

PROJETO  
**PiB**  
Perspectivas do  
Investimento no  
Brasil



Sistema Produtivo

10

Perspectivas do Investimento em

# Cultura

Instituto de Economia da UFRJ  
Instituto de Economia da UNICAMP

Após longo período de imobilismo, a economia brasileira vinha apresentando firmes sinais de que o mais intenso ciclo de investimentos desde a década de 1970 estava em curso. Caso esse ciclo se confirmasse, o país estaria diante de um quadro efetivamente novo, no qual finalmente poderiam ter lugar as transformações estruturais requeridas para viabilizar um processo sustentado de desenvolvimento econômico. Com a eclosão da crise financeira mundial em fins de 2008, esse quadro altamente favorável não se confirmou, e novas perspectivas para o investimento na economia nacional se desenham no horizonte.

Coordenado pelos Institutos de Economia da UFRJ e da UNICAMP e realizado com o apoio financeiro do BNDES, o Projeto PIB - Perspectiva do Investimento no Brasil tem como objetivos:



- Analisar as perspectivas do investimento na economia brasileira em um horizonte de médio e longo prazo;
- Avaliar as oportunidades e ameaças à expansão das atividades produtivas no país; e
- Sugerir estratégias, diretrizes e instrumentos de política industrial que possam auxiliar na construção dos caminhos para o desenvolvimento produtivo nacional.

Em seu escopo, a pesquisa abrange três grandes blocos de investimento, desdobrados em 12 sistemas produtivos, e incorpora reflexões sobre oito temas transversais, conforme detalhado no quadro abaixo.

ECONOMIA BRASILEIRA	BLOCO	SISTEMAS PRODUTIVOS	ESTUDOS TRANSVERSAIS
	INFRAESTRUTURA	Energia Complexo Urbano Transporte	Estrutura de Proteção Efetiva Matriz de Capital
	PRODUÇÃO	Agronegócio Insumos Básicos Bens Salário Mecânica Eletrônica	Emprego e Renda Qualificação do Trabalho Produtividade, Competitividade e Inovação
	ECONOMIA DO CONHECIMENTO	TICs Cultura Saúde Ciência	Dimensão Regional Política Industrial nos BRICs Mercosul e América Latina

# Documento Não Editorado

## COORDENAÇÃO GERAL

**Coordenação Geral** - David Kupfer (IE-UFRJ)

**Coordenação Geral Adjunta** - Mariano Laplane (IE-UNICAMP)

**Coordenação Executiva** - Edmar de Almeida (IE-UFRJ)

**Coordenação Executiva Adjunta** - Célio Hiratuka (IE-UNICAMP)

**Gerência Administrativa** - Carolina Dias (PUC-Rio)

## Coordenação de Bloco

**Infra-Estrutura** - Helder Queiroz (IE-UFRJ)

**Produção** - Fernando Sarti (IE-UNICAMP)

**Economia do Conhecimento** - José Eduardo Cassiolato (IE-UFRJ)

## Coordenação dos Estudos de Sistemas Produtivos

**Energia** – Ronaldo Bicalho (IE-UFRJ)

**Transporte** – Saul Quadros (CENTRAN)

**Complexo Urbano** – Cláudio Schüller Maciel (IE-UNICAMP)

**Agronegócio** - John Wilkinson (CPDA-UFRJ)

**Insumos Básicos** - Frederico Rocha (IE-UFRJ)

**Bens Salário** - Renato Garcia (POLI-USP)

**Mecânica** - Rodrigo Sabbatini (IE-UNICAMP)

**Eletrônica** – Sérgio Bampi (INF-UFRGS)

**TICs**- Paulo Tigre (IE-UFRJ)

**Cultura** - Paulo F. Cavalcanti (UFPB)

**Saúde** - Carlos Gadelha (ENSP-FIOCRUZ)

**Ciência** - Eduardo Motta Albuquerque (CEDEPLAR-UFMG)

## Coordenação dos Estudos Transversais

**Estrutura de Proteção** – Marta Castilho (PPGE-UFF)

**Matriz de Capital** – Fabio Freitas (IE-UFRJ)

**Estrutura do Emprego e Renda** – Paul Baltar (IE-UNICAMP)

**Qualificação do Trabalho** – João Sabóia (IE-UFRJ)

**Produtividade e Inovação** – Jorge Britto (PPGE-UFF)

**Dimensão Regional** – Mauro Borges (CEDEPLAR-UFMG)

**Política Industrial nos BRICs** – Gustavo Brito (CEDEPLAR-UFMG)

**Mercosul e América Latina** – Simone de Deos (IE-UNICAMP)

## Coordenação Técnica

Instituto de Economia da UFRJ

Instituto de Economia da UNICAMP

Projeto financiado com recursos do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O conteúdo ou as opiniões registrados neste documento são de responsabilidade dos autores e de modo algum refletem qualquer posicionamento do Banco.

## REALIZAÇÃO



Fundação Universitária  
José Bonifácio

## APOIO FINANCEIRO



Ministério do  
Desenvolvimento, Indústria  
e Comércio Exterior



## Documento Não Editorado



**PROJETO PERSPECTIVAS DO INVESTIMENTO NO BRASIL**  
**BLOCO: ECONOMIA DO CONHECIMENTO**  
**SISTEMA PRODUTIVO: INDÚSTRIAS CULTURAIS**  
**COORDENAÇÃO: PAULO FERNANDO CAVALCANTI**

**DOCUMENTO SETORIAL:**  
**EDITORIAL**

**Maria Fernanda Freire Gatto Padilha<sup>1</sup>**  
**João Policarpo Rodrigues Lima<sup>2</sup>**

**Janeiro de 2009.**

---

<sup>1</sup> Professora do Núcleo de Gestão da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Centro Acadêmico do Agreste, Caruaru. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Economia – PIMES/UFPE.

<sup>2</sup> Professor Associado 2 do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife. Este trabalho contou com a importante contribuição dos alunos de Economia do Centro Acadêmico do Agreste, Ng Haig Wing, Nathale Anardja Lins do Rêgo Barros e Sérgio André de Oliveira.

## Introdução

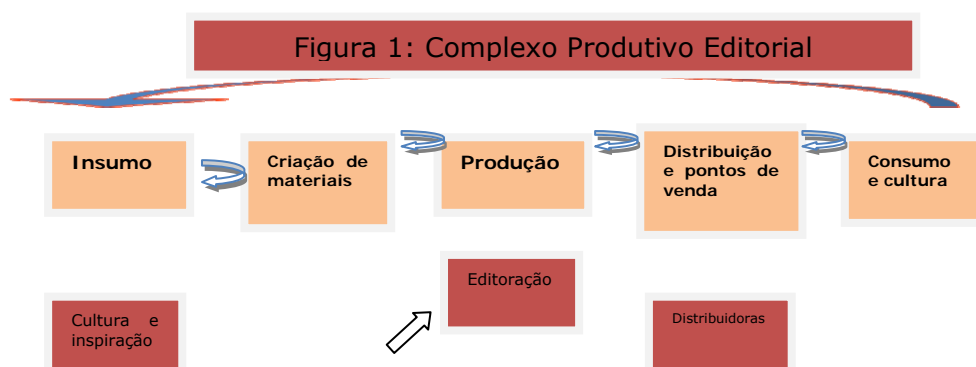
O mercado editorial brasileiro apresenta-se nos anos recentes como maior da América Latina, e sétimo no mundo em quantidade de livros vendidos (Earp e Korpis, 2005). Contudo, algumas dificuldades que acompanharam o segmento desde sua criação persistem, sendo as principais a oligopolização na distribuição, a concentração regional dos pontos de venda e a demanda limitada por fatores como a menor destinação de tempo para lazer, o baixo nível de renda e o atraso cultural.

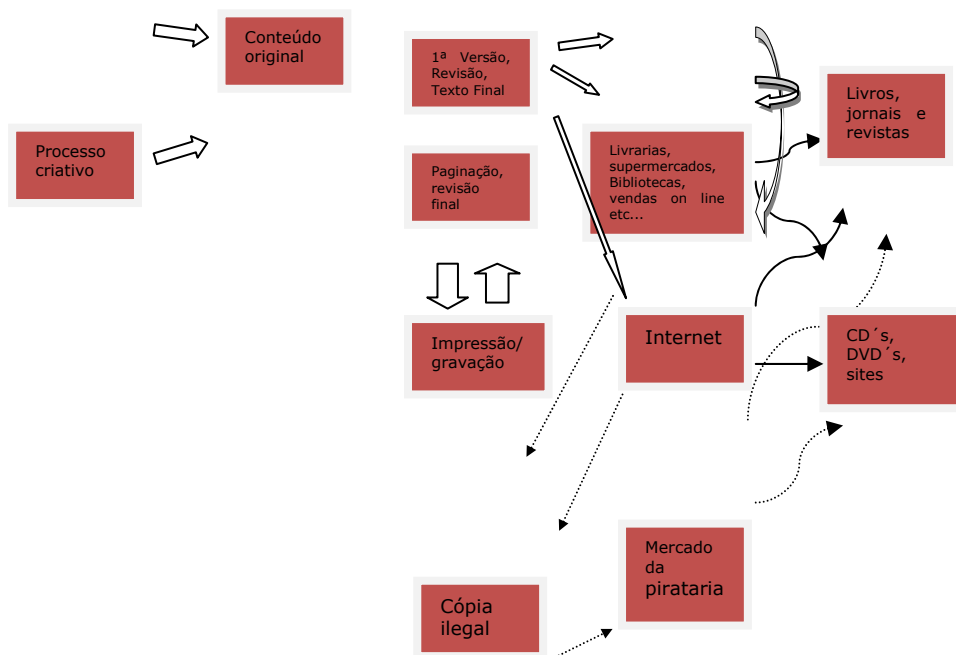
No Brasil, lê-se pouco mais de 2 livros per capita/ano, enquanto em países como França e Estados Unidos, esse número alcança até 10 livros (Gorini e Branco, 2000). As bibliotecas, por sua vez, são escassas e desatualizadas, desprovidas de uma ação sistemática para aquisição de livros. Assim, a economia de escala torna-se fundamental para redução do custo unitário da obra e elevação da competitividade sistêmica.

Através da figura 1, são percebidos os principais insumos, atores e processos no esquema produtivo editorial. Diversas atividades compõem o complexo produtivo editorial: produção literária, seleção de obras, edição e reprodução de material, distribuição e transporte para os pontos de venda e comercialização. Sendo característica da indústria editorial a exploração comercial de produto cultural, esta encontra-se influenciada pelos costumes, hábitos e valores sociais.

No que se refere especificamente à cadeia produtiva do livro, esta é formada pelos segmentos autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro, bibliotecário e consumidor final, conforme atesta a figura 2.

Segundo a Abigraf, em 2007 o mercado brasileiro era composto por cerca de 3.000 editoras, 15 mil gráficas, 1.500 livrarias – destas aproximadamente 23% pertencentes a 15 redes. Na parte de distribuição há um número pequeno de firmas, de pequeno a grande porte.



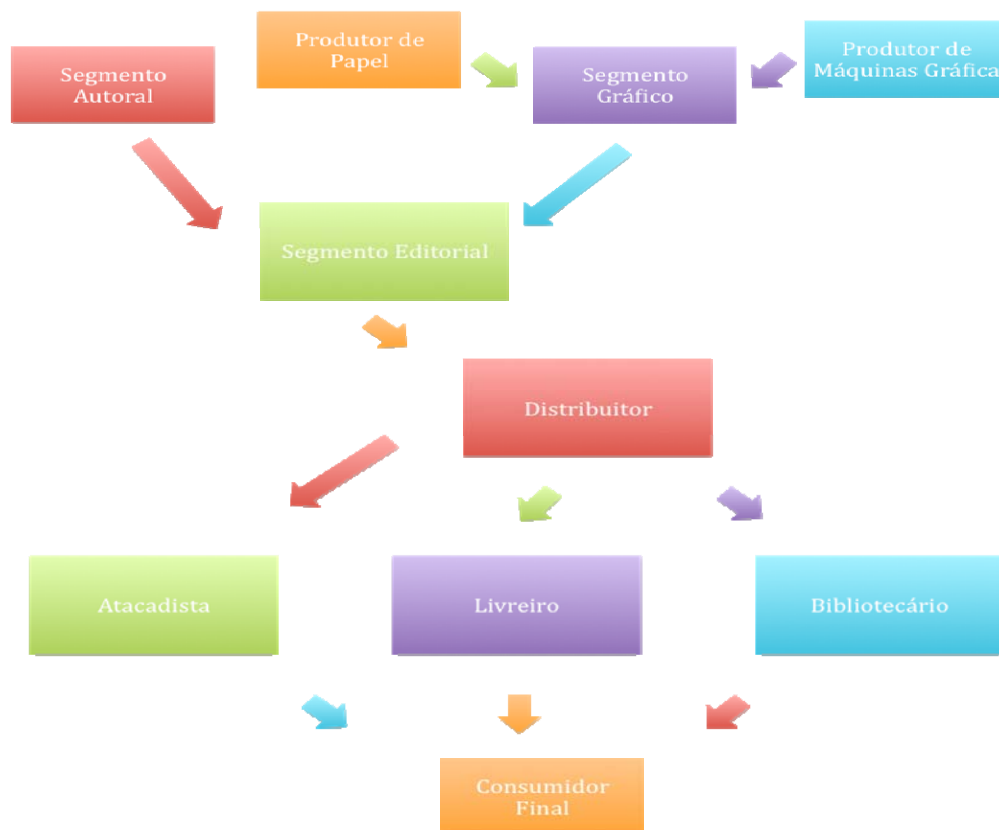


Fonte: Elaboração da autora.

No Brasil, o Governo é o maior comprador de livros no mercado através dos programas de aquisição de livros, exercendo alguma pressão para redução de preço o que impacta fortemente na evolução do faturamento.

Um fator que prejudica o mercado de livros em todo mundo é a pirataria, onde a produção de obras técnico-científicos é a mais prejudicada. Os direitos autorais são reconhecidos mundialmente, porém o combate à falsificação de materiais é feito de maneira diferenciada pelos governos. Políticas voltadas para o combate da pirataria no Brasil e em outros países em desenvolvimento não se consolidaram a ponto de reduzir de forma significativa essa atividade. Economias mais avançadas, como a norte-americana, realizam maior fiscalização e restringem a permissão principalmente às cópias com fins educacionais.

**Figura 2: Esquema da Cadeia Produtiva do Livro**



Fonte: Elaboração da autora.

Em relação ao mercado de jornais, tem-se que ele hoje é considerado um nicho em crescimento no mundo. De acordo com a World Association of Newspapers-WAN (Associação Mundial de Jornais), a circulação cresceu cerca de 3% em 2007, impulsionada sobretudo pelas publicações gratuitas e *on line*. Para o Brasil, tem-se crescimento de aproximadamente 11% no mesmo período, conforme atesta o Instituto Verificador de Circulação (IVC). Grande parte deste crescimento em território nacional dá-se pelos jornais populares que geralmente custam em torno de R\$1,00.

Já para o mercado de revistas, tem-se que o perfil do leitor mudou ao longo do tempo, o caráter folhetinesco perdeu espaço para a televisão e as revistas passaram a tratar de assuntos específicos em detrimento das revistas já estabelecidas de assuntos gerais. Atualmente, o mercado volta-se para conteúdos específicos, com crescimento do número de títulos publicados e de segmentos no setor. Dados sobre faturamento revelam crescimento deste, muito embora em número de exemplares vendidos o mercado tenha sofrido redução.

Diante do quadro exposto, ações vêm sendo direcionadas para a construção de uma política mais ativa de fomento ao mercado editorial. Neste sentido, esta pesquisa justifica-se pela necessidade de estudo do segmento, de forma a contribuir com a identificação de gargalos e dificuldades que entravam os investimentos e apontar políticas públicas voltadas ao crescimento da indústria editorial. Com base nessa proposta, a análise enfocará as novas tecnologias e inovações incorporadas ao setor editorial, a dinâmica dos movimentos de fusões, aquisições e penetração do capital estrangeiro, e o impacto da evolução recente para os agentes envolvidos no complexo produtivo.

## **1. Dinâmica global do investimento**

### **1.1 Desafios e oportunidades associados às mudanças tecnológicas**

O mercado editorial vem passando por grandes modificações associadas à criação de novas tecnologias. O comércio eletrônico, a disponibilidade de obras em websites, o aperfeiçoamento e diversificação de áudio-livros e o livro digital oferecem novas possibilidades de venda e consumo.

Apesar de representar ainda parcela reduzida de vendas do setor, o comércio virtual tem crescido como alternativa de investimento, uma vez que apresenta custos menores relativamente a montagem de uma loja e oferece as facilidades das compras realizadas pela internet. Pesquisa realizada pela Nielsen Online ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 15/10/2008) constatou em 2007 aumento de 41% nas vendas de livros pela internet no mundo, sendo este produto o mais comercializado no mercado virtual.

Por sua vez os livros digitais apresentam-se como um mercado em crescimento. Segundo declarações de empresários da indústria editorial durante a 60ª edição da Feira do livro de Frankfurt, na Alemanha, em 2018 o faturamento das edições digitais superará a do livro de papel naquele mercado. Uma das vantagens apontadas pela digitalização é a redução dos custos de impressão e distribuição. Nos Estados Unidos, onde o mercado de *e-books* já é mais maduro, as vendas de livros eletrônicos vêm crescendo significativamente - saltaram de 4 milhões de dólares no segundo trimestre de 2006 para 8,1 milhões de dólares no mesmo período do ano de 2007 - mas os 20 milhões de dólares gastos com obras digitais em 2006 ainda são muito tímidos frente aos 24,2 bilhões de dólares movimentados pelo mercado editorial tradicional naquele país (SNEL). Barreira para difusão do produto está exatamente no alto custo de aquisição do leitor de livros eletrônicos, em média de 300 euros, junto ao custo para



fazer o *download* da obra, que em alguns casos, pode ser próximo ao do livro de papel. Apesar do alto custo, este leitor de livro vem despertando o interesse de diversas empresas como a Amazon.com, gigante na distribuição de livros com sua *mega-store on-line*, que já lançou seu produto, o *Kindle* e a Sony com seu *Portbale Reader System* (PRS-500), que utiliza tecnologia de papel eletrônico da empresa *E-Ink* (Pró-livro). Alvos prioritários serão professores, estudantes, consultores e certos grupos de profissionais (como advogados, por exemplo). Por outro lado, todos os quadros com grande 'nomadismo', que viajam bastante e não pretendem andar carregados com pilhas de livros, são potenciais clientes.

Vale salientar a respeito dos livros eletrônicos que vários mercados estão tentando adequar-se cada vez mais à tecnologia de ponta – no Japão, por exemplo, há obras de ficção desenvolvidas para serem lidas em celulares, o que faz com que novos produtos sejam criados a partir da revolução tecnológica.

Os áudio-livros, apesar de existirem há bastante tempo no mercado, têm incorporado novas tecnologias na tentativa de se tornarem mais atrativos ao consumidor. É valorizado principalmente pela vantagem de poder ser utilizado paralelamente à realização de outras atividades, como dirigir ou realizar trabalhos manuais. Segundo a CBL – Câmara Brasileira do Livro, alguns consumidores destacam o prazer de ter alguém lendo para eles, o que modifica a forma como estes passam a encarar a leitura a partir dessa nova ferramenta. O slogan desse mercado é “Leia de ouvido” e nos EUA em 2004 gerou um volume de negócios de US\$ 39 milhões (8% do mercado de livros). No Brasil, as obras disponíveis em áudio-livros enquadram-se principalmente nas categorias de aprendizagem lingüística, literatura clássica e contemporânea e desenvolvimento pessoal. É visto pelos especialistas de mercado como ferramenta estratégica na difusão da leitura para o público jovem e no estímulo ao maior aprendizado, uma vez que escutar e depois ler o texto facilita a memorização e o entendimento.

Em relação à disponibilização de partes das obras pela internet, alguns editores a consideram como estratégias de mercado, vez que oferecem a possibilidade de familiarização com o produto para aquisição posterior de cópia impressa. Todavia, embora seja possível encontrar cópias digitais gratuitas em português de quase todos os grandes *best sellers* - “O Código Da Vinci”, “O Caçador de Pipas” e “A menina que roubava livros”, para citar alguns exemplos recentes - grande empecilho do mercado editorial não é digital, mas sim físico. No caso do Brasil, por exemplo, a fotocópia ilegal

de livros, principalmente acadêmicos, gera um prejuízo anual estimado em 1 bilhão de reais para o mercado segundo a ABIGRAGF. Em outros países, principalmente no norte-americano e no japonês, a preocupação pela pirataria virtual de títulos, a adequação dos mercados aos *e-books*, e os periódicos *online* estão conquistando cada vez maiores espaços.

Fenômeno associado à pirataria que deve ser observado são os sites de relacionamentos, como o *Orkut (Google)* por exemplo, onde são criadas comunidades próprias para a pirataria de títulos, com livros para download no formato em mp3, *e-books* e traduções, feitas pelos usuários.

A superação do problema da pirataria, apontam alguns especialistas, pode ocorrer quando a indústria desenvolver um dispositivo portátil, a um custo acessível, que torne a experiência de leitura no formato digital satisfatória. Se os leitores digitais de fato se popularizarem, oferecendo ao consumidor a possibilidade de carregar centenas de livros na palma da mão, o cenário pode mudar rapidamente e a indústria de livros de fato terá uma nova janela de oportunidade.

No Brasil, diversas alternativas vêm aparecendo para tornar acessível os livros digitais, principalmente para estudantes. É o caso das livrarias e bibliotecas virtuais, como por exemplo a Cultvox, que é uma espécie de livraria virtual, onde se comercializa *e-books*. Em formato PDF, os arquivos podem ser lidos tanto no monitor como impressos.

Por sua vez, a Biblioteca Nacional Digital, braço digital da Biblioteca Nacional, traz arquivos em diversos formatos de parte do acervo do patrimônio bibliográfico no País. Apesar do conteúdo digitalizado ainda ser pequeno é possível ver livros de nossos escritores mais famosos, ou mesmo ouvir músicas de artistas como Chiquinha Gonzaga e ver ilustrações da época do Brasil colônia. Diversos outros projetos estão sendo implementados, em convênios com as maiores Universidades do Brasil, visando fornecer acervo digitalizado.

## **1.2 Desafios e oportunidades associados às mudanças nos padrões de concorrência e regulação**

A dinâmica de concentração na indústria editorial ganhou espaço em diversos países do mundo, consolidando-se como tendência para os países que acompanham os mercados mundiais. Todavia, é característica desse mercado a existência de pequenas editoras importantes para geração de dinamismo e inovação do sistema. A impressão

digital possibilita rápida produção de pequenas tiragens com baixo desperdício de papel, estimulando a auto-publicação e editoras independentes. Especialista da Art Council, afirma sobre o mercado editorial na Inglaterra:

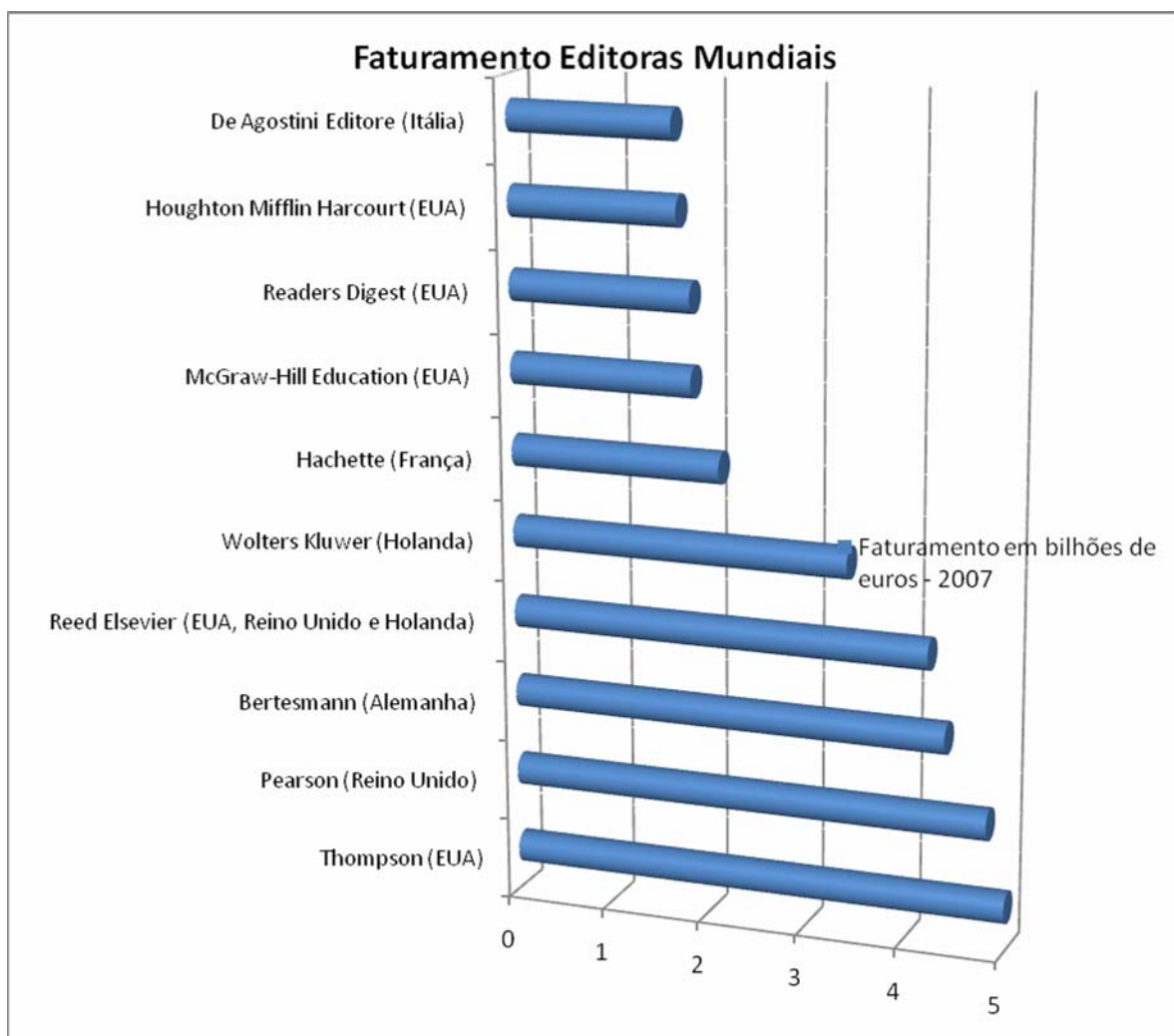
“A indústria está se tornando crescentemente polarizada entre um pequeno número de enormes corporações, principalmente ramos da mídia multinacional, e um grande grupo de editoras menores”.

(<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/default.asp?a=96&periodo=200612>, acesso em 12/09/2008)

Deve-se considerar, entretanto, que em alguns países o fenômeno da concentração mostra-se bastante avançado, com fortes impactos sobre a indústria. Este é o caso, por exemplo, da segmento editorial norte-americano. O editor André Schiffrin, em entrevista disponível no endereço <http://www.revistanorte.com.br>, acesso em 24/09/2008, destaca que no ano de 2008 cerca de 80% dos livros publicados nos EUA são de editoras pertencentes a cinco conglomerados, semelhante fato sendo observado nas livrarias, onde cada vez maior número destas pertence a uma quantidade menor de varejistas.

Um grande problema da concentração da indústria editorial é a ameaça à diversidade, onde os catálogos voltam-se para gêneros de maior vendagem deixando no esquecimento outros de menor demanda, como teatro e poesia. Esse processo de marginalização de alguns gêneros já mostrava-se freqüente na década de 1990, porém fortaleceu-se com a intensificação da concentração de mercado nos anos mais recentes. Segundo testemunho de Manuel António Pina, no site <http://aeiou.visao.pt>, acesso em 20/10/2008, ainda que as editoras conservem alguma identidade, o que prevalece no grupo é a complementaridade, onde processos diferenciados tenderão à uniformização, dominados pelo mercado.

**Figura 3 – Faturamento editorial acima de 100 milhões de euros em 2007, 10 editoras selecionadas**



Fonte: Dados em [www.livreshebdo.fr](http://www.livreshebdo.fr), elaboração da autora. Acesso em 21/10/2008.

Pesquisa da revista francesa *“Livres Hebdo”* publicada em outubro de 2008 reúne as empresas que faturaram no ano de 2007 pelo menos 100 milhões de euros, destas destacam-se por ordem de faturamento as expostas na figura 3.

Dentre os principais instrumentos de incentivos ao livro encontram-se as compras governamentais, os incentivos fiscais, o estabelecimento de preço único e a restrição à pirataria. De maneira geral, os impostos sobre o livro são reduzidos, com a alíquota situando-se no intervalo de 1 a 5% e de 5,1 a 10% para maioria dos países. No Brasil, em 2004 o presidente Lula isentou de tributação a produção de livros.

A prática do preço fixo, observada em alguns países tais como México, Portugal e Alemanha, faz-se através de acordo entre as editoras e as livrarias, onde há um limite para os descontos concedidos de maneira a favorecer uma maior igualdade entre grandes redes, pequenas livrarias e demais pontos de venda. A tolerância de descontos varia para cada país. Argumentos em defesa desta prática enfatizam que, sem ela, os

grandes descontos concedidos pelas maiores livrarias, poderiam levar à falência pequenas e médias empresas, incapacitadas de se aproveitar das economias de escala. No mercado brasileiro não há estabelecimento de preço único, as editoras apenas sugerem os preços e as livrarias praticam descontos de forma diferenciada, sendo a prática de descontos das vendas on line mais agressiva que a realizada pelo mercado tradicional (Bertol, 2006).

### **1.3 Desafios e oportunidades associados às mudanças nos padrões de demanda mundial e nacional**

Analisar o mercado editorial nacional e mundial requer, acima de tudo, a observação do hábito da leitura da população e a determinação das principais variáveis que influenciam esse hábito. Além disso, também se faz necessária a análise dos aspectos advindos da oferta dos produtos e da sua distribuição no mercado, explorados em tópicos posterior.

Segundo estudo recente da Unesco existem três variáveis qualitativas fundamentais que estão relacionadas com o hábito da leitura dos indivíduos, são elas: nascer em uma família de leitores; ter passado a juventude em um sistema escolar que se preocupa em estimular tal hábito; e o valor simbólico que a cultura nacional atribui ao livro. Importam também duas variáveis quantitativas: o preço dos livros e o acesso a ele.

Ao se estudar países desenvolvidos, tem-se que o hábito da leitura é muito forte em todas as idades, a importância que é dada a leitura é imensa, o preço dos livros de uma forma geral está dentro do limite orçamentário destinado à cultura e ao lazer, e há grande oferta, seja em bibliotecas, que por sua vez têm uma atenção privilegiada das autoridades governamentais, ou em livrarias ou até mesmo em pontos alternativos de comércio como supermercados, clubes de livros e internet.

Comprovando tal realidade, os Estados Unidos são o maior mercado consumidor e ofertante de produtos impressos do mundo, tendo uma índice médio de 10 livros/per capita/ano. Outros países como Alemanha, França e Reino Unido também têm seu mercado editorial bastante desenvolvido.

Já em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento existe pouca difusão e incentivo ao hábito da leitura, o nível de renda é insuficiente para garantir uma demanda por bens considerados “supérfluos” e existe uma dificuldade de acesso ao livro, pois o número de bibliotecas é bastante reduzido e os principais ofertantes se encontram nos grandes centros comerciais dos países. Há ainda outra peculiaridade, a de que os livros

demandados são em sua maioria didáticos, dessa forma, as pessoas que tem acesso a leitura são as que ainda estão em fase acadêmica, logo, com o término desse período, a maioria delas perde quase que totalmente o contato com a leitura. Na América Latina, que representa um mercado de 600 milhões de livros por ano, ainda convive-se com índices médios muito baixos de leitura. O México, por exemplo, que é o maior produtor de livros da América Latina hispânica, apresenta um índice médio de 1,33 livro/per capita/ano (Lindoso, 2004).

Ao reduzir a ótica da análise e passar a observar o mercado brasileiro, segundo a pesquisa “O Retrato da Leitura no Brasil”, três em cada quatro brasileiros consideram que a leitura tem significado positivo. Para os mais velhos ela proporciona acúmulo de conhecimento, para os mais novos é um hábito prazeroso. A leitura hoje está em quinto lugar no que se refere à preferência do brasileiro como alternativa para o tempo livre. A classe c representa 43%<sup>3</sup> dos leitores no Brasil, e os principais compradores concentram-se nas regiões Sul, Sudeste e Centro-oeste. No Norte e Nordeste, estão concentrados os leitores que dependem da distribuição do Governo.

É possível observar que o mercado editorial mundial e nacional passam por um processo de mudança nos padrões de demanda e oferta, tais mudanças ocorrem sobretudo pela difusão e evolução tecnológica.

Com a disseminação da internet e de novas tecnologias, a demanda de livros impressos tem sido transferida para a demanda de livros em formatos digitais, que possui acesso mais fácil e por vezes não oferecem custo para o leitor. É evidente que essa tendência ainda não é tão forte, principalmente em países subdesenvolvidos já que o avanço tecnológico não chega às classes menos favorecidas economicamente.

## **2. Tendências de investimentos no Brasil**

### **2.1 A produção de livros no Brasil**

O mercado editorial brasileiro possui algumas características relevantes, tais como a presença de grandes grupos e pequenas editoras, oligopolização na distribuição, pontos de vendas concentrados territorialmente, preço elevado para o padrão de renda nacional e limitações na demanda. No caso das editoras, as principais tendências são de concentração vertical e horizontal, porém não absoluta, e crescente participação do capital externo.

---

<sup>3</sup> Classe A – 3%; Classe B – 16%; Classe D – 35%; Classe E – 3%.

A produção do livro no Brasil, de maneira geral, tem custo reduzido e viabilidade em pequena escala. Para as livrarias, os custos são mais elevados, devendo estar ao alcance dos leitores e formar estoques, diante dos riscos de não desová-los. Por este fato, livreiros pressionam os editores para que a venda seja por consignação, de forma a reduzir os riscos da operação – o que, por outro lado, exige maior capitalização do segmento editorial.

Entre os grupos de grandes editoras estão: (i) **Editora Abril**, privada de capital nacional e estrangeiro, que adquiriu as editoras Ática e Scipione; (ii) **Editora Moderna**, que em 2001 passou a integrar o Grupo espanhol Santillana, o qual atua na Europa e nas Américas; (iii) O **Grupo Editorial Record**, conglomerado de editoras, que engloba as Editoras Bertrand Brasil, José Olympio, Best Seller, Civilização Brasileira, Nova Era, Difel e Rosa dos Tempos. A Editora Record é uma empresa 100% nacional e maior conglomerado editorial da América Latina; (iv) A **Ática**, editora nacional, cujo capital foi adquirido 2004 pelo Grupo Abril, passando então a fazer parte da Abril Educação; (v) **Editora Novo Mundo Ltda**, brasileira de capital nacional; (vi) **Editora Objetiva Ltda**, que desde junho de 2005 quando parte majoritária de suas ações foi comprada pelo Grupo Prisa-Santillana (um dos líderes do setor editorial e de comunicação da Europa e América Latina), deu início a uma nova etapa de diversificação e crescimento; (vii) **Grupo Saraiva S.A. Livreiros e editores**, de capital aberto, que adquiriu o Grupo Siciliano em 2008, a Editora Atual em 1998, a Editora Renascer em 2000, a Editora Solução em 2001, a Formato Editorial em 2003 e a Pigmento Editorial em 2007.

No caso das grandes editoras, o produto é vendido para as livrarias, que assumem o risco das vendas e arrebata um percentual maior do que no caso de aquisição de obras de pequenas editoras – girando em torno de 50 a 60%. Desta forma, as livrarias têm todo interesse em vender, caso contrário terão prejuízo. Segundo Martins (<http://www.alessandromartins.com>, acesso em 15/09/2008) a maior parte das vitrines da livrarias é formada por obras que não estão em consignação, desfavorecendo as pequenas editoras. Além disso, as maiores editoras vendem pacotes, vinculando as vendas de autores já consagrados com os menos desconhecidos de forma que a livraria se esforça igualmente para vender as obras destes últimos, deixando os grupos editoriais maiores tranquilos em relação à vendagem.

Esclarecimento importante foi dado por Sr. Arnaldo Afonso<sup>4</sup>, sócio da Bagaço Editora, segundo o qual as pequenas e médias editoras têm compromisso maior com a cultura ou com o tipo de literatura que pretendem divulgar, de maneira que assumem papel diferenciado no mercado, muito embora muitas fiquem marginalizadas sem condições de competir com os grandes grupos. Para estas pequenas editoras, é ainda mais difícil, dado que o acesso a linhas de crédito é dificultado pela burocracia, segundo o empresário.

Informações ainda relevantes foram obtidas em entrevista<sup>5</sup> com a especialista nos ramos publicitário e gráfico, Sra Maria Tereza Vieira, e dão conta de que algumas editoras, principalmente localizadas no Nordeste, nos anos 1980 tiveram que desenvolver a atividade gráfica, dado que a que existia na região era insuficiente para atender ao mercado. Atualmente, contudo, ela afirma que o cenário mudou, e o parque gráfico regional é bastante desenvolvido.

Um dos aspectos enfocados nas declarações de empresários e prestadores de serviços da indústria editorial disponíveis em sites é o baixo retorno das atividades editoriais, que incluem, dentre outras, a contratação de revisor, diagramador, capista e responsável pela parte gráfica. O ganho líquido da atividade gira em torno de 10% do preço final do livro, e as pequenas editoras trabalham por consignação – isto é distribuem para livrarias que expõem as obras sem assumirem risco no negócio, sendo que a maior parte do pagamento para as editoras é feito com 60 dias ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 23/08/2008).

O quadro 1 revela a distribuição percentual do preço da capa de um livro, em média praticada, cabendo ao editor a fixação desse preço, uma vez que monopoliza os direitos autorais. Em seguida, o livro é repassado com desconto para distribuidores e livreiros (Earp e Korpis, 2005).

**Quadro 1: Distribuição percentual do preço de capa de um livro no Brasil**

	%
Direitos Autorais	10
Distribuidor	10
Lucro da Editora	15

<sup>4</sup> Entrevista realizada em 23 de novembro de 2008, na Bagaço Editora, na Rua dos Arcos, 150 – A, Poço da Panela, Recife-PE. A Bagaço possui parque ainda gráfico, emprega cerca de 82 funcionários, incluindo as atividades de editoração e impressão

<sup>5</sup> Entrevista realizada em Recife-PE, no dia 25/10/2008. Maria Tereza tem mais de vinte anos de experiência no ramo de mídia impressa e propaganda. Presta serviço atualmente para O&M – Publicidade e Propaganda, nas áreas de criação e revisão de materiais.



Custos Editoriais e Manufatureiros	25
Livreiro	40
Total	100

Fonte: Earp e Korpis (2005).

A distribuição de impressos e publicações pode ser feita diretamente pelo departamento comercial da editoras, representantes comerciais, distribuidora integrada à livraria, atacadista de livros, distribuidora independente etc. O distribuidor atacadista tende a apresentar um amplo estoque, com uma boa variedade de títulos.

Até 1990, existiam poucas distribuidoras, estas de grande porte, como Brasilivros, Catavento e Disal, em São Paulo, que ganhavam com a formação de estoques dado a conjuntura de inflação. Após o Plano Real, estes ganhos foram eliminados, e surgiram outras distribuidoras de diversas dimensões, destacando-se a Superpedidos e a Tecmedd, também localizadas em São Paulo. Nos anos mais recentes, observa-se a presença de grandes distribuidores que atuam em território nacional e outros menores especializados em regiões, temas ou canais de venda. Os distribuidores passaram também a inovar colocando produtos em pontos de vendas não convencionais, como farmácias, lojas de conveniência e supermercados.

Vale salientar que no Brasil, pela sua dimensão, a distribuição consiste em um sério problema, demandando grande escala para se tornar viável, uma vez que o Governo compra diretamente das editoras parte considerável da produção.

De acordo com as informações da pesquisa Produção e Venda no Setor Editorial Brasileiro, encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), disponível no site da CBL, o comércio realizado em 2007 pelas livrarias ainda respondeu por maior parte das vendas do mercado (47,69%). Todavia, os pedidos por internet e a comercialização de livros para empresas obtiveram crescimento respectivamente de 285% de 237%<sup>6</sup>. A venda de livros em supermercados cresceu 98,77% e a realizada de porta a porta apresentou ganho de 91,37%. Um outro destaque igualmente importante esteve na venda conjunta de livros e jornais, com crescimento de 110%. Os dados se referem ao ano de 2007, tendo com referência informações do ano anterior.

---

<sup>6</sup> As operações em internet abrangem assinaturas de periódicos, acesso a bancos de dados, licenças únicas de uso para documentos e arquivos, dentre outras. Entre as dificuldades para a prática do comércio virtual, estão os elevados custos para colocação da marca, operação e logística.

No caso das grandes livrarias, tem-se o benefício gerado pela internet, com seus espaços de comercialização *online*, que possuem um custo infinitamente menor que a abertura de uma nova loja.

Em território nacional, a quantidade de pessoas por livraria é de cerca de 84,4 mil, ao contrário de muitos países onde a relação se mostra muito menor, como é o caso da Argentina onde a relação é de 6,2 mil habitantes por livraria, e estes números são ainda menores nos países mais desenvolvidos. Esta relação de livrarias por habitantes no Brasil é em grande parte explicada por motivos culturais, mas tem se intensificado com o fechamento de pequenas livrarias e a concentração do mercado. Segundo o IBGE em 2008 há aproximadamente 2.680 livrarias no Brasil, das quais 25% pertencem a grandes redes e 68% se concentram no Sudeste e no Sul.

A maioria das pesquisas sobre o Mercado Editorial considera 4 subdivisões literárias principais: Obras Gerais, Religiosos, Didáticos e os CTP – Científicos, Técnicos e Profissionais. No período mais recente, de 2005 a 2007, em números de exemplares, a subdivisão de Didáticos apresentou crescimento de 26%, seguida pela de religiosos com 7% e pela de CTP, com crescimento bem inferior de 0,7%. Já a categoria de Obras Gerais revelou queda de 3% em número de exemplares (Quadro 2). As compras do governo federal contribuem para o desempenho no segmento de didáticos. Nas obras religiosas, o item destaque foi a Bíblia de luxo. Em relação aos livros categorizados como CTP, tem-se que este é o subsetor que mais sofre com as cópias ilegais nas universidades.

**Quadro 2: Gêneros literários e exemplares comercializados**

SUBSETOR	Exemplares		
	2005	2006	2007
Didáticos	171.531.776	171.987.356	216.063.980
Obras Gerais	78.445.459	89.142.704	76.111.823
Religiosos	36.348.196	37.491.751	38.938.697
CTP	20.138.256	22.015.013	20.281.789
TOTAL	306.463.687	320.636.824	351.396.288

Fonte: Dados da CBL. Elaboração da autora.

Dados sobre emprego e estabelecimentos nos anos mais recentes, de 2005 a 2007, compreendendo as atividades editorial, de papel e gráfica nas regiões brasileiras atestam a maior participação destas no Sudeste. No ano de 2005, esta região aparecia

com 57,2% do total de estabelecimentos dos segmentos, os quais geraram 59,6% do emprego nas referidas atividades. Em 2007, esta participação foi praticamente mantida, tendo a região apresentado 56,7% do total de empresas e 60% dos postos de emprego. Assim, a relação emprego/estabelecimento permaneceu inalterada (Quadro 3).

Em seguida, tem-se a região Sul, com 22,8% das empresas dos segmentos editorial, de papel e gráfica, e respondendo por 24% do emprego gerado em 2005. Para o último ano, os percentuais sulinos são de 23,1% para estabelecimentos e 24% para emprego formal, mantendo-se portanto a participação da região no total de firmas e postos de trabalho. A relação emprego/estabelecimento passa de 7,5 em 2005 para 7,2 em 2007 (Quadro 3).

<b>Quadro 3 – Estabelecimento e emprego nas atividades editorial, papel e gráfica nas regiões do Brasil de 2005 a 2007</b>									
Região/ Ano	Estabelecimentos			Emprego formal			Emprego/ Estabelecimento		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Norte	1.357	1.348	1.382	8.903	8.546	9.513	6,6	6,3	6,9
Nordeste	5.410	5.663	5.942	29.753	33.165	34.830	5,5	5,9	5,9
Sudeste	28.200	29.783	30.335	201.441	215.614	222.951	7,1	7,2	7,3
Sul	11.235	11.826	12.394	84.188	87.483	89.660	7,5	7,4	7,2
Centro-Oeste	3.108	3.369	3.521	13.870	15.559	15.104	4,5	4,6	4,3
Total	49.310	51.989	53.574	338.155	360.367	372.058	6,8	6,9	6,9

Fonte: Dados da RAIS/CAGED. Elaboração da autora.

Do lado das regiões que apresentam menores participações, tem-se o Nordeste destacando-se com 11% do total de empresas e 9% do emprego em 2005, estes percentuais sendo praticamente reproduzidos em 2007. Os números indicam ainda relação emprego/estabelecimento de 5,5 em 2005 e de 5,9 em 2007. Acompanhando a evolução do total de empresas e emprego gerado nas atividades propostas, tem-se no período 2005-2007, crescimento de 8,7% no número de firmas e de 10% nos postos de trabalho (Quadro 3).

<b>Quadro 4 – Estabelecimento e emprego nas atividades editorial, papel e gráfica nos Estados do Brasil de 2005 a 2007</b>									
Estado/ Ano	Estabelecimentos			Emprego Formal			Emprego/Estabelecimento		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Rondônia	268	272	273	970	955	926	3,6	3,5	3,4
Acre	78	66	74	191	189	200	2,4	2,9	2,7
Amazonas	293	296	290	4.152	4.059	4.225	14,2	13,7	14,6
Roraima	41	36	38	155	97	154	3,8	2,7	4,1
Pará	440	448	458	2.556	2.673	3.259	5,8	6,0	7,1

Amapá	59	51	54	424	145	221	7,2	2,8	4,1
Tocantins	178	179	195	455	428	528	2,6	2,4	2,7
Maranhão	374	375	414	1.933	1.793	1.722	5,2	4,8	4,2
Piauí	250	272	263	890	915	978	3,6	3,4	3,7
Ceará	1.034	1.053	1.082	5.862	6.241	6.682	5,7	5,9	6,2
R. G. do Norte	418	434	462	1.899	1.883	2.029	4,5	4,3	4,4
Paraíba	349	384	426	2.397	3.009	3.150	6,9	7,8	7,4
Pernambuco	922	987	1.021	7.435	8.352	8.572	8,1	8,5	8,4
Alagoas	213	232	244	1.087	1.022	1.014	5,1	4,4	4,2
Sergipe	244	242	258	1.143	1.332	1.400	4,7	5,5	5,4
Bahia	1.606	1.684	1.772	7.107	8.618	9.283	4,4	5,1	5,2
Minas Gerais	4.403	4.713	4.841	23.458	24.823	26.405	5,3	5,3	5,5
Espírito Santo	714	758	802	4.277	4.818	5.246	6,0	6,4	6,5
Rio de Janeiro	4.096	4.330	4.565	29.025	30.789	30.398	7,1	7,1	6,7
São Paulo	18.987	19.982	20.127	144.681	155.184	160.902	7,6	7,8	8,0
Paraná	3.981	4.183	4.301	32.418	34.188	34.445	8,1	8,2	8,0
Santa Catarina	2.407	2.606	2.782	23.852	24.813	26.067	9,9	9,5	9,4
R. G. do Sul	4.847	5.037	5.311	27.918	28.482	29.148	5,8	5,7	5,5
Mato Grosso do Sul	565	601	608	1.926	2.309	2.223	3,4	3,8	3,7
Mato Grosso	635	671	691	1.846	1.902	1.859	2,9	2,8	2,7
Goiás	1.153	1.268	1.338	6.508	7.093	6.889	5,6	5,6	5,1
Distrito Federal	755	829	884	3.590	4.255	4.133	4,8	5,1	4,7
Total	49.310	51.989	53.574	338.155	360.367	372.058	6,9	6,9	6,9

Fonte: Dados da RAIS/CAGED. Elaboração da autora.

De acordo com o quadro 4, as empresas se concentram nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. Estes juntos apresentaram em 2005 73% do total de empresas dos setores estudados, percentual que se manteve em 2007. Os Estados do Ceará, Pernambuco e Bahia em 2005 e 2007 apresentaram 7,2% do total de empresas.

No que se refere à geração de postos de trabalho, as atividades dos Estados líderes responderam por 76% do emprego formal gerado pelas atividades editorial, de papel e gráfica em 2005, e por 75,6% em 2007. O Paraná destaca-se na relação emprego/estabelecimento, apresentando 8,1 em 2005 e 8,0 em 2007, muito embora os Estado que aparecem com maiores destaques neste item sejam Amazonas e Santa Catarina (Quadro 4).

Ceará, Pernambuco e Bahia geraram em 2005, 6% do emprego no segmento, e em 2007, 6,6%. Vale ainda salientar que a relação emprego por estabelecimento, considerando estes últimos Estados, é mais alta no Estado de Pernambuco, com 8,1 em 2005 e 8,4 em 2007 (Quadro 4).

A análise referente ao número de estabelecimentos e emprego formal revela, para ambos os casos, que a tendência é de não alteração significativa da concentração regional de investimentos nos segmentos pesquisados.

Uma variável ainda importante é a remuneração média da atividade editorial, onde percebe-se que a região Sudeste apresentou em 2000 e 2007 as maiores remunerações médias do setor. Em 2000, a remuneração do Centro-oeste correspondia a 69% da remuneração do Sudeste. O rendimento médio da região Norte representava 66% daquele obtido pelo Sudeste, o do Sul correspondia a 63% e o nordestino a 62%. Em 2007 os percentuais das regiões em referência ao rendimento médio do Sudeste eram os seguintes: 68% no Sul, 67% para o Centro-oeste, 66% no Norte e 63% no Nordeste (Quadro 5). Nota-se, portanto, um patamar diferenciado de rendimentos médios no Sudeste, ao lado de rendimentos médios muito próximos entre si nas demais regiões.

Dados da produção física do segmento editorial, disponíveis no site da Câmara Brasileira do Livro – CBL revelam aumentos substanciais de títulos e exemplares de 1991 a 1998 – 74% para os primeiros e 21% para os segundos – seguidos por reduções percentuais para o período 1998-2007, respectivamente, de 8% e 13%, em valores aproximados (Quadro 6). Contudo, atendo-se apenas ao biênio mais recente, 2006-2007, percebe-se que houve leve redução dos títulos produzidos, contudo com elevação do número de exemplares. Um dado preocupante, do ponto de vista da escala, é a tendência de redução na relação exemplares/títulos, o que sugere que a ampliação do número de títulos está se dando com base em tiragens menores talvez em função dos avanços tecnológicos que reduzem custos destas.

<b>Quadro 5 – Remuneração média nas atividades editorial, papel e gráfica, 2000 a 2007 (R\$)</b>								
Região/Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
NORTE	736,66	786,18	767,8	788,32	829,41	968,27	1.078,09	1.151,59
NORDESTE	690,62	735,83	756,7	827,3	875,36	890,65	1.032,75	1.100,48
SUDESTE	1.111,69	1.199,82	1.263,54	1.346,63	1.476,44	1.561,37	1.672,21	1.751,52
SUL	702,33	746,69	792,54	892,66	980,29	1.035,79	1.107,46	1.191,30
CENTRO-OESTE	773,51	827,41	869,65	894,09	945,65	1.012,20	1.072,23	1.173,41

Fonte: Dados da RAIS/CAGED. Elaboração da autora.

**Quadro 6: Produção de livro (1ª edição) das editoras no Brasil 1990-2007**

Ano	Títulos	Exemplares
1990	22.479	239.392.000
1991	28.450	303.492.000

1992	27.561	189.892.128
1993	33.509	222.522.318
1994	38.253	245.986.312
1995	40.503	330.834.320
1996	43.315	376.747.137
1997	51.460	381.870.374
1998	49.746	369.186.474
1999	43.697	295.442.356
2000	45.111	329.519.650
2001	40.900	331.100.000
2002	39.800	338.700.000
2003	35.590	299.400.000
2004	34.858	320.094.027
2005	41.528	306.463.687
2006	46.026	320.636.824
2007	45.092	351.396.288

Fonte: <http://www.cbl.org.br>. Acesso em 01/08/2009.

Os anos 1990 representaram a década das reformas no Brasil. Dentre as consolidadas ainda na referida década estão as de abertura comercial e privatizações. Um dos aspectos relevantes para a análise aqui proposta diz respeito à elevação do grau de abertura da economia brasileira, com a redução das alíquotas e barreiras não-tarifárias, assim como a liberalização das contas corrente e de capital. O segmento editorial, assim como os demais, teve acesso a maquinário e equipamento importados barateados, possibilitando incorporação de tecnologia e elevação da produtividade. Todavia, no ano de 1999 a crise cambial<sup>7</sup> e a desvalorização do real que se seguiu à crise, impactaram negativamente no setor, encarecendo o custo do papel e o preço final do livro.

Embora de 2000 a 2002 haja aumento do número de exemplares vendidos, o faturamento não acompanha este desempenho (Quadros 6 e 7). Contribui para isso, o poder de barganha do governo, que adquire boa parte da oferta do mercado, e o acirramento da concorrência, reduzindo a margem de lucro e forçando uma baixa nos

<sup>7</sup> A sobrevalorização cambial manteve-se como parte da estratégia de estabilização de preços, contudo um dos efeitos foi o crescente déficit comercial, culminando na crise cambial de 1999. A partir daí, a política foi revertida.

preços. Nos anos mais recentes, tal tendência é revertida, e o faturamento acompanha o crescimento do número de exemplares.

**Quadro 7: Evolução do mercado editorial no Brasil, de 1995 a 2006**

<b>Ano</b>	<b>Valor Nominal</b>	<b>Taxa de Crescimento Nominal</b>
1995	1.857.377.029,00	-
1996	1.896.211.487,00	2,09
1997	1.845.467.967,00	-2,68
1998	2.083.338.907,00	12,89
1999	1.817.826.339,00	-12,74
2000	2.060.386.759,00	13,34
2001	2.267.000.000,00	10,03
2002	2.181.000.000,00	-3,79
2003	2.363.580.000,00	8,37
2004	2.477.031.850,00	4,80
2005	2.572.534.074,00	3,86
2006	2.880.450.427,00	11,97

Fonte:www.cbl.org.br, acesso em 20/12/2008.

**Tabela 1 – Balança comercial brasileira de livros, jornais, gravuras e outros produtos gráficos (Valores Acumulados em US\$ FOB) – 2000 – 2008**

<b>Ano</b>	<b>Exportação</b>	<b>Importação</b>	<b>Saldo</b>	<b>Corrente de Comércio</b>
<b>2000</b>	<b>29.531.325</b>	<b>221.121.873</b>	<b>-191.590.548</b>	<b>250.653.198</b>
<b>2001</b>	<b>28.137.872</b>	<b>194.272.445</b>	<b>-166.134.573</b>	<b>222.410.317</b>
<b>2002</b>	<b>30.749.850</b>	<b>127.022.523</b>	<b>-96.272.673</b>	<b>157.772.373</b>
<b>2003</b>	<b>40.992.595</b>	<b>88.110.163</b>	<b>-47.117.568</b>	<b>129.102.758</b>
<b>2004</b>	<b>51.611.784</b>	<b>83.057.575</b>	<b>-31.445.791</b>	<b>134.669.359</b>
<b>2005</b>	<b>59.844.673</b>	<b>112.823.350</b>	<b>-52.978.677</b>	<b>172.668.023</b>
<b>2006</b>	<b>67.324.493</b>	<b>131.565.637</b>	<b>-64.241.144</b>	<b>198.890.130</b>
<b>2007</b>	<b>66.227.194</b>	<b>174.883.167</b>	<b>-108.655.973</b>	<b>241.110.361</b>
<b>2008*</b>	<b>47.462.601</b>	<b>138.550.323</b>	<b>-91.087.722</b>	<b>186.012.924</b>

\* de janeiro a setembro. Fonte: aliceweb

A balança comercial de produtos de edição (Tabela 1) mostra que, apesar de apresentar uma diminuição do déficit de cerca de 8%, os altos índices negativos são constantes. Contribuem para tal déficit diversos fatores, porém a maioria encontra-se

intrinsecamente relacionada ao baixo nível de desenvolvimento desse mercado, já que este ainda se apresenta em crescimento, logo, boa parte de sua demanda, tanto de material pronto como de bens de capital para a produção, é atendida pelo mercado externo.

Pode-se ainda destacar dois principais pontos que tornam esse índice tão elevado: o primeiro seria a grande necessidade de importação dos livros de ensino superior, já que estes não são ofertados no país na quantidade necessária para atender a demanda, seja por falta de profissionais dispostos a escrevê-los, seja por falta de interesse das editoras nacionais em publicá-los, ou simplesmente por falta de escritores capacitados; e o segundo está relacionado com o aumento da facilidade de se importar tais materiais, pois com o advento da internet importar tornou-se mais simples e rápido, além disso tais obras são isentas de impostos de importação o que minimiza os custos estimulando ainda mais o seu consumo.

## **2.2 Indústria gráfica**

O padrão de oferta da atividade gráfico-editorial brasileira apresentou avanços a partir dos anos 1960, quando empresários paulistas incorporaram novas tecnologias à produção gráfica, processo que resultou na consolidação de produtos de qualidade superior às observadas no mercado e desse parque produtor.

Nas últimas décadas o processo de fusão e aquisição no Brasil foi acentuado, manifestando-se no segmento gráfico principalmente a partir da década de 1990. Neste período, deu-se o crescimento da importação de máquinas e equipamentos, dado o favorecimento cambial. Contudo, quando houve reversão da política, os empresários se viram frente a uma conjuntura de alto endividamento e recessão econômica, o que gerou falências e incorporação de empresas nacionais pelo capital estrangeiro. A Donelley (norte-americana), maior empresa do mundo no segmento após 2000, liderou o processo de aquisição no Brasil, através da compra da Hamburg e logo depois da Gráfica Círculo do Livro. Outras aquisições seguiram-se a essa, da Gráfica Melhoramentos pela Quebecor (canadense), segunda maior do mundo, e a consolidação de grupos mundiais, como Qualigraf/Plural e Globo/Cochrane.

Na produção gráfica tem-se que as máquinas essencialmente mecânicas cederam espaço às impressoras planas, de menor durabilidade se comparadas àquelas, mas que permitem a obtenção de maior qualidade e utilização de um número maior de recursos tecnológicos. Cabe aqui registrar a existência de impressoras rotativas e



digitais, tecnologicamente mais avançadas e capazes de produzir em grande velocidade, a exemplo das máquinas Cameron, transformando rolos de papéis em livros com grande qualidade, contudo com custo ainda bastante elevado.

A tipografia moderna utiliza filmes offset e discos flexíveis gerados por especialistas e transportados pela internet. A normatização do texto é também facilitada pela Linguagem para Normatização e Divisão de Textos para uso Geral.

Em entrevista, a Sra Gabriela Sultanum<sup>8</sup>, prestadora de serviço da Gráfica Santa Marta<sup>9</sup>, revela que “para as gráficas, as opções mais comuns de máquinas são as rotativas e as planas, as primeiras são mais rápidas, porém não compensa utilizá-las para baixas tiragens. Contudo, nova tendência do mercado são as rotativas off set, que produzem sem os custos das rotativas comuns - estas sim, permitem a produção de baixas tiragens. Aquisição desse maquinário, por exemplo, é uma tendência de mercado”.

O problema das rotativas tradicionais era o desperdício de papel no período de ajuste. No site da ABIGRAF, a informação é de que as rotativas estão chegando com toda força no mercado, mas enfoca que para a produção de livros e revistas, com tiragens que vai de 10 a 15 mil exemplares, a qualidade da plana ainda é superior.

Informações sobre custos de aquisição revelam que máquinas rotativas representam um custo de até U\$\$ 7 milhões (ABIGRAF, 10/08/2008), o que na conjuntura atual pode prejudicar novas aquisições. A expansão da capacidade produtiva com base em novas aquisições de máquinas planas e rotativas é uma realidade que já se observa em alguns grupos, muito embora a alta do dólar e o alto endividamento dos empresários do setor possivelmente inibam maiores investimentos.

**Quadro 8: Investimento na indústria gráfica brasileira - 1994-2007**

Ano	Investimento US\$ mi
1994	701
1995	816
1996	696
1997	1.004
1998	617
1999	459

<sup>8</sup> Entrevista realizada na Universidade Federal de Pernambuco, dia 14 de novembro de 2008, Recife-PE. Gabriela Sultanum é formada em jornalismo e presta serviços para gráficas e empresas de publicidade.

<sup>9</sup> A Gráfica Santa Marta tem sede em João Pessoa e filiais em diversos Estados, possuindo a seguinte demanda de serviços no ano de 2007: Rotativos – 54%; Promocionais – 19,75%; Editorial – 13,3%; Rótulos – 9,52%; Tablóide – 2,48%; Outros – 0,95%. É considerada uma das maiores gráficas fora do eixo Centro-Sul.

2000	517
2001	501
2002	399
2003	324
2004	348
2005	413,1
2006	419
2007	1.050

Fonte: [www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 25/10/2008.

Com relação aos investimentos na indústria gráfica brasileira, o período mais favorável é o que vai de 1994 a 1997. A partir de 1998, há uma queda do montante investido, com leve recuperação em 2000. Todavia, o quadro desfavorável permanece de 2001 a 2003. Desde então, há gradual recuperação até o ano de 2006, para em 2007 o investimento apresentar ganho considerável (Quadro 8).

Sobre os investimentos, importante contribuição é dada pela entrevista feita ao Sr. Arnaldo Afonso, já apresentado anteriormente. Explica este que alguns investimentos foram realizados em 2007 com carência de 2 anos, significando que o início da amortização dar-se-á em 2009, onde os mercados estarão sofrendo os impactos da crise do subprime. Para ele, este aspecto impedirá a ampliação da capacidade produtiva, uma vez que o setor encontra-se já bastante endividado pela aquisição de maquinário importado. Tal maquinário é inclusive ponto de destaque, quando o tema são as dificuldades vivenciadas na atividade: segundo o empresário entrevistado, não há opções de máquinas produzidas nacionalmente, assim o poder exercido pelo produtor externo é enorme, impondo um contrato onde a compra de insumos e a manutenção cobradas em dólares pelo fabricante são obrigatórias, tornando onerosa a ampliação do parque produtivo. Uma saída para este quadro, segundo o especialista, seria a criação de incentivos para os grandes grupos trazerem suas plantas produtivas para o Brasil, de forma a baratear o custo das máquinas.

Para o futuro, Arnaldo Afonso, que também é economista, espera que a produção de máquinas chinesas provoque uma redução no preço praticado atualmente pelos cartéis mundiais. Percebe ainda que o mercado gráfico torna-se uma opção de investimento para o capital externo, assim como acontece com o mercado editorial e outros.

Dentre as principais dificuldades, apontadas como entraves a um maior

crescimento, destacam-se a falta de incentivos, a dificuldade de empréstimos e as altas taxas de juros dos financiamentos. Atestam estas citadas e outras as seguintes declarações de empresários do segmento:

- Altos Tributos (ISS, ICMS)

*“No Brasil, o empresário começa a pagar impostos antes mesmo de produzir. Aqui se tributa investimento”.* (Mário César Martins de Camargo, presidente da ABIGRAF, [www.abigraf.org.br](http://www.abigraf.org.br), acesso em 15/08/2008)

- Falta de incentivos para a aquisição de equipamentos, que são em sua maioria importados. Além disso, as altas taxas de importação também prejudicam as compras.

*“Pagamos impostos sobre impostos, temos documentos que mostram que importamos equipamentos porque não temos similares nacionais, isso deveria contribuir para reduzir as taxas.”* Mesma citação anterior.

- Burocracia nas transações de empréstimos para a aquisição de equipamentos e falta de comprometimento após a conclusão de contratos de compra/venda de equipamentos. Depois de fechado o negócio não se tem a mesma disposição para solucionar possíveis problemas. ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 12/08/2008)
- Respaldo técnico, já que a maioria dos equipamentos é importada e de tecnologia pouco conhecida no país. ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 12/08/2008)
- O mercado é em sua grande maioria formada por micro e pequenas empresas, que têm dificuldades na questão gerencial, muitas vezes não têm acesso à informação e a capacidade de absorção de novas tecnologias é limitada. ([www.abrelivros.org.br](http://www.abrelivros.org.br), acesso em 15/08/2008)
- Crescentes custos de produção e distribuição. ([www.snel.org.br](http://www.snel.org.br), acesso em 20/08/2008).

### **2.3 Direitos autorais**

A fim de regular o mercado editorial o governo brasileiro editou a lei 9.610 em 1988. Mais conhecida como Lei dos Direitos Autorais, ela conceitua cada membro e processo do mercado, além de objetivar o oferecimento de respaldo legal a todos aqueles que estão envolvidos.

O propósito da lei é fornecer segurança jurídica aos autores e criadores, de forma que seus direitos autorais sejam respeitados por todos. Dessa maneira, tenta-se incentivá-los a continuar produzindo e investindo no mercado editorial.

Esta lei protege todo e qualquer tipo de obra intelectual, esteja ela ou não

registrada em algum órgão governamental. O seu principal enfoque é a reprodução ilegal da obra, sendo a reprodução possível apenas mediante autorização legal do autor. Caso esse direito não seja respeitado o contrafator será punido com multa e julgado penalmente por sua infração. Podendo, além disso, caso o autor requeira, devolver todo o dinheiro arrecadado com a venda ilegal da obra.

Os direitos do autor sobre sua obra são inalienáveis e irrenunciáveis e perduram por setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida à ordem sucessória da lei civil. Ele ou seus sucessores podem ainda transferir total ou parcialmente seus direitos a terceiros.

Um dos principais direitos, e talvez o mais criticado, é o direito exclusivo dado aos editores sobre as obras com as quais se responsabilizam pela edição. Parte dos autores não está satisfeita com esse fragmento da lei e reivindicam uma que lhes propicie maior segurança jurídica na relação com os produtores e editoras. Órgãos governamentais, como o Ministério da Cultura, por exemplo, também compartilham da mesma opinião que os autores e tentam de variadas formas alterar alguns pontos da lei, contudo, ainda não se observou êxito nas tentativas.

Com a internet a possibilidade de cópia não autorizada se torna mais freqüente, exigindo uma adaptação da lei incorporando as diversas formas de uso e reprodução de obras e trechos. Sobre isso, vale mencionar que várias propostas estão sendo discutidas mas ainda sem um formato consistente e consensual.

No que diz respeito à reprodução ilegal, empresas públicas e privadas, junto a universidades, vêm realizando projetos para reduzi-la no Brasil. Neste sentido, foi implementado o projeto “Pasta do Professor”, difundido pela Associação Brasileira de Direitos Reprográficos (ABDR), com objetivo de combater a pirataria de livros acadêmicos. Este projeto prevê a criação de pastas virtuais com as bibliografias exigidas por cada disciplina - no modelo já comum nos centros de cópias das universidades hoje -, onde serão postadas versões digitais dos trechos exigidos pelo professor. Em um ponto físico na faculdade, o aluno poderá comprar os trechos impressos, substituindo as cópias ilegais por exemplares legítimos. O alvo são os alunos que precisam apenas de parte dos livros e que não são atendidos pelo mercado editorial atual. hoje. Segundo a ABIGRAF, o projeto demandou investimentos de mais de 1 milhão de reais das editoras que suportaram a iniciativa - oito, até o momento, representando 14 selos editoriais, entre eles Addison Wesley/Pearson Education/Prentice Hall, ArtMed/Bookman, Atlas, Campus/Elsevier, Forense, Guanabara

Koogan, LTC, Manole, RT e Saraiva. Qualquer centro de cópias interessado pode se credenciar no site [www.pastadoprofessor.com.br](http://www.pastadoprofessor.com.br) para se tornar um ponto de venda do projeto. O preço dos trechos é definido por uma taxa cobrada pelo capítulo, negociada com a editora e com o autor (que tem que autorizar a venda fragmentada da sua obra), e pelo valor da impressão em si. Os pontos de venda devem utilizar máquinas credenciadas pelo projeto.

#### **2.4 Políticas e incentivos no exterior**

O autor Baruch em seu artigo de 1994 cita três diferentes modos de incentivo público à viabilidade da comercialização de livros na Europa, mecanismos estes que asseguram acesso contínuo e estabilidade comercial para o sistema de oferta de livros ao mesmo tempo em que proporciona renda para os autores: o modelo Inglês que é baseado no *Retail Price Maintenance* e mantido por diversos países europeus, a política VAT de taxa zero no Reino Unido ou redução em muitos países europeus e que tem tentado se adequar as normas da União Européia, e a *Public Lending Right* que é a distribuição proporcional de recursos para os autores que tiverem seus livros emprestados das bibliotecas públicas.

Nos países europeus também se destaca a França que mantém uma política de preço fixo, defendida como essencial para a sobrevivência da comercialização de uma grande variedade de livros e que por esta causa sofre ataques por parte das *megastores*. Ela também oferece subsídios em todos os níveis da cadeia produtiva do livro, da criação aos grupos de leitura. Existem tensões sobre como o subsídio deve ser administrado (criador, intermediário ou usuário final), mas estas são mais visíveis em países com dificuldades na mudança econômica e na vida cultural e social.

Em um Colóquio Canadense na Universidade de *Sherbrook* foram apresentados modelos que apontaram contrastes na comercialização de livros. Na Grã-Bretanha o livro é considerado primeiramente como um produto comercial quase como os outros e tem nos intermediários a chave do sucesso no desenvolvimento do comércio do livro. A política foca-se neste aspecto, principalmente quando diz respeito à promoção de exportação.

O autor Barbier's (2001) analisa o desenvolvimento da indústria editorial e gráfica na Alemanha (e nos países sob sua influência), e sugere que foi baseado nos sistemas de distribuição de livros praticada no comércio de livros, intimamente associadas às feiras de livros (*book fairs*) de Frankfurt e Leipzig e com a estrutura alemã de comércio

de livros. O grande incentivo dado aos grupos comerciais de impressão e edição foi a completa remoção de barreiras existentes contra as trocas de livros. Assim, os livros são tratados como fontes de conhecimentos, sendo incorporados ao modelo primeiro como um objeto fruto da criação e do conhecimento depois como mercadoria.

Mollier (2001, 48) analisa o modelo francês, e sugere que a relação autor-editor surgiu no tempo de Montesquieu, Voltaire, Diderot, e Rousseau e é determinante aos moldes da indústria editorial francesa, e seus editores sobreviveram e prosperaram porque levaram a literatura à toda a população, através da democratização do mercado e variedade dos preços.

As variadas formas de apoio ao mercado editorial são caracterizadas pelo apoio a um mecanismo de fácil transferência de dinheiro dos leitores/público para os autores e editores, através do desenvolvimento de políticas fiscais; apoio a leitores e usuários de bibliotecas; subsídio para atividades que compõem a cadeia produtiva do livro; apoio para escritores, ilustradores e outros artistas; e apoio institucional (financeiro e logístico) para atividades do mercado sob o domínio de grandes e médios empreendimentos do ramo de publicação.

## **2.5 Políticas e incentivos no Brasil**

Algumas das políticas públicas mais recentes de fomento ao setor gráfico-editorial estão na Lei Rouanet, consolidadas no mandato de Fernando Collor de Melo em 92, e que engloba ações voltadas aos segmentos pertencentes ao setor cultural. Através do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), recursos são captados e canalizados para os segmentos abrangidos. Tais recursos são provenientes do Fundo Nacional de Cultura (FNC), Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e outros incentivos. Estes últimos podem ser concedidos por pessoa física ou jurídica, com desconto de renda de até 4% para esta última e 6% para a primeira. A captação do FNC vem de empresas e setores autorizados, com 1% de arrecadação dos fundos regionais de investimento e 3% provenientes das loterias. Sobre a referida Lei, Rosa e Oddone (2006:187) afirmam que “embora bastante abrangente nas suas ações, a Lei Rouanet recebe várias críticas quanto à sua eficácia e à concentração das ações nas regiões Sudeste e Sul, onde estão situadas as grandes empresas que têm, de fato interesse em financiar projetos culturais. Na área editorial, quase que exclusivamente livros de arte são contemplados e, mais recentemente, projetos de livros em Braille”.

Outras atuações públicas surgiram através de leis de aplicação mais restrita, a

exemplo da Lei do Direito Autoral (9.610/98) e a Política Nacional do Livro (Lei 10.753/2003), onde o governo se propõe a criar e implementar projetos de apoio ao livro e estímulo à leitura. Adicionalmente, programas os mais diversos surgiram com o propósito de fomentar o mercado, sendo alguns destes: Pró Leitura, Programa Nacional de Incentivo à leitura (Proler), Fome do Livro, Vivaleitura e Programa Nacional de Biblioteca Escolar (PNBE).

Especificamente com relação ao fornecimento de obras didáticas às escolas das três redes de ensino nacional (federal, estadual e municipal), o Governo realiza três programas:

- Programa Nacional do Livro Didático (PNLD);
- Programa Nacional do Livro Didático para o Ensino Médio (PNLEM), e;
- Programa Nacional do Livro Didático para a Alfabetização de Jovens e Adultos (PNLA).

Os programas são executados pelo FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) que realiza a compra dos livros e repassa às escolas beneficiadas. O quantitativo dos livros é definido pelo censo escolar e os recursos vêm do Orçamento da União, principalmente da arrecadação do salário-educação. Os livros são gratuitos, abrangendo conhecimentos de língua portuguesa, matemática, ciências, história, biologia, química e geografia, além de cartilha de alfabetização, e distribuídos para alunos de todas as séries da educação básica e para os matriculados no Programa Brasil Alfabetizado. Os alunos com deficiência visual, recebem os livros em Braille.

O PNLD é o programa mais antigo dos executados pelo Governo Federal. Iniciado em 1985, é voltado ao ensino fundamental público, incluindo as classes de alfabetização infantil. Já o PNLEM foi implantado em 2004, como uma ampliação da área de atuação do PNLD, com a distribuição dos livros didáticos para todos os alunos de ensino médio do país. Estes dois programas são executados praticamente da mesma forma. Inicialmente as inscrições das editoras são abertas através de edital publicado no Diário Oficial da União, seguido de uma avaliação pedagógica dos livros para selecionar apenas os que atingem as exigências técnicas e físicas do edital. Essa seleção é realizada pela Secretaria de Educação Básica e só então os livros são disponibilizados no Guia do livro para um processo democrático de escolha, com a opinião de diretores e professores de escola.

O PNLA foi criado em 2007 para a distribuição de obras didáticas para a alfabetização de pessoas com mais de 15 anos. O principal objetivo é cumprir com o

Plano Nacional de Educação, erradicando o analfabetismo em maiores de 15 anos até 2011. Em 2008, o programa está sendo financiado com recursos do orçamento do Ministério da Educação.

A Política Nacional do Livro abrange questões que vão desde instrumentos de incentivo à leitura até canais de comercialização de livros, passando por linhas de crédito específicas para editoras e distribuidoras. Neste aspecto, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) assume papel fundamental no estímulo à cadeia produtiva do livro, estabelecendo regras e parâmetros para liberação de crédito. Há grande disputa no mercado entre editoras nacionais e estrangeiras para atender aos programas, dada a soma de recursos envolvida.

Vale ainda salientar que o governo federal por intermédio do BNDES lançou em 1999 e 2000 o “Programa Fernando de Azevedo de Apoio à Indústria do Livro”, baseado em um estudo elaborado pelo SNEL, BNDES, Academia Brasileira de Letras, Ministérios da Cultura e do Desenvolvimento, com o objetivo de desenvolver o setor editorial brasileiro, priorizando a edição de produtos ligados à cultura brasileira, como obras gerais técnicas, científicas e profissionais, englobando todo o processo de produção e comercialização dessas obras. Os recursos giravam em torno de R\$ 100 milhões. O programa esteve à disposição durante o ano de 2000, porém só recebeu cinco solicitações. Este programa apresentava condições adequadas ao ciclo da indústria editorial, ao contrário do financiamento dos bancos privados. O prazo era de quatro anos, dois anos de carência, e juros compostos pela TJLP (taxa de juros de longo prazo), acrescida de 2,5% e da taxa de risco.

Os recursos do Programa Fernando de Azevedo estiveram disponibilizados para a aquisição de direitos autorais, traduções, revisões técnicas, incluindo livros em Braille, audiolivros, CD-ROMs.

**Quadro 9: Venda de livros ao governo por programa (em milhares de exemplares)**

Ano	PNLD	PNBE
1999	64.161	3.924.000
2000	133.552	3.728.000
2001	102.000	60.923.940
2002	77.500	21.082.880
2003	110.100	49.034.192
2004	111.189	-
2005	50.649	5.918.966



2006	102.521	9.181.215
------	---------	-----------

Fonte: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação.

Medida ainda importante que favorece o mercado editorial é lei de desoneração fiscal, sancionada no ano de 2004, e que isenta do pagamento do PIS/Confins/Pasep as atividades de produção, comercialização e importação de livros, na expectativa de reduzir o preço do livro. A partir desta lei, espontaneamente, iniciou-se um movimento de contribuição dos empresários de 1% do resultado das vendas de livros, para geração do Fundo Pró-Leitura, cujo objetivo é atuar em prol do incentivo à leitura através de projetos específicos.

Em relação às compras realizadas, tem-se que o Programa Nacional do Livro Didático - PNLD responde pela maior parte dos pedidos governamentais, em valores e em milhares de exemplares, muito embora a irregularidade dos pedidos seja característica marcante desse Programa (Quadros 9 e 10).

<b>Quadro 10: Gastos dos programas em R\$ milhões</b>		
<b>Programa</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>PNLD</b>	<b>563,7</b>	<b>661</b>
<b>PNLEM</b>	<b>121,9</b>	<b>221</b>

Fonte: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação.

A participação do Governo vem caindo no mercado, em milhões de exemplares adquiridos: em 1995 as vendas ao governo somavam 130 milhões, enquanto as vendas para o mercado equivalem a 244; já em 2005 esses números passaram, respectivamente, para 88 e 270 milhões. Ou seja, a participação governamental passou de 53% para 32% do mercado no período citado (ABIGRAF, 2008).<sup>10</sup>

## **2.6 O mercado de jornais**

O mercado de jornais brasileiro apresentou ao longo dos últimos anos um crescimento excepcional, contrariando as expectativas de muitos analistas do setor que

<sup>10</sup> Pelo que se sabe, o faturamento médio obtido com as compras do Governo no geral, é inferior ao obtido com os pedidos de segmentos privados, uma vez que o primeiro utiliza o poder de compra a seu favor. Assim, as editoras, por sua vez, repassam o custo dessa operação para a comercialização com o setor privado, principalmente para os alunos das escolas privadas.

previam uma decadência do segmento em virtude do crescimento da mídia digital no mundo. Com a expansão dos jornais de baixo custo, por exemplo, as editoras procuram alcançar os leitores pertencentes às classes sociais em ascensão que constituem uma demanda em potencial. O faturamento dos jornais no Brasil somou 15,3 bilhões de reais de janeiro a setembro em 2008, contra 13,2 bilhões em 2007, considerando o mesmo período.

No ano de 2007, a circulação de jornais cresceu 2,57% levando as vendas diárias a 532 milhões de exemplares e 9,39% nos últimos cinco anos no mundo, conforme afirma a World Association of Newspapers- WAN (Associação Mundial de Jornais), devido principalmente ao aumento das publicações gratuitas e das plataformas online. No mesmo período, no Brasil a circulação sofreu aumento de 11,8%, valor mais de três vezes superior ao mundial, salientando que estes dados são para jornais pagos. Só no primeiro trimestre de 2008, o crescimento foi superior a 8%. O virtuoso crescimento dos jornais brasileiros dá-se pelos jornais populares que custam menos de R\$ 1,00, como o jornal mineiro Super Notícia, que registrou em 2007, aumento de 104,4% na circulação.

Um dos incentivos de destaque ao mercado de jornais é o Programa Jornal e Educação, parte importante da proposta do Governo Federal de estímulo à cultura no país e que tem como ideal o fomento à leitura e cidadania. O Programa tem participação de aproximadamente 62 empresas jornalísticas e volta-se para estimular as seguintes atividades: produção, reprodução e distribuição de textos de apoio na área de comunicação e educação; orientação permanente; realização de encontros nacionais anuais entre os coordenadores dos programas; fomento ao debate em torno da criação de uma política pública de educação para/pela mídia; pesquisas sobre resultados do uso do jornal na formação e desenvolvimento de crianças e adolescentes, entre outros públicos; e produção de publicações sobre diversas áreas.

## **2.7 O mercado de revistas**

A primeira revista brasileira surgiu em 1812, pela iniciativa do editor português Antônio da Silva Serva, com o fim da proibição da imprensa. Os conteúdos das revistas acompanharam as transformações sociais, políticas e econômicas no mundo e no país. Inicialmente as revistas estavam voltadas para temas corriqueiros, críticas literárias, contos infantis, poesias e eventos sociais importantes. De 1920 a 1960, muitas revistas se voltaram para comentar as fotonovelas e os seus bastidores, posteriormente

voltando-se para as necessidades da mulher, baseado no novo quadro de inserção desta no mercado de trabalho e intensificação de seus direitos na sociedade.

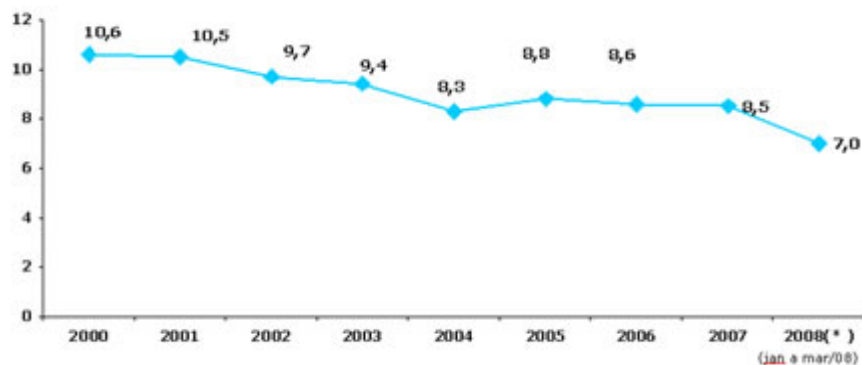
Nos anos mais recentes, influenciados pelos novos padrões de consumo com a globalização e internacionalização do capital, os assuntos tornaram-se mais específicos, incluindo temas importantes sobre política, economia, cultura, dentre outros. Pode-se, portanto, afirmar, que as tendências mundiais apontam para a especialização, a fim de atingir certa fidelização por assunto tratado. Daí a importância de a revista ser acessível, essencial, objetiva e confiável para que os leitores possam buscar nela informações que muitas vezes são limitadas pelos demais meios de comunicação.

Nos anos mais recentes o mercado de revistas tem se caracterizado pelo crescimento do número de títulos publicados e por novos segmentos, voltados a nichos específicos. Em 1997, 1,4 mil títulos foram publicados no Brasil, ao passo que em 2005 este número foi de 3,7 mil (CBL).

Atendo-se aos números de exemplares vendidos no Brasil, percebe-se que de nos anos mais recentes, de 2000 a 2006, houve redução de aproximadamente 12%, onde no primeiro ano foram comercializados 410 milhões de exemplares contra 394 milhões no último ano ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 20/09/2008). De forma complementar, ao longo do período 2000-2008, a participação das revistas nos meios de informação reduziu-se de 10,6% para 7% (Figura 4). Fator que contribui para esse desempenho é a internet e suas várias opções de informações gratuitas.

Contudo, o mercado de revistas no Brasil apresenta grande potencial relacionado aos novos hábitos de consumo, acompanhando os hábitos mundiais, o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho e os ganhos de renda das classes menos favorecidas economicamente. Mesmo com a queda no número de exemplares, o faturamento no período, 2000-2008, cresceu 50%, passando de 1,5 bilhão de reais para 2,6 bilhões, onde o aumento do preço médio de capa (70% de 2000 a 2006) contribui certamente para tal elevação. ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br), acesso em 20/09/2008)

**Figura 4: Evolução da participação das revistas nos meios de informação, Brasil - 2000 a 2008.**



Fonte : Projeto Inter-Meios

Os programas de incentivo às revistas são em sua maioria destinados a publicações técnico-científicas. Assim é com o Programa Editorial CNPq que apóia os editores científicos e o Programa Editorial FAPESP que também destina-se ao financiamento parcial e proporcional de publicação de periódicos que exponham resultados originais de pesquisa realizada por pesquisador do Estado de São Paulo. Por parte do apoio eletrônico podemos citar o SCIELO, uma biblioteca eletrônica com periódicos científicos brasileiros, o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas que é um software desenvolvido para a construção e gestão de uma publicação científica periódica eletrônica. Por último podemos citar a ABEC que congrega pessoas físicas e jurídicas com interesse em desenvolver e aprimorar a publicação de periódicos técnico-científicos.

### 3. Perspectivas de Médio Prazo para os Investimentos no Subsistema Editorial

#### 3.1 Cenário Possível

A formulação deste cenário leva em conta o ambiente econômico, regulatório e institucional como uma continuidade das tendências em curso. Com o horizonte situado em 2012 considera ainda as capacitações produtivas, tecnológicas e institucionais e os meios atualmente existentes para a sua ampliação.

Para tal, são identificadas tendências para evolução dos investimentos conforme o observado em passado recente. Objetiva-se, assim, apontar os principais determinantes da dinâmica dos investimentos esperados, suas transformações estruturais e os efeitos destes investimentos para a economia brasileira.

### 3.1.1 Conjuntura mundial

A seguir faz-se uma síntese do cenário mundial desenhado pela área de planejamento do BNDES, que norteia as considerações deste estudo. No médio prazo, considerando o período 2008-2012, o mundo sofrerá repercussões da crise financeira deflagrada com as hipotecas de risco nos Estados Unidos e de outros ataques especulativos devido ao crescimento da volatilidade dos mercados financeiros e cambiais. Nesse contexto, a demanda se retrai, o que se traduz em menor crescimento das economias a nível mundial.

Internacionalmente, pressão sobre o preço do petróleo poderá advir de maior controle da produção por parte dos países produtores. Este fato, juntamente com fatores climáticos, que poderão reduzir a produção de alimentos, ocasionará certa instabilidade global, com elevação dos preços mundiais e formação de estoques individuais.

O crescimento mundial tende a se manter baixo, numa média de 2% em percentual estimado. O comércio externo será marcado por políticas protecionistas. Os países cujo consumo interno for capaz de sustentar algum dinamismo estarão à frente do processo.

No Brasil, os grupos de interesse estarão reunidos para enfrentar as crises externas e preservar crescimento nacional. O país possui exposição menor à ataques especulativos, as empresas nacionais encontram-se menos endividadas que suas concorrentes estrangeiras e a relação crédito/PIB no nosso país é inferior ao de outras economias mundiais<sup>11</sup>.

### 3.1.2 Economia Brasileira

O desempenho do mercado gráfico-editorial encontra-se relacionado ao das economias nacional e internacional, de forma que a análise de alguns fatores conjunturais é essencial para avaliar o comportamento de variáveis econômicas relevantes, como produto, demanda, exportações e importações.

Nos anos mais recentes, as hipotecas de risco cresceram nos Estados Unidos como resultado da demanda aquecida por imóveis e da alta liquidez no mercado, o que culminou na crise do *subprime*, anunciada ao final de 2007. Através da securitização<sup>12</sup>, os riscos foram espalhados por todo o mercado, desorganizando o consumo interno norte-americano e interferindo no crescimento das economias mundiais.

---

<sup>11</sup> Ao se tratar de economias desenvolvidas, a relação crédito/PIB chega a 180% para os Estados Unidos e Japão, e 160% para Grã-Bretanha e Suíça.

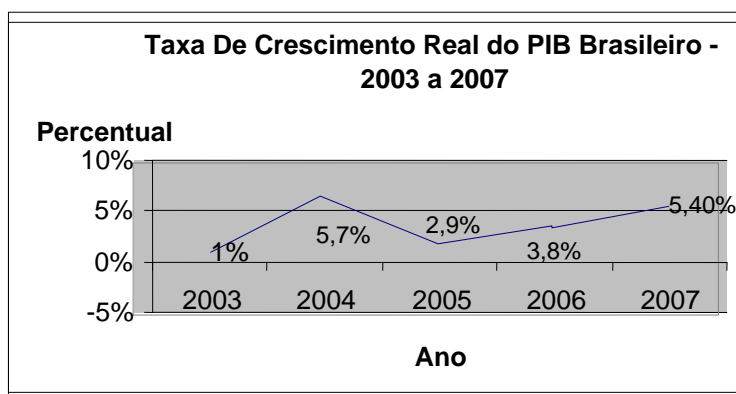
<sup>12</sup> As hipotecas de alto risco são reunidas pelos bancos, transformadas em papéis e ofertadas.

No Brasil, o crédito tornou-se mais escasso e mais caro, comprometendo as margens de lucro e gerando desconfiança por parte dos investidores. Alguns bancos internacionais cancelaram créditos já aprovados que seriam utilizados para expansão da atividade produtiva. Diante disso, o Governo brasileiro tem procurado enfrentar a crise através de medidas que garantem a continuidade do crescimento. O estímulo à atividade produtiva dá-se com a redução dos compulsórios e elevação de recursos disponibilizados pelo BNDES, intervenções diretas no mercado de câmbio, financiamento à atividade exportadora e desoneração fiscal para setores mais fortemente atingidos pela crise.

Com isso, espera-se que o impacto da crise global seja amortecido e que o crescimento não sofra reduções significativas a médio prazo, embora alguma perda seja quase inevitável.

O exame dos dados do crescimento do produto brasileiro demonstra razoável dinamismo nos anos de 2006 e 2007, em boa parte resultante da maturação dos investimentos realizados na primeira gestão do governo Lula (Figura 5).

**Figura 5: Taxa de Crescimento Real**



Fonte: Dados IBGE. Elaboração da autora.

O quadro exposto permite formular a expectativa de que o crescimento médio anual brasileiro no período 2008 a 2012 seja de 3% a 4%. Tais valores são bastante razoáveis, considerando o cenário global formulado, cuja expectativa antes da crise era de crescimento médio anual mundial no período em questão de 2%, o que deve sofrer redução em vista dos impactos a médio prazo da atual conjuntura de crise econômica.

No que diz respeito aos investimentos brasileiros, dados do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada mostram que de 1995 a 2007 a tendência foi de crescimento, com o montante investido situando-se entre 17% e 20% do PIB, estimulado pelo consumo interno e externo. Sabe-se que parte desse consumo sofrerá redução com a crise, no período 2008-2012, todavia, instrumentos econômicos de fomento ao

mercado nacional tais como ampliação do crédito e do investimento governamental poderão compensar a maior parte das perdas.

### **3.1.3 O Mercado Gráfico-editorial – Uma análise de médio prazo**

Analisa-se a seguir a indústria editorial, tendo em conta o cenário exposto, de instabilidade global e de possível superação da mesma através de um conjunto de políticas públicas direcionadas para fortalecimento da economia nacional.

O Governo tem estimulado a continuidade do crescimento da demanda nacional, sinalizando que fomentará o mercado interno através de políticas expansionistas. No curto prazo, os efeitos da crise serão sentidos mais fortemente, e como livro é um item não essencial de consumo, sua demanda tende a reduzir-se, embora de maneira suave. Todavia, considera-se que no longo prazo as repercussões sejam menores, trabalhando-se assim com uma perspectiva otimista, de superação dos efeitos mais perversos da crise.

Embora a conjuntura seja de crise, o ano de 2008 para o mercado editorial nacional teve dinamismo favorecido pelas eleições e crescimento do mercado de livros infantis, juvenis e religiosos o que, segundo a ABIGRAF, gera nova perspectiva para exploração de mercado.

#### **(i) Determinantes da dinâmica dos investimentos esperados**

**Expansão do PIB** – crescimento do setor editorial tende a acompanhar o crescimento econômico total. Contribuem para isso as perspectivas engendradas pela exploração dos segmentos sociais de menor poder aquisitivo, a popularização da internet e das vendas *on line*, esforço para maior eficiência dos demais canais de comercialização e surgimento de novos produtos.

Embora, os materiais impressos não sejam prioridade de consumo, com retração de demanda em momentos de crise, principalmente das classes de mais baixa renda, a perspectiva de que a economia continue crescendo indica que investir em produtos para atender os interesses dessas classes é uma estratégia interessante para o mercado gráfico-editorial, uma vez que aumenta o número de potenciais consumidores.

O principal canal de comercialização são as livrarias, representando 47,7% das vendas totais em 2007, o que revela que o incentivo à criação de livrarias é de

fundamental importância para dinamizar as vendas do mercado e estimular a elevação dos investimentos. Canais que apresentaram crescimento significativo foram as vendas on line, o comércio nos supermercados, as vendas porta a porta e as associadas à aquisição de jornais. Estimular o comércio através desses canais, eliminando dificuldades para maior eficiência faz-se fundamental para fomentar investimento no setor.

Os investimentos estimados para o mercado gráfico-editorial no período de 2008 a 2012 estão expostos no quadro 11. Os dados foram obtidos com base numa extrapolação de tendências, considerando a relação entre investimento e PIB, prevendo para este último um crescimento de 3% anual<sup>13</sup>. Os valores obtidos estão provavelmente superdimensionados, uma vez que o montante investido em 2007 foi atipicamente elevado e influenciou os resultados. Assim, é mais provável que os investimentos situem-se no patamar de 500 milhões de dólares conforme vinha sendo registrado nos anos 1998 – 2006.

**Quadro 11: Brasil: PIB e Investimentos do mercado gráfico-editorial, 1998-2012**

Ano	PIB(U\$ milhões)	Investimentos (U\$ milhões)
1998	843985	617
1999	586777	459
2000	644984	517
2001	553771	501
2002	504359	399
2003	553603	324
2004	663783	348
2005	882439	413
2006	1071973	419
2007	1295500	1050
2008	1334365	835
2009	1374395	858
2010	1415627	882
2011	1458096	906
2012	1501839	931

Fonte: Ipeadata (PIB) e CBL (Investimento)

Dependent Variable: Y  
 Method: Least Squares  
 Date: 11/30/08 Time: 10:15  
 Sample: 1998 2007  
 Included observations: 10

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	67.75455	159.8911	0.423754	0.6829

<sup>13</sup> Os dados da regressão foram obtidos através do programa Eviews. Versão 5.0.



X	0.000575	0.000200	2.873273	0.0207
R-squared	0.507865	Mean dependent var	504.7100	
Adjusted R-squared	0.446348	S.D. dependent var	209.8496	
S.E. of regression	156.1445	Akaike info criterion	13.11630	
Sum squared resid	195048.8	Schwarz criterion	13.17681	
Log likelihood	-63.58149	F-statistic	8.255697	
Durbin-Watson stat	1.468722	Prob(F-statistic)	0.020724	

**Mudanças tecnológicas** - O mercado editorial vem passando por grandes modificações associadas à criação de novas tecnologias, que impactam na demanda e na oferta de bens culturais. Do lado da oferta, elevados investimentos foram realizados no ano de 2007 com incorporação de novas tecnologias, e outros menores serão feitos para incorporar tecnologias que surgirão no médio prazo. Desta forma, diferentes padrões de tecnologia estarão presentes no mercado.

Do lado da demanda, as compras *on line*, a disponibilidade de obras em websites, o aperfeiçoamento e a diversificação de áudio-livros e o livro digital oferecem novas possibilidades de venda e consumo. Medidas importantes de apoio ao mercado nesse contexto são o barateamento do acesso à internet e aos meios digitais de comunicação e informação e a maior eficiência do aparato legal, com regulamentações específicas sobre a cópia de materiais e reprodução através da internet, assim como esquemas de fiscalização e punição efetivos.

**Mudança do padrão de concorrência** – São percebidas transformações relevantes no padrão de concorrência brasileiro, através da disseminação de novas tecnologias no mercado editorial e do paradigma competitivo, sendo marcante nesta indústria a concentração de grupos empresariais com grande participação do capital estrangeiro, junto à incorporação de práticas produtivas e gerenciais visando melhor posicionamento no mercado. Algumas das principais mudanças foram reunidas no quadro a seguir:

**Quadro 12: Mudança no padrão de concorrência na mercado editorial brasileiro**

	Até os 1990	De 1990 em diante
Produção	Pequenas e médias empresas; Maior diversidade de títulos;	Concentração não absoluta; Maior orientação

	Maior controle do editor; Maior aproximação com o autor.	para o mercado.
Distribuição	Empresas maiores	Grandes distribuidoras nacionais; Pequenas empresas voltadas para nichos específicos.
Comercialização	Concentração territorial de pontos de venda	Concentração territorial e empresarial; Crescimento vendas <i>on line</i>
Tecnologia	Incorporação de novos processos tecnológicos	Intensificação; Fortes repercussões
Marco regulatório	Fiscalização insuficiente e legislação não satisfatoriamente abrangente	Intensificação

Fonte: Elaboração da autora.

**Mudanças da demanda internacional** – Possibilidades de elevação da demanda internacional a partir da reforma ortográfica e maior divulgação dos catálogos brasileiros nos países de língua portuguesa.

**(ii) Transformação engendrada pelos investimentos**

**Novos produtos** – A digitalização e a difusão da internet têm exigido a criação de novos produtos para atendimento do mercado editorial. O livro eletrônico, leitor de livro eletrônico e o livro adaptado à leitura em celulares são exemplos dessa necessidade de

acompanhar a inovação tecnológica, de maneira a garantir faturamento com base na disseminação do uso das novas ferramentas de comunicação.

**Novos Atores** – Tendência à formação de grandes grupos, representantes de capitais estrangeiro e nacional, voltados principalmente para segmentos literários mais rentáveis, mas incorporando também, em alguns casos, outras atividades complementares, como provedor de internet banda larga. Por outro lado, o cenário dá ainda espaço para surgimento de unidades menores associadas a nichos específicos de mercado, que associam seu nome a um caráter cultural como estratégia de mercado.

**Nova geografia dos investimentos** – Permanência de concentração regional. Especificamente em relação às políticas públicas de distribuição de livros, estas não influenciaram a divisão da produção do mercado editorial, mantendo-se a concentração no Sudeste, particularmente em São Paulo, o que revela que as editoras não transferiram a produção para as áreas mais próximas dos locais planejados de distribuição de livros do governo.

**Expansão da capacidade instalada** – Com a presença de novos grupos, deverá haver expansão da capacidade instalada, mantendo-se a tendência de incorporação de tecnologia.

### **(iii) Efeitos do investimento sobre a economia**

**Competitividade/ Produtividade/ Modernização** – Os novos investimentos e a incorporação de tecnologia deverão contribuir para elevação do padrão de competitividade, produtividade e modernização sistêmica.

**Geração de Produto Interno Bruto** – A trajetória de desenvolvimento da indústria editorial brasileira no médio prazo tende a contribuir para o crescimento do PIB, em vista do crescimento do consumo das classes sociais de menor poder aquisitivo, do aparecimento de novos produtos, novas estratégias de comercialização e maior eficiência das já existentes.

**Balança Comercial** – Informações da balança comercial do mercado editorial mostram

que o déficit está presente no período de 2000 a 2008, intensificando-se nos anos de 2000, 2001 e 2007, o que indica alguma sensibilidade cambial (Tabela 1). Com a perspectiva de ampliação das vendas externas a partir de maior divulgação dos autores em feiras e eventos internacionais e ampliação das vendas nos países de língua portuguesa com a reforma ortográfica, espera-se que haja redução significativa do déficit.

**Geração de Emprego** – Manutenção da tendência de crescimento do emprego no segmento (Quadro 3), considerando que este se dará a menores taxas por conta da absorção de novas tecnologias mais intensivas em capital.

**Desenvolvimento Tecnológico/ Industrial** – Espera-se que continue a Incorporação de novas tecnologias associada à criação de produtos com ampliação de mercado e de competitividade.

## **4. Cenário Desejável ou Visão de Futuro**

### **4.1 Considerações gerais**

Assume-se que o futuro desejável e factível para o perfil produtivo, tecnológico, mercadológico e cultural seja composto por grandes editoras nacionais, mas evitando-se a excessiva concentração de mercado. Ou seja, deseja-se o crescimento das unidades produtivas, para que se obtenham economias de escala, que permitam a redução de custos, mas com a desconcentração da produção e do mercado, de tal forma a que os ganhos de eficiência se transmitam aos consumidores, através do barateamento do preço final. Isto exigirá a criação de incentivos para o crescimento das médias e pequenas empresas, paralelamente à ampliação das grandes empresas.

Tecnologicamente, as empresas líderes e o conjunto de empresas seguidoras (médias e pequenas) devem migrar progressivamente do suporte textual à base do papel para o meio digital. A indústria já encontra-se adaptada à produção textual por meio digital, bem como a editoração, diagramação e programação do processo produtivo (por equipamentos eletrônicos). Entretanto, a impressão predominante ainda se dá no formato de papel, o que torna a indústria gráfica, intensiva em capital e em escala, um elo diretamente ligado à indústria editorial. Mas a dinâmica tecnológica provocará o desligamento destes setores, reconfigurando drasticamente a

cadeia produtiva, aproximando-a das demais indústrias culturais: a fonográfica e a audiovisual.

Com a mudança da base técnica do suporte textual, a indústria gráfica sofrerá uma forte redução em suas possibilidades de crescimento e valorização. A indústria editorial tenderá a partilhar os suportes e os veículos de comunicação das indústrias fonográfica e audiovisual (televisor-televisão, celular-telefonía e computador-internet, agravado pela esperada convergência tecnológica entre estes suportes) e, desta forma, transformar a dinâmica competitiva. Assim, reforça-se a tendência de fusões e aquisições ampliada entre os grupos econômicos dominantes nas indústrias culturais, pela homogeneização da base técnica digital.

A universalização do processo de inclusão digital exigirá uma alteração na Política de Compras Públicas, através de programas como o PNLD. O Governo deverá induzir a conversão tecnológica através da compra progressiva de livros didáticos digitalizados, os quais serão utilizados pelos alunos através de terminais de computadores, eliminando os custos de impressão, tornando o reaproveitamento do material didático infinito e permitindo atualizações contínuas (pois não será necessário reimpressão). Os editais deverão prever um valor pela obra original e um contrato de manutenção e atualização.

Culturalmente, a política pública deverá favorecer e incentivar a produção regional e local, estabelecendo exigências de regionalização e de participação de autores locais, permitindo aos professores a manipulação de parte do material didático. Fazem parte desta manipulação a construção de exemplos específicos ao local, tal como previsto pelo método Paulo Freire, a utilização de listas de exercícios, a descrição e caracterização geográfica a partir de estudos locais, a utilização das formas lingüísticas enraizadas localmente e a ênfase em aspectos históricos relevantes na dimensão local (a história do município, sua fundação, personalidades e fatos históricos relevantes).

Adicionalmente, a política governamental deverá estimular a compra de livros paradidáticos locais, financiar bibliotecas em pontos de cultura e estimular produtores de outras linguagens (audiovisual, cênica, plásticas) a produzir editorialmente. Os grupos sociais minoritários devem ser especialmente favorecidos pelas políticas, permitindo sua expressão política em larga escala na sociedade.

## 4.2 O Mercado Gráfico-editorial – Uma análise de longo prazo

### (i) Determinantes da dinâmica dos investimentos esperados

**Expansão do PIB** – permanência da trajetória de crescimento econômico, com alguma redução das desigualdades individuais e regionais de renda.

**Mudança Tecnológica**– Consolidação das transformações em curso e massificação do acesso aos meios de comunicação e via internet em banda larga.

**Mudança do Padrão de Concorrência** - Consolidação das transformações tecnológicas em curso; ampliação dos pontos de vendas; consolidação das tendências de terceirização de etapas e formação de parcerias; melhora do sistema de regulação e incentivos com vistas à evitar a excessiva concentração de mercado; a maior proteção aos direitos autorais; bem como a continuidade da facilitação do acesso aos produtos da indústria por parte da população de menor poder aquisitivo.

**Mudança da Demanda Internacional** - Ampliação do mercado internacional com maior divulgação dos catálogos e aproveitando a oportunidade aberta com a reforma ortográfica, que permitirá um maior acesso ao mercado dos países de língua portuguesa.

### (ii) Transformações engendradas pelos investimentos

**Novos produtos** – Continuidade da tendência de médio prazo, com criação de novos produtos de acordo com as diferentes características das faixas de renda, acompanhando a tecnologia e os novos meios de informação e comunicação.

**Novos Atores** – Continuidade da participação de grandes empresas e fortalecimento da participação simultânea de pequenas e médias em vista das políticas governamentais

voltadas para esse fim e das brechas de mercado abertas pela evolução tecnológica.

**Nova geografia dos investimentos** – Redução da concentração regional da produção associada às políticas governamentais de indução de atores locais e da produção de conteúdos regionalizados. Ao lado disso, a possibilidade de que alguma desconcentração regional das atividades econômicas como um todo venha a ocorrer irá também ampliar o mercado das regiões menos desenvolvidas, atraindo para estas parte dos investimentos no setor.

**Capacidade instalada** – Ampliação da capacidade instalada no segmento editorial e de pontos de venda e menor participação dos investimentos nas gráficas em vista das tendências tecnológicas de redução do suporte de papel para os produtos da indústria como um todo.

### **(iii) Efeitos do Investimento sobre a Economia**

**Competitividade/ Produtividade/ Modernização** – Espera-se que seja reforçada a tendência de incorporação de novas tecnologias e estratégias de penetração nos diferentes mercados. Aproveitamento da convergência digital para ampliação das vendas.

**Geração de Produto Interno Bruto** – Crescente participação e significativo impacto sobre a economia, em vista da esperada continuidade do processo de redistribuição de renda em favor das classes menos favorecidas, novos produtos e estratégias, o que deverá contribuir para a ampliação do mercado editorial.

**Balança Comercial** – Fluxo de comércio de produtos editoriais favorável ao país tomando partido das vantagens de escala, em termos de volume de produção e de capacidade criativa, do mercado editorial brasileiro diante dos demais países de língua portuguesa, no que a reforma ortográfica e as políticas de divulgação e fomento deverão em muito contribuir.

**Geração de Emprego** – Crescimento dos postos de trabalho equivalentes ao agregado da economia, com crescimento maior nas regiões menos desenvolvidas em vista da regionalização da política de compras governamentais.

**Desenvolvimento Tecnológico Industrial** – Intensificação da dinâmica de incorporação de novas tecnologias, criação de produtos e exploração de novas estratégias de mercado associadas à convergência digital.

## PARTE PAULINHO

### Referências Bibliográficas

Almeida, Rodrigo N. **O mercado editorial no Brasil**. Disponível em <http://www.cronopios.com.br/site/internet.asp?id=3174>. Acesso em 25/07/2008.

Aragão, E. **O mercado editorial brasileiro no segmento livros e a dimensão relativa da Bahia**. Disponível em <http://www.abrelivros.org.br>, acesso em 20/08/2008.

Barbier, Frédéric. 2001. La librairie allemande comme modèle. In J. Michon, J.-Y. Mollier (eds.), **Les Mutation du Livre et de l'Édition dans le Monde du XVIIIe Siècle à l'an 2000**, 31-45. Quebec: Les Presses de l'Université Laval.

Baruch, Marc Olivier. 1994. **The Book sector and the state, relationships in change**. Report for the Council for Cultural Co-operation of the Council of Europe. Revised and updated by Jean Richard, 2000. <[http://www.coe.int/T/E/Cultural\\_Co-operation/Culture/New\\_Technologies/Publishing/Activities/Books/Reports/ecubook\\_A6.asp](http://www.coe.int/T/E/Cultural_Co-operation/Culture/New_Technologies/Publishing/Activities/Books/Reports/ecubook_A6.asp)>

Baumann, Renato. O Brasil nos anos 1990: Uma economia em transição. In Baumann (Org.), **Brasil: Uma década em transição**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

Benhamou, Françoise. **A Economia da Cultura**. Tradução de Geraldo Gerson de Souza. 1ª edição. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.



Bertol, R. **Mitos e verdades: “Livro no Brasil é caro”**. Disponível em <http://www.abrelivros.org.br/abrelivros/texto.asp?id=1586>. Acesso em 31/07/2008.

Claro, A.T. **O mercado editorial paulista no decênio de 1990: momento de expansão e diferenciação no setor**. Dissertação de Mestrado, USP. São Paulo, 2003.

CRL-RL (Centre Régional des Lettres). 1997. **The book within the regions of Europe**. Study conducted within the European Commission (DGXVI-Regional Policies) programme for aid to collectives in Europe (P.A.C.T.E.) Région Languedoc-Rousillon, Montpellier: Centre Régional des Lettres.

Earp, F.S.; Kornis, G. **A Economia do Livro: A Crise Atual e uma Proposta de Política**. TD. 004/2005. Série Textos para Discussão. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia. Rio de Janeiro, 2005.

**Cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005. Disponível em [www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br). Acesso em 28/07/2008.

Fernandes, E. **A revolução no mercado editorial vai pegar?** Disponível em <http://spider.blig.ig.com.br/2007/11/kindle-a-revolucao-no-mercado-editorial-vai-pegar>, acesso em: 20/09/2008.

Furtado, André Tosi; Carvalho, Ruy de Quadros. **Padrões de intensidade tecnológica da indústria brasileira: um estudo comparativo com os países centrais**. Disponível em <http://www.vivaleitura.com.br>, acesso em 15/08/2008.

Gorini, Ana Paula F. e Branco, Carlos Eduardo C. **Panorama do Setor Editorial Brasileiro**. In **BNDES Setorial**, n. 1, jul 1995. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 1995.

Griebler, Ana Cristina de Freitas; Mattos, Ana Maria. **Novas Tecnologias, Novas Mídias, Velhas Dificuldades: aprimorando a interface com o usuário para a escolha de base de dados ou periódicos**. Disponível em <http://www.scielo.br>, acesso em 06/08/2008.

IBGE. Sistema de Informações de Indicadores Culturais 2003. **Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Sócio-Econômica n. 18.** Rio de Janeiro, 2006.

IBGE. Sistema de Informações de Indicadores Culturais 2003-2005. **Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Sócio-Econômica n. 22.** Rio de Janeiro, 2007.

Jameson, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização.** 3ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes. 2002.

Lindoso, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores? Política para a cultura, Política para o livro.** 1ª Ed. São Paulo: Summus, 2004.

Lins, Cristina Pereira de Carvalho. **Indicadores culturais: possibilidade e limites. As bases de dados do IBGE.** Disponível em [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br). Acesso em 25/07/2008.

MacCarthy, C. M. **O impacto do MERCOSUL sobre a editoração no Brasil.** Ci. Inf. vol. 26 no. 1 Brasília Jan./Apr. 1997. Disponível em <http://www.scielo.br>, acesso em 19/09/2008.

Martins, Jorge Manuel. **Profissões do Livro: Editores e Gráficos, Críticos e Livreiros.** Lisboa: Verbo, 2005.

Marx, K. **O Capital**, Livro 1. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira. 1982.

\_\_\_\_\_. Capítulo VI **Inédito de O Capital: resultados do processo de produção imediata.** São Paulo: Editora Moraes Ltda. 1969.

Mollier, Jean-Yves. 2001. La construction du systcme editorial français et son expansion dans le monde du XVIII<sup>o</sup> au XX<sup>o</sup> siècle. J. Michon, J.-Y. Mollier (eds.). **Les Mutations du Livre et de l'Édition dans le Monde du XXIIe Siècle á l'an 2000**, 47-72. Quebec: Lês Presses de l'Université Laval.

Neto, José Castilho Marques. **Políticas Públicas para o livro e a leitura. Reflexões para o tempo presente.**

Disponível em [http://www.vivaleitura.com.br/pnll2/noticias\\_show.asp?id=277](http://www.vivaleitura.com.br/pnll2/noticias_show.asp?id=277). Acesso em 25/07/2008.

Puterman, Paulo. **Indústria Cultural: A Agonia de um conceito**. 3ª Edição. São Paulo: Perspectiva, 1994.

Raven, John. 2001. In J.Michon, J-Y. Mollier (eds.). **Les Mutations du Livre et de l'Édition dans le Monde du XVIIIe Siècle à l'an 2000**, '9-30. Quebec: Les Presses de l'Université Laval.

Ribeiro, Ana Lisa; Rocha, Jorge. **Pequenas Editoras e Internet: Ação cultural para tecnologia para a difusão da nova literatura**. Disponível em <http://www.abigraf.org.br/>, acesso em 02/08/2008

Ribeiro, Maria do Prado. **O Livro Eletrônico e as Transformações da indústria editorial**. Disponível em <http://www.iemi.com.br/>, acesso em 19/08/2008.

Rodrigues, J. N. **Os primeiros livros digitais**. Disponível em URL: <http://www.janelanaweb.com/digitais/ebook.html/>, acesso em 20/09/2008.

Rosa, Flávia G. M. G. e Oddone, Nanci. **Políticas Públicas para o Livro, Leitura e Biblioteca**. Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 3, p. 183-193, set./dez. 2006. Disponível em [http://www.oei.es/fomentolectura/politicas\\_publicas\\_livro\\_leitura\\_biblioteca.pdf](http://www.oei.es/fomentolectura/politicas_publicas_livro_leitura_biblioteca.pdf). Acesso em 19/09/2008

Sahal, D. Alternative conceptions of technology. **Research Policy**, v.10, n.1, p.2-24.1982.

Silveira, Raul. Concentração Industrial Regional, Especialização Geográfica e Geografia Econômica: Evidências para o Brasil no Período 1950-2000; In **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 36, nº 2, abr-jun 2005.

Smith, Kelvin. *Publishers and the public: governenmental support in Europe*. **The Public** vol.11 (2004), 4, 5 – 20. Reino Unido, 2004.

Throsby, David. **Economics and Culture**. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge, 2001. Disponível em [www.cup.org](http://www.cup.org). Acesso em 29/07/2008.

### **Sites consultados:**

<http://noticias.uol.com.br/ultnot/efe/2006/06/05/ult1766u16459.jhtm>

<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias/tendencias-da-imprensa-mundial-o-jornal-e-um-negocio-em-crescimento>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u435144.shtml>

<http://nupejor.blogspot.com/2008/06/crescimento-na-circulao-jornais.html>

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=416VOZ001>

<http://arenapublica.wordpress.com/2008/08/10/circulacao-de-jornais-cresce-no-brasil-segundo-ivc/>

<http://www.vivaleitura.com.br/boletins/Boletim%20Fome%20de%20Livro%20034.htm>

<http://www.seplan.go.gov.br/sepim/pub/serieEB/Port/Rev26/03-tab05.htm>

[www.aliceweb.gov.br](http://www.aliceweb.gov.br)

<http://www.abigraf.org.br/>

<http://www.cerlalc.org/>

<http://www.abrelivros.org.br/abrelivros/texto.asp?id=97>

<http://www.iemi.com.br/>

<http://www.snel.org.br/>

<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/>

[http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1199\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1199_en.htm)

<http://www.globalpolicy.org/globaliz/cultural/2003/07regulation.htm>

<http://www.cultura.gov.br>

<http://www.culturaemercado.com.br/>

[http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com\\_content&task=view&id=561](http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=561)

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=480AZL003>

[http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-](http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/PRG_0599.EXE/4367_4.PDF?NrOcoSis=10215&CdLinPrg=pt)

[bin/PRG\\_0599.EXE/4367\\_4.PDF?NrOcoSis=10215&CdLinPrg=pt](http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/PRG_0599.EXE/4367_4.PDF?NrOcoSis=10215&CdLinPrg=pt)

[http://www2.metodista.br/unesco/jbcc/jbcc\\_mensal/jbcc264/corporacoes\\_industria.htm](http://www2.metodista.br/unesco/jbcc/jbcc_mensal/jbcc264/corporacoes_industria.htm)

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/bienal/mercado1.htm>

<http://www.cultura.gov.br/site/2008/03/05/as-industrias-de-conteudos-digitais-na->

[america-latina/](#)

<http://www.acbsc.org.br/revista/ojs/viewarticle.php?id=128&layout=html>

<http://www.cbl.org.br/>

<http://blog.joaomattar.com/2007/07/08/gestao-estrategica-de-negocios-editoriais/>

<http://www.sidneyrezende.com/noticia/14508>

[http://www.brasilquele.com.br/uol\\_texto\\_ler.php?id=13&page=13](http://www.brasilquele.com.br/uol_texto_ler.php?id=13&page=13)

<http://www.fsc.org.br/index.cfm?fuseaction=noticia&IDnoticia=17>

<http://www.anped.org.br/reunioes/25/sebastiaooperest13.rtf>

[http://contenidos.universia.es/html\\_trad/traducirNoticia/params/noticia/fdgg/seccion/1/titulo/TECNOLOGIAS-WEB-2-0-SE-ABREN-PASO-INDUSTRIA-EDITORIAL.html](http://contenidos.universia.es/html_trad/traducirNoticia/params/noticia/fdgg/seccion/1/titulo/TECNOLOGIAS-WEB-2-0-SE-ABREN-PASO-INDUSTRIA-EDITORIAL.html)

<http://socioblogue.weblog.com.pt/arquivo/013204.php>

<http://industrias-culturais.blogspot.com/2005/06/indstrias-culturais-iv-continuaao-do.html>

<http://www.uniriotec.br/~girardi/arquivos/af/z-IndustriaCriativa-Cultural.doc>

URL: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/08/27/idgnoticia.2007-08-27.6951600116>

<http://portalliteral.terra.com.br/Literal/calandra.nsf/0/87C2FE5CE6B7A640032573530065>

[9B0F?opendocument&pub=T&proj=Literal&sec=Reportagens](http://9B0F?opendocument&pub=T&proj=Literal&sec=Reportagens)

<http://guiadografico.blogspot.com/2008/07/grfica.html>

[http://www.dci.com.br/noticia.asp?id\\_editoria=11&id\\_noticia=247707](http://www.dci.com.br/noticia.asp?id_editoria=11&id_noticia=247707)

[http://www.momentoeditorial.com.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=287](http://www.momentoeditorial.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=287)

[9&Itemid=49](#)

<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?noticia=7657230&canal=323>

<http://www.professionalpublish.com.br;04/10/2008>

[http://www.zsl.com.br/doc\\_custos.asp](http://www.zsl.com.br/doc_custos.asp)

[www2.pucpr.br/reol/index.php/RCPO?dd1=2050&dd99=pdf](http://www2.pucpr.br/reol/index.php/RCPO?dd1=2050&dd99=pdf)

## **APÊNCICE A – Roteiro para entrevistas**

1. De acordo com a sua opinião, de que maneira a crise deflagrada nos EUA pode afetar o mercado gráfico-editorial no Brasil, considerando um horizonte

de médio prazo, de dezembro de 2008 até 2012, e de longo prazo, de 2012 até 2022?

2. Que tecnologias foram incorporadas mais recentemente pelas empresas do ramo gráfico-editorial no Brasil?
3. Que tecnologias poderão vir a ser incorporadas nos próximos anos?
4. Como se dá a participação do capital estrangeiro no segmento?
5. O consumo por livros no Brasil é baixo se compararmos a dados de países mais desenvolvidos. Como você percebe o mercado editorial nos próximos anos: em expansão, estagnado ou em declínio?
6. É possível prever um crescimento da lucratividade do setor apoiando-se na demanda externa? Quais as dificuldades encontradas?
7. Que regiões brasileiras tenderão a receber mais investimentos nos próximos anos?
8. Que políticas públicas seriam importantes para desenvolver o setor nos próximos anos?
9. Diante da concentração de mercado por parte das empresas maiores, que estratégias as pequenas e médias empresas poderiam adotar para sobreviver?
10. Que informações você tem sobre investimentos realizados no segmento nos últimos meses?

## **ANEXO A – PROGRAMAS DE FOMENTO À LEITURA E PRODUÇÃO EDITORIAL**

### **A.1 Programas Relacionados com a distribuição gratuita de livros**

	<b>Projetos</b>	<b>Abrangência</b>	<b>Instituição Responsável</b>
no Feder	Distribuindo	Região Sudeste	Universidade Federal de

	Conhecimentos		Viçosa – UFV
	Leituração	Brasil	Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade - SECAD/MEC
	Programa Nacional de Biblioteca na Escola - PNBE	Brasil	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE
	Programa Nacional do Livro Didático - PNLD	Brasil	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE
	Programa Nacional do Livro Didático no Ensino Médio - PNLEM	Brasil	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE
Projetos da Sociedade	Blitz da Leitura AVIC	Região Sudeste	Associação Valadarensense de Incentivo à Cultura? AVIC
	BookCrossing	Brasil	B C Arte e Comunicação
	Caminhos da Leitura	Região Sudeste	Instituto Histórico e Artístico de Paraty
	Campanha de Incentivo à Leitura	Região Sudeste	Infantil Santos Cooperativa Médico-Hospitalar
	Leia Comigo!	Brasil	Fundação Educar Dpaschoal
	O livro na rua	Região Centro-Oeste	Thesaurus Editora
	Presença da PUCRS nas Bibliotecas Públicas Municipais do Rio Grande do Sul	Região Sul	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
	Projeto Ler	Região Sudeste	Projeto Ler Editora Gazeta de Bebedouro

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

## A.2 Programas de apoio a cadeia produtiva do livro

Governo Federal	Programa BNDES Pró-livro	Programa de financiamento para empresas da cadeia produtiva de livro por meio de créditos especiais e uso do cartão BNDES para suprimentos. Possui recursos próprios e atende a editores, distribuidores e livreiros.
Governo Estadual	Programa de Ação Cultural Edição de Livro pelo Autor	Programa desenvolvido pela Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo com Recursos Orçamentários do PAC (Programa de Ação Cultural), do Fundo Administrativo de Cultura e com Incentivos Fiscais (renúncia de ICMS). Objetiva-se o apoio e patrocínio a publicação de obras literárias. São escolhidos 15 novas obras e cada projeto recebe R\$ 8.400,00. O público alvo são escritores ou organizadores de obra literária, responsáveis pela publicação e distribuição da obra na forma de livro a ser confeccionado por editora ou gráfica contratada pelo escritor ou organizador.
	Universidade do Livro	Programa desenvolvido pela Fundação Editora da UNESP (Universidade Estadual Paulista), oferece cursos profissionalizantes nas áreas editoriais e livreira, com o intuito de aperfeiçoar a atividade das pessoas que já trabalham na área. Oferece em média 50 cursos por ano com recursos de R\$ 250.000,00.
Projetos da Sociedade	Co-edições Latino-americanas	Projeto do Centro Regional para o Fomento ao Livro na América Latina e Caribe - Cerlalc, visa a promoção de projetos de co-edição entre empresas



	editoriais da América Latina, fornecendo assistência técnica para o desenvolvimento de programas de fomento à produção editorial nos países membros, assim como de fomento à promoção, distribuição e circulação do livro para/da Região. Possui recursos próprios
Curso de aperfeiçoamento para executivos do mercado editorial - CBL/FIA	Desenvolvido pela Câmara Brasileira do Livro - CBL, oferece cursos de aperfeiçoamento de executivos no mercado editorial brasileiro, com o objetivo de reciclá-los. Abrange toda a área Sudeste do país.
Escola de Profissionais de Venda	A Associação Brasileira de Difusão do Livro - ABDL com recursos próprios, oferece cursos com o objetivo de qualificar profissionais a vendedores e o treinamento para os profissionais que atuam nessa área. Atende basicamente a desempregados e pessoas interessadas em ingressar no segmento de venda direta de livros.
Escola do Livro	Projeto da Câmara Brasileira do Livro - CBL, oferece a região sudeste, cursos, seminários e palestras para o aperfeiçoamento profissional de pessoas que desempenham ações junto ao produto livro, como editores, revisores, livreiros, distribuidores, capistas, ilustradores, etc.
Formação em Direito Autoral	Desenvolvido pelo Centro Regional para o Fomento ao Livro na América Latina e

		Caribe - Cerlalc, com recursos do orçamento próprio, apoia a formação universitária em direito autoral, com atividades de capacitação e qualificação do ensino universitário. Possui como parceiros a Universidade Vale dos Sinos/ Unesco
--	--	---

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

### A.3 Projetos para Implantação de novas bibliotecas

	<b>Projetos</b>	<b>Abrangência</b>	<b>Instituição Responsável</b>
Projetos do Governo Federal	Cultura Viva	Nacional	Ministério da Cultura – MinC
	Programa Livro Aberto: uma continuidade das ações propostas.	Nacional	Fundação Biblioteca Nacional – FBN
Projetos do Governo Estadual	Biblioteca Cidadã	Região Sul	Secretaria de Estado da Cultura do Paraná
	Programa São Paulo: um Estado de Leitores	Região Sudeste	Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo
Projetos dos Governos Municipais	Biblioteca Comunitária da Escola Pantaneira Prefeitura Municipal	Região Centro-Oeste	Prefeitura Municipal de Aquidauana
	Bibliotecas Populares: Uma Proposta Cidadã em Niterói	Região Sudeste	Prefeitura Municipal de Niterói
	Implantação da Biblioteca Feitoria do Linho Cãnhamo	Região Sul	Prefeitura Municipal de São Leopoldo
	Implantação da Biblioteca Pública de Dom Basílio	Região Nordeste	Prefeitura Municipal de Dom Basílio

	Lendo e Crescendo	Região Norte	Prefeitura Municipal de Belterra
	Projeto Leitura Livre	Região Nordeste	Prefeitura Municipal de Irecê
Projetos da Sociedade	A gente não quer só comida, a gente quer leitura crítica	Região Sul	Universo Literário Zumbi dos Palmares
	Biblioteca Comunitária Ação pela Vida	Região Sudeste	Instituto de Ação Comunitária- IAC
	Biblioteca Comunitária Apolinário Dias dos Santos	Região Norte	Conselho de Cidadãos de Maués – Concima
	Biblioteca Comunitária Eulália Maria de Rosis Pereira	Região Sudeste	Associação Amigos de Nova Veneza
	Biblioteca Comunitária Ler é Preciso	Brasil	Instituto Ecofuturo
	Biblioteca do Instituto Casa Santa	Região Sudeste	Instituto Casa Santa
	Biblioteca Embrião	Região Sudeste	Egídio Carlos Moretti
	Biblioteca Mecenaz Literária	Região Norte	Associação Comunitária Educacional e Agrícola de São Gabriel
	Biblioteca Minervina dos Santos	Região Nordeste	Movimento pela Integração Social Profissional e Acadêmica – MISPA
	Biblioteca Rural Baixo Sul da Bahia - PBRBS	Região Nordeste	Fundação Odebrecht /IDES/AMUBS
	Bibliotecas Comunitárias	Região Centro-Oeste	Delegacia do Conselho regional de Biblioteconomia da 2ª Região/Tocantins

	Brincando de Aprender	Região Sul	Renault do Brasil S/A
	Casa da Leitura	Região Nordeste	Casa da Leitura
	Era uma vez...	Região Centro-Oeste	João de Barro Espaço Cultural (OSCIP)
	Inclusão das Comunidades Quilombolas e de Afro-descendentes na Sociedade da Informação e do Conhecimento	Região Nordeste	Fundação Odebrecht / Casa Familiar Agroflorestal do Baixo Sul da Bahia – CFAF
	Programa Prazer em Ler	Brasil	Instituto C&A de Desenvolvimento Social
	Quero Ler - Bibliotecas Para Todos	Brasil	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Grupo Pão de Açúcar, Banco do Brasil e Fundação Victor Civita

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

#### A.4 Programas Relacionados com a ampliação, revitalização e integração de bibliotecas

	Projetos	Abrangência	Instituição Responsável
Projetos do Governo Estadual	Biblioteca Viva	Região Sudeste	Escola Estadual Parque Mikail
	IEC/IPESC: Democratizando a Literatura Acadêmica	Região Nordeste	Fundação Universidade Regional do Cariri - URCA
	Rede do Conhecimento	Região Sudeste	Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro
Projetos dos Governos Municipais	Biblioteca Aberta = Comunidade Leitora	Região Sul	Prefeitura Municipal de Nova Prata
	Biblioteca em Ação	Região Nordeste	Prefeitura Municipal de

			Ipaporanga
	Ler - Que Fartura	Região Sudeste	Prefeitura Municipal de Fartura
	Sistema Informatizado de Bibliotecas Escolares – SIBES	Região Nordeste	Secretaria Municipal de Educação e Cultura – SMEC
Projetos da Sociedade	Ampliação da Base de Dados da Biblioteca Rodolfo Garcia	Região Sudeste	Associação Cultural Sempre Um Papo
	Biblioteca Sempre Um Papo	Região Sudeste	Academia Brasileira de Letras - ABL / Biblioteca Rodolfo Garcia – BRG
	Biblioteca Sempre Um Papo 2007	Região Sudeste	Associação Cultural Sempre Um Papo
	Caminhos da História - Sujeitos da Memória	Região Sudeste	Instituto Histórico e Artístico de Paraty - IHAP
	Centro de Integração Barbosa de Almeida - CIBA	Região Sudeste	E.E. Prof. José Barbosa de Almeida

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

#### A.5 Projetos de melhoria ao acesso de livro e a outras formas de expressão da leitura

	Projetos	Abrangência	Instituição Responsável
Projetos do Governo Federal	Edição de Literatura Indígena	Brasil	Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG
	Editoração de livros da EDUFAL em Braille	Região Nordeste	Universidade Federal de Alagoas – UFAL
	Livro Digitalizado para deficientes visuais	Brasil	Instituto Benjamin Constant

	Livro Falado do IBC	Região Sudeste	Instituto Benjamin Constant
--	---------------------	----------------	-----------------------------

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

### A.6 Programas para Incorporação e uso de tecnologias de informação e comunicação

	<b>Projetos</b>	<b>Abrangência</b>	<b>Instituição Responsável</b>
Projetos do Governo Federal	Coordenação de Acesso à Informação Científica e Tecnológica - CAC	Brasil	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes
	Rede de Bibliotecas e Unidades de Informação Cooperantes da Saúde - Brasil - Rede BiblioSUS	Brasil	Ministério da Saúde
Projetos dos Governos Estaduais	Biblioteca Virtual do Governo do Estado de São Paulo	Região Sudeste	Biblioteca Virtual do Governo do Estado de São Paulo - Casa Civil
Projetos da Sociedade	AUDIOLIVRO	Brasil	Audiolivro Editora
	Biblioteca Digital Multimídia	Brasil	Instituto Embratel
	Livro Eletrônico	Região Sudeste	E-papers Serviços Editoriais Ltda.

Projeto Livro de Areia - Dobras da Leitura	Brasil	Dobras da Leitura Gabinete de Idéias
---	--------	---

Fonte: Programa Nacional do Livro e Leitura

## **ANEXO B – LEGISLAÇÃO DOS PROGRAMAS DE FOMENTO AO MERCADO EDITORIAL E INSTITUIÇÕES ENVOLVIDAS**

### **B.1 Legislação dos programas do Governo Federal para compra de Livros**

#### **Didáticos**

<b>ANO</b>	<b>LEGISLAÇÃO</b>	
<b>1999</b>	Resolução nº 7, de 22/3/1999	A resolução apresenta como anexo o cronograma do PNLD, que contempla a aquisição de livros de 1997 à 2007.
<b>2001</b>	Resolução nº 3, de 21/2/2001	A execução do Programa Nacional do Livro didático. Define os recursos como sendo são oriundos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE. A execução do Plano é responsabilidade do FNDE com participação da Secretaria de Educação Fundamental – SEF/MEC, da Secretarias Estaduais de Educação e da Secretarias ou Órgãos Municipais de Educação. O programa pode ser executado de forma centralizada, se as ações que compõem o processo de aquisição e distribuição dos livros forem realizadas pelo próprio FNDE e descentralizada se o fundo repassar os recursos para as Secretarias de Educação dos estados ou municípios, para que estas realizem a aquisição e a distribuição dos livros.
<b>2002</b>	Resolução nº 5, de 21/2/2002	Considera-se a distribuição dos livros em forma de doação. Mantendo o bem e em bom estado, após o prazo de três anos, o bem doado passará a integrar definitivamente o patrimônio da entidade beneficiada.

<b>2003</b>	Resolução nº 14, 20/5/2003	Disserta sobre o processo de avaliação pedagógica, obedecendo aos critérios da Comissão Técnica. À Secretaria de Educação Fundamental - SEF competirá a definição dos princípios e critérios da avaliação, acompanhar, analisar e aprovar a equipe de avaliadores, supervisionando os seu treinamento; receber, analisar e homologar os relatórios e os produtos apresentados pela Instituição, como resenhas e relatórios, informando ao FNDE a avaliação das ações.
	Resolução nº 24, de 11/7/2003	A ampliação dos Programas do Livro para atender os portadores de necessidades especiais, através da editoração, adaptação, transcrição e revisão de livros no sistema Braille. O programa contará com a participação da Secretaria de Educação Especial – SEESP/MEC, do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE e do Órgão Federal e/ou Instituição Pública ou Privada.
	Resolução nº 38, de 15/10/2003	Instituição do Programa Nacional do Livro para o Ensino Médio com a execução do seu projeto piloto. O programa busca o atendimento a alunos das três séries do ensino médio onde será implantada a escola básica ideal, priorizando as escolas localizadas nas regiões norte e nordeste. Os recursos do programa são oriundos da Lei Orçamentária da União e de contratos de empréstimos internacionais. Será executado pelo FNDE e da Secretaria de Educação Média e Tecnológica com participação da Secretarias Estaduais de Educação e das Secretarias ou Órgãos Municipais de Educação.
<b>2004</b>	Resolução nº 30, de 18/6/2004	Implantação do Sistema de Controle de Remanejamento e Reserva Técnica – SISCORT, para o PNLD e o PNBE. O intuito é atender escolas novas, não cadastradas no banco de dados do FNDE fornecido pelo INEP e completar livros de turmas novas e os alunos ingressantes.



	Resolução nº 40, de 24/8/2004	Discute sobre a execução do PNLD no decorrente ano, tanto de forma centralizada como de forma descentralizada, ambos com recursos do FNDE. A execução segue a seqüência dos outros anos com a participação dos mesmos órgãos.
	Resolução nº 48, de 15/10/2004	Provem assistência financeira ao órgão representante do MEC no Estado de São Paulo, o Remec-SP, com o intuito de atender de todas as formas o Programa do Livro no âmbito do ensino básico. Os recursos são advindos do FNDE.
	Resolução nº 55, de 14/12/2004	Trata-se da doação de dicionários de língua portuguesa pelo PNLD a séries iniciais do ensino fundamental públicos dos três níveis de governo, federal, estadual e municipal.
<b>2005</b>	Resolução nº 3, de 23/3/2005	Trata-se do controle da qualidade dos programas executados pelo FNDE. Disserta-se sobre a aplicação de multa sobre qualquer infração as normas estabelecidas pelo fundo nos contratos, instruindo como deve ser calculada esta multa. Ainda costa a classe de gravidade de cada não conformidade possível aos contratos.
	Resolução nº 46, de 2/12/2005	Altera o Art. 1º da Resolução/CD/FNDE nº 55, de 14 de dezembro de 2004, abrangendo a distribuição de dicionários a todas as séries do ensino fundamental público das três esferas de poder.
<b>2006</b>	Resolução nº 30, de 4/8/2006	Disserta-se sobre a execução do PNLD no ano decorrente. Os livros dos alunos da 1ª série/2º ano do fundamental serão repostos anualmente, enquanto que os livros das outras séries serão apenas acrescidos conforme o aumento das matrículas ou repostos em caso de danificação ou não devolução do mesmo.
<b>2007</b>	Resolução nº 1, de 15/1/2007	Execução do Programa Nacional do Livro Didático, sob a responsabilidade do FNDE em parceria da Secretaria de Educação Básica – SEB/MEC e das Secretarias ou

		Órgãos Estaduais e Municipais de Educação.
	Resolução nº 2, de 3/4/2007	Apresenta alteração no cronograma de funcionamento do PNLEM.
	Portaria Normativa nº 7, de 5/4/2007	Disserta-se sobre a execução dos Programas de Livros e suas normas de conduta, bem como as obrigações e proibições dos órgãos envolvidos nos programas, que são: o Ministério da Educação - MEC, por intermédio da Secretaria de Educação Básica - SEB, a Secretaria de Educação Especial - SEESP, e Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade - SECAD, o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, as Secretarias de Educação dos Estados, Municípios e Distrito Federal, Escolas e Titulares de Direitos Autorais. A portaria ainda apresenta a punição para cada instituição ou pessoa de direito, que pode ser por exemplo, multas, advertências escritas ou a suspensão da participação no programa.
	Resolução nº 18, de 24/4/2007	A regulamentação do Programa Nacional do Livro Didático para a Alfabetização de Jovens e Adultos – PNLA 2008, como parte integrante do Programa Brasil Alfabetizado. O programa será financiado com recursos provenientes de dotações consignadas no orçamento do Ministério da Educação, sob a responsabilidade do FNDE e contará com a participação da SECAD/MEC e das entidades parceiras do Programa Brasil Alfabetizado.
<b>2008</b>	Resolução nº 3, 14/1/2008	A execução do PNLD para o ano decorrente. A partir de 2011, o programa abarcará o componente de Língua estrangeira. O processo de avaliação e escolha de livros e das obras pedagógicas complementares ocorrerá a

	<p>trienalmente de forma integral. Em caso de aumento de matrículas ou de livros em não condições de uso, estes serão repostos.</p>
<p>Resolução nº 17, 7/5/2008</p>	<p>Autoriza a adequação das obras do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), do Programa Nacional do Livro para o Ensino Médio (PNLEM) e do Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE) às mudanças implementadas pelo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa. Os livros podem ser convertidos ou adaptados e devem estar sob as novas regras ortográficas já a partir do próximo edital de compra de livros dos programas.</p>
<p>Resolução nº 27, 16/6/2008</p>	<p>Alteração da Resolução nº 18, de 24/4/2007. O número de exemplares a serem adquiridos terá como base o cadastro de 2007 de alfabetizandos, alfabetizadores, coordenadores de turma e tradutores intérpretes de LIBRAS e não com base na meta de 2008 definida pelas entidades parceiras no Plano Plurianual de Alfabetização do Programa Brasil Alfabetizado. Os coordenadores de turmas escolherão dois títulos de livros de editoras diferentes e não apenas um como definido anteriormente.</p> <p>Os livros serão distribuídos aos alfabetizandos, alfabetizadores, coordenadores de turma e tradutores intérpretes de LIBRAS de acordo com o cadastro de 2008.</p>

Fonte: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação.

## B.2 PNLD: Órgãos envolvidos e funções exercidas

<p><b>Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE</b></p>	<p>a) elaborar, em conjunto com a SEB/MEC e a SEESP/MEC, os editais de convocação do PNLD; b) viabilizar a inscrição e a triagem dos livros didáticos, materiais didáticos e obras pedagógicas complementares; c) promover a produção e a distribuição do Guia de Livros Didáticos e dos formulários de escolha às escolas;</p>
--	---

	<p>d) disponibilizar o Guia de Livros Didáticos e o processo de escolha dos livros por meio da Internet;</p> <p>e) processar os dados das escolhas dos livros;</p> <p>f) contratar os titulares de direitos autorais dos títulos a serem adquiridos;</p> <p>g) acompanhar e monitorar, "in loco", por amostragem, a produção e a expedição dos livros, materiais didáticos e obras pedagógicas complementares, bem como a execução do Programa nas escolas e secretarias;</p> <p>h) definir, em conjunto com a SEESP/MEC, o atendimento aos alunos portadores de necessidades especiais, a serem atendidos pelo PNLD; e</p> <p>i) propor, implantar e implementar ações que possam contribuir para a melhoria da execução do Programa.</p>
<b>Secretaria de Educação Básica</b>	<p>a) elaborar, em conjunto com o FNDE e a SEESP/MEC, os editais de convocação do PNLD;</p> <p>b) analisar e aprovar o projeto apresentado pelas instituições para realizar a avaliação pedagógica das obras inscritas no Programa, como também manifestar-se conclusivamente acerca da execução do projeto e da prestação de contas apresentada quando do término do trabalho;</p> <p>c) promover a pré-análise e a avaliação pedagógica dos livros, das obras complementares e materiais didáticos inscritos para o Programa;</p> <p>d) elaborar o Guia de Livros Didáticos para escolha dos livros selecionados na avaliação;</p> <p>e) planejar e desenvolver ações objetivando a melhoria do processo de escolha dos livros pelos professores;</p> <p>f) avaliar a eficiência do Programa nas questões que envolvem os aspectos pedagógicos; e</p> <p>g) propor, implantar e implementar ações que possam contribuir para a melhoria da execução do Programa.</p>
<b>Secretaria de Educação Especial</b>	<p>a) elaborar, em conjunto com o FNDE e a SEESP/MEC, os editais de convocação do PNLD;</p> <p>b) definir, em conjunto com o FNDE, o atendimento aos alunos com necessidades educacionais especiais, a serem atendidos pelo Programa;</p> <p>c) avaliar a eficiência do Programa nas questões que envolvem os aspectos pedagógicos, no atendimento aos alunos com necessidades educacionais especiais; e</p> <p>d) propor, implantar e implementar ações que possam contribuir para a melhoria da execução do Programa.</p>
<b>Secretarias/órgãos de educação dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal</b>	<p>a) dispor de infra-estrutura e de equipe técnica e pedagógica adequada para acompanhar a execução do Programa;</p> <p>b) orientar o processo de escolha dos livros pelas escolas/professores, no prazo definido pelo FNDE, bem como acompanhar a distribuição dos guias e a devolução dos formulários;</p> <p>c) monitorar a distribuição dos livros, das obras complementares e dos materiais didáticos até a chegada efetiva na escola ou ao aluno;</p> <p>d) promover, com base na Resolução n.º 30, de 18/06/2004, do Conselho Deliberativo do FNDE, a distribuição da Reserva Técnica, ou a que vier substituí-la;</p> <p>e) promover, por meio do Siscort, o remanejamento de todo e qualquer livro ou material didático referente ao Programa, não utilizado pela escola, para atender outras unidades que</p>

	necessitem de complementação; f) definir, no âmbito da sua respectiva esfera administrativa, procedimentos eficazes a serem cumpridos pelas escolas, alunos e pais, para garantir a devolução do livro pelo aluno; g) acompanhar, junto à escola, o cumprimento dos procedimentos definidos para garantir a devolução do livro, avaliando os resultados; e h) propor, implantar e implementar ações que possam contribuir para a melhoria da execução do Programa.
<b>Escolas</b>	a) inserir e manter atualizados os dados relativos ao alunado e à escola no Sistema de Controle de Remanejamento e Reserva Técnica - Siscort; b) promover ações para conscientização de pais e alunos quanto à necessidade e importância da conservação e da devolução do livro; c) promover ações eficazes para garantir a devolução do livro pelos alunos; d) promover, por meio do Siscort, o remanejamento de todo e qualquer livro ou material didático referente ao Programa, não utilizados pela escola, para atender outras unidades que necessitem de complementação; e e) cumprir no que couber o disposto na Portaria nº 30, de 18.06.2004, ou a que vier substituí-la.

Fonte: Resolução nº 3, 14/1/2008.

### B.3 Algumas Entidades e Associações de Apoio ao Mercado Editorial

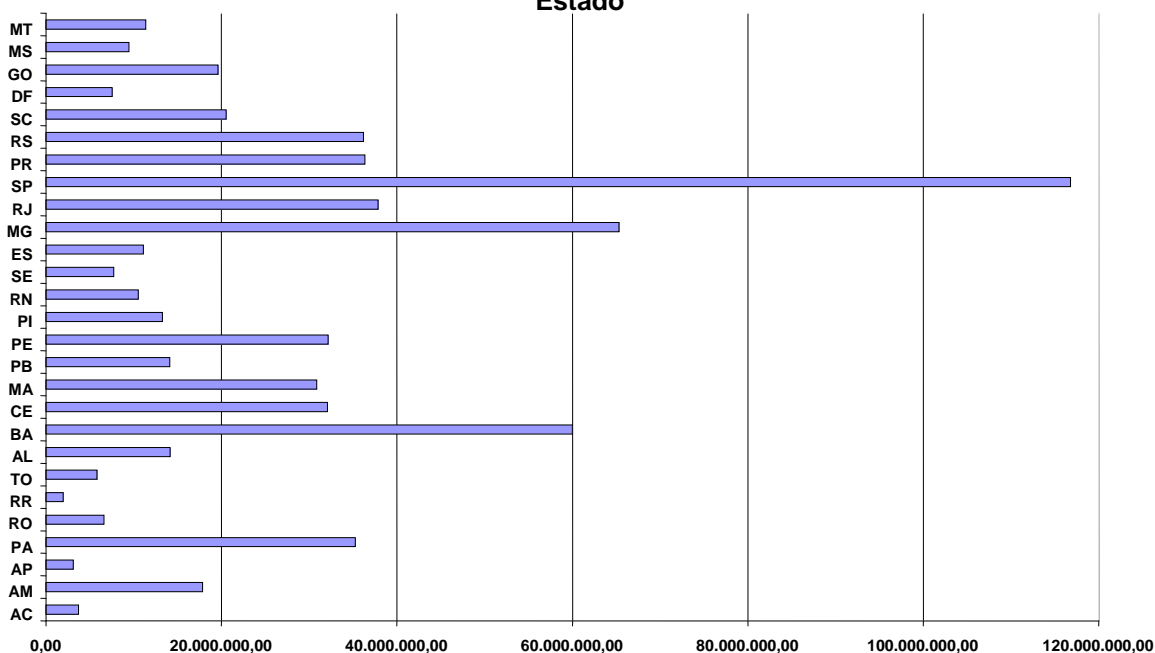
Entidade	Site
ABDL – Associação Brasileira de Difusão do Livro	<a href="http://www.abdl.com.br/site/">http://www.abdl.com.br/site/</a>
ABEC - Associação Brasileira de Editores Cristãos	<a href="http://www.abec.com.br/">http://www.abec.com.br/</a>
ABDR - Associação Brasileira de Direitos Reprográficos	<a href="http://www.abdr.org.br/">http://www.abdr.org.br/</a>
ABEU - Associação Brasileira de Editores Universitários	<a href="http://www.abeu.org.br/">http://www.abeu.org.br/</a>
ABIGRAF - Associação Brasileira das Indústrias Gráficas	<a href="http://www.abigraf.org.br/">http://www.abigraf.org.br/</a>
ABL - Academia Brasileira de Letras	<a href="http://www.academia.org.br/">http://www.academia.org.br/</a>
CBL – Câmara Brasileira do Livro	<a href="http://www.cbl.org.br">http://www.cbl.org.br</a>
ABRALE - Associação Brasileira dos Autores de Livros Educativos	<a href="http://www.abrale.org.br">http://www.abrale.org.br</a>
ABRELIVROS - Associação Brasileira de Editores de Livros	<a href="http://www.abrelivros.org.br/abrelivros/">http://www.abrelivros.org.br/abrelivros/</a>

ALB - Associação de Leitura do Brasil	<a href="http://www.alb.com.br/">http://www.alb.com.br/</a>
Amigos do Livro	<a href="http://www.amigosdolivro.com.br/home.php">http://www.amigosdolivro.com.br/home.php</a>
ANL - Associação nacional de Livrarias	<a href="http://www.anl.org.br/">http://www.anl.org.br/</a>
BN - Biblioteca Nacional	<a href="http://www.bn.br/portal/">http://www.bn.br/portal/</a>
Biblioteca Virtual de Literatura	<a href="http://www.prossiga.br/pacc/bvl/">http://www.prossiga.br/pacc/bvl/</a>
Centro Regional para El Fomento Del Libro Em América Latina Y El Caribe	<a href="http://www.cerlalc.org/">http://www.cerlalc.org/</a>
FEBAB - Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários	<a href="http://www.febab.org.br/">http://www.febab.org.br/</a>

Fonte:CBL

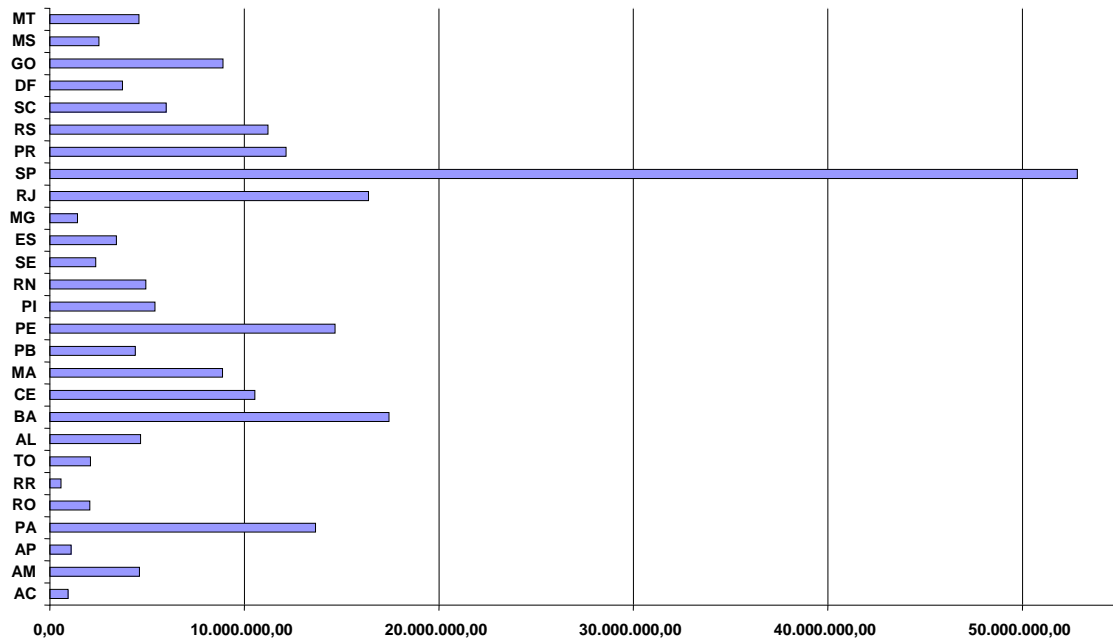
## ANEXO C – RECURSOS PNLD E PNLEM

C.1 Volume de Recursos de Financiamento do PNLD em 2008 em R\$ por Estado



Fonte: <http://www.fnnde.gov.br>. Acesso em 24/11/2008.

### C.2 Volume de Recursos de Financiamento do PNLEM em 2008 em R\$ por Estado



Fonte: <http://www.fnde.gov.br>. Acesso em 24/11/2008.