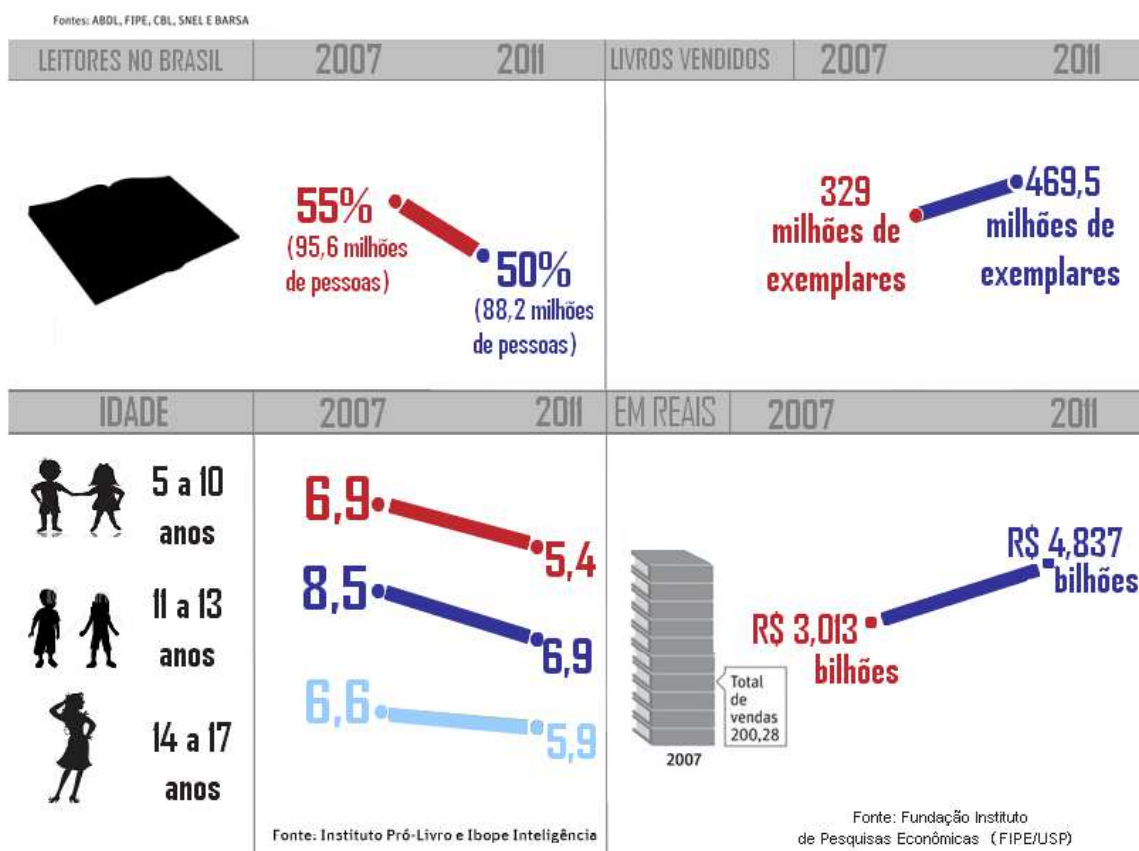


A “Bíblia Sagrada” já vendeu, aproximadamente, 3,9 bilhões de cópias. O livro “Ágape”, do Padre Marcelo Rossi, já vendeu 8 milhões de exemplares. O livro erótico, “Cinquenta Tons de Cinza”, chegou ao número de 100.000 obras vendidas. Com um baixo número de 88 milhões de leitores em todo o Brasil, perguntamos: Para onde vão esses livros? Quem os está lendo? Para que os estão comprando?

Há dez anos o Ibope Inteligência em conjunto com o Instituto Pró-Livro (IPL) tem elaborado a pesquisa [“Retratos da Leitura no Brasil”](#), realizada com 5.012 pessoas, de 315 municípios. Apenas na terceira edição e considerando como leitores aqueles que leram um livro nos três meses anteriores ao questionamento, a pesquisa de 2011 divulgou que, no Brasil, são leitores apenas 50% da população (88,2 milhões de pessoas). Um número já complicado que só piora ao compararmos com o triste, mas melhor, resultado de 2007 que apresentava como ávidos da leitura 55% da população, ou seja, 95,6 milhões de pessoas. Além disso, a quantidade de livros lidos por ano, por esses poucos leitores, indicava 4,7 em 2007 (considerando os livros escolares) e caiu para 4 na pesquisa do ano passado. Em relação à queda de resultados, a jornalista Raquel Cozer, que assina a coluna Painel das Letras na Folha de S.Paulo, disse em seu blog, “talvez o problema esteja na forma como a pesquisa foi feita ou lida em 2007. É provável que os números estivessem errados antes, e não que a situação tenha piorado.”, analisa.

A pesquisa quantitativa, por sua vez, é feita com a aplicação de um questionário com 60 questões estruturado por meio de entrevistas presenciais em domicílios, feitas com pessoas residentes no Brasil, há cinco anos ou mais, alfabetizadas ou não. Com o total

de 5012 entrevistas e uma margem de erro de 1,4%, 315 municípios foram visitados pela equipe do instituto que, em sua apresentação, aponta uma considerável porcentagem de 93% de amostragem na última pesquisa de 2011 (contra 92% na de 2007 e 49% na de 2000). Se os dados foram colhidos erroneamente em 2007, como alguns jornalistas, como Cozer, têm acreditado, os resultados ainda não são agradáveis, mas podem explicar parte dos números de vendas, destacando, por exemplo, a Bíblia e livros religiosos como os preferidos da população e, ainda, colocando nomes como padre Marcelo Rossi em 14º lugar na lista de preferências (nem aparecendo na de 2007 já que, na época, seu livro ainda não havia sido publicado) e pastor Silas Malafaia, em 24º, possivelmente por conta de seus onze livros que já venderam mais de 1 milhão de cópias.



Pesquisa x Pesquisa

O problema piora ao tentarmos analisar as pesquisas feitas para sentir o crescimento do mercado editorial. Encomendada anualmente pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) a pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro revelou uma venda de quatro bilhões de reais em livros, com 469 milhões de obras vendidas. Enquanto em 2007, este número estava bem abaixo com R\$ 3.013.413.692,53 milhões de reais e 329.197.305 exemplares. Por que o crescimento se deu com tal tamanho, de 2007 para 2011, apenas nas vendas e não nos números de leitores? Têm-se, segundo a pesquisa da Pró-Livro, aproximadamente e atualmente,

88,2 milhões de leitores no Brasil, então, para onde vão os outros aproximadamente 381 milhões de exemplares vendidos?

É claro que tais diferenças, por mais drásticas que pareçam, podem ser esclarecidas por conta das diferentes técnicas de abordagem da pesquisa e outras questões não mencionadas. Mas, ainda carecemos de uma pesquisa bem elaborada que possa nos dar, com precisão, as questões de leitura do Brasil, “[Nós] acreditamos que o crescimento nas vendas reflita essas duas realidades [a economia brasileira e o sucesso de políticas públicas para o livro]. Desde que o brasileiro se viu com uma margem um pouco maior para fazer investimentos em lazer, e com a crescente conscientização sobre a importância da leitura para o crescimento profissional e pessoal dos indivíduos, temos observado uma aceleração na venda de livros. Soma-se a isso a ampliação dos programas de

Karine Pansa, em entrevista à TV Senado.



compras de livros pelos diferentes níveis de governo.”, conta Karine Pansa, presidente da CBL. Ao ser perguntada, pelo [blog acesso](#) do Instituto Votorantin, sobre o disparate de informações entre as pesquisas, Karine tenta explicar, “Não há uma explicação científica para esse aparente desequilíbrio, mas a nossa interpretação é de que o público brasileiro que já era leitor está lendo em maiores quantidades, mas que, infelizmente, estamos avançando muito lentamente no sentido de ampliar o número de leitores no Brasil.”.

Enquanto isso o mercado editorial brasileiro vai crescendo consideravelmente, mas ainda tem altos e baixos. Agora nos resta apenas esperar os resultados do próximo índice de leitura e, ainda, acompanhar os números de vendas de livros no Brasil, “o Brasil está na pauta dos negócios editoriais em nível internacional, mas o desafio de formação de leitores ainda se faz muito presente. Cada época produz um tipo de literatura, de narrativa, de assunto de acordo com seu público. Em se tratando de livro, todo trabalho é coletivo.”, disse Michelle Strzoda, diretora editorial do Babilonia Cultura, que atua em gestão, coordenação e produção de conteúdo editorial, cultural e artístico no Brasil, “Há diferentes atores envolvidos no processo editorial. Hoje, um projeto editorial que congregue um bom maestro (editor), um autor que tenha claro o público com quem dialoga e tenha 'qualidade' para esse público, projeto gráfico de primeira, equipe comercial e marketing a postos e prospecção na mídia - imprensa, redes sociais, formadores de opinião - tem tudo para dar certo.”, completa.



Da esquerda para a direita: Michelle Strzoda, Rafael Nobre e Danicla Riet.

Babilonia Cultura Editorial

E, para haver essa maior gestão do mercado editorial, foi criada a Babilonia cultural. Produzindo eventos e cursos culturais e educacionais, como o Livro Passo a Passo: Do Prelo à Livraria, a produtora vai virar editora o ano que vem e promete novos talentos e boa literatura. Em entrevista exclusiva ao *Vá ler um livro*, a diretora editorial Michelle Strzoda, deu algumas dicas e deu sua opinião sobre algumas mudanças no mercado editorial:

Vá ler um livro: Quando resolveu entrar no mercado editorial?

M: Meu namoro com o texto - e com livros - é de longa data. Estudei Jornalismo na UFRJ e Letras Espanhol na UERJ, mas antes já me interessava por histórias bem contadas, bons livros (e alguns não tão bons, mas que dialogaram comigo em algum momento), desenvolvia uma certa fixação por alguns personagens da literatura, da cultura e da História. Comecei a trabalhar como revisora bem jovem, ao mesmo tempo dava aulas de português, produção de texto e espanhol. Estava no começo das universidades, era uma leitora em marcha, ainda tinha muito a descobrir - de histórias, de escritores, de livros, de mercado editorial. Mais de dez anos depois, hoje diretora editorial da Babilonia Cultura Editorial, ainda sou uma revisora obcecada e ainda nutro paixão pelo jornalismo, pelos livros, pela arte, pela criação, e as fixações que eu tinha só fizeram crescer.

Vá ler um livro: Com os novos selos de algumas editoras, voltados unicamente para novos escritores nunca antes publicados, como acha que está este processo de publicação de um livro?

M: Nunca esteve tão fácil publicar, do ponto de vista do empreendimento pessoal. Ao mesmo tempo, para o editor, o desafio de encontrar qualidade, personalidade, criatividade, potencial como produto editorial, entre outros ingredientes necessários para viabilizar um livro e um catálogo, aumentou.

Vá ler um livro: A última pesquisa de hábito de leitura do Brasil apontou, por brasileiro, a leitura de apenas um livro por ano. Com base nisso, como se explica o crescimento do mercado editorial e ainda o crescimento de editoras novas no país? Com base em sua experiência, acha que o mercado editorial está mais aberto para publicações de temas distintos ou que ainda se foca apenas em títulos comerciais?

M: O mercado de livros, como todo tipo de negócio, trabalha com nichos. Daí inclusive a criação da Babilonia Cultura Editorial, que atua em gestão, coordenação e produção de conteúdo editorial, cultural e artístico, da concepção à recepção do público-alvo. O mercado editorial brasileiro vive um momento de oxigenação, muito positivo, com mudança de atores e papéis, o Brasil está na pauta dos negócios editoriais em nível internacional, mas o desafio de formação de leitores ainda se faz muito presente.

Vá ler um livro: Estamos há semanas, na lista dos mais vendidos, com novos sucessos literários. Segmentos como Literatura Fantástica e livros eróticos têm tomado conta do hábito de leitura dos brasileiros. Como vê esse tipo de segmento? Acha que outros tipos ainda podem aparecer nos próximos tempos?

M: Os "sucessos literários" já existem no Brasil desde o século XIX. No meu livro "O Rio de Joaquim Manuel de Macedo: Jornalismo e Literatura no Século XIX" (Casa da Palavra/Biblioteca Nacional, 2010, finalista do prêmio Jabuti 2011) falo bastante desse assunto, pois o Macedo foi o primeiro best-seller brasileiro. Cada época produz um tipo de literatura, de narrativa, de assunto de acordo com seu público. Em se tratando de livro, todo trabalho é coletivo. Há diferentes atores envolvidos no processo editorial. Hoje, um projeto editorial que congregue um bom maestro (editor), um autor que tenha claro o público com quem dialoga e tenha 'qualidade' para esse público, projeto gráfico de primeira, equipe comercial e marketing a postos e prospecção na mídia - imprensa, redes sociais, formadores de opinião - tem tudo para dar certo.

Vá ler um livro: Você já escreveu, já traduziu, já editou e já publicou livros. Por conhecer o mercado de todos os lados, algo mudou em seu método de trabalho?

M: Gosto dessa possibilidade de trabalhar o livro de diferentes ângulos e em cenários múltiplos. Isso me permitiu uma certa flexibilidade de visão e dinamismo em relação aos projetos culturais e editoriais que desenvolvemos na Babilonia Cultura Editorial hoje.

Vá ler um livro: Quais são suas dicas para as editoras, com base em sua experiência?

M: Não importa o seu tamanho e o seu público-alvo como editora. O profissional do mercado editorial tem que trabalhar com qualidade, empenho e paixão em todos os projetos, a partir do momento em que assumiu aquele trabalho. Independentemente do valor e do retorno que o trabalho em questão vai lhe trazer a curto prazo, você deve se dedicar cem por cento, pois é seu nome como profissional que está em jogo. Outra questão importante são os parceiros e os colaboradores com os quais trabalhamos - é preciso que tenham qualidade, dinamismo e custo para viabilizar os projetos.