



O setor editorial no Rio Grande do Sul: trajetória recente e perspectivas

1 Introdução

Esta nota técnica tem como objetivo o estudo do setor de publicação, editoração e mídia no Estado do Rio Grande do Sul, com ênfase na cadeia produtiva do livro. Seu objetivo é analisar a dinâmica recente do setor, sua dimensão e suas tendências de evolução, buscando estabelecer um olhar de conjunto sobre a cadeia editorial. Esta cadeia tem como ponto de partida o autor da palavra escrita, passa por um conjunto de elos industriais, tecnológicos e logísticos e chega ao consumidor final, o leitor. Para isso, além de um levantamento das estatísticas disponíveis sobre o setor, analisam-se também alguns estudos e pesquisas que permitem compreender a evolução dos distintos elos que compõem essa cadeia.

O estudo foi feito tomando como base o banco de dados do Cadastro de Empresas (Cempre) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que fornece, anualmente, os dados relativos ao número de empresas e aos vínculos de emprego formal em todos os setores da economia. Esse cadastro serve como base de referência para as pesquisas econômicas anuais do órgão, sendo constantemente atualizado, o que garante a cobertura efetiva de todas as empresas do setor. Com base no Cempre, que proporciona uma série histórica que vai de 2006 a 2018, pode-se analisar a evolução do número de empregos e de empresas nas atividades econômicas relacionadas com a cadeia produtiva de publicação, editoração e mídia.

Do ponto de vista das atividades consideradas, a abordagem inclui todas as atividades relacionadas com o setor, ainda que a análise priorize o setor editorial e o mercado do livro. Nessa medida, mesmo que sejam apresentados também os dados do mercado jornalístico, este não está no centro das atenções do estudo. No entanto, optou-se por manter os dados das atividades jornalísticas, uma vez que existem muitas interfaces entre o mercado editorial de livros e revistas e as atividades jornalísticas. Os jornais e as publicações diárias são um mercado de trabalho relevante para os escritores, além de cumprirem um papel importante na difusão de informação e na análise crítica da produção editorial. No entanto, a dinâmica econômica do mercado jornalístico é nitidamente distinta da do mercado editorial.

A análise da cadeia produtiva editorial toma como ponto de partida o estudo realizado em 2019 sobre as atividades da economia criativa no Rio Grande do Sul. Esse estudo, que apresentou os dados relativos ao conjunto de atividades econômicas relacionadas com a criatividade, a cultura e a inovação, dividia tais atividades em nove setores distintos¹, desde os mais diretamente relacionados com as atividades culturais (música, teatro, dança, etc.) até aqueles onde a criação é aplicada a produtos e serviços

¹ Os setores analisados são: patrimônio e culturas tradicionais; artes visuais e performáticas; publicação, editoração e mídia; audiovisual; arquitetura, *design* e moda; tecnologias da informação e comunicação; ensino de cultura; publicidade; telecomunicações.



de natureza comercial (publicidade, *design*, *games*). Para o presente estudo, separaram-se os dados do setor de publicação, editoração e mídia².

Para efeitos de análise, em um esforço por compreender as dinâmicas e a evolução do setor dentro de uma lógica da cadeia produtiva, as atividades econômicas consideradas foram agrupadas em áreas afins. Cada área busca identificar um elo da cadeia, agrupando as atividades a partir da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) do IBGE. Assim, podem-se identificar a dinâmica e as especificidades de cada uma das partes. Com isso, foi possível analisar o conjunto do setor, assim como cada uma das áreas que abrangem as atividades de edição, impressão, comercialização e publicações *on-line*.

Além disso, buscou-se também incorporar à análise um elo fundamental dessa cadeia produtiva que não pode ser captado a partir dos dados relacionados com as atividades econômicas formais. Os escritores, ponto de partida dessa cadeia, não aparecem nos dados relativos à classificação das atividades econômicas, uma vez que a CNAE se refere apenas às empresas (pessoas jurídicas) e aos empregos formais (empregados de carteira assinada). Como se pode ver a seguir, a atividade dos escritores caracteriza-se por não possuir, via de regra, uma relação de emprego formal, o que os torna relativamente invisíveis nas estatísticas disponíveis. Para isso, portanto, buscaram-se outras bases de dados, no Censo Demográfico do IBGE, onde se identificam as ocupações principais dos indivíduos entrevistados e, com isso, pode ser feita uma aproximação a essa realidade específica. A análise aponta elementos importantes acerca do padrão de evolução do setor, a dinâmica de cada área e as mudanças que refletem as transformações tecnológicas vividas pelo setor de publicação, editoração e mídia nos últimos anos, assim como identifica as tendências para o próximo período.

2 O mercado editorial no Rio Grande do Sul e no Brasil

Para que os dados analisados possam ser compreendidos, é importante apresentar alguns elementos que constituem seu pano de fundo — o contexto histórico, social e econômico dentro do qual atua o setor de publicação, editoração e mídia no Rio Grande do Sul —, os quais podem contribuir para a compreensão de sua dinâmica e suas potencialidades. Além disso, esta seção apresenta algumas questões acerca dos problemas metodológicos subjacentes no que diz respeito às possibilidades de uma análise mais consistente das dimensões econômicas da cadeia produtiva editorial.

2.1 Um pouco de história

O Rio Grande do Sul ocupou, no século XX, um lugar relevante no mercado editorial brasileiro. Alguns exemplos pontuais apontam elementos importantes que podem contribuir na compreensão da dimensão, do papel e da dinâmica do setor de publicação, editoração e mídia no Estado. Na primeira metade desse século, a Livraria do Globo protagonizou um caso exemplar de sucesso empresarial no mercado editorial nacional. Criada como livraria em 1893, a empresa iniciou atividades como editora em 1917. Muito cedo, estabeleceu contratos com editoras e distribuidoras internacionais, realizando tradu-

² A referência à mídia é exclusivamente aos meios escritos e à *internet*, uma vez que rádio e TV estão agrupados no setor audiovisual.



ções de obras clássicas e modernas da literatura mundial e comercializando livros dessas editoras, assim como clássicos da literatura nacional. Na metade do século, já se consolidava como uma das maiores editoras brasileiras.

Nos anos 20, consolidou-se como uma empresa inovadora, criando coleções temáticas de literatura, editando também obras técnicas, evidenciando a capacidade de criar produtos diversificados para um público consumidor em expansão. Em 1942, a editora passou a se constituir em uma empresa separada, o que qualificou e ampliou sua atuação, publicando também obras de escritores gaúchos. Além disso, tinha uma prática de contratar intelectuais locais, que atuavam como tradutores, editores e escritores, agregando qualidade literária e presença local às suas iniciativas. Em 1929, passou a editar a Revista do Globo, publicação de circulação nacional que durou até o final dos anos 60. O espectro de atuação da empresa cobria quase toda a cadeia produtiva editorial, desde a seleção de autores, edição, parque gráfico, distribuição e comercialização, chegando a protagonizar a criação da primeira empresa de publicidade organizada em moldes profissionais³.

A Editora do Globo e sua revista conquistaram um espaço relevante no mercado nacional, espaço esse que foi sendo progressivamente reduzido à medida que as mudanças na economia brasileira foram alterando a dinâmica da acumulação capitalista do País. A partir dos anos 30, e de forma mais intensa a partir das décadas de 50 e 60, uma maior integração do mercado nacional levou a deslocamento do núcleo da dinâmica do desenvolvimento a partir da “[...] concentração e centralização dos capitais que, depois de 1970, se impoem em nível nacional, com centro em São Paulo” (TARGA, 2010, p. 90). A trajetória da empresa expressa essa dinâmica. A Revista deixou de circular em 1967, e a editora foi vendida, em 1986, para as Organizações Globo, do Rio de Janeiro.

Outra referência importante do mercado editorial do Rio Grande do Sul é a Feira do Livro de Porto Alegre. A feira, que ocorreu pela primeira vez em 1955, com apenas 14 expositores, consolidou-se como um dos maiores eventos do mercado editorial brasileiro. Atualmente, é a maior feira do livro a céu aberto da América Latina, tendo contado, em 2019, com 106 expositores, mais de 1,3 milhão de visitantes e 225.000 exemplares vendidos⁴. É realizada anualmente, acompanhada de todo um conjunto de eventos, debates e espetáculos musicais. A feira é organizada pela Câmara Rio-Grandense do Livro, instituição que aglutina editores e livreiros locais, em um esforço conjunto de promoção do mercado editorial gaúcho. O sucesso e a longevidade da feira expressam essa capacidade de organização e ação conjunta dos distintos agentes da cadeia produtiva do livro do Rio Grande do Sul.

Nos anos 70, outro caso de sucesso apontou elementos importantes para a compreensão da dinâmica econômica da cadeia editorial. Uma editora nova, impulsionada por jovens intelectuais locais, surgiu no mercado local e, em poucos anos, converteu-se em uma das maiores editoras do Brasil. Criada em agosto de 1974 e tendo como primeiro produto uma publicação de quadrinhos, a L&PM expandiu-se através de uma combinação de publicação de autores que representavam “as vozes que combatiam a ditadura militar”⁵.

Assim como a Editora do Globo em seus áureos tempos, o sucesso da L&PM resultava de sua capacidade de aglutinar e mobilizar a intelectualidade local, combinada com uma capacidade de identi-

³ Disponível em: <http://www.pucrs.br/delfos/?p=globo>. Acesso em: 6 abr. 2020.

⁴ Disponível em: <https://www.brasildefatores.com.br/2019/10/31/feira-do-livro-de-porto-alegre-65-anos-de-resistencia-a-ceu-aberto>. Acesso em: 5 maio 2020.

⁵ Disponível em: <https://www.lpm.com.br/site/default.asp?TroncoID=805133&SecaoID=845253&SubSecaoID=384748>. Acesso em: 25 abr. 2020.



ficar as tendências do momento, abrindo espaço para autores clássicos e contemporâneos da literatura brasileira e internacional. Além disso, foi também uma editora inovadora, incorporando novas linguagens como os quadrinhos em seu *mix* de produtos. A capacidade de combinar uma curadoria de autores e conteúdos inovadores e de qualidade, com um alinhamento inteligente com as aspirações da cidadania naquele momento histórico, foram marcas do sucesso da editora.

Assim como na Editora do Globo, o caso da L&PM sinaliza a importância da qualidade e da capacidade de se sintonizar com os anseios e os valores da sociedade em cada momento como fatores decisivos para o sucesso editorial. O livro tem uma particularidade de ser portador de ideias e valores estéticos que vão além dos aspectos meramente utilitários do produto. Por isso, estar sintonizado com sua época é fundamental para o sucesso editorial. No caso da Editora do Globo, uma particular combinação de valorização dos clássicos da literatura internacional com demandas relacionadas com as tendências de modernização vividas pelo País nos anos 30, 40 e 50 foi decisiva. No caso da L&PM, também uma curadoria de qualidade de obras internacionais combinou-se com uma capacidade de dar voz aos anseios por mais liberdade e democracia vividos pelo País nas décadas de 70 e 80. Além disso, a L&PM caracterizou-se também pela capacidade de inovação em termos de formato e de preços dos seus produtos.

Esses casos, das duas editoras e da feira, são importantes porque trazem elementos que apontam para estratégias que apresentaram bons resultados, mostrando que é possível, a partir de uma condição periférica em relação aos centros da produção cultural nacional, ser bem-sucedido e competitivo no mercado. No caso das duas editoras, seu sucesso mostra que a capacidade de estabelecer uma sinergia com a intelectualidade local e incorporar seus valores e talentos é decisiva para viabilizar uma posição de destaque no mercado. Sua trajetória mostra que é possível gerar negócios e ter êxito no mercado nacional a partir de um projeto consistente e de uma estratégia baseada na qualidade e na capacidade de compreender o momento histórico vivido.

No entanto, isso mostra também que a especificidade da inserção do Rio Grande do Sul no contexto nacional dificulta em muito a sobrevivência das iniciativas locais. A dinâmica concentradora e centralizadora, característica do capitalismo contemporâneo e exacerbada pelo modelo de desenvolvimento brasileiro é um entrave para o crescimento do setor local de publicação, editoração e mídia, assim como de outros setores econômicos. A situação geográfica do RS acentua as dificuldades logísticas e de escala de produção, sobretudo no que diz respeito à distribuição, que é o grande “calcanhar de Aquiles” para o crescimento das editoras gaúchas nos mercados nacional e internacional.

2.2 Características do mercado e da cadeia produtiva editorial

A compreensão da dinâmica econômica da cadeia produtiva editorial apresenta dificuldades importantes no Rio Grande do Sul e no Brasil. A precariedade dos instrumentos de mensuração é a primeira delas, uma vez que a fragilidade das informações disponíveis e a ausência de estatísticas confiáveis geram entraves significativos no sentido de se obter evidências empíricas acerca da dinâmica do mercado. Além disso, existem poucos estudos acerca do setor que abordem o tema sob uma ótica da sua dimensão econômica. O grosso da produção acadêmica sobre esse tema concentra-se nos aspectos estritamente literários, analisando o assunto sob a ótica do conteúdo da produção e não de suas relações com as dimensões econômicas e sociais.



As dificuldades de mensuração da cadeia concentram-se, fundamentalmente, nas informações acerca do mercado editorial. Se, do ponto de vista do número de empresas e da quantidade de postos de trabalho formais gerados, existe uma boa base de dados no IBGE, os dados de produção e comercialização disponíveis são, por sua vez, via de regra, limitados em termos da sua abrangência e pouco transparentes do ponto de vista dos critérios utilizados e da sua acessibilidade. Os dados de circulação e vendas do mercado editorial são coletados e divulgados pelo Sindicato Nacional de Editores de Livros e pela Câmara Brasileira do Livro, que realiza pesquisas anuais bastante detalhadas, a cargo da empresa Nielsen. No entanto, de acordo com essas mesmas entidades, os dados disponibilizados resultam de uma amostra coletada entre um grupo das maiores editoras do País associadas à entidade.

A representatividade dessa amostra é limitada, uma vez que toma como base apenas as maiores editoras e uma parte de sua composição são estimativas⁶, o que pode ter como decorrência algum viés nos resultados. O quadro social do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) conta com cerca de 550 associados, que alega corresponder a 74% do setor editorial do País⁷. Os dados do Cempre indicam que existem 4.007 empresas no setor, o que reduz a abrangência dos associados a pouco mais de 10% do total de editoras existentes. E a pesquisa limita-se a uma amostra desse contingente. Ainda assim, os dados da pesquisa do SNEL são os mais abrangentes e sistemáticos disponíveis. Existem também dados sobre as livrarias, seu número e os dados relativos à comercialização, que são disponibilizados pela Associação Nacional das Livrarias (ANL). A ANL tem 76 livrarias associadas, o que limita em muito sua representatividade. Os dados de sua pesquisa também se ressentem de pouca transparência no que diz respeito à metodologia da pesquisa, que também é realizada por uma empresa privada contratada pela associação.

Os dados de circulação de jornais são aferidos pelo Instituto de Verificação da Circulação⁸ (IVC), instituição privada que audita os principais jornais do País. Os dados do IVC são disponíveis apenas para os associados à instituição. Nessa medida, não é possível, a não ser a partir da utilização de fontes secundárias, conhecer com clareza os números de circulação dos jornais. Ainda assim, a utilização dos dados elaborados por essas instituições, associados aos dados do Cempre, coletados de forma sistemática pelo IBGE e disponíveis de forma bastante acessível, permitem que se avance na análise do setor. A partir dos dados do Cempre, pode-se verificar a evolução do número de empresas e de empregos, que são dados igualmente importantes para analisar as tendências do mercado editorial.

O mercado nacional do livro, segundo a pesquisa do SNEL, produziu 395 milhões de exemplares em mais de 50.000 títulos em 2019. Em termos de vendas, foram vendidos 434 milhões de exemplares, com um faturamento de R\$ 5,7 bilhões⁹. Houve crescimento em relação a 2018, de 23,3% em número de exemplares vendidos — um crescimento do faturamento de 3,3% nas vendas ao mercado e de 6,1% das vendas totais (mercado mais Governo) em termos reais.¹⁰

⁶ A pesquisa é “uma estimativa elaborada a partir de uma amostra de editoras, da performance do setor editorial e de seus subsetores” (Disponível em: <http://cbl.org.br/downloads/fipe>. Acesso em: 19 nov. 2019). Dos dados apresentados, uma parte resulta dos dados dessa amostra e o restante é “inferido”. Na pesquisa de 2019, 61% dos resultados é atribuído à amostra e 39% são inferidos.

⁷ Disponível em: <https://snel.org.br/associados/lista-de-associados/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

⁸ Disponível em: <https://ivcbrasil.org.br/#/home> Acesso em: 5 maio 2020.

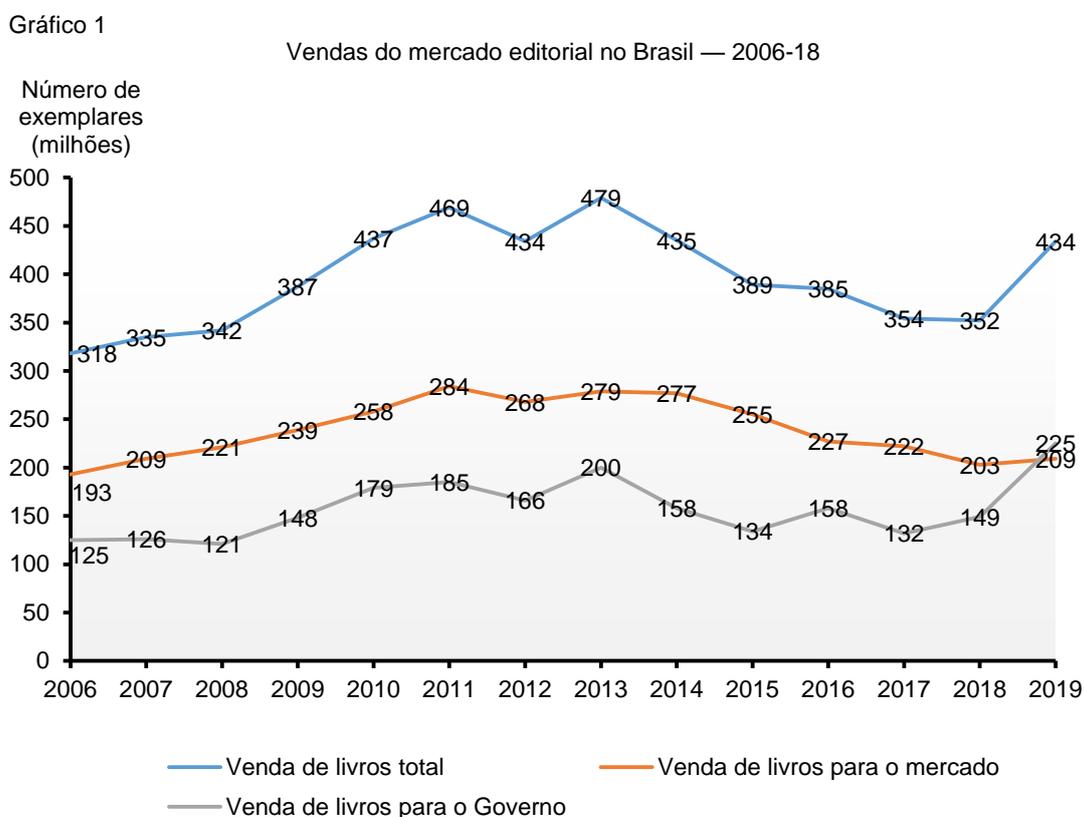
⁹ Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/Produção_e_Vendas_2019_imprensa_.pdf. Acesso em: 16 mar. 2020.

¹⁰ Já de acordo com a ANL, foram vendidas, em 2019, 49 milhões de unidades, com um faturamento de R\$ 2,1 bilhões (Disponível em: <https://www.anl.org.br/v1/varejo-do-livro-em-2019/>. Acesso em: 16 mar. 2020).



Do ponto de vista da evolução no período analisado, no entanto, as pesquisas realizadas pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros e pela Câmara Brasileira do Livro mostram que esse resultado recente estava apenas recuperando uma dinâmica de crescimento que se havia perdido. Os levantamentos do SNEL apontam para uma queda no faturamento do setor editorial geral, que diminuiu 25% em um comparativo entre 2006 e 2018. O estudo mostra um crescimento do número de exemplares vendidos no mercado entre 2006 e 2014 de 84 milhões de livros, e a queda acentuada nos últimos 4 anos, voltando a patamares próximos a 2006. O preço médio dos livros no período total diminuiu 34%, o que explica a redução de faturamento do setor (SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, 2019a).

O Gráfico 1 mostra a evolução do volume de exemplares vendidos no período.



Fonte: Sindicato Nacional dos Editores de Livros (2020).

O crescimento do volume de exemplares vendidos e do faturamento em 2019 ocorreu, fundamentalmente, em função de um aumento nos exemplares adquiridos pelo Governo. Nessa medida, o Gráfico 1 aponta também outro elemento importante para a compreensão da especificidade do mercado editorial no RS e no Brasil, que é o papel decisivo cumprido pelo Estado nesse mercado. De acordo com as pesquisas do SNEL, uma parcela significativa das vendas do mercado editorial é composta por compras governamentais. Essa parcela, durante o período estudado, girou em torno de 30% a 40% do total das vendas. Com a crise do mercado, decorrente da queda do poder aquisitivo da população, o peso das compras públicas tornou-se crescente, e, em 2019, mais da metade dos exemplares vendidos pelo mercado editorial foram para o Governo.



Essas compras são realizadas fundamentalmente pelo Ministério da Educação a partir de dois programas, o Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e o Programa Nacional do Livro Didático Literário (PNLD Literário), assim como de compras por outros órgãos do Governo. Em 2019, as compras governamentais representaram um faturamento de R\$ 1,7 bilhão, um crescimento de 18,4% em relação ao ano anterior. Esse montante, ainda que seja de menos de um terço do faturamento total, representa uma demanda constante que complementa as flutuações conjunturais do mercado.

Outra dimensão importante do setor diz respeito ao papel cumprido pelas bibliotecas, em especial as bibliotecas públicas. Essas instituições são fundamentais em termos das possibilidades de acesso ao livro, complementando o acesso da população aos livros. De acordo com a pesquisa do “Projeto Mais Bibliotecas Públicas”, realizada, em 2015, pelo o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas, o Brasil possuía 6.057 desses equipamentos. No Rio Grande do Sul, foram contabilizadas 536 bibliotecas públicas¹¹. Estas, no entanto, se ressentem de recursos limitados, o que reduz, em grande medida, sua capacidade de ampliar e atualizar os seus acervos. Via de regra, essas bibliotecas públicas são geridas pelas secretarias municipais de educação ou de cultura, que não têm recursos para alocar na compra de livros. Por isso, as bibliotecas em geral dependem de doações do setor privado, ou de contrapartidas de empresas em projetos sociais¹².

Outro elo importante da cadeia editorial são as livrarias, as empresas que operam a comercialização dos produtos das editoras. As livrarias passaram por importantes mudanças na virada do século no Brasil, mudanças que tiveram um profundo impacto no mercado editorial. Entre o final dos anos 90 e a primeira década do século XXI, houve um processo de grande concentração tanto entre as editoras como entre as livrarias no Brasil. Grandes grupos editoriais incorporaram editoras menores entre 1997 e 2010. O Grupo Editorial Nacional comprou oito editoras; a Record, sete; a Saraiva, oito; e a Ediouro, sete. Apenas nesses casos citados, 34 empresas concentraram-se em quatro. Além disso, nesse mesmo período, grandes grupos editoriais internacionais, como o Elsevier (Holanda), Vivendi e Larousse (França), Penguin Books (Estados Unidos), Planeta e Prisa-Santillana (Espanha) e Pearson (Inglaterra), ingressaram no mercado brasileiro, comprando ou fazendo acordos com editoras nacionais¹³.

Entre as livrarias também se assistiu, nesse mesmo período, a um processo de concentração. As grandes redes de livrarias impuseram-se no mercado, instalando um novo modelo de negócio, com as chamadas *megastores* (livrarias associadas à venda de outros produtos) ou simplesmente com grandes estabelecimentos situados estrategicamente em *shopping centers*. Esses grandes grupos beneficiavam-se não apenas por sua localização, mas também em função dos ganhos de escala. Seu tamanho possibilitava, de um lado, obter ganhos na negociação dos descontos com as editoras¹⁴ e, de outro lado, possuir um acervo muito maior e mais variado do que as pequenas livrarias. Grupos como Saraiva, que tinha 100 lojas em 2011, Curitiba (20 lojas), Cultura (17 lojas), FNAC (11 lojas) exerciam uma concorrência quase predatória em relação aos seus concorrentes menores.

Além dessa tendência à concentração, característica da economia capitalista contemporânea, o mercado editorial viveu também profundas transformações em função das mudanças tecnológicas. Du-

¹¹ Disponível em: <http://snbp.cultura.gov.br/bibliotecas-rs/>. Acesso em: 25 maio 2020.

¹² Entrevista com Morganah Marcon, diretora da Biblioteca Pública do Estado.

¹³ Disponível em: <https://livroslivrariaselivreiros.blogspot.com/2012/06/concentracao-no-mercado-editorial.html>. Acesso em: 15 mar. 2020.

¹⁴ Por lei, no Brasil, o livro tem um preço fixo de capa. A lucratividade, portanto, depende do desconto que cada livraria consegue obter dos distribuidores e editoras. Os grandes grupos, em função do tamanho de suas encomendas, sempre se beneficiaram de descontos maiores.



as delas são fundamentais para compreender a dinâmica atual do setor: a emergência do varejo *on-line* e o surgimento dos *e-books*, ou seja, a transição do suporte físico para o suporte virtual. Essas duas mudanças marcam o novo século e vão determinar a nova conformação do mercado de publicação, editoração e mídia.

O varejo *on-line*, cujo paradigma é a multinacional Amazon, representa uma nova modalidade de relação entre o leitor e o livro. A facilidade, a agilidade e, sobretudo, a imensa variedade de opções que as livrarias virtuais são capazes de oferecer dificilmente têm como ser enfrentadas pelas livrarias convencionais. Além disso, se, por um lado, o comércio virtual implica uma estrutura de logística e uma infraestrutura de informática considerável, os custos fixos de manutenção de uma livraria e os custos de pessoal são proporcionalmente muito menores, dada a escala do negócio e o fato de que a venda é feita por autoatendimento. Além disso, o custo para uma pequena livraria manter um acervo grande e variado é muito alto, o que limita as possibilidades de concorrência com uma oferta praticamente ilimitada nas livrarias virtuais. No comércio *on-line*, por sua vez, os custos altos são compensados por uma escala de comercialização que facilmente compensa esses gastos. A Tabela 1 mostra a velocidade do crescimento recente do comércio *on-line* de livros.

Tabela 1

Vendas totais de livros no Brasil — 2016-19

TIPOS DE COMÉRCIO	2016	2017	2018	2019
Livrarias convencionais	52,7	53,1	46,6	41,6
Comércio <i>on-line</i>	2,4	2,9	10,6	12,6

Fonte: Sindicato Nacional dos Editores de Livros (2020).

Ainda que siga sendo uma fração pequena do total, as vendas *on-line* vêm crescendo de forma constante, aumentando sua participação no mercado. As vendas de livros através das livrarias, que, em 2016, representavam mais da metade do total das vendas, já perderam mais de 20% de participação nos últimos quatro anos. Já as vendas *on-line* cresceram quase seis vezes no mesmo período, indicando que esta é uma tendência consistente no mercado. Os diferenciais competitivos da livraria, que são a experiência física, o contato social e a relação humana, tendem a perder importância, sobretudo no contexto pós-pandemia, que tenderá a fortalecer a tendência de transição para o digital.

A outra tendência tecnológica significativa do período é a transição do suporte físico para o suporte digital. O surgimento dos *e-books*, produtos editoriais que são disponibilizados através da *internet*, é outra mudança importante no setor editorial. O livro digital chegou ao Brasil, de maneira incipiente, em 2009, mas foi só com a entrada de grandes corporações nesse mercado — como a Livraria Cultura, que vende livros digitais para o leitor que usa o Kobo, e a Amazon, que vende livros digitais para o Kindle — que as vendas deslancharam. O primeiro *e-reader* da Cultura foi lançado em 2012, e livros digitais começaram a ser vendidos no Brasil pela Amazon no mesmo ano¹⁵. Esse modelo, no entanto, ainda é pouco significativo em termos de faturamento e vendas.

De acordo com o Censo do Livro Digital do SNEL, os *e-books* correspondiam, em 2016, a 1,09% do faturamento total das editoras. Nesse ano, havia 49.662 títulos digitais disponíveis para comercialização no Brasil, tendo sido comercializadas 2.751.630 unidades (SINDICATO NACIONAL DOS EDI-

¹⁵ Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/08/24/por-que-a-producao-e-venda-de-livros-digitais-ainda-estao-engatinhando-no-brasil>. Acesso em: 6 abr. 2020.



TORES DE LIVROS, 2016). Das 794 editoras pesquisadas, só 294 produziam e comercializavam conteúdos digitais — 63% das editoras brasileiras ainda estavam fora desse mercado. O faturamento com os livros digitais também é altamente concentrado nas 30 maiores editoras do mercado: 85% do faturamento digital total no mercado brasileiro vêm delas, que correspondem a 10% das produtoras de conteúdo digital para vender.

A essas mudanças tecnológicas associam-se dois elementos conjunturais de forte impacto sobre o mercado editorial. De um lado, a crise econômica vivida pelo Brasil, com a ampliação do desemprego e a redução da renda das famílias, atingiu duramente o consumo de produtos culturais, entre eles os do setor editorial. De outro lado, a pandemia da Covid-19 também tem sérios impactos no setor, levando a uma reconfiguração profunda do mercado. A pandemia reforça os problemas de demanda já existentes, que são acentuados por conta do processo de isolamento social, que levou ao fechamento das livrarias. Por outro lado, a leitura, ao contrário das artes performáticas como música, teatro e cinema, é uma atividade individual. O livro — assim como os produtos audiovisuais e a música, veiculados na mídia ou na *internet* — ainda circula com facilidade. O impacto sobre a cadeia editorial, portanto, restringe-se a um elo, o da comercialização, especificamente as livrarias.

2.3 Os escritores no Rio Grande do Sul

Os escritores são o primeiro elo da cadeia produtiva de publicação, editoração e mídia. São, portanto, o ponto de partida desta análise. No entanto, as características do mercado editorial tornam muito difícil identificar com precisão onde se encontram os escritores, na medida em que essa atividade se caracteriza por uma relação de trabalho muito distinta dos mecanismos formais de contratação que são captados nas estatísticas.

Uma pesquisa realizada com escritores brasileiros em 2014 dá uma dimensão dessa especificidade e mostra que apenas uma pequena minoria deles consegue viver exclusivamente da literatura¹⁶. Dos 50 escritores entrevistados, apenas cinco tinham como principal fonte de renda exclusivamente a atividade literária, a venda de livros ou prêmios literários. Além desses, 10% conseguiam viver apenas da venda da sua produção. Entre os demais escritores entrevistados, podem-se identificar três grandes grupos. A Tabela 2 sistematiza os resultados dessa pesquisa.

¹⁶ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/12/1567614-pesquisa-informal-mostra-que-poucos-escritores-se-sustentam-pela-venda-de-livros-no-brasil.shtml?cmpid=menupe>. Acesso em: 2 abr. 2020.



Tabela 2

Formas de sustentação financeira dos escritores no Brasil — 2014

CONDIÇÃO E ATIVIDADE	NÚMERO
Vivem exclusivamente da literatura	
Venda de livros	4
Prêmios literários	1
Atividades relacionadas com a escrita	
Oficinas literárias	6
Roteiros para cinema, teatro e TV	3
Venda de direitos para cinema, teatro e TV	2
Traduções	2
Misto dessas atividades	3
Atividades acadêmicas	
Aulas e bolsas	3
Debates e palestras	3
Jornalismo	5
Publicitários, empresários e funcionários públicos	10
Outras atividades artísticas	3
Renda familiar	5

Fonte: Folha de São Paulo (PESQUISA..., 2014).

Em outras palavras, menos da metade dos escritores entrevistados declararam ter sua principal renda oriunda da literatura, sendo que uma pequena minoria vive exclusivamente das vendas dos seus livros. A maioria tinha sua sustentação profissional vinda de outras atividades. É importante considerar que essa pesquisa informal foi realizada com um grupo de escritores consagrados, identificados como tal pelo jornalista, ou seja, uma amostra obtida entre aqueles que já tem uma posição consolidada no mercado editorial. Portanto, é provável que, para o conjunto dos escritores existentes, o peso desse terceiro grupo deva ser significativamente maior.

Os dados estatísticos mais precisos sobre os escritores no Brasil e no Rio Grande do Sul podem ser encontrados no Censo Demográfico. Nele, podem-se encontrar aquelas pessoas que declararam ter como sua principal ocupação o ofício de escritor. É evidente que esses dados têm limites: primeiro, do ponto de vista temporal, uma vez que a última informação disponível é de 10 anos atrás, do Censo de 2010; segundo, porque, conforme já foi referido acima, uma parte significativa (provavelmente majoritária) dos escritores tende a exercer outras ocupações profissionais, já que o mercado editorial brasileiro não é capaz de garantir a subsistência das pessoas que se dedicam apenas ao ofício de escritor. Nesses casos, muitos dos escritores podem ter declarado como sua ocupação aquela de onde provém o seu sustento material.

Ainda assim, os dados do Censo de 2010 podem dar uma dimensão comparativa da presença de escritores no RS, em relação ao quadro nacional. Além disso, permitem também uma maior compreensão das características desses profissionais em termos de gênero. Por isso, utilizam-se aqui os dados do Censo, para permitir uma aproximação ao universo daquelas pessoas cuja ocupação principal é



a de trabalhar com a palavra escrita. De acordo com o Censo de 2010¹⁷, havia, no Brasil, 112.910 pessoas cuja ocupação classifica-se no subgrupo de escritores, jornalistas e linguistas. No Rio Grande do Sul, esse contingente era de 7.318 pessoas. O Rio Grande do Sul é o quarto estado em termos desse contingente, ficando atrás de São Paulo (17.086), Rio de Janeiro (17.086) e Minas Gerais (9.403). Somados, esses quatro estados têm 64,8% do total de pessoas cuja principal ocupação é a de escrever profissionalmente, ainda que tenham apenas 45,5% da população.

Em termos de gênero, esse contingente abrange, entre os escritores, 55,5% homens e 44,5% mulheres. Entre os jornalistas, a predominância masculina é um pouco menor, com 52,7% homens e 47,3% mulheres. Já entre os tradutores, intérpretes e linguistas, a maioria é feminina, com 72,7% de mulheres e apenas 27,3% homens. Do ponto de vista do seu peso no País, o Rio Grande do Sul é o quarto estado em termos do número de escritores, o quinto em relação aos tradutores, intérpretes e linguistas e o quarto em termos do contingente de jornalistas. A Tabela 3 sintetiza essas informações.

Tabela 3

Número de pessoas ocupadas no subgrupo de escritores, jornalistas e linguistas nos cinco estados mais representativos e no Brasil — 2010

DISCRIMINAÇÃO	ESCRITORES	JORNALISTAS	TRADUTORES, INTÉRPRETES E LINGUISTAS
Total do Brasil	14.786	83.628	14.496
São Paulo	5.897	27.057	6.496
Rio de Janeiro	2.370	12.032	2.884
Minas Gerais	1.208	7.269	927
Rio Grande do Sul	1.037	5.364	648
Paraná	896	4.877	705
Cinco estados/total do Brasil (%)	77,1	67,7	80,4
RS/total do Brasil (%)	7,0	6,4	4,4

Fonte: Censo Demográfico 2010 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2011).

A Tabela 3 mostra que existe uma grande concentração dos escritores, jornalistas e tradutores nos estados mais desenvolvidos do Brasil, os cinco primeiros do *ranking* dos estados possuem entre dois terços e quatro quintos do total de ocupados nessas atividades no País, ainda que concentrem apenas metade (50,9%) da população. O Rio Grande do Sul abriga 7% dos escritores, 6,4% dos jornalistas e 4,4% dos tradutores, intérpretes e linguistas do País, ainda que tenha 5,1% da população.

No entanto, os valores absolutos não dão uma dimensão do peso dessas atividades no conjunto das ocupações nos estados. A Tabela 4 apresenta a razão entre os ocupados nas atividades analisadas no conjunto da força de trabalho de cada estado, o que mostra, de maneira mais clara, o peso de cada ocupação na economia local. Por esse critério, o Rio Grande do Sul é o terceiro estado no Brasil em termos da presença de escritores e de jornalistas, e o quarto em termos de tradutores, intérpretes e linguistas.

¹⁷ Os dados analisados podem ser encontrados em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3592>. Acesso em: 10 maio 2020.



Tabela 4

Proporção de pessoas ocupadas no subgrupo de escritores, jornalistas e linguistas no conjunto da força de trabalho dos cinco estados mais representativos e do Brasil — 2010

DISCRIMINAÇÃO	ESCRITORES	JORNALISTAS	TRADUTORES, INTÉRPRETES E LINGUISTAS
Brasil	0,017	0,096	0,016
Rio de Janeiro	0,033	0,168	0,037
São Paulo	0,029	0,135	0,032
Rio Grande do Sul	0,018	0,101	0,012
Paraná	0,016	0,092	0,013
Minas Gerais	0,013	0,078	0,010

Fonte: Censo Demográfico 2010 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2011).

A comparação dos dados das ocupações do Censo de 2010, que são os últimos disponíveis, com os dados do Cadastro de Empresas do IBGE permite mensurar a dimensão da informalidade no setor no RS. O Cempre dá uma medida do número de postos de trabalho formais em cada atividade, ao passo que o Censo traz a medida do número de pessoas que declara desempenhar aquela ocupação no momento da sua realização. Se, no Censo de 2010, foi possível identificar mais de 7.000 pessoas no subgrupo de ocupação de escritores, jornalistas e linguistas, nos números do Cempre para o mesmo ano, na atividade 9002-7/01, que corresponde a artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores, foram identificados apenas 78 empregados em 58 empresas. Isso demonstra que a esmagadora maioria dos escritores não tem uma relação de emprego formal.

3 Dinâmica econômica recente do setor de publicação, editoração e mídia no Rio Grande do Sul

Segundo os dados do Cempre, o setor de publicação, editoração e mídia do Rio Grande do Sul é o quinto maior do País, atrás de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. No RS, em 2018, havia 4.898 empresas, que geravam 22.744 empregos. Esse contingente de trabalhadores movimentou R\$ 424.096.000 em salários e outras remunerações nesse ano. No contexto geral das demais atividades da economia criativa, o setor de publicação, editoração e mídia é o segundo mais importante em termos de geração de empregos no RS, superado apenas pelo setor de tecnologias da informação e comunicação. Das atividades da economia criativa mais diretamente relacionadas com a cultura, o setor editorial é o mais significativo em termos de número de empresas e de empregos, superando em muito o setor audiovisual, as artes visuais e performáticas, as culturas tradicionais e o patrimônio histórico. Os dados da Tabela 5 mostram com clareza a dimensão do emprego formal em cada setor, do ponto de vista do conjunto da economia criativa.



Tabela 5

Empregos na economia criativa do Rio Grande do Sul — 2006 e 2018

SETOR	2006	2018	CRESCIMENTO (%)
Tecnologias da informação e da comunicação	33.582	39.331	17,1
Publicação, editoração e mídia	27.209	22.744	-16,4
Telecomunicações	6.569	18.077	175,2
Arquitetura, <i>design</i> e moda	12.338	17.948	45,4
Audiovisual	11.844	11.602	-2,0
Publicidade	5.318	9.039	69,9
Ensino de cultura	2.176	5.483	151,9
Artes visuais e performáticas	3.997	5.128	28,2
Patrimônio e culturas tradicionais	7.174	4.793	-33,1
Total da economia criativa	110.207	134.155	21,7

Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

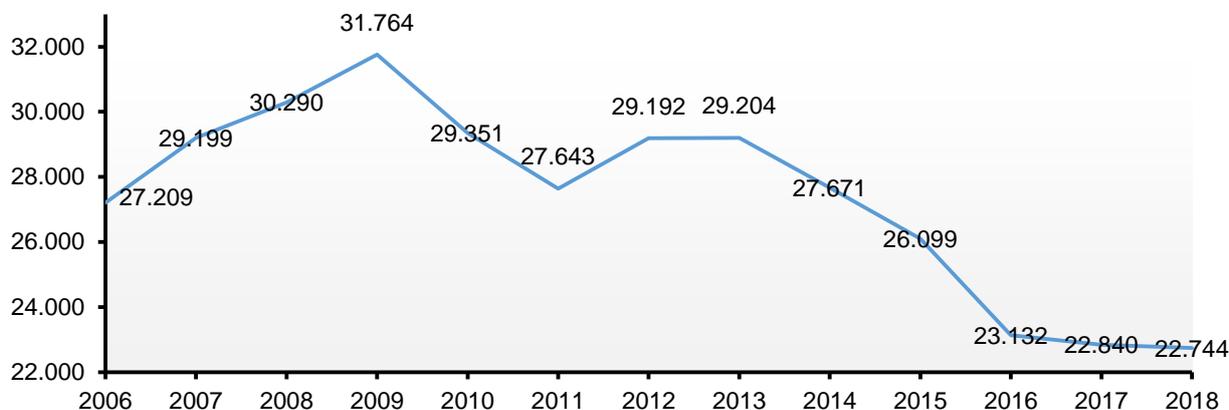
Apesar de sua importância quantitativa no contexto geral da economia criativa do RS, o setor vem perdendo importância. Num período em que as atividades da economia criativa como um todo viveram uma expansão de 21,7% em termos de geração de empregos, o setor de publicação, editoração e mídia perdeu 16,4% dos empregos. Apenas o setor de patrimônio e culturas tradicionais teve um recuo maior no período analisado. E esse recuo não ocorreu apenas em termos do número de empregos gerados, uma vez que também o número de empresas do setor também sofreu queda.

A análise das séries históricas do número de empregos e de empresas do setor mostra que esses movimentos não são lineares. Na verdade, o setor vinha apresentando um crescimento constante entre 2006 e 2009, quando então começou a cair de forma sistemática. Os empregos no setor eram pouco mais de 27.000 em 2006, chegaram a um patamar de 30.000 em 2008-09 e mantiveram uma relativa estabilidade em torno de 29.000 até 2013, quando passaram a sofrer uma queda significativa. Em 2018, o setor de publicação, editoração e mídia tinha 22.744. Entre o ponto mais alto dos empregos no setor e o final do período analisado, a queda no número de empregos foi da ordem de 28,4%. O Gráfico 2 detalha essa evolução.



Gráfico 2

Empregos no setor de publicação, editoração e mídia do Rio Grande do Sul — 2006-18

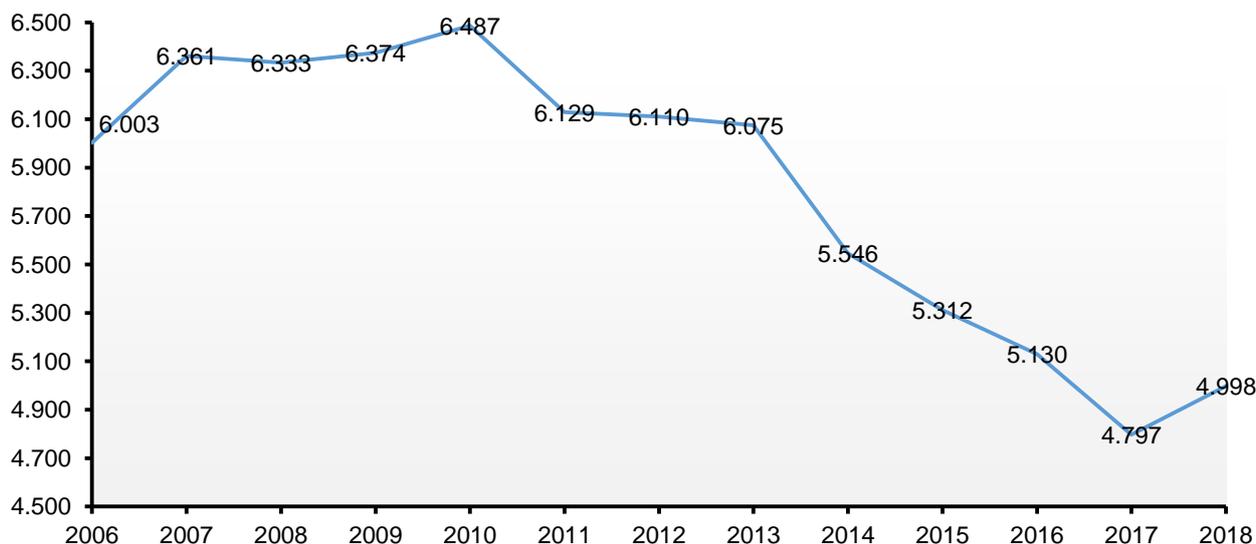


Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

Já em termos do número de empresas, também se registrou queda no período estudado. O setor cresceu de 6.003 a 6.487 empresas entre 2006 e 2010. Entre 2011 e 2013, o número de empresas manteve-se relativamente estável, com uma leve tendência de queda, a qual se intensificou radicalmente a partir desse ano. Ao final do período, o setor de publicação, editoração e mídia tinha 17% menos empresas do que em 2006. No Gráfico 3, demonstra-se essa evolução.

Gráfico 3

Número de empresas no setor de publicação, editoração e mídia do Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

Esse movimento, no entanto, não é uma particularidade do Rio Grande do Sul. No Brasil como um todo, o setor de publicação, editoração e mídia sofreu uma queda similar, ainda que menos aguda que a do RS. Em termos de geração de empregos, o setor perdeu 6% dos postos de trabalho em nível nacional, e, em termos de número de empreendimentos, também houve um recuo, da ordem de 13%.



Ocorreu, portanto, uma queda generalizada do setor em nível nacional e uma queda ainda mais intensa no Rio Grande do Sul.

Além desses empregos formais, o setor ainda envolvia, nesse mesmo período, a presença de 3.938 microempreendedores individuais¹⁸ (MEIs). A presença de microempreendedores sem uma relação formal de emprego permite um dimensionamento do nível da precariedade das relações de trabalho no setor. A utilização de MEIs, via de regra, substitui empregados formais, representando uma precarização dos contratos de trabalho. Os MEIs, ainda que do ponto de vista das relações previdenciárias representem uma formalização da situação do trabalhador, são um mecanismo que expressa o grau de informalidade que prevalecia no setor.

4 As distintas dinâmicas das áreas que compõem o setor

Tendo mapeado os dados disponíveis acerca do primeiro elo da cadeia produtiva do setor editorial, os escritores, e apresentado uma visão geral do mercado editorial, a análise agora avança nos demais. Nesse caso, os dados disponíveis permitem uma análise mais detalhada das dinâmicas específicas das demais áreas do setor de publicação, editoração e mídia. A produção inicial dos escritores passa por um conjunto de atividades até chegar ao leitor. Essas atividades são mais facilmente identificáveis, uma vez que são mais formalizadas em termos econômicos e, portanto, mais visíveis nas estatísticas. *Grosso modo*, esses dados podem ser divididos em quatro grandes blocos, de acordo com as particularidades de cada elo da cadeia.

Um primeiro bloco é o da área editorial, que se relaciona de forma mais direta com a literatura e o trabalho do escritor. Essa área é a que faz a ponte entre a atividade da escrita e sua transformação em produto para o mercado. O segundo bloco é composto pelas atividades de natureza industrial relacionadas com o processo de impressão, a área gráfica, que materializa os produtos elaborados pela área editorial. O terceiro bloco é composto pelas atividades comerciais, de atacado e varejo, relacionadas com o acesso do consumidor aos produtos editoriais. Por fim, há o quarto bloco, que não se vincula apenas com a literatura, mas que é importante, porque aponta um caminho futuro em termos de tendência tecnológica, que são as atividades da *internet*. Cada um deles apresenta uma dinâmica específica, que é analisada a seguir.

4.1 Setor editorial (jornais, livros e revistas)

O setor editorial é o coração dessa cadeia produtiva. São as empresas que fazem a conexão entre o autor e o seu público, mobilizando, a partir da sua demanda, as etapas produtivas e logísticas (impressão e comercialização). Esse setor inclui dois blocos de empresas distintas: de um lado, as atividades de edição de livros (CNAE 58.11-5), edição de jornais (CNAE 58.12-3) e edição de revistas (CNAE 58.13-1), que realizam apenas o trabalho editorial; de outro, aquelas que combinam, em uma mesma empresa, a atividade editorial e a gráfica, que são edição integrada à impressão de livros (CNAE 58.21-2), edição integrada à impressão de jornais (CNAE 58.22-1) e edição integrada à impressão de revistas (CNAE 58.23-9).

¹⁸ Os dados relativos aos MEIs correspondem ao ano de 2019, momento em que foram coletados. O Ministério da Economia não disponibiliza séries históricas, apenas os dados do momento.



Para efeitos de uma análise da cadeia produtiva editorial, é importante separar, nesse conjunto, as atividades jornalísticas das demais atividades editoriais. Do ponto de vista da natureza do material produzido (notícias periódicas de natureza informativa), a atividade jornalística implica em uma atividade distinta do trabalho do jornalista em relação ao trabalho do escritor. E a atividade jornalística difere da literatura também em termos econômicos, uma vez que sua sustentação financeira vem muito mais da publicidade do que da venda dos exemplares produzidos. Por isso, nesta análise, a área editorial é tratada em dois blocos distintos.

A edição de jornais é a segunda maior fonte de empregos no setor de publicação, editoração e mídia, superada apenas pelas livrarias. Cerca de um quinto dos empregos no setor, 19,3%, estão relacionados com essa área. Em 2006, havia 390 empresas dessa área no RS. Esse contingente chegou a 497 empresas em 2010, caindo de forma constante até 2018, quando restaram 347 empresas, uma queda de 11% em relação ao início do período analisado. Nessa área, também se verifica uma transição do meio impresso para o meio digital, que se expressa numa redução do número de empresas relacionadas com a edição integrada à impressão de jornais (de 282 para 189, uma queda de 33%), ao mesmo tempo que as empresas que atuam apenas na edição de jornais passaram de 108 para 158, um crescimento de 46%.

Mas não é apenas a mudança tecnológica a responsável pelos números do setor. A crise econômica tem tido um forte impacto sobre o setor jornalístico no RS, no Brasil e no mundo. A queda nas vendas e nas receitas de publicidade e o aumento dos custos de produção tem levado o setor ao encolhimento. A migração digital, portanto, não resulta apenas das mudanças tecnológicas ou de um eventual desejo dos leitores, mas fundamentalmente de fatores econômicos. Em dezembro de 2014, os 10 jornais diários de maior circulação no País tinham uma tiragem somada de 1,2 milhão de exemplares impressos. Em outubro de 2019, o número caiu para 588,6 mil¹⁹. Isso equivale a uma redução de 51,7%. No Rio Grande do Sul, um *site* especializado no mercado jornalístico, que teve acesso aos dados do Instituto Verificador de Comunicação, apresentou, em 2018, dados da queda de circulação dos principais diários do Estado.²⁰

¹⁹ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-no-brasil-perdem-tiragem-impressa-e-venda-digital-ainda-e-modesta/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

²⁰ Disponível em: <https://www.coletiva.net/pelo-rs/diario-do-interior-gaucha-foi-o-quarto-em-crescimento-no-pais-em-2018,292309.jhtml>. Acesso em: 22 jun. 2020.



Tabela 6

Tiragem dos principais diários publicados no Rio Grande do Sul — dez./2017 e dez./2018

JORNAL	DEZEMBRO/2017	DEZEMBRO/2018
Diário Gaúcho	121.527	105.870
Zero Hora	100.979	87.994
Correio do Povo	74.482	68.910
ABC Domingo	41.609	37.328
NH	27.269	24.734
Pioneiro	15.238	14.098
VS	8.776	7.720
Jornal do Povo	4.891	4.939
Diário de Canoas	4.440	3.990

Fonte: Coletiva.net (DIÁRIO..., 2019).

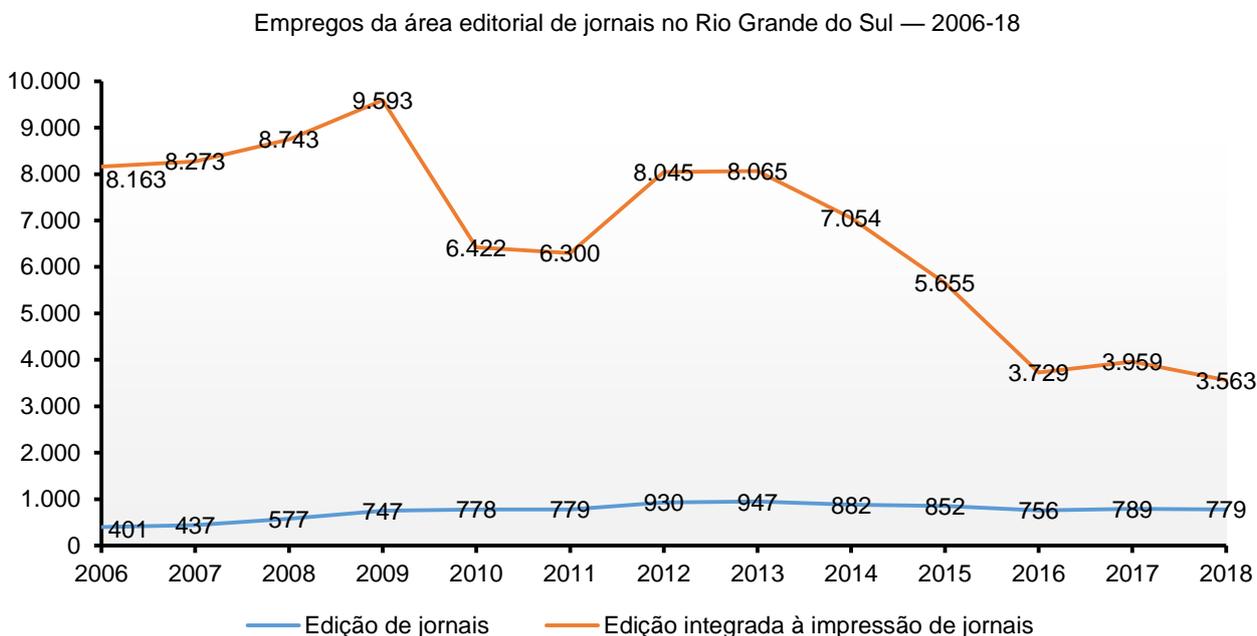
A queda da circulação resulta em redução de receitas, tanto do ponto de vista das vendas como das verbas publicitárias. Além disso, os custos crescentes de produção estabelecem uma pressão adicional sobre o resultado das empresas. Quando um dos cinco jornais diários de Porto Alegre com circulação estadual eliminou sua versão impressa em 2014, tornando-se apenas digital, a justificativa do diretor da rede que o publicava era relacionada com “[...] os custos industriais do jornal (papel, tinta e demais insumos), que sofreram um aumento vertiginoso”²¹. O resultado desse processo foram demissões de funcionários, integração das redações de veículos impressos e *on-line*, redução do número de páginas e, finalmente, a migração digital. Isso explica a diferença de intensidade entre a queda de 11% do número de empresas e a queda muito maior que houve no emprego.

Em 2006, havia 8.564 pessoas trabalhando nas empresas jornalísticas, o que equivalia a 31,5% dos trabalhadores de todo o setor de publicação, editoração e mídia no RS. Esse número reduziu-se para 4.342 em 2018, quando o setor passou a representar 19,3% dos postos de trabalho. Esse recuo, de 49,3%, foi ainda mais intenso do que a queda no número de empresas e deu-se, fundamentalmente, em função da redução de empregados nos jornais impressos. Esses apresentaram uma queda de 56,3% dos empregos no período. Enquanto isso, a atividade relacionada com a edição de jornais não associada à impressão, embora com um contingente muito menos expressivo, teve um crescimento de 94,2%. Portanto, a transição para os meios digitais vem sendo significativa no setor jornalístico, ainda que a grande maioria dos postos de trabalho siga sendo nos jornais impressos. O Gráfico 4 apresenta a evolução dessa área no período analisado.

²¹ Disponível em: <https://jornalggn.com.br/midia/mais-um-jornal-que-migra-para-edicao-digital/>. Acesso em: 15 maio 2020.



Gráfico 4



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

A queda nas atividades jornalísticas ocorrida em nível nacional foi levemente menor do que a ocorreu no Rio Grande do Sul. Enquanto o recuo do número de empresas foi de 11% no RS, no Brasil a diminuição foi de 9,8%. Assim também, da mesma forma que no RS, em nível nacional o recuo foi mais intenso nos números de emprego do que no número de empresas. A retração do número de postos de trabalho no RS foi de 49,3%, ao passo que, no País, foi de 45,5%.

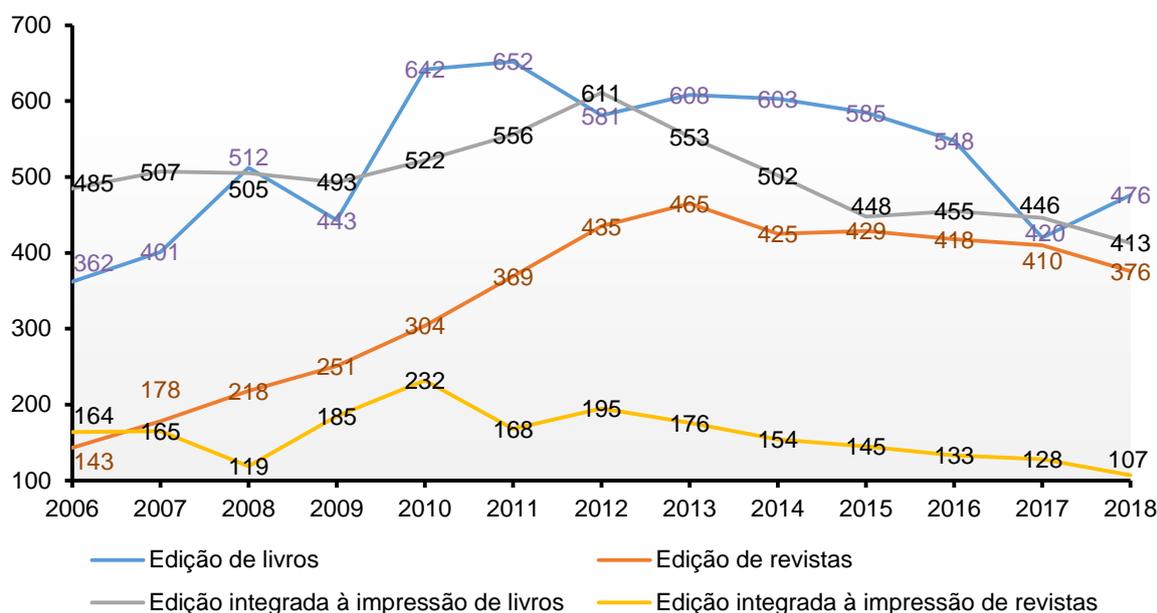
Já as áreas de edição de livros e revistas tiveram uma evolução distinta. Do ponto de vista do número de empresas, havia 300 nessas atividades, em 2006, no RS. O setor cresceu de forma constante até 2013, quando chegou a 441 empresas, e depois caiu para 371. Ainda assim, registra-se um crescimento de 23,6% em relação ao início da série. Houve também uma distinção da evolução por atividade, relacionada também com a transição para o digital. As empresas de edição de livros e revistas associadas à impressão caíram de 133 em 2006 para 105 em 2018, uma diminuição de 21%. Ao mesmo tempo, as empresas de edição de livros e revistas não associadas à impressão eram 167 em 2006 e chegaram a 293 em 2017, um crescimento de 64%.

Do ponto de vista da geração de empregos, essa parcela do setor de publicação, editoração e mídia é relativamente pequena em termos quantitativos. Os empregos nessa parte da área editorial representaram apenas 6% do total dos empregos do setor em 2018. No entanto, essa é uma área em crescimento, uma vez que, em 2006, representava apenas 3,2%. Eram apenas 1.154 empregos em 2006, que cresceram para 1.372 em 2018, um aumento de 18,9%. O Gráfico 5 apresenta a dinâmica do setor. Da mesma forma que os demais, essa dinâmica apresentou um crescimento constante entre 2006 e 2012, quando chegou a registrar 1.822 postos de trabalho, passando a cair desde então.



Gráfico 5

Empregos da área editorial de livros e revistas no Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

Esse crescimento no número de empregos e empresas contrasta, em alguma medida, com os dados da queda das vendas registradas pelas pesquisas do SNEL. Quando analisada à luz dos dados do Cempre, verifica-se uma discrepância entre a intensidade da queda do faturamento, que, de acordo com o SNEL, foi de 25% entre 2006 e 2018, e o crescimento do número de empresas, que foi de 21,7% em nível nacional e de 23,6% no RS. Os empregos também aumentaram 16,5% no País e 23,6% no RS. Isso indica, de um lado, que houve uma redução maior do faturamento, pressionando o lucro das empresas, que ainda assim resistem no mercado. Por outro lado, é importante considerar o fato de que os dados do levantamento do SNEL se referem apenas a um grupo das maiores editoras do País, o que pode levar a algum nível de distorção dos números.

Isso fica ainda mais nítido quando se analisa a trajetória do mercado local. No Rio Grande do Sul, o número de empresas editoras de livros passou de 226 em 2006 para 249 em 2018, um crescimento de 10,2%, enquanto o número de postos de trabalho nessas empresas passou de 847 para 889 no mesmo período, um crescimento de 4,9%. O mercado editorial local, portanto, vem demonstrando uma certa resiliência neste período de crise. As empresas do RS representavam, em 2006, 5,6% do total de empresas dessa área no Brasil, passando a 6,1% em 2017. Da mesma forma, o número de empregos gerados representava, em 2006, 2,9% do total de empregos na área, passando a representar 3,3% no final do período.



4.2 A área das atividades gráficas

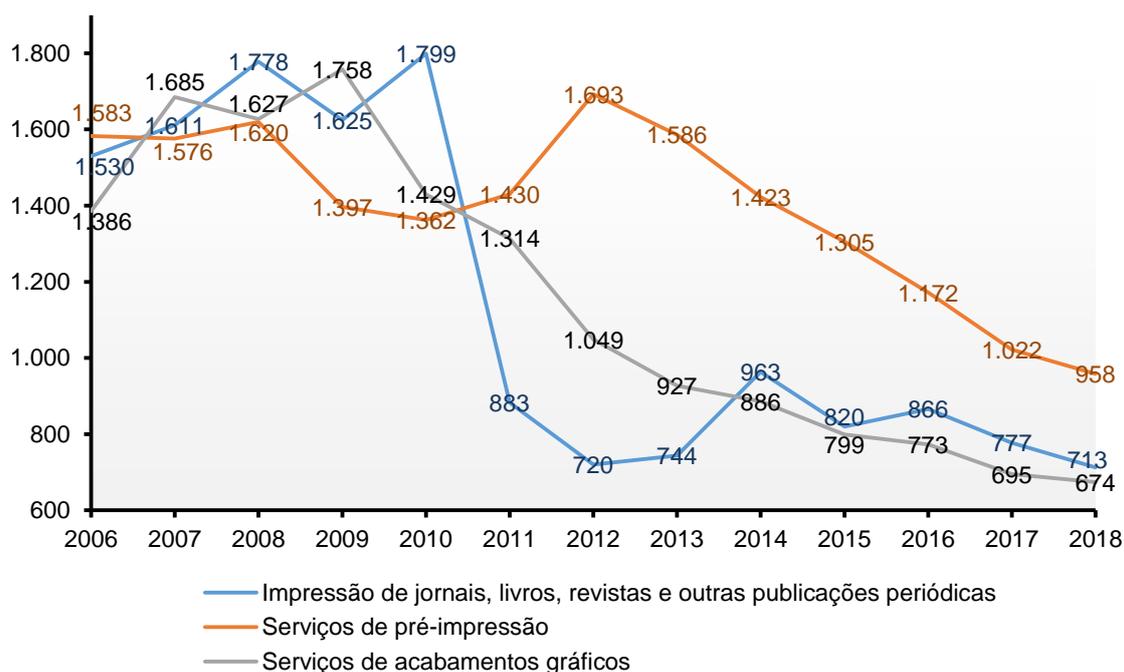
O segundo grupo de atividades que compõe o setor editorial é o relacionado com as atividades de impressão. Desse grupo, fazem parte as atividades de impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas (CNAE 18.11-3), os serviços de pré-impressão (CNAE 18.21-1) e os serviços de acabamentos gráficos (CNAE 18.22-9). Essas atividades constituem-se na base industrial do setor, momento-chave da materialização do produto editorial, seja ele um livro, uma revista ou um jornal. Até o final do século XX, esse setor era fundamental, na medida em que se constituía em atividade essencial para a existência do produto editorial no mercado. A análise da série histórica de evolução tanto de empresas como de postos de trabalho mostra que esse setor vem vivendo uma queda acentuada.

O setor tinha 857 empresas no Rio Grande do Sul em 2006, número que caiu para 519 em 2018, uma retração de 39,4%. Essa queda foi significativamente maior do que a do número de empresas do setor em nível nacional no mesmo período, que foi de 32,5%. As empresas relacionadas com a impressão representavam 14,3% do conjunto do setor de publicação, editoração e mídia do RS em 2006, caindo para 10,4% em 2018. Portanto, as atividades relacionadas com impressão perderam espaço relativo tanto no conjunto do setor no RS quanto em termos nacionais.

Essa trajetória é repetida quando se analisam os postos de trabalho. Em 2006, as atividades de impressão geravam 4.499 empregos, cifra que se reduziu para 2.345 em 2018, uma queda de 47,8%. O Gráfico 6 ilustra essa evolução. A perda de empregos, portanto, foi ainda mais intensa do que a perda no número de empresas. Os empregos na área da impressão representavam 16,4% do total de empregos do setor de publicação, editoração e mídia no início do período, passando a representar 10,3% em 2018. A queda do número de empregos da área gráfica no RS foi também mais intensa do que em nível nacional, que foi de 29,7%.

Gráfico 6

Empregos da área gráfica no Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).



Essa queda está associada, de um lado, à crise econômica que atinge o País, que resulta na diminuição das vendas de jornais, livros e revistas. O recuo no número de publicações impressas reduz a demanda no setor gráfico. O fechamento de livrarias afeta toda a cadeia do setor. O diretor do segmento editorial da Abigraf Nacional, João Scortecchi, visualiza um efeito dominó, “[...] com as gráficas sofrendo com as editoras que pediram renegociação de suas dívidas porque não conseguem pagar, por não receberem das livrarias”²². Quando chega às empresas do setor, segundo ele, tudo para, porque não tem matéria-prima para trabalhar. Mas essa retração está associada também a um processo de transição tecnológica, relacionado com o crescimento das atividades editoriais via *internet*, que progressivamente vai ocupando o espaço dos meios de comunicação impressos, sejam eles livros, revistas ou jornais.

Por outro lado, paralelamente à crise e a essa tendência estrutural de natureza tecnológica, a queda mais intensa das áreas relacionadas à impressão no Rio Grande do Sul em relação à retração da mesma área em nível nacional pode indicar também uma alteração na configuração desse mercado. Paralelamente a uma diminuição em termos absolutos do número de empresas e de empregos, também se pode estar assistindo a um processo de concentração do mercado do setor gráfico no centro do País.

4.3 Área da comercialização

O terceiro bloco de atividades corresponde à área da comercialização dos produtos de publicação, editoração e mídia. Nela estão incluídas as atividades do comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações (CNAE 46.47-8), assim como a do comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (CNAE 47.61-0). Essas duas atividades correspondem às empresas distribuidoras de livros, que fazem a conexão entre as editoras e o mercado consumidor, assim como às livrarias, que fazem a relação direta com os leitores.

Ao analisar o número de empresas existentes nessa área, é importante destacar que as CNAEs analisadas incorporam não apenas as livrarias, mas também os estabelecimentos voltados à comercialização de jornais, revistas e papelaria, atividades que compõem seguramente um contingente significativo das empresas que são contabilizadas nesses agrupamentos. De acordo com a ANL, existem 3.481 livrarias no Brasil. O número efetivo deve ser seguramente maior, uma vez que, no Cadastro de Empresas do IBGE, são mais de 50.000 empresas registradas nessa atividade. Portanto, como, nesta análise, considera-se mais a evolução do setor, focando, portanto, na dinâmica de crescimento e queda, a opção foi por utilizar as estatísticas mais confiáveis, que são as do IBGE.

Esta área é a mais significativa em termos do número de empresas no setor de publicação, editoração e mídia do Rio Grande do Sul. Em 2006, 73,2% das empresas do setor eram distribuidoras e livrarias. Nesse ano, o comércio atacadista e varejista de livros, jornais, revistas e papelaria era composto por 4.398 empresas. Desde então, o setor retraiu-se, perdendo 34,3%, chegando a 2018 com 2.887 empresas. No final do período, o setor de comercialização representa apenas 57,7% do total de empresas do setor de publicação, editoração e mídia no Rio Grande do Sul. Essa queda do número de distribuidoras e livrarias corresponde a uma dinâmica nacional de queda. No entanto, o recuo da área de comercialização foi de 29,1% no Brasil, cinco pontos percentuais a menos do que a queda no RS.

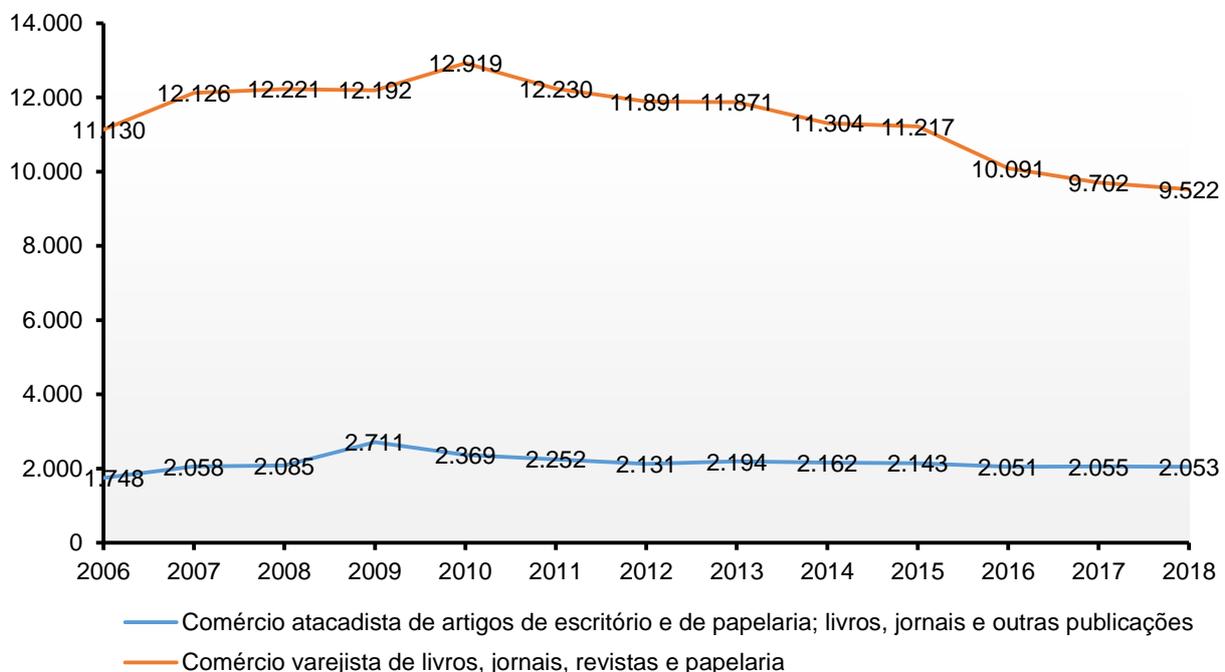
²² Abigraf Nacional busca soluções para crise da cadeia produtiva do livro, entrevista com João Scortecchi. Em SINDIGRAF RS. REVISTA INFORMAÇÃO E NEGÓCIOS. Porto Alegre, n. 272, fev. 2019. Disponível em: <https://sindicgraf-rs.com.br/informativo/>. Acesso em: 2 jun. 2019.



Essa trajetória é repetida quando se analisam os empregos formais na área de comercialização. Em 2006, eram 12.878 empregos, que caíram para 11.575 em 2018. O Gráfico 7 sintetiza a evolução do setor. A queda do número de empregos, no entanto, foi significativamente menor do que a queda no número de empresas. Em termos de emprego, houve um recuo de 10,1%. Essa dinâmica reproduz a tendência nacional, onde ocorreu também uma diminuição menor em termos de emprego do que em termos do número de empresas. Isso indica uma tendência à concentração do mercado, com menos empresas, porém cada uma com mais empregados. Ainda que, de modo geral, o número de empregados por empresa seja pequeno, a comercialização passou de uma média de 2,9 empregados por empresa em 2006 para quatro empregados por empresa em 2017.

Gráfico 7

Empregos da área de comercialização, distribuidoras e livrarias, no Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

Entre as livrarias, a queda foi maior, ao passo que, no setor do atacado, houve mesmo um crescimento líquido do número de empregos. Nas empresas de atacado, as distribuidoras, havia 1.748 empregos em 2006, que chegaram a 2.053 em 2018. E a trajetória nessa atividade foi semelhante à do resto do setor, com um crescimento constante entre 2006 e 2009 (quando os empregos chegaram a mais de 2.700) e uma queda constante desde então. Já no caso das livrarias, o crescimento do número de empregos estendeu-se até 2010, mas a queda desde então foi constante e mais intensa. No final do período, o número de empregos nas livrarias já era 14,4% menor do que em 2006. E se se considera o momento de maior emprego (2010), a queda até 2018 foi de 26,2%.

Mesmo assim, a área da comercialização segue sendo a que mais emprega no setor. E ainda que se tenha caracterizado por uma queda de empregos no período, aumentou sua participação relativa no total dos empregos do setor de publicação editoração e mídia. A queda de empregos nas demais áreas do setor foi mais intensa do que nas livrarias e nos atacadistas. Em 2006, os empregos na área



da comercialização representavam 47,3% do total dos postos de trabalho no setor, e, em 2018, sua participação já representava mais da metade, 50,8% dos empregos.

No entanto, a crise no mercado editorial é profunda e materializa-se no fechamento de livrarias, que atinge inclusive as grandes redes que dominavam o mercado. Em outubro de 2018, o Grupo Sarai-va anunciou o fechamento de 20 lojas em todo o País como parte de um “[...] esforço da companhia em obter rentabilidade e ganho de eficiência operacional, dentro de uma estrutura mais enxuta e dinâmica”²³, como relatou a empresa, via comunicado. No ano passado, a Livraria Cultura também anunciou plano de recuperação judicial, com o intuito de renegociar uma dívida de R\$ 285,4 milhões com bancos e fornecedores, e encerrou as lojas da FNAC, marca adquirida em 2017.

Essa queda no número de livrarias não se resume a uma redução no número de empresas. Há também uma queda intensa em termos da cobertura territorial da presença de livrarias nos municípios brasileiros. Segundo o Sistema de Informações e Indicadores da Cultura do IBGE, em 2001 havia livrarias em 42,7% dos municípios brasileiros. Esse número caiu para 30% em 2006, 27,4% em 2014, chegando a seu nível mais baixo, 17,7%, em 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019a). A essa redução do número e da abrangência geográfica das livrarias soma-se sua perda crescente de participação no total das vendas, que, como já visto anteriormente, caiu para o menor patamar na proporção das vendas desde o início do período. As vendas de livrarias, que correspondiam mais ou menos à metade do total de exemplares vendidos, caíram para pouco mais de 40% nos últimos anos.

4.4 Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet

A quarta área analisada não se relaciona de forma direta com as atividades clássicas do setor editorial. No entanto, deve ser considerada, uma vez que representa a materialização do processo de transição tecnológica em curso. Tanto quando se consideram as atividades especificamente jornalísticas, como no setor editorial mais diretamente relacionado com a literatura, pode-se perceber muito claramente a tendência de uma migração do formato impresso para o formato digital. Por isso, as atividades de portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na *internet* (CNAE 63.19-4), como as de agências de notícias (CNAE 63.91-7), precisam ser consideradas como parte da cadeia produtiva editorial.

Essas duas atividades foram as que apresentaram o crescimento mais intenso no período analisado. Em 2006, essa área era composta de apenas 58 empresas, número que evoluiu para 847 em 2018, um crescimento de 1.360%. Entre todas as analisadas neste estudo, essa área foi a única que teve um crescimento constante durante o período analisado. Em 2006, representava somente 0,9% das empresas, participação que evoluiu para 16,9% em 2018. Também é a única em que o desempenho do RS foi superior à dinâmica nacional. Enquanto, no RS, o crescimento foi de 939,3%, em nível nacional as empresas da área editorial na *internet* cresceram 906,2%. A participação das empresas do RS no total da área no Brasil passou de 5,4% para 7,9% no período.

E esta área cresceu em participação no total do setor de publicação, editoração e mídia, tanto no Brasil como no Rio Grande do Sul. Em nível nacional, representava 1,6% das empresas do setor de em 2006, participação que evoluiu para 16,4% em 2018.

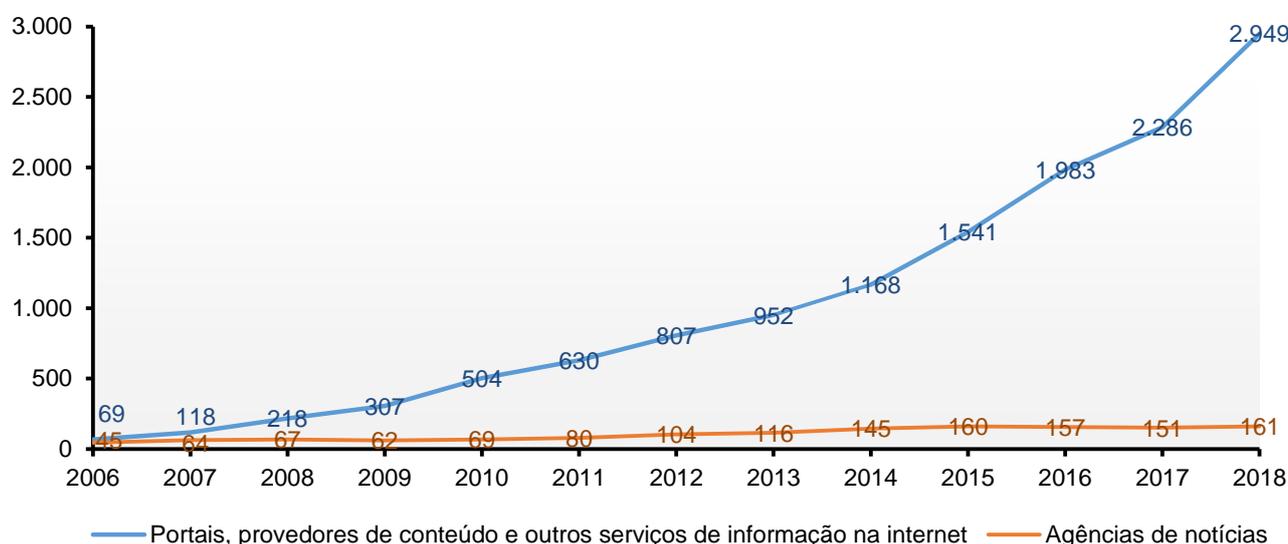
²³ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/05/31/em-queda-mercado-editorial-brasileiro-tentavirar-a-pagina.html>. Acesso em: 25 maio 2020.



Do ponto de vista dos empregos gerados, o crescimento também foi intenso. Em 2006, havia apenas 114 postos de trabalho nesta área no RS, número que evoluiu para 3.110 em 2018, um aumento de 2.628% nos 13 anos que compõem o período estudado. O Gráfico 8 apresenta a evolução da área no período. Os meios virtuais respondiam por 0,4% dos empregos do setor de publicação, editoração e mídia do Estado em 2006, participação que atingiu 13,7% em 2018. Esse crescimento corresponde à dinâmica nacional do setor, mas com uma intensidade maior. Em nível nacional, o emprego nas atividades relacionadas à *internet* teve um crescimento de 853,2%. Essa área tinha uma participação de 1,5% do total de empregos no setor em 2006, passando a 12,5% em 2018.

Gráfico 8

Empregos da área editorial *on-line* no Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

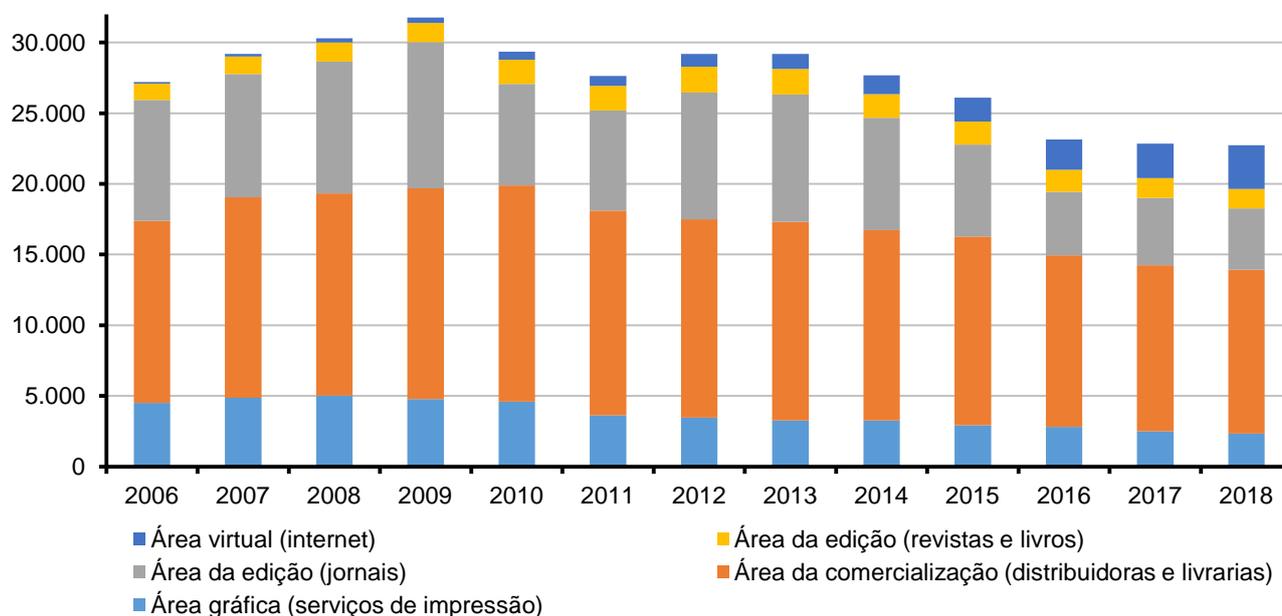
Essa dinâmica de crescimento sustentado e intenso sinaliza que a transição no setor editorial dos meios impressos para os meios digitais é uma tendência confirmada pelos dados empíricos. Isso não significa, porém, que os livros, as revistas e os jornais vão desaparecer nem no curto nem no médio prazo. Mesmo considerando que, além das atividades dessa área, seja possível que uma parte das publicações das atividades de edição de livros, edição de jornais e edição de revistas também possa operar em meios digitais, todos eles juntos representam menos de 20% das empresas e dos empregos do setor de publicação, editoração e mídia no RS e no Brasil como um todo. No entanto, o seu crescimento contínuo, mesmo em um contexto de crise econômica, aponta para uma participação crescente no conjunto do setor.

O Gráfico 9 sintetiza uma visão de conjunto da evolução do setor. Ele mostra que, ainda que os setores mais tradicionais, relacionados com os processos industriais de impressão e os processos convencionais de comercialização sigam sendo majoritários, tanto em número de empresas como em postos de trabalho, sua participação vem caindo de forma constante. Já os setores vinculados com as novas tecnologias vêm exibindo um crescimento exponencial, mas que parte de uma base ainda muito limitada. O crescimento das atividades *on-line* do setor editorial é efetivo, mas encontra-se ainda muito distante de alterar de forma substantiva a dinâmica do setor de publicação, editoração e mídia.



Gráfico 9

Evolução do emprego do setor de publicação, editoração e mídia no Rio Grande do Sul — 2006-18



Fonte: Cadastro de Empresas 2018 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019).

Por outro lado, as atividades editoriais do setor jornalístico apresentam também uma tendência de queda constante. No entanto, assim como os setores gráficos e comerciais, esse recuo parte de uma base muito grande, o que faz com que sua participação ainda seja significativa. No setor como um todo, pode-se identificar retração, na medida em que o crescimento dos novos setores tecnológicos não é intenso o suficiente para compensar a queda dos setores tradicionais.

Por fim, o setor editorial de livros e revistas apresenta uma resiliência significativa, mantendo um relativo crescimento. No entanto, esse setor é muito pequeno em termos quantitativos, tanto em termos do número de empresas como dos empregos gerados. Seu crescimento, que contrasta com a queda de todos os demais, com exceção das atividades *on-line*, não é intenso o suficiente para alterar o cenário geral de queda do setor de publicação, editoração e mídia.

5 Uma breve síntese das tendências do setor

Sintetizando as análises realizadas até agora, é possível apresentar alguns elementos que apontam as tendências para o setor de publicação, editoração e mídia. Uma primeira constatação é que o recuo do setor, na maioria de suas áreas, foi maior no Rio Grande do Sul do que a média do País. Os processos que afetam o setor em nível nacional e determinaram seu recuo, aparentemente, operaram com maior intensidade no RS. É possível que a condição periférica do Estado em relação tanto aos centros de produção como de consumo do País determine que as tendências de queda em nível nacional tenham um impacto mais intenso para o RS.

Do ponto de vista das áreas que compõem o setor, fica evidenciado que a queda foi mais intensa em todas aquelas áreas relacionadas com os produtos impressos, ao passo que aquelas relaciona-



das com a *internet* (portais e provedores de conteúdo e agências de notícias) foram as que apresentaram um crescimento significativo. Além dessas, apresentaram crescimento as atividades editoriais de livros, jornais e revistas não associadas à impressão. Esses dados indicam que o processo de transição para o digital seja, de fato, uma tendência consolidada.

Esse recuo do setor de publicação, editoração e mídia, portanto, responde a tendências gerais do País, que podem ser articuladas em duas dimensões. A primeira está relacionada com variáveis de natureza socioeconômica, de âmbito geral; e a segunda, com processos que ocorrem no campo das atividades relacionadas com as especificidades do mercado editorial. Na primeira dimensão, socioeconômica, podem-se distinguir os processos de natureza estrutural daqueles de natureza conjuntural.

Desde um ponto de vista estrutural, é importante considerar que o setor de publicação, editoração e mídia está relacionado com a produção de bens de consumo que não são essenciais para a sobrevivência. Bens culturais, ainda que sejam fundamentais para a vida em sociedade, podem ser considerados, em alguma medida, bens supérfluos, que dependem da existência de um patamar de rendimentos que permita às famílias atender a todas as suas demandas vitais (alimentação, vestimenta, moradia, transporte) e ainda ter renda para adquirir outros bens mais relacionados com as dimensões simbólicas da existência.

A sociedade brasileira caracteriza-se por extrema desigualdade e concentração de renda. Isso determina uma severa limitação ao mercado de produtos culturais, entre eles os livros, jornais e revistas. A grande maioria da população brasileira vive em condições nas quais sua renda garante apenas o mínimo para a subsistência. Essa característica de natureza estrutural é um limitador para o potencial de crescimento do setor editorial. Sem que esse tema seja enfrentado, as perspectivas de crescimento do setor são incertas. Um país com mais de 220 milhões de habitantes poderia ser um mercado altamente promissor para o setor editorial, mas, dada a condição estrutural de desigualdade, a possibilidade de que isso se torne realidade é limitada.

Para além disso, a dimensão socioeconômica tem desdobramentos também de natureza conjuntural. A crise econômica vivida pelo País na segunda década do milênio acentuou em muito os problemas do mercado editorial. A perda de renda da população atinge muito profundamente o mercado do setor de publicação, editoração e mídia. Esse setor, que já enfrentava limites de natureza estrutural, passa a sofrer, com maior intensidade, com a restrição dos orçamentos familiares em função do desemprego e da perda de renda das famílias. De acordo com a Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE, 7% dos gastos familiares são gastos com cultura. Esses gastos, porém, tendem a ser os primeiros a serem cortados com a crise.

O setor viveu um processo de crescimento significativo no início do período analisado. O conjunto do setor beneficiou-se da conjuntura favorável da economia brasileira na primeira década do século XXI. A maioria das atividades econômicas analisadas neste estudo viveu um crescimento significativo de empresas e empregos, particularmente entre os anos de 2006 e 2010, experimentou uma relativa estabilidade entre 2010 e 2014 e passou a cair de forma significativa desde então, terminando o período em uma situação pior do que estava em 2016.

Os impactos da pandemia da Covid-19 apenas acentuam um processo que já vinha em andamento. Conforme os dados apresentados, é possível constatar que a queda em termos de faturamento, de número de empresas e de empregos no setor de publicação, editoração e mídia já vinha ocorrendo de forma intensa desde meados da década passada. Os limites adicionais impostos pela situação sanitária vieram apenas aprofundar e tornar mais crítica uma tendência conjuntural que já vinha impactando



o mercado editorial. Os efeitos na cadeia são evidentes: redução no consumo, quebra das livrarias e impactos sobre editoras, gráficas e autores.

Outras tendências identificadas são relacionadas com dimensões específicas do setor de publicação, editoração e mídia. Para além dos limites ao consumo de bens culturais decorrentes das características socioeconômicas da sociedade brasileira, mudanças tecnológicas e de mercado também se fazem sentir, transformando profundamente o mercado editorial. Essas mudanças tecnológicas e de mercado são processadas em torno de três eixos, segundo formulação do professor Carlo Carrenho em recente evento promovido pela Editora da UFSM²⁴.

O primeiro eixo, ainda embrionário no mercado do livro, mas já em aceleração na área de revistas e jornais, é a digitalização do setor. A passagem do suporte físico para o suporte digital tem impactos na cadeia, que foram claramente demonstrados pelos dados desta pesquisa. Esses impactos expressam-se através de uma tendência à redução do peso do setor gráfico, de impressão e suas atividades conexas. Como se viu, é um setor que, mesmo nos anos de crescimento econômico e de ampliação do consumo, vinha estável e passou a cair de maneira sistemática a partir do início da segunda década do século. A digitalização, a transição do suporte gráfico para a *internet*, portanto, é a primeira tendência. Ainda assim, é um processo cujo impacto é limitado no setor do livro, onde o suporte em papel continua majoritário.

A segunda tendência relacionada com as mudanças tecnológicas é a da digitalização do varejo. Essa mudança no âmbito da comercialização tende a ser mais intensa na medida em que essa forma de venda de livros apresenta grandes vantagens, relacionadas, de um lado, com a escala e a diversidade dos acervos das livrarias *on-line*, com as quais, dificilmente, as livrarias menores podem concorrer. De outro lado, as facilidades no processo de venda também influem, na medida em que a compra pode ser feita 24 horas por dia e os produtos são entregues diretamente na casa do consumidor. A digitalização do varejo parece ser, portanto, uma segunda tendência estrutural.

A terceira tendência é a do desaparecimento das livrarias. Os altos custos de manutenção de acervos e estoques, do aluguel dos espaços, assim como da mão de obra especializada pesam de maneira mais acentuada, especialmente para os pequenos livreiros. A crise, que vem atingindo tanto as pequenas como as grandes livrarias, além da concorrência de novos modelos de negócio como o varejo digital, são ameaças reais sobre essa área de comercialização do setor de publicação, editoração e mídia.

Esses desenvolvimentos recentes, marcados pelo recuo do setor, não significam necessariamente que não haja possibilidade de retomada. Os dados mostram que o RS ocupa um espaço importante no cenário brasileiro de publicação, editoração e mídia, e os exemplos históricos de iniciativas de sucesso apontam caminhos importantes que podem ser trilhados no sentido de uma retomada sustentável. Os exemplos de editoras gaúchas bem-sucedidas mostram que o investimento em qualidade e a construção de estratégias consistentes podem gerar empreendimentos viáveis e exitosos. Uma correta identificação das tendências da sociedade em sua época, o aprofundamento dos laços com a intelectualidade local e um olhar cosmopolita e universalista voltado para a conquista de espaços no mercado nacional já se comprovaram como caminhos viáveis. Qualidade, proximidade e inovação foram elementos decisivos no passado e seguem sendo hoje.

²⁴ Seminário realizado no dia 25 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/editoraufsm/>. Acesso em: 12 jul. 2020.



Já o exemplo da Feira do Livro aponta caminhos para o conjunto da cadeia editorial através do fortalecimento do capital social representado pelas instituições representativas do setor. Uma ação conjunta dos distintos elos da cadeia, desde o escritor, passando pelos editores, indústrias gráficas, distribuidoras e livrarias, assim como as universidades e o setor público, foi decisiva na consolidação de um evento que já alcançou mais de 60 anos e segue tendo um impacto relevante para o setor. Esse exemplo demonstra que o desenvolvimento de estratégias coletivas impacta positivamente o mercado. As feiras do livro, que ocorrem em muitas outras cidades do Estado, são um momento importante de contato com os leitores, fomentando e fortalecendo o mercado editorial.

Já para as livrarias, fica evidente a necessidade da construção de estratégias que garantam mais resiliência para o setor. Esse movimento é fundamental no sentido de dar sustentação a um setor que é responsável por um grande número de empregos e de empreendimentos de base local, que precisam ser preservados. Especialização, curadoria, promoção de debates, exploração dos diferenciais da livraria (experiência física, contato pessoal e relação humana) são estratégias importantes, que podem contribuir para a sobrevivência desse importante elo da cadeia. A livraria pode sobreviver na medida em que se consolidar como um espaço de convívio e de intercâmbio de ideias, como um espaço cultural capaz de atrair e congregar leitores. E essa dimensão de empreendimentos que cumprem um importante papel no fortalecimento da cultura local precisa ser valorizada e fortalecida.

Já em relação ao setor público, em particular os gestores culturais, cabe trabalhar no fortalecimento da cena local, apoiando e fomentando as iniciativas dos empreendedores. Da mesma forma, a construção de políticas de estímulo à leitura, de qualificação das bibliotecas, de apoio a feiras do livro, de fomento a todos os setores da cadeia, tanto os tradicionais como os novos modelos de negócio, é um desafio importante que o setor público deve enfrentar no sentido de fortalecer o setor de publicação, editoração e mídia.

Por fim, é importante também identificar os novos modelos de negócio que emergem das novas tendências tecnológicas. No RS, há empreendimentos *on-line* que trabalham com curadoria associada à venda de livros, desenvolvendo uma relação mais próxima com os leitores. Há novos portais e espaços de promoção e divulgação do cenário literário local que cumprem um importante papel na formação e qualificação do público leitor. Há também um grupo de novos e antigos empreendedores, livreiros, editores e escritores que precisa fortalecer suas entidades associativas e desenvolver um trabalho coletivo e cooperativo que pode ser decisivo no sentido de fortalecer a cadeia produtiva editorial.

Referências

CHARÃO, Cristina; COSTA, Henrique. A Economia do Livro: tiragens aumentam mas ainda há gargalos importantes. **Desafios do Desenvolvimento**, Brasília, v.10, n. 76, 2013. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2912:catid=28&Itemid=23. Acesso em: 6 abr. 2020.

COUTO, Marina Vargas. **A indústria editorial brasileira — Trajetória, problemas e situação atual**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/450/1/Marina%20Vargas%20A%20ind%C3%BAstria%20editoria%20brasileira.pdf>. Acesso em: 18 maio 2020.



DIÁRIO do interior gaúcho foi o quarto em crescimento no país em 2018. **Coletiva.net**, 1 fev. 2019. Disponível em: <https://www.coletiva.net/pelo-rs/diario-do-interior-gaucha-foi-o-quarto-em-crescimento-no-pais-em-2018,292309.jhtml>. Acesso em: 22 jun. 2020.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/2041>. Acesso em: 6 abr. 2020.

FERRAZ, Deise Luiza da Silva; CAVEDON, Neusa Rolita. A Feira do Livro da gente; da chuva, do cheiro de pipoca doce, do xerife: a cultura organizacional da Feira do Livro de Porto Alegre. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. p. 1-16. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/33/EOR-A680.pdf. Acesso em: 20 jun. 2020.

FERREIRA, Fernando C. M.; MIRANDA, Luiz Fernando M.; MORAS, Monique. Impacto dos *e-books* na cadeia editorial brasileira: uma análise exploratória. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 58, n. 30, set./out. 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902018000500494. Acesso em: 31 mar. 2020.

GUIMARÃES, Fernando Carlini. **Mapeamento de tendências em Economia Criativa**. Porto Alegre: Tecna/Raiar/PUC, 2015.

INFORMATIVO Sindigraf notícias. **Revista Informação e Negócios**, Porto Alegre, n.272, fev. 2019. Disponível em: <https://sindigraf-rs.com.br/informativo/>. Acesso em: 2 jun. 2019

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cadastro de Empresas 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019a.

IORIS, Fabiana. **Com os olhos no futuro: urbanização e modernidade no projeto editorial da Revista do Globo (1929-1935)**. 2003. Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de Filosofia e Ciência Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10423>. Acesso em: 2 jun. 2020.

MELLO, Gustavo de; NYKO, Diego; GARAVINI, Fernanda; ZENDRON, Patrícia. Tendências da era digital na cadeia produtiva do livro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 43, p. 41-79, mar. 2016. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9583/2/BS%2043%20Ten%C3%A2ncias%20da%20era%20digital%20na%20cadeia%20produtiva%20do%20livro_P_BD.pdf. Acesso em: 5 jun. 2020.

OLIVEIRA, Danusa Almeida de. **Os editores gaúchos e o mercado do livro: mapeando impressões e ações acerca de um campo em transformação**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/76087>. Acesso em: 24 fev.2020.



PESQUISA informal mostra que poucos escritores se sustentam pela venda de livros no Brasil. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 27 dez. 2014. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/12/1567614-pesquisa-informal-mostra-que-poucos-escritores-se-sustentam-pela-venda-de-livros-no-brasil.shtml?cmpid=menupe>. Acesso em: 2 abr. 2020.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Censo do Livro Digital**. Rio de Janeiro: SNEL/CBL/Fipe, 2016. Disponível em:

<https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/Apresentacao-Censo-do-Livro-Digital.pdf>. Acesso em: 16 maio 2020.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro 2019**. Rio de Janeiro: SNEL/CBL/Nielsen, 2020. Disponível em:

https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/Produ%C3%A7%C3%A3o_e_Vendas_2019_imprensa_.pdf. Acesso em: 10 maio 2020.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Série Histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro**. Rio de Janeiro: SNEL/CBL/Nielsen, 2020a. Disponível em:

https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2019/05/S%C3%A9rie_hist%C3%B3rica_2006_-2018_final.pdf. Acesso em: 15 maio 2020.

TARGA, Luiz Roberto Pecoits. A formação social e territorial sul-rio-grandense na longa duração e a identidade regional. *In*: CONCEIÇÃO, Otávio A. C. *et al.* **Três décadas de economia gaúcha — O ambiente regional**. Porto Alegre: FEE, 2010. p. 53-96.

