

A editoração no Brasil: aspectos gerais

LÍGIA MARIA MOREIRA DUMONT *
MARIA DA CONCEIÇÃO CARVALHO *
MARTA PINHEIRO AUN *
SATIE SAKAI *

Estudo dos principais problemas relacionados com a indústria do livro no Brasil: a valorização do autor nacional, a censura, a empresa editorial nacional e multinacional, as limitações financeiras, a precariedade de apoio do governo, a falta de pessoal qualificado e de uma política editorial genuína.

Editoração é o conjunto de teorias, técnicas e aptidões artísticas e industriais destinadas ao planejamento, feitura e distribuição do produto editorial final.

A editoração não é simplesmente o ato de produzir material para leitura. É acima de tudo um processo caracterizado por um conjunto: este conjunto por sua vez tem o caráter interdisciplinar de envolver

* Alunas do Curso de Pós-Graduação em Administração de Bibliotecas da Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais.

uma multiplicidade de teorias e técnicas. O produto editorial, de natureza múltipla, é um meio de comunicação. Para isso fundamenta-se em teorias de informação filosófica, psicológica, social, financeira, econômica e estética, além das teorias lingüísticas. E de técnicas de administração de empresa, programação, seleção de produtos, artes gráficas, ótica, fotótica, matemática, finanças, publicidade e propaganda. Enfim, editoração é arte e indústria. É unir a criatividade à técnica.

A atividade editorial no Brasil iniciou-se com bastante atraso em relação a outras atividades econômico-sociais, em conseqüência, dentre outros fatores, de a imprensa ter sido proibida no país durante o período colonial, aqui chegando somente em 1808.

Durante todo o século XIX e as primeiras décadas do século XX, a imprensa brasileira esteve voltada principalmente para o setor de jornais e revistas, sendo pouquíssimos os livros nacionais editados, e assistemática a sua produção.

A partir de 1960 tem ocorrido um crescimento considerável das editoras, aumentando o número de títulos, tiragens, traduções e venda. No entanto, o Brasil, do mesmo modo que os outros países da América do Sul, está imerso em dificuldades de ordem econômica e social que afetam sensivelmente o setor de livros e periódicos.

O tema editoração é abrangente. Os diversos aspectos do processo editorial, as dificuldades enfrentadas no nosso país gerando seu lento desenvolvimento, serão aqui analisados de maneira sucinta, procurando levar no entanto a um conhecimento básico da infra-estrutura da editoração.

Criação

O processo editorial começa, geralmente, com a chegada dos originais à editora, quase sempre por iniciativa do autor.

Valorizar um autor é respeitá-lo em sua arte, em seu gênero de criação. É a aceitação do seu original sem cortes ou deturpações da obra.

Ao se tratar do autor nacional torna-se necessário distinguir os gêneros que ele possa representar: livros didáticos, infantis e juvenis, literatura do conto à poesia, ensaios, material técnico e científico de nível universitário e em nível de pós-graduação.

Mas os autores em geral, independentemente do gênero para o qual escrevem e do país de origem, seja este desenvolvido ou não, enfrentam os mesmos problemas no aspecto da criação: a recusa de originais não é figura típica brasileira.

Mesmo considerando o aspecto da recusa de originais, o autor verdadeiro gosta dessa fase da edição quando, encontrando um editor capaz e bem informado, é possível manter uma discussão de linha por linha daquilo que produziu. Isso já lhe é gratificante.

Por outro lado, quando os originais são preparados a pedido e por encomenda do editor, presume-se que atendam a uma política editorial prefixada e estejam incluídos em determinado programa; e esse programa por sua vez é um reflexo da demanda do mercado consumidor.

O relacionamento entre editor e autor tem de ser franco e honesto pois é um ponto importante para a criação. E nesse relacionamento um dado importante é o nível intelectual do editor. Quando se trata

do problema de direitos autorais aí então o relacionamento tem de ser mais equilibrado. O autor, no sentido legal, é o detentor dos direitos de publicação da obra, podendo cedê-los ao editor para fins de publicação, distribuição e venda sob condições estabelecidas em contrato e amparadas por lei. Mas muitas editoras não levam a sério esses direitos. Os originais em análise correm pela editora sem nenhum sigilo e respeito contra plágio e cópia de idéias, o que representa grave prejuízo para o autor.

Na fase da criação a lei de direitos autorais não ampara o autor. Somente após a compra dos originais, quando então os próprios direitos da obra são comercializados, é que isso se dá.

No que se refere à produção técnico-científica, aí sim os autores nacionais enfrentam sérios problemas. Existe nesse setor um limite de originais, não uma carência. Há editores que preferem reeditar um livro considerado bom a empreender a trabalhosa, e muitas vezes insegura, edição de um novo original. Aí também pesam a interferência e domínio das traduções.

Na verdade o Brasil está perdendo um enorme patrimônio tecnológico, porque autores em potencial não encontram condições mínimas, sobretudo de tempo, para produzir textos. Autores de países mais adiantados não enfrentam esse problema pois seu trabalho é sustentado desde a pesquisa até o patrocínio da edição.

Ao se pensar em valorizar o autor nacional cabe destacar aqueles que estão voltados para um gênero que merece proteção especial em sua criação: as monografias especializadas. Elas representam em seus mais diversos temas uma valiosa contribuição para o estudo, a pesquisa, a cultura. No entanto, enfrentam o problema da demanda limitada e/ou subvencionada cuja

vendagem é muito lenta. A publicação de tal obra deve ser apoiada através do processo de co-edição nos moldes do Instituto Nacional do Livro ou da Editora da Universidade de São Paulo.

A valorização do autor nacional garante a independência cultural e livra-nos, na medida do possível, desse processo de colonização que doutrina a mente e conduz à manutenção da dependência econômica.

No momento da criação o autor sente-se de uma certa forma limitado pelas exigências do processo de editoração. Diversos fatores criam fronteiras para a criação.

O mercado consumidor é instável. Ele oscila com as variações de interesses, modismos, abertura de novos campos, publicidade, reformas, etc. E como já dissemos, é esse mesmo mercado que vai determinar ou estabelecer os enfoques prioritários no momento da criação.

Autores de novelas e romances nacionais deram seus depoimentos a respeito dessas exigências. Obras nunca valorizadas, quando descobertas pela T.V., por exemplo, tornam-se quase um modelo para a criação de futuros textos.

O mesmo se dá no terreno das publicações didáticas. A reforma do ensino de 1971, que modifica a estrutura do vestibular, e a valorização do método de Skinner, contribuíram para o estabelecimento de uma exigência comum aos livros didáticos: de se apresentarem sob a forma de instrução programada ou através de questões de múltipla escolha.

Há exigência quanto a linguagem, tema, título e até mesmo extensão da obra. Essas exigências impostas ao autor são por sua vez o reflexo das existentes no mercado consumidor.

A recusa de originais, as exigências das editoras, a falta de conhecimento do mercado consumidor tornam

o livro, talvez a principal arma na luta contra o desenvolvimento, uma aventura impossível: escrito, muitas vezes não é editado, pois não tem venda garantida; editado e vendido, é consumido por público restrito fazendo da cultura um privilégio. Essas limitações intensificam a proliferação das traduções. Num mundo como o nosso, intercomunicante, as traduções desempenham papel salutar. Mas elas devem ser medidas, dosadas. É necessário verificar as reais possibilidades culturais de nossos técnicos e cientistas para identificar aquelas traduções que são realmente relevantes, imprescindíveis. Precisa-se limitar as fronteiras entre o que devemos importar e o que devemos fazer, inclusive porque toda cultura, para ter razões sólidas, deve-se conformar ao terreno que lhe é próprio, assumindo suas peculiaridades e satisfazendo suas necessidades.

Como já foi mencionado, muitos autores do gênero técnico-científico não têm chance de editar seus livros por causa das traduções. A editar a obra de um autor não muito renomado muitas vezes é preferível traduzir um autor já aceito e conhecido. Mesmo que isto aumente o preço da edição.

Por outro lado, considerando o consumidor, o livro traduzido representa um luxo, muitas vezes pouco acessível. Tanto assim que nas universidades criou-se a "Bolsa do Livro". Aí são colocados à venda livros já usados de preço muito elevado pela metade do preço de capa. Isso porque 90% dos livros adotados no curso superior são estrangeiros e até mesmo 60% são importados por não terem tradução em português.

Quanto à tradução, no que se refere à literatura infanto-juvenil, o problema se localiza na falta de espírito crítico com que são transplantadas a cultura e vida estrangeiras para a nossa cultura. Assim,

nossas crianças lêem sobre patos que jogam beisebol e natais cobertos de neve. E pior ainda é quando o texto é traduzido só mudando os nomes próprios: o Sr. Brown vira Silva e o rio Sena vira Tietê.

A tradução é um problema no aspecto editorial. Falta decisão que leva a uma opção consciente, relevante e acima de tudo crítica e moderada, já que 50% dos livros no Brasil são traduzidos.

No momento da criação, numa fase que podemos chamar de "intelectual pura" onde participam somente autor e obra, já podemos nos deparar com um elemento limitativo do processo editorial; o da autocensura. O próprio autor, influenciado pelo sistema em que está inserido, introduz em sua obra todas as censuras sociais, morais, políticas que caracterizam o sistema. Aí também os modismos, os movimentos nostálgicos ou revolucionários penetram na criação sem que o autor mesmo se conscientize disso. Pior ainda é quando o autor mutila suas idéias, distorce seus ideais em função de um mercado favorável à sua obra. A elaboração intelectual passa então de livre a castradora, de pura a elaborada, de espontânea a reprodutiva, de individual a massificadora.

Publicação

Com os índices de desenvolvimento do Brasil, na última década, empresas estrangeiras têm infiltrado em todas as áreas, em nosso país, inclusive na empresa editorial. Temos então várias empresas operando no Brasil, como:

- Associação entre a McGraw-Hill do Brasil e Editora Interamericana do Brasil (constituída pela Rede CBS de televisão americana, que controla as editoras americanas Holt & Sounders);

- Livros Técnicos e Científicos S.A. (resultado da fusão do Fundo Editorial Universitário das Editoras Polígono e da Editora Ao Livro Técnico) que conta com 50% das ações da John Wiley and Sons;
- Editora Pedagógica Universitária acionada pela editora alemã Ernst Klett;
- Editora Atlas, associada à Prentice Hall;
- Harper and Row com escritório em São Paulo.

A atuação dessas editoras multinacionais (controladoras de 70% do mercado brasileiro de livros técnicos) com grande capacidade financeira, vem concorrer com uma indústria editorial nacional acanhada, em fase precária de recursos para sua emancipação e fortalecimento econômico; resultando, talvez, posteriormente, na extinção dessa última.

Este quadro é bastante preocupante, e até mesmo Edgard Blücher (26) comenta que “a própria legislação brasileira não faz qualquer empecilho ao investimento estrangeiro na área do livro, quando a nosso ver seria muito positiva uma legislação visando a proteger o editor nacional como já ocorre em outros setores”.

É importante, também, lembrar aqui, o que foi afirmado em *Uma política integrada do livro* (34): Esta obra foi produzida sob responsabilidade do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e Câmara Brasileira do Livro e entregue ao então Ministro da Educação, Cel. Ney Braga, mas até hoje o Governo não se pronunciou (J.B. 20.03.78) “... a indústria do livro é a indústria de formação intelectual e moral de gerações, é a indústria do conhecimento e da cultura, é a indústria do fortalecimento da nacionalidade”. Por isso, repetimos, precisa ser *economicamente forte e culturalmente independente*.

A indústria editorial também enfrenta problemas de natureza financeira, mão-de-obra especializada e comercialização.

Os impressos editoriais bibliográficos resumem-se praticamente em livros, jornais, revistas, apostilas, folhetos. Os livros têm a sua produção diversificada (didáticos, literários, infantis). Quanto aos jornais, não abordaremos o assunto devido a sua produção ser e ter aspectos diferentes.

Sem dúvida, o livro didático veio impulsionar a indústria editorial no Brasil. Os editores brasileiros vêm preferindo se dedicar ao livro didático, que, ao contrário do livro literário, tem um mercado definido e garantido, o que representa um retorno seguro do capital empregado.

O Governo, através da FENAME, co-editou no ano passado vinte milhões de livros didáticos, com o objetivo declarado de reduzir o seu preço. Alguns editores, no entanto, estão temerosos de que a política atualmente desenvolvida pela FENAME possa levar à estatização do livro didático ou ao livro único.

O Presidente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros afirmou numa entrevista recente que o Governo compra livros como se encomendasse tijolos numa olaria e os professores, por sua vez, consideram a imposição de livros pela FENAME um atentado contra a sua liberdade de cátedra.

Os vinte milhões de livros co-editados no ano passado foi um negócio realizado com apenas dezoito editoras, o que significa que o Governo já controla, através de sua política de aquisição, pelo menos 1/5 da produção editorial do país.

O mercado para obras literárias é restrito e incerto, exceto para os autores de renome ou para os *best-sellers* estrangeiros que entram no Brasil em condições extre-

mamente vantajosas, pois vêm acompanhados de uma grande publicidade, o que lhes garante uma boa penetração.

Faltam pesquisas de motivação de leitura entre a classe operária das grandes cidades e nas populações rurais, entre estudantes de todos os níveis e entre as donas-de-casa que possam dar uma imagem mais clara da situação do livro como meio de lazer e que sirvam de orientação aos editores. Para os editores a produção dessas obras é um risco, na qual muitas vezes não se recupera o custo da produção.

O setor de livros infantis ainda é subestimado no Brasil, embora seja comprovado que o hábito de leitura se forma na primeira infância.

A produção desses livros é dispendiosa, exigindo uma infra-estrutura educacional, artística, social e industrial, o que falta no nosso país para produzir e principalmente para consumir esses livros.

Embora os *slogans* sobre o livro infantil sejam muito convincentes “sem ler, uma criança está perdida para a vida”, etc., a produção do livro infantil é das mais baixas sendo “assegurada” pelas traduções estrangeiras.

As revistas populares são de aceitação bastante razoável, atingindo um público consumidor mais abrangente. Principalmente as revistas em quadrinhos de todos os níveis. A maior parte da produção desse tipo de revista está nas mãos da Editora Abril.

Os de assuntos culturais gerais ou específicos se acham no poder dos órgãos públicos como Ministérios de Educação e Cultura, do Exterior, das Comunicações, dos Transportes e outros.

Os periódicos técnicos são publicados por algumas editoras privadas, mas a maioria se acha sob a direção de Universidades, Escolas Técnicas, Fundações, Asso-

ciações de Classe, etc. A Fundação Getúlio Vargas, por exemplo, edita cerca de dez periódicos, vários dos quais há mais de vinte anos.

As apostilas são uma das maiores concorrentes das editoras, pois a sua circulação e consumo são bastante significativos nas escolas de nível médio e superior.

A produção de apostilas, que atualmente torna a dimensão de uma verdadeira indústria, é danosa do ponto de vista educacional, pois desestimula o aluno a consultar outros pontos de vista do assunto, usurpa o direito dos autores, pois muitas apostilas são simples cópias xerox de livros inteiros, além de trazer enormes prejuízos para as gráficas, editoras e livreiros.

A principal limitação da indústria editorial brasileira — precariedade de apoio do governo — reflete uma considerável gama de problemas que vem repercutindo no seu desejável desenvolvimento.

Exemplo disso é a ausência de financiamento às empresas editoriais, livrarias, distribuidoras. Estas, apenas conseguem empréstimos em dinheiro, nos bancos comerciais, a curto prazo e juros muito elevados, enfrentando todas as limitações de empréstimos estabelecidas por esses bancos.

Temos dito precariedade de apoio por parte do Governo e não ausência, porque de certa forma ele vem atuando em atividades como co-edições (INLFENAME). Em outubro de 1974 o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico instituiu o Programa Especial de Apoio à Indústria Editorial — PROLIVRO — cujo objetivo era o financiamento adequado para projetos editoriais.

Os mecanismos para esse programa envolviam o pagamento e o resgate dos empréstimos em Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional com correção mone-

tária e juros, exigindo garantias difíceis de satisfazer, tornando inacessível esse programa de financiamento às pequenas e médias editoras.

Assim o drama do editor nacional continua, subseqüentemente a luta pelo preço do livro, considerando-se as baixas tiragens, lenta rotação de estoques, altos investimentos com retorno duvidoso, falta de hábito de leitura e baixo poder aquisitivo da população.

Numa análise mais simples, o preço de venda de um livro nada mais é que o resultado da equação custo-gráfico-editorial versus tiragem. O custo gráfico compreende o dispêndio com produção industrial ou seja: papel, gráfica, revisão, ilustrações, acabamento, clichéria ou outros e no custo editorial são inseridas despesas de preparação de originais, marcação e diagramação. Sobre o custo editorial e gráfico é calculada uma porcentagem aleatória de 10%, para despesas de administração (capital de giro, riscos, fundo de comércio etc.). Portanto o custo global é resultado do custo gráfico-editorial mais a taxa de despesas administrativas e conseqüentemente o custo unitário é o custo global dividido pelo total da tiragem.

Finalmente, o preço de venda se obtém pela multiplicação do custo unitário por um índice (4 — multiplicador mínimo, 5, 6 ou 7) teoricamente calculado com base em fatores de ordem econômica e em estimativas de mercado. Quanto maiores forem as tiragens, menor será o custo para o editor.

Mas o aumento do preço de custo (preço do livro para o editor) é uma conseqüência direta do significativo aumento de custo do preço do papel, tarifas postais e transporte.

As editoras brasileiras não encontram no mercado de trabalho o pessoal profissionalmente qualificado.

Normalmente, contratam pessoal sem nenhuma qualificação para treiná-lo para uma determinada fun-

ção. Portanto, cabe às próprias empresas editoriais formar seus profissionais, funcionando assim como centro de formação e aperfeiçoamento de sua mão-de-obra especializada.

O salário para esses profissionais é baixo em relação a outros profissionais de outras áreas, sendo portanto pouco atraente. Daí a dificuldade de se manter um bom revisor de originais, um diagramador, um ilustrador técnico, um tradutor, um gerente de produção editorial, um gerente de *marketing*, um controlador de estoque, etc.

O editor brasileiro, normalmente, é também publicador, presidente e dono da empresa, com exceção das editoras de porte médio que separam melhor essas funções, dando um cunho mais profissional.

É importante lembrar as deficiências de pessoal de nível superior das editoras; prova disso é a ausência de consultores qualificados, poucos técnicos em condições de coordenar coleções, deficiências quanto a programadores, analistas de mercado e de custos, etc.

A produção editorial brasileira nunca teve seus resultados controlados. Só a partir de 1976 o SNEL começou a levantar dados reais e assim mesmo, até o presente momento, há dados relativos aos anos de 1974 e 1975 somente.

Selecionamos apenas os dados referentes à produção de livros e canais de distribuição, devido à extensão do relatório a respeito publicado no Boletim Mensal SNEL — nº 14 de agosto de 1976.

Títulos e exemplares de livros didáticos, técnicos e de referência
Produção de:

LIVROS	TÍTULOS	EXEMPLARES
Didáticos	2090	101.194.385
Técnicos	1228	5.161.704
Referência	204	4.106.728

Canais de distribuição (percentual sobre vendas-exemplares)

CANAIS UTILIZADOS	ORGANIZAÇÃO	
	própria %	de terceiros %
Distribuidores	27,13	30,49
Livrarias	12,77	5,15
Papelarias/bazares	1,67	0,94
Escolas	3,28	0,45
Domiciliar (porta a porta)	0,79	0,02
Bancas de Jornal	2,30	0,40
Bibliotecas	0,11	0,20
Reembolso postal/mala direta	1,26	0,11
Clubes-do-Livro	0,17	—
Diversos (mercados, farmácia, posto de gasolina)	0,81	0,62
Subtotal	50,29	38,38
S/informação	—	11,33

NOTA: 100% = 191.7 milhões de exemplares

Distribuição

É chegar a vários lugares ou praças o produto final da indústria para a efetivação do ato de comercialização.

É a fase de veiculação, da circulação, aquela que mais preocupa os editores de um país de proporções continentais como o nosso e com um sistema de transporte ainda deficitário.

Um país, extenso como o nosso, possui apenas cerca de 900 livrarias, estando a maioria concentrada nos grandes centros urbanos das regiões leste e sul. A maioria dos municípios brasileiros não possui livrarias. Além dos problemas normais que esse tipo de empresa enfrenta, pois o livreiro não sabe quando vai ter retorno do seu capital, sempre correndo o risco de ficar com os livros muito tempo em estoque, não há estímulo, por parte do governo, às pessoas interessadas em abrir livrarias. São várias as reinvin-

dicações da classe, para facilitar o comércio dos livreiros, entre os quais:

- financiamentos a longo prazo, nos moldes do plano habitacional;
- empréstimos bancários sem correção monetária;
- isenção de imposto sobre estoque de livros.

O livreiro trabalha com uma mercadoria que, por ser de circulação restrita, não lhe permite manipular verbas para pesquisa de mercado e publicidade, além das vitrines, diante de suas livrarias. Essa falta de publicidade e a pouca agressividade nas vendas fazem, muitas vezes, o leitor depender do balconista. E ainda pode deparar com um atendimento deficiente, desestimulante. A maioria dos vendedores de livros é de profissionais que aprendem o serviço de ouvido. Geralmente indicam livros pelos comentários que outros fregueses fizeram, ou indicam textos que a TV transformou em sucesso, através das novelas, ou então, indicam livros que foram também filmados, geralmente *best-sellers* internacionais. Os vendedores são então, dessa maneira, informados principalmente por veículos que independem do circuito comercial do livro.

Se algumas livrarias “fisgam” o leitor não habitual através de vitrines que exibem livros chamariscos, tais como *best-sellers* ou assuntos da atualidade, em moda, sendo que o seu estoque interior é diferente do oferecido nas vitrines, há algumas livrarias que preferem um público certo e minguado. Poucas já assumem a agressividade nas vendas, invertendo o processo. Já não é o leitor que procura o livro, mas o livro que vai atrás do leitor.

Temos a experiência de uma empresa, que começou a vender livros nas farmácias, colocando *best-sellers*, ficção, mas nunca livros políticos ou técnicos.

Com algum tempo de experiência, ficaram sabendo que as farmácias não eram boas pagadoras, mas também descobriu-se que postos de gasolina, restaurantes de estrada, supermercados e salões de cabeleireiro eram ótimos locais de venda. Criou-se assim o livro de difusão de massa: o livro vai onde a massa está. Temos então o livro procurando seu público, facilitando-lhe o acesso ao produto. Inicia-se agora também a distribuição de livros em hotéis, sobretudo em cidades onde não há muita vida noturna.

Outro tipo de promoção do livro são as chamadas feiras do livro. O exemplo típico dessa espécie de acontecimento é a Bienal Internacional do Livro, promovida em São Paulo, pela Câmara Brasileira do Livro. A grande finalidade da Bienal Internacional do Livro, ao contrário das feiras dos países desenvolvidos, que é de servir de ponto de encontro para compra e venda de *copyrights*, é a de suprir uma grande necessidade característica dos países em desenvolvimento de consolidar e ampliar o mercado interno, divulgando o livro ao nível da sua população.

A Bienal Internacional do Livro envolve a participação de praticamente todas as editoras brasileiras e de mais de vinte países, alguns representados em *stands* coletivos e outros através da presença individual de editores em *stands* próprios.

Visando garantir a ocorrência de um grande público, a comissão organizadora da Bienal realiza uma coordenada campanha publicitária, como também estabelece diversas promoções. São instituídos concursos de significativos prêmios em dinheiro, entregues às melhores dissertações sobre o livro e suas funções, e às melhores coberturas fotográficas ou jornalísticas da Feira.

Um ponto de críticas, entretanto, é a opinião expedida por alguns intelectuais e outros tantos jorna-

listas, que pregam a necessidade da Bienal do Livro decidir-se entre ser uma promoção comercial ou uma promoção cultural. O grande problema das feiras do livro, por decorrência, é encontrar o ponto ideal em que a promoção comercial e a promoção cultural se completem sem prejuízos mútuos e se constituam em um evento benéfico para o livro.

O círculo do livro, também um outro meio de promoção do livro, foi instituído por uma livraria de Niterói, que começou por alugar livros, formando um círculo de leitores, e já se expandiu por várias cidades vizinhas.

Outro tipo semelhante de empresa é o Círculo do Livro, do Grupo Abril e Editora Bertelsmann, alemã. Os seus sócios recebem os livros em casa, depois de feito o pedido através de seus catálogos e o pagamento no mês anterior. A distribuição, de porta em porta, colabora para o barateamento do produto, assim como as grandes tiragens, feitas pelo próprio Círculo.

Um dos motivos importantes para o sucesso do Círculo do Livro da Abril é a qualidade gráfica e editorial que, embora publique eventualmente obras inéditas ou em co-edição, tem sua base operacional assentada na compra de direitos de livros já existentes no mercado, o que lhe facilita a seleção de títulos mais interessantes para seu público.

Trataremos agora dos convênios e co-edições existentes no país, com o intuito de difundir e facilitar a venda do nosso material bibliográfico.

Instituto Nacional do Livro — INL, órgão central de direção superior do Ministério da Educação e Cultura. Os objetivos específicos do INL, como órgão de cultura, são os seguintes:

- promover a publicação de obras raras, consideradas essenciais para a cultura brasileira;

- promover a publicação de obras de interesse cultural;
- adotar medidas visando à colocação no mercado, a preço econômico, das obras publicadas;
- desenvolver atividades que estimulem a formação de hábitos de leitura;
- criar e dar assistência a bibliotecas em todo o território nacional;
- promover o levantamento cadastral das bibliotecas brasileiras;
- desenvolver atividades com vista ao treinamento e qualificação de pessoal capacitado ao funcionamento adequado das bibliotecas;
- desenvolver estudos e promover pesquisas objetivando a identificação e a adoção de formas de atuação que conduzam ao incentivo da criação literária.

A atual estrutura do INL compreende, além da área de apoio, a Coordenação do Livro Cultural e o Programa Nacional de Bibliotecas.

A Coordenação do Livro Cultural encarrega-se da parte editorial do órgão, que compreende os sistemas de edição — mediante o qual as obras são editadas pelo próprio Instituto, que as faz distribuir às bibliotecas com que mantém convênios — e o sistema de co-edição — através do qual tem o Instituto participação direta nos custos de produção do livro, ficando uma parte da tiragem para atender à sua rede de bibliotecas em todo o território nacional, enquanto que a outra parte da tiragem é comercializada pelo editor, a preço de capa econômico, obtido com a elevação da tiragem global da obra co-editada e consequente redução do custo industrial.

Programa Nacional de Bibliotecas — desenvolve suas atividades básicas estimulando a manutenção de bibliotecas públicas municipais. No ano de 1977, o Programa iniciou a implantação do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas.

O INL vem dando ênfase à tarefa de estimular a edição de publicações, promoções do livro através de congressos e encontros regionais, bem como atividades outras de natureza cultural em que se incentiva a difusão do livro, inclusive concedendo bolsas de estudo visando ao exercício profissional, além de auxílio a pesquisas referentes à situação das bibliotecas públicas.

A seleção e distribuição de livros atende prioritariamente a bibliotecas públicas municipais e carros-biblioteca. O atendimento é também extensivo a entidades estrangeiras.

O INL procura também incentivar o autor brasileiro promovendo concursos literários. Podem participar pessoas de todo o território nacional e os trabalhos premiados são posteriormente publicados em co-edição ou pelo próprio INL.

Revista do Livro — criada em 1956 pelo INL, pretende divulgar artigos sobre o livro e a literatura brasileira. No final de cada fascículo, traz uma bibliografia brasileira corrente, arranjada por assunto.

Programa do Livro Didático — A COLTED, Comissão do Livro Técnico e do Livro Didático, órgão também vinculado ao Ministério da Educação e Cultura, foi extinta em 1971 e o pessoal, acervo e outros recursos financeiros alocados à COLTED, foram transferidos para o Instituto Nacional do Livro, ao qual ficou delegada a responsabilidade de desenvolver o Programa do Livro Didático. O Programa era dividido em 3 partes:

- PLIDEF - Programa do Livro Didático - Ensino Fundamental;
- PLIDEM - Programa do Livro Didático - Ensino Médio;
- PLITES - Programa do Livro Texto - Ensino Superior.

No início de 1976, o INL redefiniu suas atividades. Através de uma exposição de motivos encaminhada ao MEC, o Programa do Livro Didático foi transferido para a Fundação Nacional de Material Escolar (FENAME).

FENAME — órgão vinculado ao Ministério da Educação e Cultura, a Fundação Nacional do Material de Ensino, FENAME, é o atual responsável pelo programa de co-edições de livros didáticos.

Programas desenvolvidos pela FENAME:

- PLIDEF - Programa do Livro Didático para o Ensino Fundamental;
- PLIDEM - Programa do Livro Didático para o Ensino Médio;
- PLIDESU - Programa do Livro Didático para o Ensino Supletivo;
- PLIDES - Programa do Livro Didático para o Ensino Superior;
- PLIDECOM - Programa do Livro Didático para o Ensino de Computação.

Sistemática dos programas:

O título e o conteúdo dos livros didáticos são enviados pelo próprio autor, ou pelos representantes dos Programas de todos os estados do país, ou pelos editores aos departamentos de ensino de cada programa.

Atribuindo notas ou pontos ao material recebido, estes departamentos indicam à FENAME uma lista

dos melhores títulos. No caso do PLIDEF, a indicação é repassada pela FENAME às secretarias estaduais de educação, que através de uma comissão, ou às vezes de uma só pessoa, escolhem os livros que lhes parecem mais adequados a cada Estado.

Os departamentos de ensino escolhem então os títulos mais votados para serem editados em co-edição, através de convênios com editoras particulares.

A distribuição dos livros é feita através das bibliotecas cadastradas pela FENAME de todo o território nacional e comercializados pelas editoras, a preço de capa.

As editoras da Universidade de São Paulo, da Pontifícia Universidade Católica, no Rio e o Instituto Estadual do Livro, do Rio Grande do Sul, também promovem convênios de co-edição com editoras particulares. Visam a oferecer livros de importância cultural, que seriam inacessíveis se produzidos dentro dos padrões habituais.

Um dos problemas mais sérios das empresas editoriais, num país extenso como o nosso, é a distribuição, para os pontos de venda, do material impresso. Os canais utilizados para esse fim ou pertencem à editora (organização própria de vendas) ou são de terceiros.

Organização própria de vendas quer dizer que a editora tem serviço organizado próprio para cuidar, em caráter permanente, do escoamento dos livros que produz para o sistema de vendas de terceiros por atacado ou a varejo.

A editora pode vender a distribuidoras, a livrarias e demais pontos de varejo ou pode efetuar a venda ao comprador final, diretamente. Pode ter pontos de venda (livrarias ou pontos), utilizar o reembolso postal, a mala direta, etc.

Há muitas editoras que preferem ter seu próprio serviço de entrega, pois elas assim retêm mais lucro, ficando também com os 10% do preço do livro que caberia à distribuidora contratada.

Organização de terceiros significa que a editora entrega sua produção, totalmente ou em parte, a serviços de colocação e de venda, a terceiros.

O Jornal do Brasil (caderno B — 8.4.78) apresenta os dados de crescimento (ver tabela abaixo) quanto à venda de publicações por reembolso postal, fornecidos pela Empresa de Correios e Telégrafos. (Boletim Mensal SNEL — nº 36) :

ANO	QUANTIDADE	VALOR	VALOR MÉDIO
		(Cr\$ 1.000,00)	Cr\$
1971	795.300	35.208	44,27
1972	1.015.100	46.665	45,97
1973	1.363.400	80.415	58,98
1974	1.562.700	137.809	88,19
1975	1.777.200	216.061	121,57
1976	2.358.104	379.702	161,02
1977	3.210.307	651.431	202,92

O Sindicato Nacional dos Editores de Livros apresenta os seguintes dados sobre distribuição de livros por mala direta (Boletim Mensal SNEL — nº 36) :

	1973	1974	1975	1976
Participação relativa do canal (%)	1,8	2,6	3,2	4,7
Total de exemplares distribuídos (milhões)	1,09	1,37	2,07	2,65
Índice de crescimento sendo 1973 = 100	100	144	177	261

Consumo

Em um país como o Brasil, subdesenvolvido, o mercado de livros sofre amplas restrições, que são reflexo de problemas sociais mais abrangentes, sobretudo a renda *per-capita* pequena e a baixa escolaridade.

Assim, grande parte da população fica automaticamente afastada do consumo de livros, seja pela incapacidade de ler — o analfabeto — e pelo hábito de leitura pouco desenvolvido, ou ainda pela impossibilidade de incluir em suas listas de bens consumíveis de primeira necessidade, mais um produto cujo preço médio é de 10% do salário mínimo.

Esse caráter elitista do consumo de livros no Brasil se reforça quando se sabe que São Paulo e Rio de Janeiro consomem, em média, 70% a 80% de nossa produção editorial, ficando à margem as outras regiões cronicamente desprovidas de infra-estrutura cultural.

A educação gera um fluxo considerável de consumo de livros e periódicos, didáticos ou não. Na nossa indústria editorial é a população estudantil matriculada nos vários níveis do sistema educacional que determina a política de publicação. O livro didático representa, de fato, a maior fonte de lucros dos editores atendendo a uma clientela cativa e dócil: o aluno, que compra e consome sem questionar o que lhe é indicado.

À medida que avança na vida escolar a necessidade de informação e entretenimento dessa população alfabetizada vai-se tornando mais sofisticada. No 1º grau o conteúdo e a apresentação do livro são modificados constantemente, determinados pelas novas técnicas pedagógicas em combinação com o interesse dos editores. São livros-cadernos, que a criança usa para escrever, desenhar, colorir, de modo que no fim do ano letivo deve ser descartado. A partir da quinta série modifica-se a tática de instrução e o aluno passa a consumir um livro-texto de cada disciplina, o que naturalmente aumenta o consumo de livros didáticos nessa faixa escolar. A classe universitária é a maior consumidora de livros técnico-científicos, na maior

parte traduzidos ou importados, o que garante o mercado das empresas multinacionais que mantêm aqui os seus distribuidores locais.

Fora do consumo obrigatório do livro didático, o editor brasileiro conhece muito pouco sobre os hábitos de leitura da população. Pouquíssimas pesquisas foram feitas com a finalidade de investigar a porcentagem existente no país de leitores potenciais e reais, e quais são as preferências desses últimos. As próprias estatísticas manipuladas pelos pesquisadores dão margem à interpretação ambígua, pois falam de livros produzidos e não de livros vendidos. As editoras brasileiras ainda não dispõem, como nos EUA e Europa, de um departamento de pesquisa de opinião pública que possa medir o grau de aceitação de um livro no mercado. Aliás, o mercado brasileiro se mostra na maioria das vezes bastante imprevisível, podendo um livro do qual não se esperava sucesso ser muito vendido, ao mesmo tempo que pode fracassar um *best-seller* mundial.

O hábito de leitura do brasileiro é, como se sabe, muito baixo, decorrente tanto da constituição de um ambiente doméstico não estimulante da leitura como de falhas da escola que quase nunca conta com uma biblioteca e não motiva o aluno a ler além da parte que interessa, diretamente para a pesquisa que esteja realizando no momento.

As bibliotecas, grandes consumidoras da produção editorial nos países desenvolvidos, não atuam aqui da mesma forma. Em primeiro lugar porque não existem em número satisfatório para atender à população, e além disso poucas dispõem de um orçamento para aquisição de novas obras, a maior parte sobrevivendo à custa de doações de particulares ou do INL, livros estes que nem sempre correspondem aos interesses e necessidades

de leitura dos usuários. Os recém-alfabetizados, por exemplo, não encontram nas bibliotecas públicas material impresso adequado para solidificar e ampliar a sua capacidade de leitura.

Enfim, é preciso alertar editores e vendedores de livros para o importante papel da propaganda como canal de comunicação com o mercado, processo que só oferece resultados desejáveis quando orientado e produzido profissionalmente.

CONCLUSÃO

As editoras brasileiras, as genuinamente nacionais, sofrem a concorrência dos grupos multinacionais que estabelecem aqui as suas subsidiárias, dominando o mercado consumidor e conseguindo inclusive encampar algumas editoras. Esses grupos multinacionais diversificam o produto básico e entram no mercado de audiovisuais, em princípio com o objetivo de acompanhar as mudanças no processo educacional, mas como consequência, criando uma demanda artificial de produtos não prioritários.

Pode-se medir o desenvolvimento de uma nação pelo estágio de sua indústria editorial.

É necessário que as nações do Terceiro Mundo disponham de sua própria indústria do livro, uma indústria capaz de refletir, autenticamente, na sua produção, as necessidades e interesses de seu país. Somente dessa maneira é possível lutar contra o monopólio e o controle que alguns países têm sobre a literatura mundial e sobre a mente dos países subdesenvolvidos. Essa forma de neo-colonialismo atua na área educacional e intelectual e é mantida através de programas de ajuda estrangeira (MEC-USAID), política de intercâmbio cultural, etc.

A indústria editorial e a cultura do nosso país se ressentem de uma política ou doutrina editorial própria, que seja capaz de definir o papel do livro no contexto de um país subdesenvolvido.

Tanto o governo como os editores deveriam estar conscientes dos efeitos que os resultados de sua utilização podem ter sobre o desenvolvimento político-social de um povo. Assim seria desejável que no Brasil o livro recebesse um tratamento prioritário no que se refere ao seu papel instrutivo de modo que, na escola ou fora dela, pudesse servir a cada indivíduo como instrumento de complementação, atualização ou autodidatismo.

Study of the main problems related to the book industry in Brazil: valorization of the national author, censorship, national and multinational publishing enterprises, financial limitations, deficiency of government support, lack of qualified personnel and of a genuine publishing/policy.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUIAR, Flávio. As misérias do livro brasileiro. In: *Movimento*, p. 20, 17 maio 1976.
2. ALTBACH, Philip G. Third world scholarly publishing. *Library Trends*, 26(4): 489-503, 1978.
3. ALVES, P.M. Problemas da formação de pessoal técnico especializado para produção e distribuição do livro no Brasil. *Educação*, 2(6): 99-100, 1972.
4. ALMEIDA FISCHER. O direito do autor no Brasil. *Educação*, 2(6): 41-6, 1972.
5. ANDRADE, José V. de. As novas dimensões da edição. *Separata de Kriterion*, 22(69) jan./dez. 1976.
6. ANDRADE, Olímpio de Souza. *O livro brasileiro desde 1920*. 2ª ed. Rio de Janeiro, Cátedra, 1978. 166 p.

7. BANAS, Geraldo. Atendimento. *Banas*, São Paulo, 21(1074): 9, nov. 1974.
8. BARRET, N.L. & GELENKEN, L.V. Editora: o grande desafio. *Educação*, 2(6): 102-4, 1972.
9. BARROSO, M.A. O INL e o ano internacional do livro. *Educação*, 2(6): 60-70, 1972.
10. BARROSO, Maria Alice. A nova política do livro didático. *Educação*, 1(2): 72-9, jul./set. 1971.
11. BRAGA, Teodomiro. De olho no (nosso) livro. *Movimento*, p. 21, 17 maio 1976.
12. BRASIL. Instituto Nacional do Livro. *Relatório de atividades do Instituto Nacional do Livro, 1976-1977*. Brasília, 1978.
13. BUENO, Ricardo. Uma supereditora nacional? *Movimento*, p. 20, 17 maio 1976.
14. CBL e SNEL enfrentam o problema das apostilas. *Boletim Mensal SNEL* (10): 5, abr. 1976.
15. CÍRCULO do livro atinge meio milhão de sócios. *Boletim Mensal SNEL* (18): 5-6, jan./fev. 1977.
16. A CRISE na literatura brasileira. *Banas*, São Paulo, 22(1109): 42-8, set. 1975.
17. ESCARPIT, Robert. *A revolução do livro*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1976. 156 p.
18. A ETERNA crise que ameaça o nosso mercado editorial. *Estado de Minas*, 1º caderno, p. 12, 15 abr. 1979.
19. GANDELMAN, Sílvia R.D. Direitos morais do autor. *Boletim Mensal SNEL* (41): 5, jan. 1979.
20. GIACOMO, Arnaldo M. O livro no processo de desenvolvimento brasileiro. *Educação*, 2(6): 107-12, 1972.
21. GOLDING, Peter. The international media and the political economy of publishing. *Library Trends*, 26(4): 453-67, 1978.
22. A ILUSTRAÇÃO do livro didático no Brasil. *Boletim Mensal SNEL* (29): 4-6, jan. 1978.
23. LEME, Og F. De que forma a educação e o livro como seu instrumento influencia o processo de desenvolvimento econômico. *Boletim Mensal SNEL* (13): 2-4, jul. 1976.

24. A LIVRARIA do Globo. *Boletim Mensal SNEL* (27):5, nov. 1977.
25. LIVRO didático. *Jornal do Brasil*, caderno B, p. 1-4, 20 mar. 1978.
26. LIVROS: a luta contra a desnacionalização. *Banas*, São Paulo, 22(1109):10-4, set. 1975.
27. LIVROS pelo reembolso. *Boletim Mensal SNEL* (36):4, ago. 1978.
28. MAGALHAES, Aluísio et alii. *Editoração hoje*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1975.
29. MEDINA, C.A. de. *A função social do livro na atual realidade brasileira*. Rio de Janeiro, Centro Latino-Americano de Pesquisas em Ciências Sociais/SNEL, 1975.
30. MENEGALE, Heli. Sobre o livro didático. *Educação*, 1(2): 85-7, jul./set. 1971.
31. PANORAMA do livro na América Latina. *Boletim Mensal SNEL* (20): 4, abr. 1977.
32. PEREIRA, G.A. Aspectos do problema editorial brasileiro. *Educação*, 2(6):104-6, 1972.
33. PEREIRA, Geraldo Jordão. O editor numa sociedade em mudança. *Educação*, 2(6):96-7, 1972.
34. UMA POLÍTICA integrada do livro para um país em processo de desenvolvimento; preliminares para a definição de uma política nacional do livro. Rio de Janeiro, SNEL, 1976. v. 1.
35. PROBLEMAS econômicos do livro. *Boletim Mensal SNEL* (31):3-5, mar. 1978.
36. PROBLEMAS da tradução do livro infantil. *Boletim Mensal SNEL* (28):4-5, dez. 1977.
37. PRODUÇÃO editorial brasileira em 1974: primeiros resultados numéricos. *Boletim Mensal SNEL* (14):2-5, ago. 1976.
38. PRODUÇÃO editorial brasileira em 1975: primeiros resultados numéricos. *Boletim Mensal SNEL* (18):2-5, jan./fev. 1977.
39. PROLIVRO. *Boletim Mensal SNEL* (13):5-6, jul. 1976.
40. O QUE acontece de errado com os livros? *Visão*, São Paulo, 47(6):104-6, set. 1975.

41. RIBEIRO, Gilson. Livros: uma equação insolúvel? *Veja*, São Paulo (297): 63-8, maio 1974.
42. SARAIVA, Paulino. Função do livro nos nossos dias. *Educação*, 2(6): 98-9, 1972.
43. SCHIRO, Heriberto. Publishing and book distribution in Latin America: some problems. *Library Trends*, 26(4): 591-9, 1978.
44. STEPANENKO, Alexis. Recursos humanos na produção e comercialização do livro no Brasil; problemas e possibilidades de solução. *Ciência da Informação*, Rio de Janeiro, 3(1): 79-86, 1974.