantando questões a respeito do preço único, além de ser uma das principais na luta sobre políticas públicas em favor do livro como em:

“Preservar a bibliodiversidade no mercado editorial brasileiro por meio do fortalecimento do negócio da edição independente e constitui-se como uma rede de editores colaborativos em busca de reflexão e ação para a ampliação do público leitor, do fortalecimento das empresas editoriais independentes, e da criação de políticas públicas em favor do livro e da leitura”. (LIBRE, 2016)

A bibliodiversidade não somente representa um princípio essencial na cultura de difusão literária, mas também emerge como uma solução estratégica diante das

vicissitudes enfrentadas pelo mercado editorial. Ao transcender a mera concepção como um ideal, a bibliodiversidade se revela como um paradigma prático capaz de mitigar os desafios inerentes às oscilações econômicas e transformações no comportamento do consumidor, oferecendo respostas significativas para a sustentabilidade e resiliência do setor. Essa perspectiva ampliada ressalta a relevância não apenas da diversidade cultural e de títulos, mas também da sua capacidade de fomentar a inovação e a adaptação em um cenário editorial dinâmico e complexo.

## 5.8 LEI DO PREÇO ÚNICO

Após um período de grande competição editorial, por volta de 1890, surgiu o Net Book Agreement (NBA), onde seria algo informal entre editores e livreiros proposto por Macmillan. Incluía um acordo de preço único ou "líquido" para cada livro lançado em que os livreiros concordavam em receber descontos que lhes permitiam obter uma margem de lucro razoável. Entrou em vigor em 1º de janeiro de 1900 e continuou ao longo do século 20, mesmo causando confronto entre alguns varejistas que não aprovaram criaram um ambiente estável economicamente para editores e livreiros.

A lei Lang, conhecida como "Lei do preço fixo na França" foi aprovada em 1981 em homenagem ao ministro da cultura que regulamentou os preços e descontos no país devido à ampla concorrência no mercado editorial. A lei não teve só impacto político e econômico como também no ramo editorial, sendo tema de várias palestras e seminários que discorrem sobre o tema e a bibliodiversidade, influenciando vários outros países, como mostra a reportagem da UOL:

"A vitória francesa despertou o debate sobre o preço único do livro em todo o mundo. Portugal (1996), Grécia (1997), Áustria (2000), Argentina (2001), Coreia do Sul (2002), Países Baixos (2005), Itália (2005), México (2008), Japão (2008) e Bélgica (2019) adotaram a política de regulação. A importância de se regular preços nesse tipo de mercado é essencial, segundo Kalil: "as livrarias

independentes não têm condições de fazer frente às práticas comerciais agressivas dessas grandes redes. Passou-se a querer criar uma lei de regulamentação do preço do livro a partir de meados dos anos 1970, quando surgiu a Fnac", lembra. " (UOL, 2021)

Na União Europeia cada Estado tem a liberdade de organizar uma política pública para esse setor, como uma lei de âmbito econômico possibilitando a fixação de um preço único. Na Alemanha dispõe desde 2002 uma lei que atinge esses requisitos sendo a duração do preço fixo de 18 meses após o lançamento, não existindo um desconto exceto para livros escolares, e empréstimos de exemplares para as bibliotecas públicas (10% no máximo e 5% se for universitárias) e para livros digitais está em defesa desde 2016. Na Áustria foi criada em 2000, tendo duração de 5% a 10% incluindo livro digital. Na Bélgica as disposições são recentes, entrando em vigor em abril de 2019, duração de 24 meses após a publicação com desconto possível de 5%. Na Espanha há um decreto instaurando um preço único criado em 1974 com 5% de desconto com duração de dois anos após a publicação e 15% para as bibliotecas e os livros digitais os preços fixados pelo editor. Na Grécia foi instaurado em 1977 mas foi suspenso e retornado em 2018, com duração de 18 meses após a publicação e descontos de 10%. Na Itália a lei foi votada em 2001, mas revisada várias vezes, tendo descontos de 5%. Nos Países Baixos a lei está inserida desde 1903 codificada pela lei de janeiro de 2005, duração de 12 meses após a publicação com descontos em até 10%. Em Portugal a lei entrou em vigor em 1996 com duração de 18 meses após a publicação com descontos de 10%.

Em países como Dinamarca, Finlândia, Hungria, Irlanda e Suécia os acordos foram abandonados ou ainda a tentativa de obter uma lei de preço único. No caso de Luxemburgo não possui uma lei, mas o preço do livro aconselhado pelo editor é aplicado em pontos de vendas. Eslovênia é o único país da ex-Europa central e oriental a dispor de um regime de preço fixo em forma de acordo interprofissional.

O Reino Unido possui o Net Book Agreement, um acordo interprofissional entre editores e livreiros que estabelecia um preço único mas apenas sob pressão, em 1995, o acordo foi denunciado. Na Turquia há um sistema de preço único porém não possui regulamentação e não preocupa o governo.

No continente Africano, há na África do Sul um preço recomendado pelo editor geralmente respeitado; Na Argélia e na Costa do Marfim há uma lei porém não foi regulamentada.

Na Coreia do Sul a lei entrou em vigor em 2002, as livrarias não podem dar descontos durante 18 meses após a publicação, apenas as on-line, com desconto entre 5% e 10%. No Japão existe um sistema de manutenção do preço de venda (*Resale Price Maintenance System*) que seria um acordo voluntário entre editores e livreiros.

Na Argentina existe uma lei desde 2002 com descontos de 10% e outros descontos concedidos pelo Estado às bibliotecas e a diversas estruturas públicas. No México uma lei foi criada em 2006 porém finalizada em 2008 e revisada em 2015, com duração do preço fixo até 18 meses após a primeira edição.

Devido aos resultados das políticas públicas implementadas pelos Estados do Reino Unido e da Alemanha, os predecessores e referências do preço uniforme do livro foram. Considerando que responderam ao desenvolvimento de grandes entidades comerciais com legislação econômica, a crescente concorrência de preços provocou um maior desenvolvimento da política (BOIN, 2021).

Devido à falta de demanda por regulamentação econômica no setor de livros, os países do sul da Europa demoraram a criar leis para essas regulamentações. Essa diferença entre o norte e o sul da Europa se deve ao fato de os países do norte terem uma visão mais econômica, enquanto os países do sul priorizam o papel cultural do mercado livreiro.

## **5.9 LEI DO PREÇO ÚNICO NO BRASIL**

Com a entrada da Fnac no Brasil em 2000 deu início a uma crise no mercado editorial brasileiro pois a loja adotava uma política de preços que era proibida na França e em outros países da Europa por conta da Lei Lang e outras leis congêneres. Aplicando 20% de desconto enquanto na França, Portugal e Espanha limitava a 5% (SEREZA, 2021), se tornando uma grande empresa do ramo editorial.

Em 2003 foi criada a lei nº 10.753 (a lei do livro) instituída pela Política Nacional do Livro que incentiva e assegura a produção intelectual e a disseminação da informação, além do hábito da leitura e condições necessárias para autores e editores, entre outros benefícios. Como extensão da lei do livro, um projeto de Lei foi organizado, a lei Política Nacional do Livro e Regulação de preços (PL 49/2015), conhecida como Lei Cortez que foi nomeada pelo senador Jean Paul Prates, propõem a lei do preço único inspirada na lei de Lang que visa a circulação do saber, alegando concorrência desleal no mercado editorial e levando em consideração do livro ser um bem cultural.

Segundo Haroldo Ceravolo Sereza, as políticas públicas para livros no Brasil se pautam em duas vertentes. A primeira consiste em isenção de imposto quando se determina a isenção do papel e até o momento que acontece a desoneração final do produto com a Lei 10.865/2004 porém as editoras pagam imposto através do imposto de renda, imposto de contribuição trabalhistas, imposto de serviços. A segunda seria a de compras públicas que se defendiam a adoção de tarifas especiais para o livro, isenção de IPTU para livrarias e outros.

Editores e autores independentes são os mais prejudicados por falta de regulamentação do mercado e por mais que tenha um interesse do Sindicato Nacional de Editores de Livros (Snel) e CBL, a introdução da política do preço comum deveria ser implementada na sociedade pois é fundamental para o mercado de livros bibliodiverso.

“Essa boa vontade, no entanto, é tão mais bem-vinda quanto mais cuidadosa for em não apagar o protagonismo das pequenas e médias livrarias e editoras, atores do mercado com forte penetração na sociedade e, para usar um conceito caro a nosso tempo, com muito lugar de fala para tratar das vicissitudes do mundo do livro no Brasil.”  
(SEREZA, 2021, p. 82)

Os leitores também são uma parte importante desse problema. A lei vai beneficiar não só a presença de livrarias perto de casa, mas também o direito de acesso à leitura e a um preço mais acessível entre outros direitos.

## **6. LEGISLAÇÃO NO MERCADO EDITORIAL**



O mercado editorial desempenha um papel fundamental na disseminação do conhecimento, no enriquecimento cultural e no desenvolvimento intelectual de uma sociedade. No Brasil, diversas leis e projetos de leis foram estabelecidos com o objetivo de promover e regulamentar essa importante indústria. Vamos conhecer algumas dessas legislações e propostas, que abordam desde a produção e acessibilidade de livros até a gestão contábil e incentivos fiscais.

**Lei nº 10.753/03:** Conhecida como Lei do Livro, é uma legislação brasileira que estabelece a Política Nacional do Livro. Essa lei tem como objetivo promover o desenvolvimento do livro, da leitura e da biblioteca no Brasil, com o intuito de fomentar o acesso à informação, à cultura e ao conhecimento. A seguir, estão os principais aspectos abordados pela Lei do Livro:

1. Livro como bem cultural: A lei reconhece o livro como um bem cultural é um instrumento indispensável para o desenvolvimento do país, valorizando a sua importância para a educação, a cultura e o acesso ao conhecimento.
2. Regulamentação do mercado editorial: A Lei do Livro estabelece diretrizes para o mercado editorial, incluindo a definição de regras para a produção, edição, distribuição e comercialização de livros. Ela prevê a obrigatoriedade de registro do livro no órgão competente e a obrigatoriedade de depósito de exemplares em bibliotecas nacionais.
3. Fomento à leitura: A legislação incentiva a formação de leitores e o estímulo à leitura em todos os segmentos da sociedade, com ênfase em programas de leitura nas escolas e em espaços públicos. A lei também prevê a criação de políticas específicas para atender a pessoas com deficiência visual.
4. Política de bibliotecas: A Lei do Livro estabelece diretrizes para a criação e o desenvolvimento de bibliotecas, tanto nas instituições de ensino como nas comunidades. Ela destaca a importância das bibliotecas como espaços de acesso à informação e de incentivo à leitura.
5. Acesso aos livros: A legislação busca assegurar o acesso aos livros, principalmente para as camadas mais vulneráveis da população. Isso inclui a promoção de preços acessíveis, a distribuição gratuita de livros em

programas específicos e o estímulo à produção de livros em formatos acessíveis, como braille e áudio.

6. Proteção ao direito autoral: A Lei do Livro estabelece medidas para proteger os direitos autorais e combater a pirataria, visando garantir a remuneração justa aos autores e a sustentabilidade econômica do setor editorial.

**Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE):** Iniciativa do governo federal do Brasil que tem como objetivo fortalecer o acervo das bibliotecas escolares públicas, fornecendo livros e materiais didáticos para os estudantes. O programa visa promover o acesso à leitura e contribuir para a formação de leitores.

O PNBE foi criado em 1997 e é coordenado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), autarquia vinculada ao Ministério da Educação (MEC). O programa é voltado principalmente para as escolas públicas de educação infantil, ensino fundamental e ensino médio.

O funcionamento do PNBE ocorre por meio de um ciclo de seleção e distribuição de obras. As etapas do programa geralmente incluem:

1. Seleção: O MEC, juntamente com especialistas em literatura e educação, realiza a seleção de obras literárias e materiais didáticos adequados para diferentes faixas etárias e níveis de ensino. Essa seleção leva em consideração critérios como qualidade literária, relevância pedagógica, diversidade de gêneros e temas, entre outros.
2. Catalogação e produção: Após a seleção, as obras escolhidas são catalogadas e passam por um processo de produção específico para atender às necessidades das escolas. Isso pode incluir a produção de livros em formatos acessíveis, como braille e áudio, para alunos com deficiência visual.
3. Distribuição: As obras selecionadas e produzidas são distribuídas gratuitamente para as escolas públicas participantes do programa. O número de livros e materiais enviados é determinado de acordo com o número de alunos matriculados em cada instituição de ensino.

É importante ressaltar que o PNBE tem como objetivo fornecer materiais para enriquecer os acervos das bibliotecas escolares, não sendo destinado a cada aluno

receber um livro individualmente. Os livros distribuídos são de propriedade da escola e ficam disponíveis para empréstimo aos estudantes.

O PNBE desempenha um papel importante no incentivo à leitura, na ampliação do acesso aos livros e na promoção da educação de qualidade. Ao disponibilizar um acervo diversificado e atualizado nas bibliotecas escolares, o programa contribui para o desenvolvimento de habilidades de leitura, formação de opinião, ampliação de conhecimentos e desenvolvimento do pensamento crítico dos estudantes.

**Projeto de Lei do Livro:** Conhecido como PL nº 6.764/2002 ou "Lei Castilho", é uma proposta legislativa que tem como objetivo promover o desenvolvimento da indústria do livro e a promoção da leitura no Brasil. O projeto visa estimular a produção e a circulação de livros, além de fomentar a formação de leitores. Algumas das principais disposições contempladas no projeto de lei são:

1. Criação do Fundo do Livro: O projeto prevê a criação de um fundo destinado ao financiamento de programas e projetos voltados para o livro, leitura e literatura. Esse fundo seria composto por recursos provenientes de fontes diversas, como dotações orçamentárias, doações, parcerias e contribuições.
2. Estímulo à produção editorial: O projeto busca incentivar a produção de livros por meio de medidas como a concessão de incentivos fiscais para as editoras, a promoção de linhas de crédito específicas para o setor e a facilitação de parcerias entre editoras e entidades educacionais.
3. Programas de acesso ao livro: O PL prevê a implementação de programas de acesso ao livro, visando ampliar a oferta de livros para a população. Isso pode incluir a distribuição gratuita de livros em bibliotecas, escolas e comunidades, bem como a criação de bibliotecas itinerantes e espaços de leitura em áreas de difícil acesso.
4. Valorização do autor: O projeto visa valorizar o trabalho do autor, assegurando o respeito aos seus direitos autorais e promovendo a remuneração justa pela utilização de suas obras.
5. Incentivo à leitura e formação de leitores: O PL busca incentivar a leitura desde a infância, promovendo a inclusão de livros no ambiente escolar, a

capacitação de professores para práticas de mediação de leitura e a promoção de atividades culturais e educativas relacionadas ao livro.

**Projeto de Lei da Política Nacional de Livros:** Conhecido como PL nº 2.424/2020, é uma proposta legislativa que busca estabelecer diretrizes e mecanismos para o desenvolvimento do setor do livro no Brasil. O objetivo é promover a leitura, a formação de leitores e a valorização da cadeia produtiva do livro no país. Aqui estão os principais pontos contemplados no projeto de lei:

1. Fomento à leitura: O PL propõe a criação de programas e ações para fomentar a leitura e o acesso aos livros em diferentes segmentos da sociedade, incluindo ações voltadas para crianças, jovens, adultos, idosos e pessoas com deficiência. Esses programas podem incluir distribuição gratuita de livros, incentivo à criação de bibliotecas comunitárias e a realização de eventos literários.
2. Formação de mediadores de leitura: O projeto visa promover a formação de mediadores de leitura, como professores, bibliotecários e agentes culturais, para ampliar o alcance dos livros e estimular o hábito de leitura. Isso pode ser feito por meio de capacitações, cursos e oficinas.
3. Estímulo à produção e circulação de livros: O PL busca incentivar a produção editorial brasileira, especialmente de obras nacionais e de autores independentes, além de ampliar a circulação de livros em território nacional. Isso pode ser feito por meio de linhas de financiamento, apoio à tradução de obras estrangeiras, estímulo à participação em feiras e eventos literários, entre outras medidas.
4. Promoção da diversidade e pluralidade: O projeto de lei destaca a importância de promover a diversidade e a pluralidade no setor editorial, tanto em termos de temas abordados quanto de autores representados. Busca-se incentivar a publicação de obras de diferentes gêneros, culturas e grupos sociais, para ampliar a representatividade na literatura brasileira.
5. Proteção ao direito autoral: O PL prevê medidas de proteção ao direito autoral, assegurando a remuneração justa para os autores e a fiscalização do

cumprimento das obrigações contratuais por parte das editoras e demais agentes do setor.

**Projeto de Lei do Livro Acessível:** PL nº 7.615/2017, é uma proposta legislativa que busca garantir o acesso à leitura para pessoas com deficiência visual. O objetivo principal é promover a inclusão e a igualdade de acesso aos livros por meio da disponibilização de formatos acessíveis, como o braille, os audiolivros e os livros digitais acessíveis. Aqui estão os principais aspectos contemplados no projeto de lei:

1. Obrigatoriedade de produção de livros acessíveis: O projeto de lei propõe que as editoras sejam obrigadas a produzir e disponibilizar versões acessíveis de suas obras, como livros em braille, audiolivros e livros digitais acessíveis. Isso permitiria que as pessoas com deficiência visual possam ter acesso à leitura de forma autônoma.
2. Isenção de direitos autorais: O PL prevê a isenção do pagamento de direitos autorais para a produção de livros acessíveis, a fim de facilitar a disponibilização dessas obras e torná-las mais acessíveis financeiramente.
3. Criação de um cadastro nacional de obras acessíveis: A proposta inclui a criação de um cadastro nacional de obras acessíveis, no qual seriam registradas as obras que estão disponíveis em formatos acessíveis, facilitando o acesso e a localização desses materiais pelas pessoas com deficiência visual.
4. Parcerias entre editoras e instituições especializadas: O projeto de lei incentiva a celebração de parcerias entre as editoras e entidades especializadas na produção de materiais acessíveis, como as fundações de apoio a pessoas com deficiência visual. Essas parcerias visam aprimorar a qualidade e a eficiência da produção de livros acessíveis.
5. Incentivo à formação de leitores com deficiência visual: O PL propõe a criação de programas e ações para incentivar a formação de leitores com deficiência visual, incluindo a capacitação de mediadores de leitura e o estímulo à leitura desde a infância.

**Lei nº 8.685/1993:** Conhecida como Lei de Incentivo à Cultura ou Lei do Audiovisual, é uma legislação brasileira que estabelece mecanismos de incentivo fiscal para fomentar o desenvolvimento cultural e artístico no país. O objetivo principal dessa lei é estimular a produção, a difusão e o acesso a bens culturais, além de promover a diversidade cultural e o fortalecimento do setor cultural brasileiro. Aqui estão os principais aspectos contemplados pela Lei de Incentivo à Cultura:

1. **Incentivos fiscais:** A legislação prevê a possibilidade de empresas e pessoas físicas deduzirem do imposto devido uma porcentagem do valor investido em projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura. Esses investimentos podem ser feitos por meio de patrocínio direto ou de doações para fundos de apoio à cultura.
2. **Projetos culturais:** A lei abrange uma ampla gama de atividades culturais, como produção de filmes, shows musicais, peças de teatro, exposições de arte, publicações literárias, festivais, projetos de preservação do patrimônio histórico, entre outros. Para ter acesso aos benefícios fiscais, os projetos devem ser aprovados pelo Ministério da Cultura, seguindo critérios estabelecidos na legislação.
3. **Comissões e conselhos:** A Lei de Incentivo à Cultura estabelece a criação de comissões e conselhos para analisar e selecionar os projetos culturais que poderão receber incentivos fiscais. Esses órgãos têm a função de avaliar a relevância, a viabilidade e a adequação dos projetos aos critérios estabelecidos pela lei.
4. **Regionalização e democratização:** A legislação busca promover a descentralização dos recursos e a democratização do acesso aos benefícios da lei, priorizando projetos que contribuam para o desenvolvimento cultural em diferentes regiões do país e que ampliem o acesso da população a atividades culturais.
5. **Prestação de contas e acompanhamento:** Os projetos beneficiados pela Lei de Incentivo à Cultura devem prestar contas dos recursos recebidos e apresentar relatórios sobre a execução das atividades. O Ministério da Cultura realiza o acompanhamento e a fiscalização dos projetos para garantir a correta aplicação dos recursos.

**Programa Nacional do Livro e do Material Didático (PNLD):** Iniciativa do governo brasileiro, coordenada pelo Ministério da Educação (MEC), que tem como objetivo principal prover livros didáticos e materiais pedagógicos de qualidade para as escolas públicas do país. O PNLD é fundamental para garantir o acesso de alunos e professores a recursos educacionais adequados, contribuindo para a melhoria da qualidade da educação no Brasil. Aqui estão os principais aspectos do Programa Nacional do Livro e do Material Didático (PNLD):

1. Seleção de obras: O PNLD realiza periodicamente um processo de seleção de obras didáticas, literárias e pedagógicas para serem adotadas nas escolas públicas. Essas obras são avaliadas e selecionadas por uma equipe técnica especializada, considerando critérios de qualidade, adequação ao currículo nacional e alinhamento com as diretrizes educacionais.
2. Distribuição gratuita: Uma vez selecionadas, as obras são adquiridas pelo MEC e distribuídas gratuitamente para as escolas públicas de todo o país. A distribuição é feita de acordo com o número de alunos matriculados em cada etapa de ensino, garantindo o acesso universal aos materiais didáticos.
3. Atendimento a diferentes níveis de ensino: O PNLD contempla diferentes níveis de ensino, desde a educação infantil até o ensino médio, adaptando-se às necessidades e especificidades de cada etapa educacional. São disponibilizados livros e materiais didáticos adequados a cada faixa etária e área do conhecimento.
4. Atualização periódica: O PNLD realiza ciclos de atualização dos materiais didáticos, a fim de acompanhar as mudanças curriculares, as demandas pedagógicas e as atualizações científicas. Isso garante que os livros e materiais utilizados nas escolas estejam alinhados com as políticas educacionais em vigor.
5. Avaliação pedagógica: Além da avaliação técnica realizada durante o processo de seleção das obras, o PNLD também prevê uma avaliação pedagógica posterior, que envolve a análise do uso dos materiais nas escolas e a coleta de feedback dos professores e alunos. Essa avaliação é importante

para aprimorar a qualidade dos materiais e adequá-los às necessidades dos usuários.

6. Formação de professores: O PNLD também promove ações de formação de professores para o uso adequado dos materiais didáticos, incentivando práticas pedagógicas inovadoras e eficazes. A formação busca potencializar o uso dos livros e materiais como recursos de apoio ao processo de ensino-aprendizagem.

O Programa Nacional do Livro e do Material Didático (PNLD) desempenha um papel fundamental na promoção da educação de qualidade no Brasil. Ao fornecer materiais didáticos gratuitos e de qualidade, o programa contribui para a equidade educacional, fortalece a formação de professores e melhora o processo de ensino-aprendizagem nas escolas públicas do país. O PNLD é uma importante política educacional que busca garantir o acesso de todos os estudantes a recursos educacionais essenciais.

**Projeto de Lei do Livro Paralelo:** PL nº 8.720/2017, é uma proposta legislativa que visa regulamentar a comercialização de livros paralelos no Brasil. Esses livros paralelos são edições não autorizadas ou piratas de obras literárias, que são produzidas e vendidas sem a devida autorização dos detentores dos direitos autorais. Aqui estão os principais pontos contemplados no projeto de lei:

1. Definição de livro paralelo: O PL define o livro paralelo como uma edição não autorizada de uma obra literária, que é produzida sem a devida autorização dos titulares dos direitos autorais. Essas edições são normalmente comercializadas a preços mais baixos do que as edições autorizadas.
2. Proibição da comercialização de livros paralelos: O projeto de lei proíbe expressamente a comercialização e a reprodução de livros paralelos no território brasileiro. Essa proibição tem como objetivo proteger os direitos autorais dos escritores e editoras, incentivando a comercialização de obras originais e legalmente autorizadas.
3. Combate à pirataria: O PL tem o objetivo de combater a pirataria no setor editorial, que é prejudicial tanto para os autores e editoras, que têm seus



direitos violados, quanto para o mercado como um todo. A comercialização de livros paralelos afeta negativamente a indústria editorial, reduzindo a receita e desencorajando investimentos na produção de novas obras.

4. **Penas e sanções:** O projeto de lei prevê penalidades para quem produzir, comercializar ou reproduzir livros paralelos, incluindo multas e possíveis sanções penais. Essas penalidades têm o intuito de desencorajar a prática da pirataria e proteger os direitos autorais.
5. **Fiscalização e controle:** O PL estabelece a necessidade de uma fiscalização mais rigorosa para coibir a comercialização de livros paralelos. Isso pode envolver a atuação de órgãos responsáveis, como a Receita Federal, a Polícia Federal e as autoridades competentes, para garantir o cumprimento da legislação e a proteção dos direitos autorais.

**Projeto de Lei sobre Venda Direta de Livro:** PL nº 1.959/2021, é uma proposta legislativa que busca autorizar a venda direta de livros por parte das editoras, sem a obrigatoriedade de intermediários, como distribuidoras e livrarias. O objetivo do projeto é facilitar o acesso dos consumidores aos livros, reduzir os custos e aumentar a competitividade do mercado editorial. Aqui estão os principais pontos contemplados no projeto de lei:

1. **Autorização da venda direta:** O PL autoriza as editoras a venderem seus livros diretamente aos consumidores, sem a necessidade de intermediários. Isso permite que as editoras tenham mais autonomia na comercialização de suas obras e possam estabelecer preços competitivos.
2. **Redução de custos:** A venda direta de livros pode resultar em uma redução de custos, uma vez que as editoras não precisam pagar comissões ou margens de lucro para intermediários. Isso pode refletir em preços mais acessíveis para os consumidores e em uma maior diversidade de títulos disponíveis.
3. **Estímulo à concorrência:** Ao permitir a venda direta, o projeto de lei busca estimular a concorrência no mercado editorial. Com mais editoras atuando diretamente na comercialização de seus livros, aumenta-se a diversidade de opções para os consumidores e cria-se um ambiente mais competitivo.

4. Implicações para os intermediários: O projeto de lei pode ter implicações para os intermediários tradicionais do mercado editorial, como distribuidoras e livrarias, que podem perder parte de sua participação no processo de venda de livros. Por outro lado, as livrarias independentes e os pequenos livreiros podem se beneficiar ao estabelecer parcerias diretas com as editoras.
5. Preservação da cadeia produtiva: O PL busca preservar a cadeia produtiva do livro, garantindo que as editoras continuem investindo na produção de obras de qualidade. Ainda assim, é necessário considerar possíveis impactos na distribuição e na promoção dos livros, já que parte dessas atividades é tradicionalmente realizada pelos intermediários.
6. Regulamentação: O projeto de lei prevê que a venda direta de livros seja regulamentada pelo Poder Executivo, o que permite a definição de diretrizes e normas para a prática. Essa regulamentação pode abordar questões como a logística de distribuição, os mecanismos de controle de qualidade e a promoção do acesso igualitário às obras.

A seguir estão alguns projetos e leis que ajudam especificamente as editoras no território brasileiro.

**Lei do Depósito Legal:** Conhecida como Lei nº 10.994/2004, estabelece a obrigatoriedade do depósito legal de publicações no Brasil. Essa lei tem como objetivo preservar e registrar o patrimônio bibliográfico e cultural do país, garantindo o acesso à produção intelectual e facilitando a pesquisa, o estudo e a preservação da memória nacional. Aqui estão os principais pontos contemplados na Lei do Depósito Legal:

1. Definição do depósito legal: A lei define o depósito legal como a obrigatoriedade de que sejam encaminhados exemplares das publicações produzidas no país para instituições específicas, como bibliotecas nacionais, bibliotecas estaduais e outras instituições designadas pelo governo. Essas instituições são responsáveis por preservar, catalogar e disponibilizar o acervo bibliográfico.
2. Obrigatoriedade do depósito: A lei estabelece que todo material impresso, como livros, periódicos, jornais, revistas, mapas, partituras e outros, deve ser

submetido ao depósito legal. Isso inclui tanto as publicações em formato físico quanto as publicações digitais, como e-books e publicações online.

3. Quantidade de exemplares: A quantidade de exemplares a serem depositados varia de acordo com a natureza e o tipo de publicação. Para livros, por exemplo, geralmente são exigidos cinco exemplares, sendo que um deles deve ser encaminhado à Biblioteca Nacional.
4. Destino dos exemplares: Os exemplares depositados são destinados às instituições designadas pelo governo para preservação e acesso público. Essas instituições têm a responsabilidade de catalogar, conservar e disponibilizar o acervo para consulta, pesquisa e estudo.
5. Responsabilidade dos editores: A Lei do Depósito Legal atribui aos editores a responsabilidade pelo cumprimento da obrigatoriedade do depósito legal. Os editores são responsáveis por encaminhar os exemplares das publicações às instituições designadas, dentro dos prazos estabelecidos pela legislação.
6. Preservação e acesso ao acervo: As instituições responsáveis pelo acervo depositado têm o dever de preservar e conservar as publicações, garantindo sua acessibilidade e disponibilidade para consulta pública. Isso inclui a catalogação adequada, a digitalização de materiais quando necessário e a criação de condições adequadas de armazenamento.
7. A Lei do Depósito Legal tem um papel importante na preservação da memória cultural e bibliográfica do Brasil, assegurando o acesso a obras publicadas e facilitando a pesquisa e o estudo. Além disso, contribui para a formação de acervos bibliográficos abrangentes e enriquecedores, beneficiando a sociedade como um todo.

**Lei nº 9.610/1998:** Conhecida como Lei do Direito Autoral, é a legislação brasileira que estabelece as normas e diretrizes para a proteção do direito autoral no país. Esta lei abrange uma série de questões relacionadas com a criação, reprodução, distribuição e comercialização de obras literárias, artísticas e científicas.

A lei de direitos autorais visa proteger os criadores e suas obras e garantir-lhes o direito exclusivo de usar, distribuir e reproduzir suas obras. Ele

estabelece os termos de proteção de direitos autorais, que geralmente se aplicam durante a vida do autor e 70 anos após sua morte.

Além disso, a legislação aborda questões como o uso de obras protegidas, estabelecendo limites e exceções permitidas para o uso de conteúdo protegido sem o consentimento prévio do autor. Essas exceções incluem citações de trechos de obras, uso para fins educacionais e reprodução para uso privado.

Em resumo, a Lei nº 9.610/1998 é a legislação básica que visa proteger os direitos autorais no Brasil, estabelecendo os direitos e obrigações dos criadores, bem como restrições ao uso de obras protegidas. Sua aplicação é fundamental para promover um ambiente legal e justo no mercado editorial e cultural do país.

<b>DISTRIBUIÇÃO DE PROJETOS DE LEIS E LEIS NO BRASIL</b>		
<b>ACESSO AO LIVRO/INCENTIVO À CULTURA</b>	<b>FOCO EM BIBLIOTECAS ESCOLARES</b>	<b>COMERCIALIZAÇÃO DE LIVROS</b>
Lei nº 10.753/03 PL nº 6.764/2002 PL nº 2.424/2020 PL 7.614/2017 Lei nº 8.685/1993	Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE)  Programa Nacional do Livro e do Material Didático (PNLD)	PL nº 8.720/2017 PL nº 1.959/2021 Lei nº 10.994/2004 Lei nº 9.610/1998

## **7. LIVRO COMO MERCADORIA**

Levando em consideração que o livro é um produto sem prazo de validade, no ponto de vista econômico e com as regulações do livro, a Lei do preço único contribui para uma melhor circulação garantindo que uma grande massa de títulos atinja um público maior mesmo se for reduzido a best-sellers, essa massa ficará mais barata e sem apelo ao marketing, tendo condições melhores de disputar o mercado de leitores. Economicamente falando, quando ocorre uma maior circulação de livros, os juros diminuiriam levando a sua redução de preço.

Em 2016, o presidente da ANL (Associação Nacional de Livrarias) sugeriu e a Livre apoiou um Manual de Boas práticas para o Setor Editorial e Livreiro, seus principais objetivos são (ANL, 2016):

1. Incentivar a bibliodiversidade com o estímulo à presença e exposição de livros de editoras independentes e acadêmicas nas livrarias nos canais de divulgação do setor;
2. Procurar mecanismos junto com o Poder Público e a iniciativa privada que promovam o aumento de número de livrarias e pontos de venda alternativos, até atingirmos a meta recomendada pela Unesco, que é de uma livraria para cada 10 mil habitantes;
3. Inibir a concorrência desleal ou predatória definida como a manipulação do preço de venda ao consumidor, operando com prejuízo ou deixando de ter lucro ou mesmo aplicando preços incompatíveis com a mínima margem para a viabilização do negócio visando aumentar sua participação no mercado.

O referido documento não é necessariamente voltado para autorregulação porque o mercado é hiper concentrado e poucas editoras ainda dependem do grande capital, então não ajudaria no cenário atual e a saída seria uma regulamentação externa que tem muito poder, neste caso a Lei de Lang. Uma adoção de lei assegura economicamente pois não ocorreria uma ampla concorrência devido aos descontos, como Sereza diz: "... A ausência de regulação atrapalha a circulação das ideias, corrói a bibliodiversidade e faz aumentar o preço do livro".

## **8. MERCADO EDITORIAL NA PANDEMIA E SUAS ATUALIDADES**

A pandemia de Covid-19 teve um impacto significativo no mercado editorial, especialmente devido ao fechamento temporário das livrarias físicas e ao adiamento de lançamentos de novos títulos. No entanto, o setor também experimentou benefícios, como o aumento do interesse pela leitura durante o período de quarentena, impulsionando as vendas de livros digitais. A demanda por conteúdo digital, incluindo e-books, audiolivros, podcasts e vídeos, beneficiou os editores.

Além disso, houve uma tendência de aumento na procura por livros de autoajuda e desenvolvimento pessoal, refletindo o desejo das pessoas de lidar com o estresse e a ansiedade durante esse período.

Durante as lives do projeto de extensão “Editoração em Debate” realizada pela UFMS em 2020, especialistas como Jaime Mendes e Carlo Carrenho discorreram sobre investimento em políticas públicas, regulamentação do preço dos livros no mercado, preservação de livrarias, ampliação do acesso sob streaming a fim de expandir uma reescrita a cadeia tanto editorial como cultural.

O cenário pandêmico introduziu variáveis modificáveis ao mundo e não foi diferente para o mercado editorial. A maneira pela qual os leitores se relacionam com as editoras foi alterada, exigindo que estas se adaptassem a esses novos paradigmas, a fim de evitar o encerramento de suas atividades. Foi conduzida uma micropesquisa sobre os hábitos de leitura e consumo de estudantes universitários de quatro cursos de graduação e pós-graduação do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, para exemplificar essa mudança no campo editorial e a transformação dos elos da cadeia editorial.

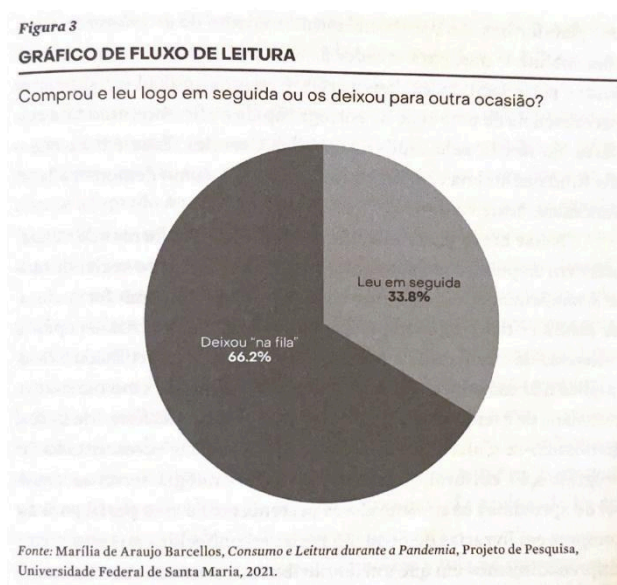
A pesquisa foi realizada entre os dias 8 e 12 de outubro de 2021 por meio de rede social da Facos que consiste no facebook dos alunos, grupos de whatsapp e grupos de e-mail. Os universitários têm em média 17 e 25 anos, entrando no perfil classificado como geração z que se caracteriza como consumidor digital com inclinação ao empreendedorismo que visa um mundo mais sustentável. Em relação à localização dos respondentes da amostra coletada de todas as regiões brasileiras, se divide em: Sul (792,7%), Sudoeste (18,12%), Centro-Oeste (4,5%), Norte (3%) e Nordeste (1,52%).

O estudo evidenciou que à medida que o número de óbitos aumentava, diminuía o fluxo de leitura entre os entrevistados, sendo que 46,2% declararam ter perdido familiares ou contraído a doença.

Junho e Julho de 2020 concentram o maior índice de leitura, sendo que a curva do consumo decaiu adentrando 2021 em baixa. Não necessariamente houve um aumento na aquisição de livros, mas sim em sua fluência e dedicação. Houve também uma separação da leitura: 66,2% deixaram os livros para ler em uma outra

ocasião, como mostra na figura abaixo. Mais de 95,4% leram os livros que tinha em casa e uma minoria pediu emprestado.

**Figura 3 - Gráfico de fluxo de leitura**



Fonte: Marília de Araujo Barcellos, *Consumo e Leitura durante a pandemia*, Projeto de Pesquisa, Universidade Federal de Santa Maria, 2021.

O comportamento do leitor, nessa pesquisa, indica uma dispersão para outras plataformas tal como rede social, dados registrados pelos *Retratos da Leitura* que notificaram em 2020 que o país perdeu 4,6 milhões de leitores entre 2015 e 2019. Os que mantiveram interesse na leitura migraram para o e-book (36,9%) e outros aplicativos foram utilizados durante esse período pandêmico: Kindle, Skoob, Skeelo, Wattpad, Prataleira, Google play. De acordo com o editor Warner Endo (2021) houve um aumento do consumo de livros digitais justificando os investimentos de editoras na pandemia concluindo o crescimento tanto no faturamento quanto da quantidade de exemplares aliado com o uso de celular constante nesse período pandêmico como dispositivo de leitura que consequentemente tem acesso a esse tipo de conteúdo.

Uma das estratégias das editoras foi a distribuição de e-books gratuitamente em abril de 2020, aprimorando o e-commerce devido a permanência de uma rede de

entrega rápida e eficiente, no Brasil, por causa da capitalização dos Correios, questão fundamental na cadeia produtiva do livro.

O fato de que as plataformas de venda online se tornaram essenciais durante o isolamento social, atendendo às necessidades dos consumidores confinados. Porém, é ressaltado que o acesso presencial às livrarias e a realização de eventos culturais, como feiras de livros, são fundamentais para ampliar a oferta de produtos e proporcionar uma experiência enriquecedora aos leitores.

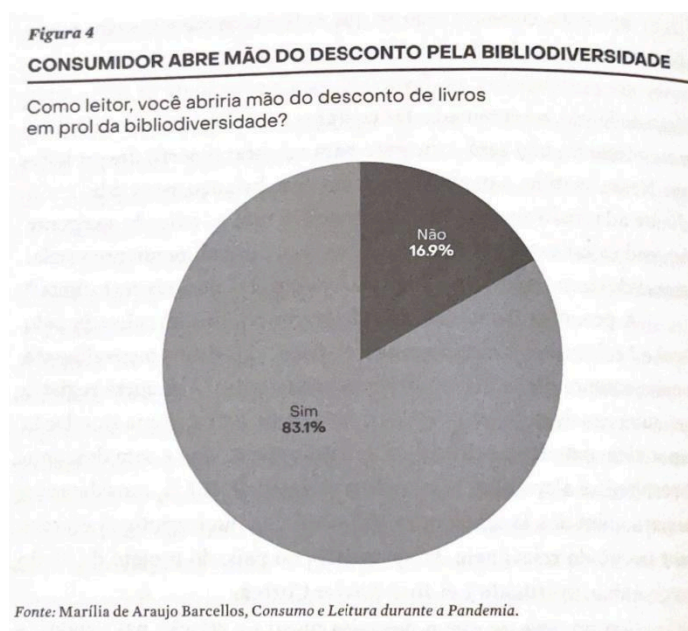
A pesquisa mencionada revela que a compra online durante a pandemia é mais comum entre os jovens, devido à sua familiaridade com o ambiente virtual. Porém, é ressaltado que a opção pela compra presencial em livrarias de pequeno porte, conhecidas pelo atendimento personalizado, pode ser retomada no futuro, mesmo com o crescimento dos marketplaces.

A pesquisa na Faculdade de Comunicação Social (Facos) revela que a maioria dos estudantes prefere comprar livros em locais fora de sua área de residência, mas uma parcela considerável também realizou compras em estabelecimentos próximos durante a pandemia. Isso ressalta a importância de estratégias de venda e o incentivo ao consumo em livrarias independentes. Para fidelizar clientes acostumados às compras online, sugere-se a adoção de estratégias híbridas, combinando atendimento presencial com ferramentas digitais. Destaca-se a importância da curadoria personalizada na recomendação de leituras e do ambiente presencial para a seleção de títulos.

A pesquisa "Painel e Varejo de Livros no Brasil" destaca um aumento nos descontos em compras de livros, ressaltando a relevância da aprovação da lei do preço único. Essa legislação visa regular os preços dos livros lançados no ano, visando garantir a diversidade e o acesso à leitura. Um estudo com estudantes da Facos revela que, embora a maioria considere os descontos importantes, um percentual significativo está disposto a abrir mão deles em prol da bibliodiversidade, refletindo o valor atribuído à diversidade de gêneros literários pelos consumidores.



**Figura 4 - Consumidor abre mão do desconto pela Bibliodiversidade**



Fonte: Marília de Araujo Barcellos, *Consumo e Leitura durante a pandemia*.

Como a figura acima mostra, é importante o engajamento em prol da bibliodiversidade e da conscientização sobre o papel dos leitores na cadeia produtiva do livro. É ressaltado que o hábito de consumir livros por meio do comércio eletrônico durante a pandemia não garante sua continuidade no futuro, mas os estudos indicam que os usuários pretendem continuar comprando mais online do que antes da pandemia, especialmente após experimentarem o comércio eletrônico em outras categorias de produtos.

A pesquisa ressalta a necessidade de ampliar acervos e acessos em bibliotecas durante o isolamento social, impulsionando a migração para o ambiente virtual e o aumento da produção de e-books pelas editoras. A pandemia acelerou tendências existentes, levantando questões sobre condições financeiras, tecnológicas e legislativas para sustentar mudanças no mercado editorial. Destaca-se a importância de investir em equipamentos, tecnologia e recursos humanos, enfatizando eventos presenciais, participação de leitores e circulação física em livrarias. A adaptação a mudanças, integração do tradicional com o virtual, avaliação de modelos empresariais e promoção de inovação são recomendadas.

De acordo com a matéria “Retrospectiva 2023: como a inteligência artificial afeta o mercado do livro?” de Guilherme Sobota no Publishnews o ano de 2023 foi marcado pelo destaque da inteligência artificial (IA) em diversas áreas, incluindo o mercado editorial. Houve debates sobre seu uso, regulamentações desejáveis e polêmicas, como no caso do Prêmio Jabuti no Brasil. Em dezembro, a União Europeia chegou a um acordo sobre as primeiras regras abrangentes de IA no mundo. Durante a Feira do Livro de Frankfurt, em outubro, discutiu-se a incerteza em torno do impacto da IA no setor editorial, com a sugestão de criação de diretrizes para seu uso. A desclassificação de uma obra no Prêmio Jabuti, que utilizou IA nas ilustrações, gerou debate. Em setembro, o Authors Guild processou a OpenAI por supostas violações de direitos autorais.

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, o mercado editorial passa por transformações significativas impulsionadas pelas mudanças tecnológicas. Com o avanço das plataformas de leitura e o crescimento significativo na produção de e-books, observa-se uma crescente demanda por formatos digitais, impulsionada, em parte, pela ascensão da inteligência artificial em diversas plataformas. Este fenômeno reflete a transição contínua para meios de leitura eletrônicos, indicando uma mudança nas preferências do consumidor e uma adaptação às inovações tecnológicas emergentes. O aumento da presença da inteligência artificial em diferentes plataformas ressalta sua crescente influência e contribuição para a evolução do ecossistema digital, proporcionando uma experiência de leitura mais personalizada, porém gerando debates sobre sua forma de uso. Esse contexto sugere uma transformação significativa no paradigma de consumo literário, com implicações tanto para os leitores quanto para os agentes da indústria editorial. A pandemia acelerou essa transição, obrigando as editoras a adaptarem suas estratégias de comunicação e vendas ao ambiente virtual. Porém, mesmo com os avanços do digital, o mercado editorial valoriza as experiências presenciais, como visitar livrarias, participar de eventos literários e interagir com leitores e autores. A importância dos livros, curadoria personalizada e contato humano continuam a desempenhar um papel importante na formação do público leitor.

A diversidade editorial também é um aspecto importante. Esforços para ampliar o leque de títulos, abrangendo diferentes gêneros, perspectivas e vozes, são essenciais para promover a bibliodiversidade e atender às demandas de um público cada vez mais diversificado. A regulamentação de preços, principalmente na apresentação de obras, pode ajudar a equilibrar o mercado, oferecer apoio financeiro a empreendedores e ampliar o acesso a uma gama de títulos. Além disso, a importância da relação entre bibliotecas e o mercado editorial é fundamental para uma contínua atualização do acervo devido as mudanças nas tendências literárias promovendo a disponibilização de informação e a divulgação de conhecimento.

O mercado editorial enfrenta desafios significativos relacionados à monopolização. A concentração de poder em grandes conglomerados editoriais pode levar à redução da diversidade de vozes e perspectivas, bem como à redução

da oferta de títulos e padronização de conteúdo. A presença dominante de algumas empresas no mercado, como Amazon e Submarino, podem dificultar o acesso de autores independentes e editoras menores, limitar a pluralidade de ideias e inibir a inovação. Além disso, a concentração de poder pode afetar negativamente preços e contratos com autores, reduzindo o capital do setor. É essencial apoiar políticas e regulamentações, como a Lei do preço único, que promovam a competição saudável e a diversidade editorial. Isso inclui proteger os direitos autorais, fornecer apoio financeiro e estrutural a editoras independentes, bem como criar incentivos para publicar obras de autores emergentes e especializados. Além disso, é fundamental que o consumidor esteja ciente do impacto de suas escolhas. Ao optar por apoiar editoras independentes e diversificar sua leitura, o leitor pode contribuir para um mercado editorial mais inclusivo e dinâmico.

Nesse contexto, o atual mercado editorial exige adaptação e inovação. A combinação de estratégias híbridas que integram físico e digital é promissora. É preciso investir em infraestrutura tecnológica, formar profissionais para enfrentar os desafios do ambiente digital e fomentar parcerias colaborativas. Além disso, políticas públicas que promovam o acesso à leitura, a descentralização do poder e a valorização do mercado editorial são essenciais para o fortalecimento do setor.

O bibliotecário desempenha um papel significativo e multifacetado dentro do mercado editorial, desdobrando-se em diversas responsabilidades que contribuem para o funcionamento eficaz e a promoção da leitura. Em primeiro lugar, o bibliotecário é um curador essencial, selecionando cuidadosamente obras literárias relevantes, diversificadas e culturalmente enriquecedoras para compor o acervo da biblioteca. Além disso, sua expertise em literatura permite orientar os leitores na escolha de livros, recomendando obras que atendam aos seus interesses e necessidades educacionais. A importância do bibliotecário no mercado editorial reside, portanto, na sua capacidade de agir como um agente facilitador entre as obras literárias e os leitores, promovendo a diversidade cultural, incentivando o acesso democrático ao conhecimento e nutrindo a paixão pela leitura na comunidade.

Em suma, o mercado editorial atual está em constante evolução, buscando o equilíbrio entre o digital e o presencial, valorizando a diversidade editorial e buscando novas formas de se comunicar e se conectar com os leitores. A

adaptabilidade, a inovação e a aposta na leitura são essenciais para o crescimento e sustentabilidade desta indústria tão importante para a disseminação do conhecimento e formação do espírito crítico.

No contexto da indústria editorial, embora sua premissa fundamental seja disseminar conhecimento e enriquecer a cultura, é notável uma considerável ênfase em objetivos lucrativos e no apelo ao poder aquisitivo. Uma parte substancial do mercado editorial parece direcionar seus esforços para estratégias promocionais que, lamentavelmente, frequentemente transcendem as fronteiras financeiras acessíveis para a produção de obras literárias. Esta tendência inadvertida contribui para a exacerbada crise que permeia o cenário editorial, suscitando reflexões sobre a necessidade de um equilíbrio mais harmonioso entre os imperativos comerciais e o compromisso cultural inerente à missão da indústria editorial.

No decorrer da pesquisa, emergiu a percepção da importância da bibliodiversidade e de seus princípios como uma alternativa viável para mitigar a crise no mercado editorial. A sugestão apresentada destaca a implementação da lei do preço único como uma medida potencialmente eficaz, promovendo equidade e sustentabilidade ao setor, ao padronizar os preços de publicações. Além disso, o estímulo ao investimento em editoras pequenas e independentes figura como uma estratégia complementar, potencialmente enriquecedora para a diversificação do mercado. Essas abordagens não apenas promovem a pluralidade de vozes literárias, mas também oferecem uma resposta abrangente para superar os desafios econômicos e culturais enfrentados pela indústria editorial.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

BRASIL. **Lei nº 8.685, de 20 de Julho de 1993**. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8685.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm)

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de Fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm)

BRASIL. **Lei nº 10.753, de 30 de Outubro de 2003**. Institui a Política Nacional do Livro. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.753.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.753.htm)

BRASIL. **Lei nº 10.994, de 14 de Dezembro de 2004**. Dispõe sobre o depósito legal de publicações, na Biblioteca Nacional, e dá outras providências. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2004-2006/2004/lei/l10994.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2004/lei/l10994.htm)

BRASIL. **Projeto de Lei nº 8.720/2017, de 23 de setembro de 1997**. Altera o caput do art. 312-A da Lei 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2153208>

BRASIL. **Programa Nacional Biblioteca da Escola, de 1997**. Objetivo de promover o acesso à cultura e o incentivo à leitura nos alunos e professores por meio da distribuição de acervos de obras de literatura, de pesquisa e de referência.

Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/programa-nacional-biblioteca-da-escola>

BRASIL. **Projeto de Lei nº 6.764/2002, de 09 de Maio de 2002**. Acrescenta o Título XII, que trata dos crimes contra o Estado Democrático de Direito, à Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, e dá outras providências. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=51185>

BRASIL. **Projeto de Lei nº 1.959/2021, de 12 de Setembro de 2011**. Altera o § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e o art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir a veiculação de publicidade comercial local pelas emissoras comunitárias. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2284718>

BRASIL. **Projeto de Lei nº 7.615/2017, de 10 de Agosto de 2017**. Altera o artigo 10 da Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995, que dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências, para admitir a intervenção de terceiro no âmbito dos Juizados Especiais Cíveis. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2136679>

BRASIL. **Programa Nacional do Livro e do Material Didático, de 2017**. Avaliar e a disponibilizar obras didáticas, pedagógicas e literárias, entre outros materiais de apoio à prática educativa, de forma sistemática, regular e gratuita, às escolas públicas de educação básica das redes federal, estaduais, municipais e distrital e também às instituições de educação infantil comunitárias, confessionais ou filantrópicas sem fins lucrativos e conveniadas com o Poder Público. Disponível em:

<http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=12391:pnld>

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2.424/2020, de 20 de Agosto de 2020**. Dispõe sobre a concessão de linha especial de crédito para profissionais liberais, que atuem como pessoa física, durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Disponível em:

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141840>

DARNTON, Robert. **Pirataria e publicação**: O comércio de livros na era do Iluminismo. Editora Unesp, 2021. p. 540

DE ARAUJO BARCELLOS, M. Leitura e consumo de livros, no Brasil, em tempos de COVID-19. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 16, n. 1, p. 110-129, 27 jan. 2022.

DEAECTO, Marisa Midori; SOREL, Patricia; KALIL, Livia (orgs.). **Bibliodiversidade e Preço do Livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2021. 308 páginas.

Disponível em: <https://www.atelie.com.br/livro/bibliodiversidade-e-preco-do-livro/>

DW. **Brasil perde uma livraria a cada três dias**. Disponível em:

<https://www.dw.com/pt-br/brasil-perde-uma-livraria-a-cada-tr%C3%AAs-dias/a-59627398>. Acesso: 31. mai. 2023

EFEMÉRIDES DO ÉFEMELLO. **Surge o primeiro jornal impresso no brasil**.

Disponível em:

<https://efemeridesdoefemello.com/2013/09/10/surge-o-primeiro-jornal-impresso-no-brasil/>. Acesso: 30. Jan. 2024

GOV. **Impressão Régia**. Disponível em:  
<http://mapa.an.gov.br/index.php/dicionario-periodo-colonial/204-impresao-regia>.  
Acesso: 30. Jan. 2024

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. 3. ed.: Edusp, 2012. p. 1016.

Instituto Pró-Livro e Itaú Cultural. **Retratos da Leitura no Brasil 5 - 2020**, disponível em [snel.org.br](http://snel.org.br).

LIBRE. **Liga Brasileira de Editoras**. Disponível em: <https://www.libre.org.br/>

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores?**: política para a cultura : política para o livro. Summus Editorial, 2004. p. 224.

MOLLIER, Jean-Yves. **A leitura e seu público no mundo contemporâneo**: Ensaios sobre História Cultural. Autêntica, 2008. p. 208.

MOLLIER, Jean-Yves. **O Dinheiro e as Letras**: História da Capitalismo Editorial. EDUSP, 2010. p. 694.

PUBLISHNEWS. **Editoras**. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/>.  
Acesso: 31. mai. 2023.

PUBLISHNEWS. **Mercado Editorial**. Disponível em:  
<https://www.publishnews.com.br/>. Acesso: 31. mai. 2023.

PUBLISHNEWS. **Retrospectiva 2023**: como a inteligência artificial afeta o mercado do livro?. Disponível em:  
<https://www.publishnews.com.br/materias/2023/12/19/retrospectiva-2023-como-a-inteligencia-artificial-afeta-o-mercado-do-livro>. Acesso: 30. jan. 2024

SERRA, Liliana Giusti. **Livro digital e bibliotecas**. Rio de Janeiro: FGV, 2014. 188p. *Revista Brasileira De Biblioteconomia E Documentação*, 11(1), 95–97. Recuperado de <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/462>

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura**: O mercado editorial no século XXI. Editora Unesp, 2013. p. 480.



UOL. **Nos 40 anos da lei "Lang", simpósio em Paris debate regulação do preço do livro no Brasil**. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2021/10/13/nos-40-anos-da-lei-lang-simposio-em-paris-debate-regulacao-do-preco-do-livro-no-brasil.htm>

WHANER ENDO. "**Olhar Digital**: Um Mapa Editorial para Avaliar a Presença do Livro Digital no Brasil", 44°. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2021, p. 12.