

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ECONOMIA**

ALESSANDRA CRISTINA QUIRINO

Mercado de livros no Brasil pela ótica da Organização Industrial

JUIZ DE FORA - MG
2022

ALESSANDRA CRISTINA QUIRINO

Mercado de livros no Brasil pela ótica da Organização Industrial

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas sob orientação da Professora Doutora Silvinha Pinto Vasconcelos.

JUIZ DE FORA - MG
2022

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Quirino, Alessandra Cristina.

Mercado de livros no Brasil pela ótica da Organização Industrial /
Alessandra Cristina Quirino. -- 2022.

62 f. : il.

Orientadora: Silvinha Pinto Vasconcelos

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Economia, 2022.

1. Mercado de livros. 2. Organização Industrial. 3.
Estrutura-Conduta-Performance. I. Vasconcelos, Silvinha Pinto,
orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
REITORIA - FACECON - Depto. de Economia

Juiz de Fora, 2/3/22

Ao Presidente da Comissão Coordenadora de Monografias

Na data de 26 / 02/2022, a Banca Examinadora, composta pelas professoras 1 – Silvinha Vasconcelos - orientadora; 2 – Flaviane Santiago, reuniu-se para avaliar a monografia do acadêmico Alessandra Cristina Quirino, intitulada: Mercado de livros no Brasil pela ótica da Organização Industrial.

Após a avaliação, resolveu a Banca APROVAR a referida monografia.

COLAR TEXTO



Documento assinado eletronicamente por **Silvinha Pinto Vasconcelos, Professor(a)**, em 02/03/2022, às 22:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Flaviane Souza Santiago, Professor(a)**, em 03/03/2022, às 19:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Uffj (www2.uffj.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **0696202** e o código CRC **43A446EF**.

AGRADECIMENTO

À Deus, pelo precioso dom da vida.

Aos meus pais, Mário e Marta, pela dedicação, carinho e amor de uma vida toda e por nunca medirem esforços para realização de meus sonhos e minha felicidade.

Aos meus irmãos, Arthur, Adriele e Andressa, por toda cumplicidade, apoio e exemplo do verdadeiro amor fraternal, que me ajudaram a chegar até aqui.

À minha orientadora, Silvinha, um de meus pilares nesta caminhada, ajudando a percorrer um caminho mais tranquilo, além de incentivar e acreditar no potencial deste trabalho.

Aos meus amigos que sempre me deram incentivo para esta vitória e fizeram parte desta etapa importante da minha vida.

A todos que de uma forma ou de outra contribuíram e contribuem para minha caminhada acadêmica.

A todos vocês, o meu mais sincero agradecimento!

RESUMO

O presente trabalho aborda um tema que tem por base a importância do mercado do livro, de um bem existente há muito tempo e que não é obsoleto. Por ser o livro objeto de fundamental fonte de educação e crescimento intelectual na contribuição para o desenvolvimento do capital humano, seu mercado possui papel significativo no desenvolvimento educacional, cultural, humano, social e econômico de tal forma que o bem em estudo auxilia na redução de desigualdade social. Dada a rivalidade existente no contexto atual em relação aos demais bens modernos, este trabalho pretende compreender qual é a atual estrutura de mercado de livros impressos, isso é, qual a natureza da competição que se estabelece no mercado de livros. Analisando, assim, o mercado de livros no Brasil de modo a indicar as principais transformações econômico-produtivas nos segmentos do setor em decorrência dos avanços tecnológicos. Por meio de uma metodologia dialética bibliográfica, é adotado o paradigma estrutura-conduta-performance, que busca sistematizar a forma como as firmas procuram agir estrategicamente de acordo com as ferramentas da Organização Industrial, trazendo um pouco de cada item do paradigma, além de apresentar um pouco da história do livro e de seu mercado no Brasil. No que se refere à estrutura, foram trabalhadas a concentração das parcelas de mercado (por meio de índices como RC, HHI e ET), bem como fusões e aquisições nos setores afins. No que se refere à conduta das firmas, apresentou-se a estratégia de preço e inovação como possíveis ações estratégicas que permitem que as firmas aumentem suas parcelas no mercado. Já no que se refere à performance, foram abordados os desempenhos do mercado de livros em relação à produção e vendas, e vendas no varejo. O trabalho se limita em relação aos dados como um todo, tendo em vista a dificuldade de fornecimento dos mesmos pelas firmas, bem como no que se refere ao aprofundamento de estudo em: estratégias crescimento; estratégias de propaganda e publicidade; investimento e pesquisa e desenvolvimento; e regulação de políticas governamentais para o setor. Conforme o estudo, constatou-se que o mercado de livros se caracteriza como concorrência monopolística, e sua evolução tem se mostrado crescente de modo que acompanha as tecnologias nos mais diversos ramos.

Palavras-chave: Mercado de livros; Organização Industrial; Estrutura-Conduto-Performance.

ABSTRACT

The present work addresses a theme that is based on the importance of the book market, a good that has existed for a long time and is not obsolete. As the book is the object of a fundamental source of education and intellectual growth in contributing to the development of human capital, its market has a significant role in educational, cultural, human, social and economic development in such a way that the good under study helps to reduce social inequality. Given the existing rivalry in the current context in relation to other modern goods, this work intends to understand the current structure of the printed book market, that is, what is the nature of the competition that is established in the book market. Analyzing, thus, the book market in Brazil in order to indicate the main economic-productive transformations in the segments of the sector as a result of technological advances. Through a bibliographic dialectical methodology, the structure-conduct-performance paradigm is adopted, which seeks to systematize the way in which firms seek to act strategically according to the tools of the Industrial Organization, bringing a little of each item of the paradigm, in addition to presenting a little of the history of the book and its market in Brazil. Regarding the structure, the concentration of market shares was worked on (through indices such as RC, HHI and ET), as well as mergers and acquisitions in related sectors. With regard to the conduct of firms, the price and innovation strategy was presented as possible strategic actions that allow firms to increase their market share. With regard to performance, the performance of the book market in relation to production and sales, and retail sales were addressed. The work is limited in relation to the data as a whole, in view of the difficulty of providing them by the companies, as well as with regard to the deepening of the study in: growth strategies; advertising and publicity strategies; investment and research and development; and regulation of government policies for the sector. According to the study, it was found that the book market is characterized as monopolistic competition, and its evolution has been increasing so that it follows the technologies in the most diverse branches.

Keywords: Book market; Industrial Organization; Structure-Conduct-Performance.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Indústria do livro	17
Figura 2. Biblioteca da Universidade de Leiden, em 1610, autoria de Johannes Woudanus ...	19
Figura 3. <i>Le Père de famille lisant la Bible à ses enfants</i> , cerca de 1770, autoria de Jean-Baptiste Greuze	20
Figura 4. <i>La Liseuse</i> , 1770, autoria de Jean-Honoré Fragonard	21
Figura 5. <i>The Bookworm</i> , 1850, autoria de Carl Spitzweg	22
Figura 6. <i>La lecture</i> , 1888, autoria de Berthe Morisot	23
Figura 7. <i>Interior With Woman Reading</i> , 1902, autoria de Carl Vilhelm Holsøe	24
Figuras 8.1, 8.2, 8.3, 8.4. Imagens da antiga Biblioteca Pública de Cincinnati. EUA, demolida em 1955	25
Figura 9. <i>Le libraire</i> , autoria de André Martins de Barros	26
Figura 10. <i>Rosace</i> , 2005, autoria de Jan Reymond	27
Figura 11. <i>It´s common knowledge</i> , 2009, autoria de Rune Guneriussen	28
Figura 12. <i>Biografias</i> , 2012, autoria de Alicia Martins	29
Figura 13. Projeto “ <i>Literature vs. Traffic</i> ”, 2016	30
Figura 14. “ <i>A house of books</i> ”	31
Figura 15. “ <i>The Last Bookstore</i> ”	32
Figura 16. Índice de concentração CR4	44
Figura 17. Índice de concentração CR8	45
Figura 18: Índice de Hirschman-Herfindahl (HHI)	45
Figura 19: Índice de Entropia de Theil	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolução do Faturamento Real - Mercado + Governo	36
Gráfico 2. Evolução do Faturamento Real - Vendas ao Mercado	36
Gráfico 3. Percentual e Estimativa populacional	37
Gráfico 4. Penetração de livros em geral e inteiros nos últimos 3 meses	38
Gráfico 5. Razão para não ter lido mais	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Série histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2006-2018)	50
Tabela 2. Painel das vendas de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021	52
Tabela 3. Painel de faturamento e volume de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021	53

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abigraf - Associação Brasileira da Indústria Gráfica

CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica

CBL - Câmara Brasileira do Livro

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CTP - Científicos, Técnicos e Profissionais

ET - Índice de Entropia de Theil

FIPE - Fundação Instituto de Pesquisa Econômica

HHI - Índice de Hirschman-Herfindahl

INL - Instituto Nacional do Livro

IPCA - Índice de Preços ao Consumidor Amplo

ISBN - International Standard Book Number

PIA/IBGE - Pesquisa Industrial Anua/ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

RAIS/MTE - Relação Anual de Informações Sociais/ Ministério do Trabalho e Emprego

RC - Razão de Concentração

SEAE - Secretaria de Acompanhamento Econômico

SNEL - Sindicato Nacional dos Editores de Livros

UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	12
2.	A ESTRUTURA DO MERCADO DE LIVROS	16
2.1	A HISTÓRIA DO BEM LIVRO.....	16
2.2	O MERCADO BRASILEIRO DE LIVROS.....	33
2.3	A CONCENTRAÇÃO DAS PARCELAS DE MERCADO	39
2.3.1	O CASO DO MERCADO DE LIVROS NO BRASIL.....	43
3.	A CONDUTA DAS EMPRESAS NO MERCADO DE LIVROS	47
3.1	ESTRATÉGIAS DE PREÇO	47
3.2	INOVAÇÃO.....	49
4.	A PERFORMANCE DAS EMPRESAS NO MERCADO DE LIVROS	50
4.1	PRODUÇÃO E VENDAS	50
4.2	PAINEL DE VAREJO	51
5.	CONCLUSÃO.....	55
	REFERÊNCIAS	57

1. INTRODUÇÃO

Apesar da importância do livro para o processo de desenvolvimento econômico em geral e a formação de capital humano em particular, parece paradoxal a sua perda de participação no mercado. O computador, que passou a ser o transmissor maior de conhecimento, assim como o aparelho celular, outro mecanismo atuante na transmissão de conhecimento, se tornam substitutos importantes no mercado de livros. Entretanto, a despeito destas inovações e, por mais que muitas tecnologias venham a competir em termos de transmissão de conhecimento com maior rapidez e que também atinjam o processo de leitura, o livro não parece ficar totalmente obsoleto, permanecendo presente, seja em meio físico ou virtual (Smaniotto, Ribeiro, Silveira; 2011).

Em função da crescente importância da tecnologia, pode parecer que o mercado de livro físico deve perder espaço relativo aos *e-books*. Porém, o livro impresso é um importante artefato no aprendizado e compreensão do ser, sendo que o tatear do livro e a leitura ágil são aspectos que ainda satisfazem o indivíduo. Entre os anos 2020 e 2021 foi possível constatar um crescimento de cerca de 29% nas vendas no setor. Em 2020 foram vendidos quase 42 milhões de livros, gerando uma receita de R\$ 1,76 bilhões (Snel, 2021a), enquanto o volume de vendas em 2021 chegou a 55 milhões, com receita de quase R\$ 2,28 bilhões (Snel, 2022).

Diante de tal transformação, a questão a ser estudada se refere inclusive ao comportamento da demanda por livros impressos. Caso se confirme alterações importantes e se identifique seus impactos no mercado, seja em termos do produto em si, seja em termos do número de distribuidores, produtores, além dos demais pertencentes à linha de produção em decorrência de poderem ser substituídos, serão analisados inclusive os seus substitutos. Importante então é compreender o papel do *e-book*, dos livros usados e da oferta das editoras independentes na categoria de substitutos, como forma de analisar as estratégias das empresas e as transformações econômico-produtivas do setor na atualidade.

Entretanto, apesar de todas as características estruturais que vem revolucionando o mercado de livros, o foco no presente estudo terá como hipótese subjacente a questão de que há uma preferência do consumidor (leitor) por livros impressos. Os substitutos supostamente têm preços relativos de reprodução e produção baixos, menores barreiras relativas de entrada para as editoras independentes, maior número de novos autores, pela facilidade relativa de qualquer pessoa poder escrever e lançar um livro, mas não se tem garantia de qualidade. Assim, a exposição a novas tecnologias já ocorreu no passado em mercados similares, como o de filmes (com o vídeo cassete e as locadoras, que não eliminaram os cinemas, mas os modernizaram),

com o mercado de música (idem), etc. Porém, dado que o livro é um bem que tem um tipo de consumo muito peculiar (em que a relação bem-consumidor é sensivelmente pautada por um maior esforço relativo de acesso em termos de compreensão do conteúdo, pois ele é menos “entretenedor” do que os demais) não se tem elementos para prever se o mercado de livros tem espaço para um modernizar tal qual os citados anteriormente.

O mercado de livro digital tem tido crescimento real no faturamento nos últimos anos (2016-2019) de cerca de 115%, todavia, representou em 2019 apenas 4% no mercado de livro (Essinger, 2020). Com a possibilidade de realizar um estudo comparativo em relação ao mercado de livro digital entre os anos de 2019 e 2020, verifica-se que houve crescimento nominal de 43% e crescimento real de 36%¹, passando a representar 6%² do mercado editorial no Brasil em 2020 (Snel, 2021b).

Por mais que seja possível notar o crescimento de livros digitais no mercado, essa realidade está ainda em fase inicial, sendo evidente o domínio das vendas de livros impressos. Muitos estímulos estão presentes para ambas as preferências (digital e impresso), contudo, apesar do livro digital possuir menor preço em relação ao impresso em decorrência da forma de sua produção, percebe-se que a *internet*, por meio de redes sociais e influenciadores digitais, proporciona a propagação da literatura brasileira e o incentivo à leitura por livros impressos, direcionando a nomes de autores consagrados na literatura brasileira, como Clarisse Lispector e Machado de Assis (Malini, 2013), ou livros escritos pelos próprios influenciadores, a fim de atingir também seu público ouvinte assíduo (Celeste, Defilippo, 2019).

Tal movimentação no mercado de livro chama atenção para a forma a qual a indústria de livros no Brasil vem se adaptando na era digital, seja através de livros digitais ou de livros impressos - esses por influência de redes sociais, dentre outras -, possuindo cada ramo da indústria a busca persistente em atender ao seu público-alvo e permanecer no mercado.

Destarte, este trabalho tem como objetivo geral analisar o mercado de livros no Brasil, indicando as principais transformações econômico-produtivas nos segmentos do setor em decorrência dos avanços tecnológicos. Os objetivos específicos consistem em: a) realizar um estudo acerca da evolução recente do mercado de livros no Brasil; b) identificar o movimento na concentração do mercado, em termos também de fusões e aquisições nos seus diversos segmentos; c) mapear as decisões no que diz respeito a discriminação de preços relacionada à qualidade da produção do livro, bem como comportamento de preços.

¹ Sendo considerada a variação do IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) no período (Snel, 2021b).

² Excluindo faturamento do subsetor de livros Didáticos e das vendas ao governo, conforme dados da pesquisa.

Para tanto, a estrutura do mercado de livros no Brasil, no presente trabalho, será estudada pela ótica da Organização Industrial sob a visão do paradigma estrutura-conduta-performance apresentado por Tremblay e Tremblay (2012).

Assim sendo, a metodologia utilizada é dialética bibliográfica, visando apresentar um trabalho com linhagem da Organização Industrial, estudando o bem livro e seu mercado no Brasil, os players e suas possíveis estratégias, barreiras à entrada, fusões e aquisições, discriminação de preços, diferenciação do produto, investigação e desenvolvimento para atingir os objetivos propostos.

Pelo que se tem conhecimento, são poucos os estudos que tratam do mercado de livros, fato decorrente de poucos dados disponíveis e da dificuldade de levantamento e atualização corretos dos dados em questão. Assim, são utilizados dados que possibilitam uma análise adequada em relação à concentração do mercado, bem como às fusões e aquisições, obtidos através do PIA/IBGE, RAIS/MTE, CNAE, SEAE, INL, FIPE e SNEL, sendo estes dados secundários essenciais para elaboração deste trabalho.

O tema tem importância por tratar do mercado de um bem existente há muito tempo e que não é obsoleto, apesar de estar em constantes oscilações. Além disso, o mercado de livros tem papel significativo no desenvolvimento educacional, cultural, humano, social e econômico, sendo o livro objeto de fundamental fonte de educação e crescimento intelectual na contribuição para o desenvolvimento do capital humano, envolto na formação de profissionais e divulgação de informação qualificada, auxiliando ainda na redução de desigualdade social.

No desenvolvimento social e cultural, o livro tem participação na disseminação de olhares das mais diversas culturas e abertura para “mundos” ainda não conhecidos. Também o livro como bem afeta o desenvolvimento econômico, compondo parte da Economia Criativa (Benhamou, 2007; Hartley, 2005; Howkins, 2001 *apud* Padilha, 2010) e fomentando empregos no ramo e demais setores adjacentes.

Toda essa cadeia de desenvolvimento permanece interligada, sendo essencial a existência de equilíbrio para sua sustentação e atenção acerca da ocorrência do efeito dominó. Na ocasião, as ações governamentais refletiriam como as principais causas de tal efeito por ter atuação nas regulamentações e normas capazes de alterar as decisões de cada elemento pertencente à essa cadeia.

Tal efeito pode prejudicar demasiadamente não apenas o mercado de livros, como todo o processo para o desenvolvimento humano de forma ampla. E ainda afetar a sociedade, trazendo mais desigualdade social em decorrência do menor acesso a livros (impedindo a livre

escolha) e deixando o ser sujeito a determinado caminho por não possuir poder aquisitivo suficiente que lhe permita decidir por si só.

Conseqüentemente, o desenvolvimento do indivíduo restaria prejudicado a partir das perspectivas a ele “destinadas”, devido a medidas governamentais equivocadas, como é o caso da proposta da reforma tributária que afetará o mercado de livros. Diferentemente, medidas governamentais assertivas possibilitam o desempenho de políticas públicas que auxiliariam no aumento da diversidade educacional, cultural e social.

Ademais, tendo em vista que se quer compreender qual é a atual estrutura de mercado do segmento de livros impressos, dado o atual contexto da rivalidade com os bens modernos que buscam o substituir, este estudo se justifica por ser de suma importância identificar qual a natureza da competição que se estabelece a partir de então. Normalmente, o que a teoria indica é que o mercado de livros impressos seria caracterizado como de concorrência monopolística, - possuindo, assim, aspectos tanto da estrutura da concorrência perfeita (livre entrada; muitos compradores e vendedores) quanto da estrutura monopolística (produtos diferenciados, sejam em relação aos seus formatos, tamanhos, matéria-prima, tipos de capas ou categoria literária, dentre outros) -, em que a quantidade de compradores e vendedores impede a imposição de poder de mercado. Mas com as mudanças recentes no mercado como um todo não há mais esta certeza, de forma que é importante compreender como este aspecto estrutural se configura atualmente, inclusive as estratégias de sobrevivência no mercado com a performance resultante.

O presente trabalho possui cinco seções em sua formação, sendo a primeira seção esta introdução. As segunda, terceira e quarta seções discorrem sobre a estrutura, a conduta e a performance do mercado de livros. E por fim, a quinta seção traz a conclusão do estudo.

2. A ESTRUTURA DO MERCADO DE LIVROS

2.1 A história do bem livro

Desde o começo dos tempos, a fala, a escrita e os desenhos tornaram-se objetos de comunicação, levando o desenvolvimento e disseminação do sistema de escrita até a atualidade. Essa evolução da escrita ocorreu com a necessidade de manter o registro para a geração futura, sendo realizada manualmente nos mais variados tipos de materiais, chegando ao papel como hoje conhecemos. Os registros acabavam em pilhas de manuscritos, podendo haver perda de parte do conteúdo, até que realizaram a união dos manuscritos formando um *codex*³ (Smaniotto, Ribeiro, Silveira; 2011).

Os registros eram feitos das diversas formas até achar o adequado, de custo baixo e boa qualidade. Alguns foram os objetos de registro como: o papiro, feito através de uma planta; folhas de seda; peles de caprinos bem tratados, de modo que fosse possível haver o registro, sendo que é um material de grande resistência e bastante caro por causa disso; com as práticas de melhoramento, chegamos ao papel como é conhecido hoje (Ferreira, 2010).

Os escritos eram realizados por aqueles que detinham o poder de aprendizado, tendo em vista que nem todos possuíam o “privilégio” de estudar. Como havia necessidade de várias cópias para estudo, havia os copistas/escribas, que copiavam o que era devido, ou anotavam quando necessário várias cópias, sendo que nessa ocasião o texto era ditado para que os copistas/escribas registrassem.

Em torno de 1450, o alemão Johannes Gutemberg realizou processo de mecanização de impressão, tornando mais rápida e econômica a reprodução de cópias de livros através do uso de tinta à base de óleo e prensa e madeira, possibilitando a transmissão de conhecimento mais acessível às pessoas por ser um processo de produção em massa e economicamente rentável (Ferreira, 2010).

Com a globalização e a necessidade de produção novas técnicas foram criadas para facilitar cada vez mais a disseminação do livro, o qual começa a perder participação no mercado com a criação do computador e do aparelho celular. Ambos instrumentos, que possuem várias outras funcionalidades acabam por tirar a atenção do indivíduo, pois atuam em grande parte como objetos de entretenimento, dificultando um real entretenimento e contato com o outro ser (Smaniotto, Ribeiro, Silveira; 2011).

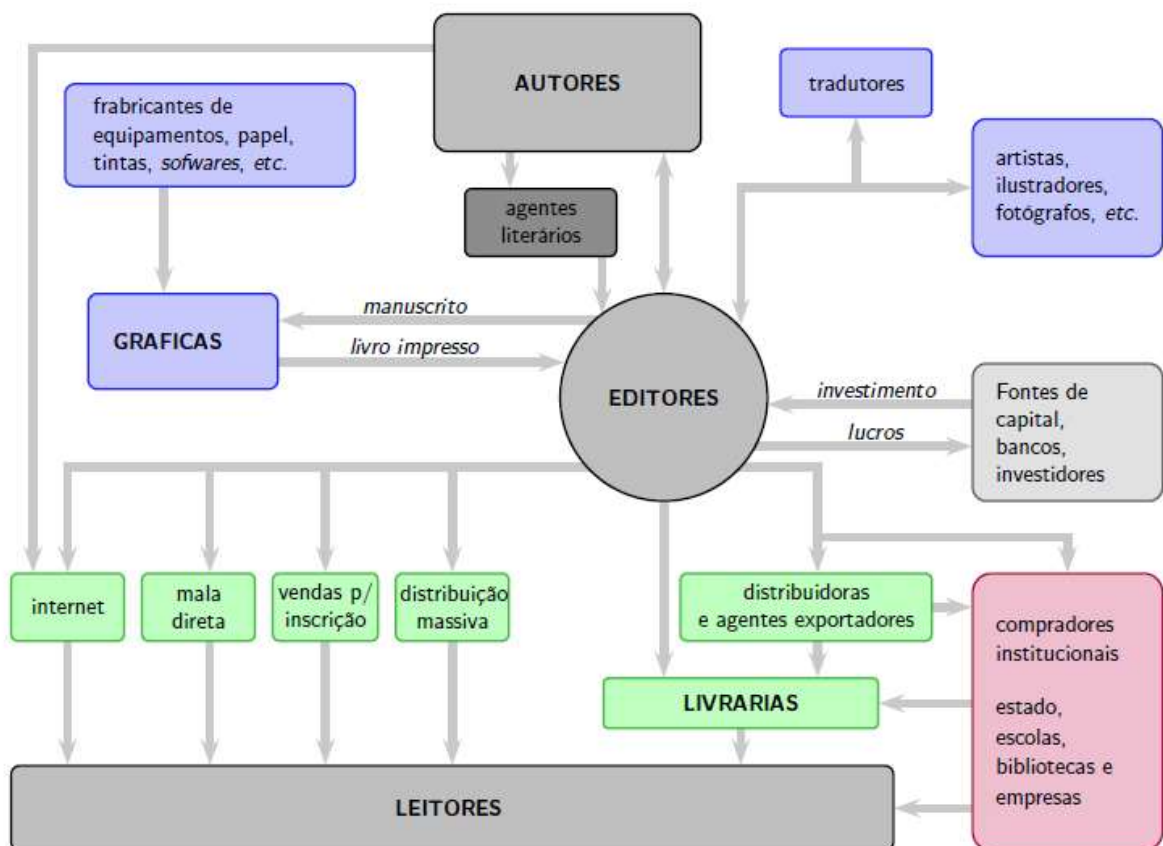
³ Codex (plural: códices) é o nome dado aos manuscritos cujas folhas eram reunidas entre si pelo dorso e recobertas de uma capa semelhante à das encadernações modernas (Martins, 2002, p. 49 *apud* Ferreira, 2010, p. 11).

Ainda assim, mesmo com tantas tecnologias que competem em termos de transmissão de conhecimento com maior rapidez e que também atinjam o processo de leitura, o livro possui características que não o deixam que fique obsoleto e saia de circulação, pois existe uma compatibilidade de padrão ligado à rede que possibilita permanência do livro, seja em meio impresso ou virtual (Queiroz, 2005).

O livro tornou-se um bem de tamanha importância que foi possível o reconhecimento da história do livro, com o intuito de procurar entender a transmissão de ideias pelo meio impresso e como tal contato influencia o pensamento e comportamento da humanidade, fazendo parte da história social e cultural em todo o mundo (Darnton, 1990).

Muitos processos são necessários para a fabricação do livro, podendo variar a depender do lugar e da época. Contudo, é certa uma linha de construção do livro físico, a que inicia com o autor, passando pelo editor, pelo impressor, pelo distribuidor, pelo vendedor e, por fim, chega ao leitor, sendo que cada fase desempenha um papel, seja no desenvolvimento econômico, social, educacional, intelectual, cultural e/ou político.

Figura 1. Indústria do livro



Fonte: Datus e Smith (1966 *apud* Padilha, 2010, p. 13)

A Figura 1 possibilita a visualização da comunicação e relação existente no procedimento da fabricação do livro por meio de sua cadeia produtiva. Há a possibilidade de tomar vários caminhos entre o autor e o leitor, dependendo do perfil e oportunidade de escolha dos envolvidos na linha produtiva.

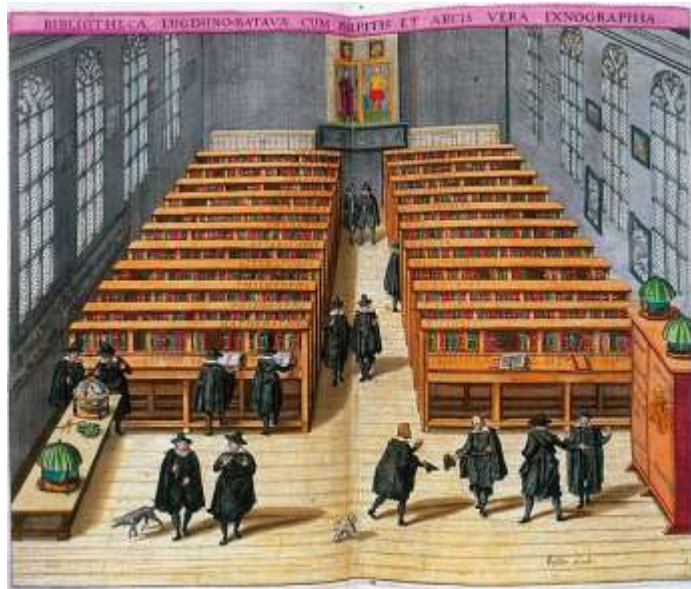
O autor pode começar sua interação diretamente com a editora ou por meio de agentes literários que darão prosseguimento na cadeia produtiva, podendo ainda fazer chegar ao leitor através da *internet* de uma forma mais “rápida” e dinâmica após a impressão e conclusão do livro pela editora. A editora, por sua vez, utiliza artifícios para a construção interna do livro impresso, como casos de tradução e ilustração, quando necessários, para então enviá-lo à gráfica, responsável pela impressão da obra, que retorna à editora. Quando já impresso e concluído, o próximo passo é a distribuição e venda do livro, que pode ter os caminhos até o leitor mais longos ou curtos, esses, por meio de distribuição massiva, vendas por inscrição, mala direta ou *internet*, aqueles, por meio de distribuidoras ou livrarias. Ao distribuidor cabe explorar os caminhos que levarão aos diversos tipos de leitores, sejam através de compras institucionais, de escolas, empresas e governo, ou, até mesmo, livrarias, que pode ter uma linha direta com a editora. Por fim, chega a vez do leitor, que possui um leque de opções para aquisição do livro.

A leitura de um livro pode ter várias interpretações conforme a conjuntura existente e vivida a época e lugar em que realiza o leitor, devendo levar em consideração o contexto em que a obra é criada. A sensibilidade de cada autor ao escrever e de cada leitor ao ler determinada obra poderá influenciar a sociedade como um todo, levando os leitores não apenas decifrar livros, como retirar um significado das obras (Darnton, 1990).

O livro assumiu diversos papéis em diferentes épocas e grupos sociais, com finalidades próprias aos seus leitores, tornando cada vez mais presente na sociedade. O século XIX foi de grande expansão de livros, tanto em quantidade quanto em variedade, graças a algumas tecnologias, como o desenvolvimento do papel feito a máquina, e o aumento de alfabetização (Darnton, 1990).

A presença dos livros afeta de modo diverso as formas e lugares de leitura, ocorrendo individualmente, de forma coletiva, em lugares mais cômodos ou não, ao ar livre em meio a natureza, a depender do efeito que o leitor procura ao abrir um livro, seja para aprimoramento, entretenimento ou atividade social, como mostrado nas figuras a seguir.

Figura 2. Biblioteca da Universidade de Leiden, em 1610, autoria de Johannes Woudanus



Fonte: Ferreira (2019)

A Figura 2 mostra a biblioteca de uma Universidade por volta de 1610, onde há prateleiras de livros separadas por disciplinas, como literatura, filosofia, teologia, matemática e história, sem que tivessem mesas ou cadeiras para apoio e estudo, num ambiente composto apenas por homens. Suas paredes com tonalidade cinza dão espaço para janelas laterais e alguns pequenos quadros que trazem a imagem de possíveis personalidades da época e brasões de famílias, destacando ao fundo um quadro maior e com cores vivas duas pessoas que poderiam representar a nobreza e a realeza. No centro da Figura 2, as prateleiras e os livros têm realce nas cores, trazendo vida à biblioteca, estando dispostas em duas fileiras, de forma a facilitar a locomoção dos leitores e o acesso aos livros. Isso remete aos dois hemisférios do cérebro onde ficam guardados os conhecimentos e são acessados quando preciso. Na ponta lateral direita encontram-se guardados dois globos terrestres sobre um armário alto, já na ponta lateral esquerda há sobre uma mesa dois globos terrestres sendo que um deles é utilizado por dois homens em busca de novos caminhos, explorações e histórias.

Figura 3. *Le Père de famille lisant la Bible à ses enfants*, cerca de 1770, autoria de Jean-Baptiste Greuze



Fonte: Munaé (s/d)

A leitura em grupo é apresentada no convívio familiar retratado na Figura 3, onde podemos visualizar um leitor que pode ser o pai lendo um grande livro (seria a Bíblia?) junto a mesa para os demais, que podem ser seus familiares. Dado o grau de interesse dos que se debruçam sobre a mesa, pode-se dizer que provavelmente este é o único livro presente na casa de aparência simples.

Figura 4. *La Liseuse*, 1770, autoria de Jean-Honoré Fragonard



Fonte: Aulinas (s/d, a)

A leitura individual mostra-se presente na Figura 4 datada em 1770, em que uma jovem lê em um ambiente com um ar de conforto que é demonstrado não somente em decorrência da almofada e de sua posição, como no semblante da garota, transmitindo uma certa serenidade. Aqui o livro lhe é acessível, e sua origem culta é sugerida pelo seu grau de concentração e leveza. O livro parece ser parte de seu universo, integrado em suas formas. Em relação à Figura 3, aqui os elementos imagéticos contrastam bastante, pois podemos ver o livro em contextos de riqueza e pobreza dos leitores.

Figura 5. *The Bookworm*, 1850, autoria de Carl Spitzweg



Fonte: Etsy (s/d)

Cerca de 1850, um leitor ávido encontra-se na seção de metafísica, no topo de uma escada carregando vários livros pelo corpo, estando com um livro aberto em cada mão em busca de algo, na Figura 5. Aqui, percebe-se no cenário um ambiente de dificuldade de acesso aos livros, resolvida em parte pela colocação de uma escada. Mas, mesmo neste espaço em que grandes prateleiras são depositárias de um conhecimento numeroso, há um leitor de cabelos brancos disposto a equilibrar os livros com o corpo simultaneamente com o seu processo de leitura. Na Figura 5, este homem de idade avançada e provavelmente abastado, está totalmente envolto numa atmosfera de empenho pelos estudos. Abaixo à esquerda, provavelmente um megafone faz parte do ambiente, sugerindo também um gosto por música.

Figura 6. *La lecture*, 1888, autoria de Berthe Morisot



Fonte: Aulinas (s/d, b)

Na Figura 6, de 1888, a garota realiza uma leitura de forma tranquila e concentrada, em torno de um ambiente que remete a natureza, podendo estar numa varanda de casa de campo, com cores claras e marcantes que trazem vida à obra. Aqui, seu olhar sereno sugere um encantamento pelo livro e a leitura de alguma história de fantasia e aventura e não uma circunspeção como visto na Figura 4. Provavelmente isto se dá porque se quis passar a imagem de uma leitora que ainda está começando a se inserir no universo da leitura. O entorno é leve e fresco, com folhagens e luz, como uma varanda.

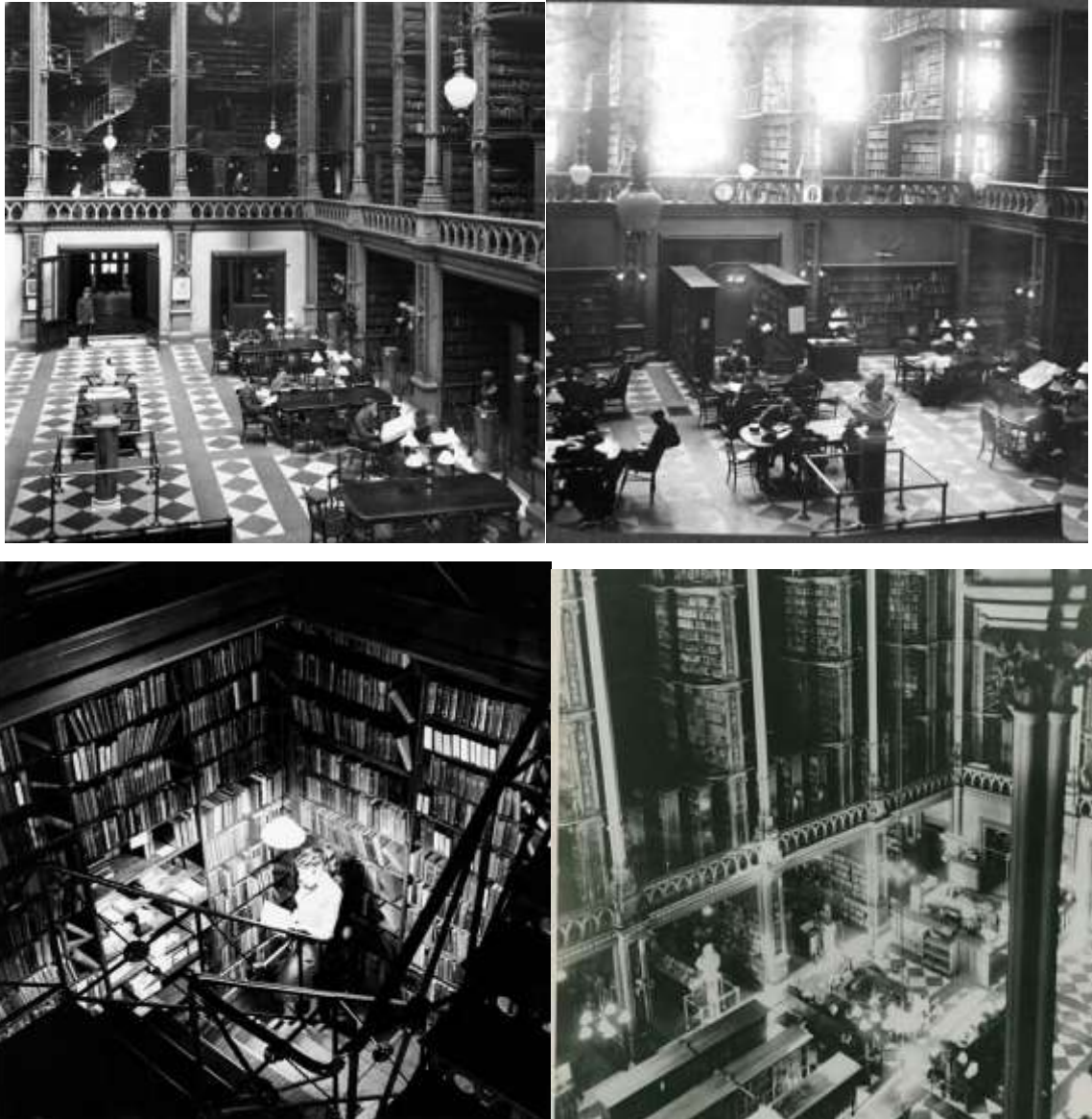
Figura 7. *Interior With Woman Reading*, 1902, autoria de Carl Vilhelm Holsøe



Fonte: Invaluable (2008)

Obra de 1902, retratada na Figura 7, transporta para o interior de uma casa simples, pouco iluminada e com cores apagada, com exceção das flores num jarro sobre a mesa, e junto à mesa uma mulher de vestimenta escura que transmite certa solidão e isolamento. O espaço da leitura sugere ainda que a leitura não é a atividade central da casa, mas um apêndice em um minúsculo espaço. O ambiente com janela aberta traz um sentimento de ligação com o mundo exterior que a leitura traz. Provavelmente, não é permitido à esta mulher ter conhecimento, bem como não é sua atividade principal. Curioso que na época a leitura para as mulheres parecia ser uma atividade isolada e para os homens uma atividade comunitária.

Figuras 8.1, 8.2, 8.3, 8.4. Imagens da antiga Biblioteca Pública de Cincinnati. EUA, demolida em 1955



Fonte: Messynessy (2014)

As Figuras 8.1, 8.2, 8.3 e 8.4 demonstram uma biblioteca pública, antes de mudar para um local mais novo e moderno, ocorrendo então a demolição do prédio em 1955 pela mudança da mesma. Ela apresentava amplo espaço e boa iluminação, possuindo mesas e cadeiras dispostas aos leitores, na sua maioria homens bem trajados. Devido à sua alta edificação, há espaço para grande número de exemplares, sendo necessárias escadas para o acesso aos mesmos, acesso esse que possivelmente era realizado por algum funcionário que levaria o livro até ao leitor, já que não é visto pessoas andando livremente perto das enormes prateleiras.

Figura 9. *Le libraire*, autoria de André Martins de Barros



Fonte: Artabus (s/d)

A Figura 9 transmite a imagem de uma pessoa composta por livros, que carrega a sabedoria e o conhecimento, sempre buscando e levando experiência nos livros viajando através do tempo e dos lugares, tendo o livreiro responsabilidade e privilégio de cumprir tal tarefa. É possível a identificação de alguns nomes dos livros, estando em idiomas estrangeiros como o inglês e o francês, são eles: “*To be or not to be*”, “*Le esclave des temps modernes*”, “*Sentia les choses*” “*L’art indien*”, “*Le cosmos*”, “*La poudre du regard*”, “*Le gaiiaire de la pior*”, “*Le peuple juif*” (este com a Estrela de Davi) e “*Le toit du monde*”⁴ (esse sendo lido por todos os que já compõem o indivíduo e passa a também fazer parte do acervo). Esses livros que parecem trazer uma busca para o engrandecimento do ser, da alma, do entendimento compõem o nascimento da humanidade.

⁴ Tradução livre dos respectivos livros: “Ser ou não ser”, “O escravo moderno”, “Coisas sentia”, “Arte indiana”, “O cosmos”, “O pó do olhar”, “O alegre do pior”, “O povo judeu” e “O telhado do mundo”.

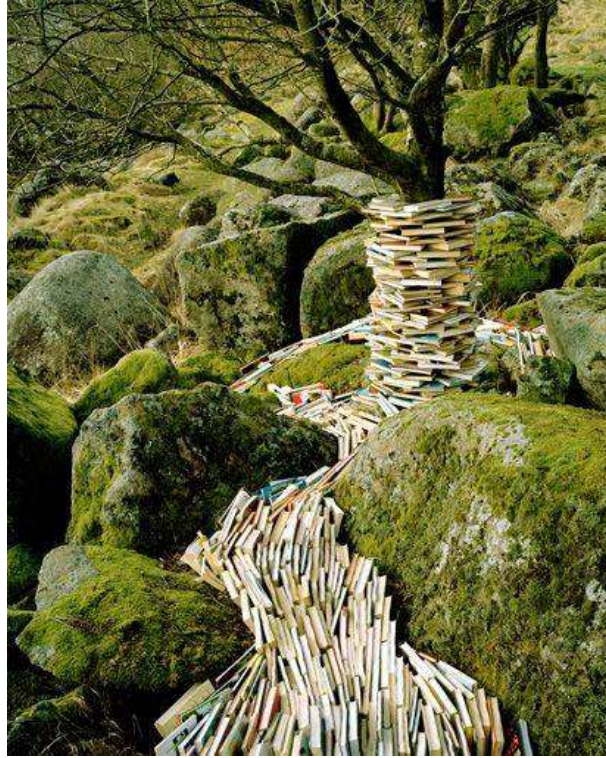
Figura 10. *Rosace*, 2005, autoria de Jan Reymond



Fonte: Noorata (2012a)

Os livros pelos ares, pendurados por fios em um túnel numa pequena vila suíça chamada Romainmôtier em 2005, na Figura 10, traz a mágica sensação de estar numa dimensão onde a gravidade é relativa e o conhecimento está no ar, ao alcance de todos num mundo ideal (das ideias), deixando um caminho próprio para as pessoas transitarem e apreciarem as obras literárias dentro da obra artística. Diferentemente do que acontece na Figura 3, ocasião em que a disponibilidade de livros e facilidade de acesso aos mesmos eram precárias e o livro representava o objeto de maior atenção devido aos poucos entretenimentos da época, os livros dispostos na Figura 10 levam ao incentivo à leitura, principalmente de livros impressos, na atualidade em meio a tantas tecnologias que também ocupam espaço no entretenimento.

Figura 11. *It's common knowledge*⁵, 2009, autoria de Rune Guneriussen



Fonte: Zhang (2011)

“É de conhecimento comum”, título da obra de 2009 da Figura 11, mostra uma árvore rodeada de livros que escorrem como um riacho de conhecimento e sabedoria, passando por entre as pedras, como águas, a fazer o seu caminho e seguir seu ritmo. A disponibilidade dos livros na natureza, como é mostrado, transmite a sensação dele ser como a própria natureza, podendo ser usufruído para saciar a sede de conhecimento, assim como a água sacia a sede do corpo e carrega a fonte da vida.

⁵ É de conhecimento comum, tradução livre.

Figura 12. *Biografias*, 2012, autoria de Alicia Martins



Fonte: Noorata (2012, b)

Uma cascata de livro jorrada por uma janela de um edifício, que aparenta ser uma biblioteca, em Madri, trazida na Figura 12, em 2012, passa a sensação de que o conhecimento e a história existentes num lugar estão extrapolando as estruturas da construção edificada através de registro dos livros, que representam uma parcela da comunicação e transmissão de conhecimento. A quantidade de livros expostos pode retratar as incontáveis histórias existentes por toda aquela região e dos cidadãos que por ali passaram desde antes a construção do edifício e posteridade, as aventuras vividas e lições aprendidas.

Figura 13. Projeto “*Literature vs. Traffic*”, 2016



Fonte: Kowalczyk (2016)

O projeto de nome “*Literature vs. Traffic*”⁶, apresentado na Figura 13, tem como intuito transformar um lugar “poluído” num local de silêncio, tendo registro da exibição em Toronto em setembro de 2016. A obra torna uma rua normalmente tumultuada e poluída num “caminho de leitura” e questionamentos, que leva o indivíduo a repensar seus atos cotidianos e praticar novos hábitos saudáveis. O que é o chão em que andamos senão a condição necessária para sermos seres humanos? Esse chão trilhado por livros abertos e dispostos para nossas necessidades indicam e pode ser entendido como o próximo passo, o caminho a seguir, nossos prováveis movimentos e infinitas possibilidades. A ausência de livros no passeio pode dar lugar à aqueles que ainda não têm a capacidade de ver o livro como uma direção a ser trilhada. O guarda de trânsito na esquina do passeio vazio direciona seu olhar para uma rota repleta de livros, podendo futuramente ter abertura para trilhar esse caminho cheio de livros, onde é possível adentrar nos livros de modo a se transportar para muitos mundos.

⁶ Literatura vs. Tráfego, tradução livre.

Figura 14. “A house of books”⁷

Fonte: Yang (2016)

Na Figura 14, cada centímetro da casa é constituído de livro, a casa de livros é arquitetada com grande acervo e suas paredes são estruturadas com encaixe de diversos livros sendo deixadas as capas para dentro. Isto possibilita uma coloração mais forte no interior da casa e um aspecto simples no exterior aparentando casa de tijolinho, que traz uma simplicidade no exterior e uma riqueza interna. A arquitetura desta casa pode ser pensada como um lugar que transmite a comunicação que temos com o livro, que a princípio pode não vir a chamar atenção devido seu exterior (julgar o livro pela capa), mas que traz um conteúdo lindo e rico de diversas formas. Também remete à construção da vida, do ser e do próprio livro, a quantidade de obras que compõe a casa remete as vivências e experiências existentes. E os encaixes demonstram que há um lugar devido a cada situação, que proporciona a base de sustentação para erguer fortes paredes e laje, criando um abrigo àqueles que o procura.

⁷ Tradução livre: Uma casa de livros.

Figura 15. “*The Last Bookstore*”

Fonte: Karaca (2013)

A biblioteca, apresentada na Figura 15, cuja tradução livre de seu nome é “A última Biblioteca”, representa a casa dos livros disponíveis à toda população. Nela há um corredor de rampa levando para outro ambiente dentro da biblioteca, em um caminho que possui colunas erguidas por livros e iluminação como se fosse um portal para um outro mundo de conhecimento, diferenciando das prateleiras na lateral esquerda que retrata as clássicas bibliotecas. O suporte dos livros arqueados no corredor assemelha-se a meia parede de madeira, tendo um corrimão no corredor que parece abraçar os livros por dentro, dada a inclinação da rampa para o nível superior. A cor vermelha presente no teto, na parede lateral e ao fundo chama atenção por trazer uma vivacidade à obra e tornear o caminho ao “desconhecido”, tornando um caminho detalhado e chamativo.

Ao observar estas imagens, pode-se dizer que, desde a criação do livro, o processo de leitura e o próprio livro têm tido lugar de destaque na sociedade. O processo de leitura e de conquista da aquisição, produção e uso dos livros teve vários marcos no mundo. Por exemplo, no que diz respeito às mulheres, estas, durante décadas ou séculos, não tiveram posição na sociedade enquanto pessoas com direito ao estudo, além de demorarem a conseguir

reconhecimento de suas obras (literárias ou não) se fossem autoras (vejam o uso de pseudônimos masculinos para terem suas obras não apenas produzidas como vendidas).

Em resumo, as figuras anteriores representam a importância dada ao livro nas referidas épocas, com seus valores e significados, alterando com o decorrer do tempo a inspiração e a forma com que os artistas retrataram o livro.

As presentes obras representam alguns dos inúmeros significados do livro no mundo, estando o conceito do mesmo presente desde antes a sua materialização da forma a qual conhecemos, de modo a traçar a história de sua existência, importância e permanência no meio ao qual nos encontramos.

Percebe-se que a tecnologia de mecanização de impressão foi uma das responsáveis para a permanência e expansão do bem livro, assim como a globalização, a diminuição do analfabetismo e surgimento de novas tecnologias, que possibilitaram a existência do mercado de livros.

Com novas tecnologias no mercado, novos caminhos surgem para compor um cenário de movimentos e estratégias capazes de dar seguimento na produção e disseminação do bem livro sem deixar que fique obsoleto, levando em consideração que o livro impresso ainda possui um público resistente e que o livro digital ganha mais espaço no mais recente cenário no mercado de livros.

No Brasil, o cenário de movimentos e estratégias não é diferente. Apesar de sua inserção no mercado de livros ter sido tardia, a tecnologia é uma ferramenta presente em todas as etapas da produção do livro até chegar ao consumidor final, auxiliando o mercado a se manter atualizado e em expansão, de modo a atender seu maior público, o leitor. Na subseção seguinte este mercado será melhor analisado.

2.2 O mercado brasileiro de livros

Até a vinda da Coroa Portuguesa ao Brasil, em 1808, não havia legalmente produção de livros no país. O início tardio do mercado de livros no Brasil ocorreu devido à proibição da Corte Portuguesa de conter no país estabelecimentos de prelos, isto é, estabelecimentos que possuíssem aparelhos/máquinas manuais ou mecânicos para impressão, sob pena de fechamento do estabelecimento e, caso reincidente, julgamento em Portugal por tal ato. A proibição por parte de D. João teve motivo evitar seu temor, uma possível disseminação de ideias políticas progressistas e revolucionárias que viesse a acontecer por parte da população (Couto, 2006).

A censura por parte da Coroa Portuguesa existiu anterior e posteriormente sua chegada. Com a vinda de D. João, em 1808, houve a fundação no Brasil da Impressão Régia para divulgação dos interesses da família real, abrindo espaço para outras linhas de divulgação anos mais tarde, sob a vigilância do assunto que fosse impresso. Antes da chegada de D. João, várias foram as tentativas da inserção de impressão no território brasileiro, seja por franceses ou holandeses. Contudo, além da proibição da Corte Portuguesa, o mercado enfrentava a dificuldade de pouca demanda e problemas na distribuição dos impressos. Posteriormente sua chegada, dada a limitação imposta e a dificuldade das primeiras editoras, muitos livros nacionais eram impressos no exterior (Couto, 2006).

Assim, com essa abertura na diversidade a ser publicada, a classe mais alta e aqueles que possuísem algum estudo, ou estavam em vias de o ter, eram consumidores potenciais. Com consumidores em potencial e a menor rigidez da Coroa Portuguesa foi possível a inserção do mercado de livros no Brasil, tendo como colaboradores na expansão do mercado comerciantes europeus imigrantes que traziam novas técnicas na produção dos livros, o que acarretaria também a inserção de mais conhecimento intelectual, trazida também pela Coroa Portuguesa como parte de sua política (Couto, 2006).

A partir de 1840 houve mais estabilidade para produção de livros e assim o aumento da propagação do mesmo ainda que houvesse deficiência de sua distribuição em todo o país. A região sudeste concentrava maior parte dos livros por conter maior quantidade de oficinas com prelos, em comparação com a região nordeste (Couto, 2006). Tal distribuição no território brasileiro é marcante até na atualidade, fazendo com que a compra e venda de livros seja mais cara (devido ao frete) e fora de alcance para a grande parte dos brasileiros.

Com a atividade em expansão, houve abertura de muitas livrarias no país. Todavia, no início do século XX até fim da Primeira Guerra Mundial e no início da década de 1920 até seus meados (devido a alta do papel), o mercado de livros teve baixo volume de vendas. Houve uma retomada do mercado na década de 1930 com o programa educacional, sendo o livro ferramenta fundamental para obtenção de conhecimento, além de um crescimento notável no mercado de livros no período que durou a Segunda Guerra Mundial (Couto, 2006).

A década de 1970 foi de crescimento tanto de editoras como de livrarias, segundo levantamento do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Todavia, a distribuição das mesmas no território brasileiro mostrava-se desigual dentre as regiões do país, fato que levou à marcante desigualdade do desenvolvimento nacional, econômico e cultural (Machado, 2003 *apud* Couto, 2006).

Para algumas livrarias de pequeno e médio porte restavam duas principais soluções com a entrada no mercado de megalivrarias na década de 1990: diversificar suas atividades com vendas afins ou não (como já vinha acontecendo anos atrás); ou o fechamento do estabelecimento.

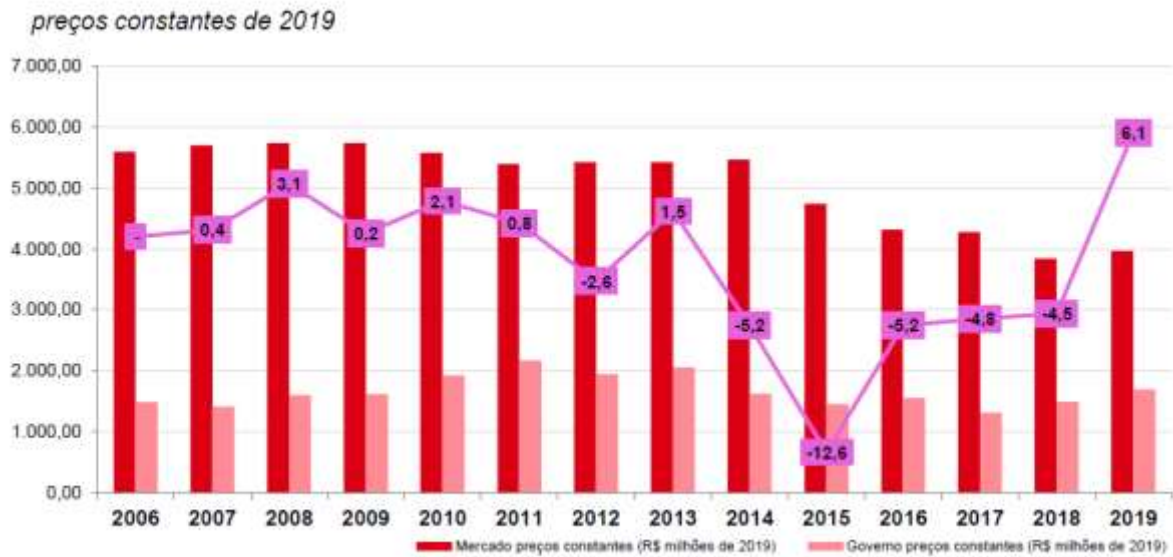
O fim do século XX e início do XXI foi um período de profundas mudanças no mercado de livros - não só no Brasil -, afetando ainda mais livrarias e editoras brasileiras de pequeno e médio porte. A *internet* começou a se fazer mais presente no cotidiano do indivíduo, trazendo oportunidades e desafios para o mercado de livros. A junção de novas tecnologias e a *internet*, que atua também como distribuidor, fez com que houvesse demanda de livros digitais, também chamados *e-books*, entre outros. Se, por um lado, a tecnologia pode levar a ferir os direitos autorais por digitalização/réplica e “distribuição” da obra e afetar drasticamente livrarias de médio e pequeno porte, por outro pode facilitar a venda de livros - impressos ou virtuais - pela forma *online*, dando maior comodidade àqueles que não possuem acesso a livrarias ou no caso em que essas não possuem determinada obra. O mercado de livros começou a ficar mais dinâmico e competitivo por conta da *internet*, podendo ser vista como fonte contínua de ameaça pela indústria editorial, o que leva a criação de estratégias com a mudança do ambiente em que se encontram, tornando uma busca incansável na reinvenção (Rodrigues et al, 2014).

É possível verificar que toda essa tecnologia possibilitou o aumento das obras publicadas e da quantidade de exemplares na primeira década do século XXI, bem como a queda no preço do livro. Tais alterações no cenário trouxeram benefícios ao leitor através da diminuição de obstáculos econômicos, quantidade de bens e expansão da bibliodiversidade, sendo a maioria dos livros publicados de autores brasileiros. Com a queda do preço, o mercado de livros apresentou um aumento de apenas 2,13% no faturamento, apesar do crescimento no setor (Reimão, 2011).

Entretanto, pesquisas mais recentes indicam que em 2019, o Brasil registrou aumento no faturamento real de 6,1% em relação ao ano anterior, de acordo com a Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro ano-base 2019 realizada pela Nielsen Book, com coordenação da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), sendo ouvidas 167 editoras brasileiras (Snel, 2020a).

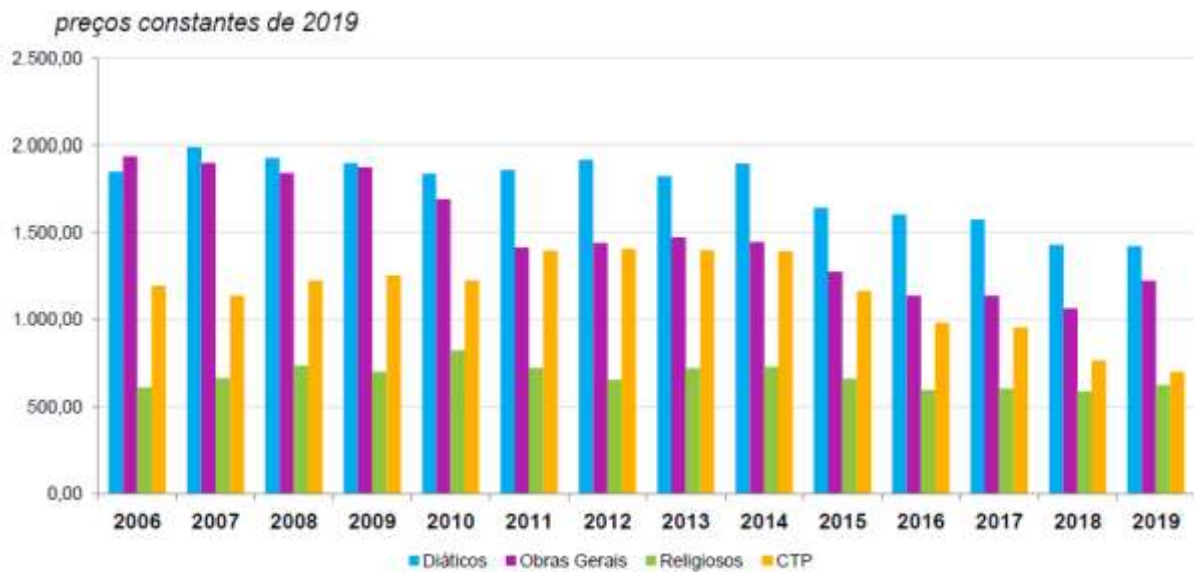
Apesar do crescimento no faturamento no mercado editorial em 2019, a análise da pesquisa que estudou a série histórica de 14 anos (2006-2019), revelou um decréscimo de 20% no faturamento total no período registrado, tendo queda a partir da crise de 2015, não conseguindo a recuperação até o momento (Snel, 2020b).

Gráfico 1. Evolução do Faturamento Real - Mercado + Governo



Fonte: Snel (2020c)

Gráfico 2. Evolução do Faturamento Real - Vendas ao Mercado



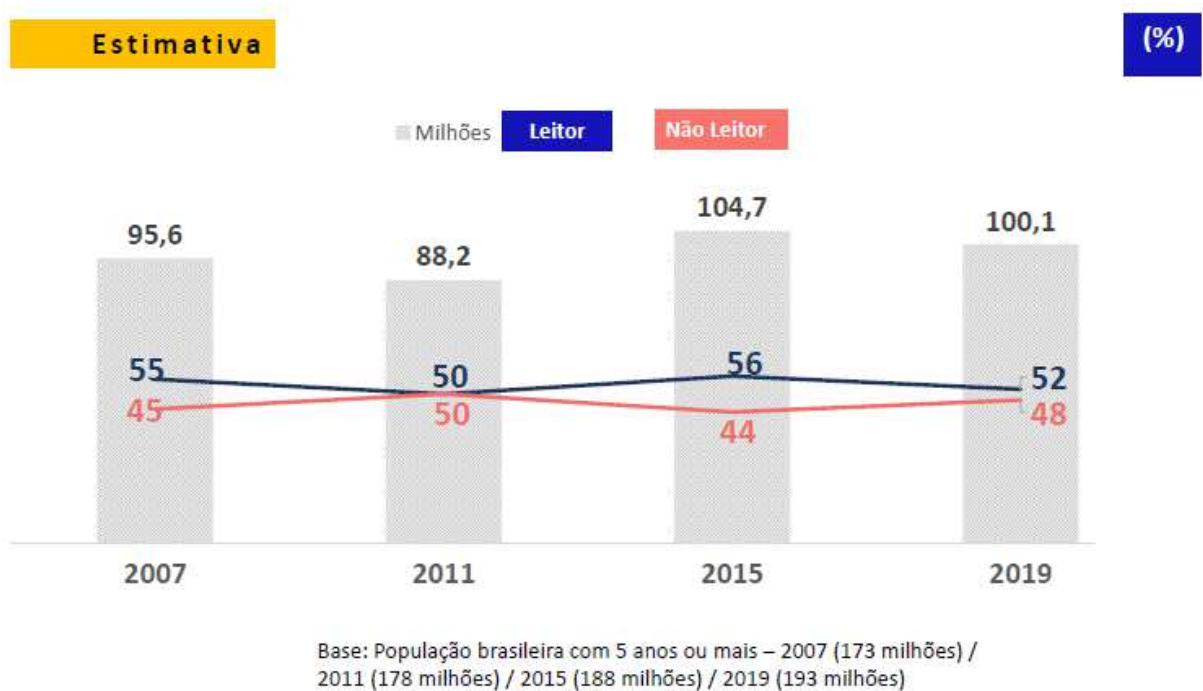
Fonte: Snel (2020c)

Também é possível ver uma queda no que se refere a leitura, sendo constatada a diminuição de cerca de 4,6 milhões de leitores entre 2015-2019 na 5ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil realizada pelo Instituto Pró-livro por meio do Ibope Inteligência, em parceria com o Itaú Cultural entre outubro de 2019 e janeiro de 2020. A pesquisa de abrangência nacional entrevistou pessoas a partir de 5 (cinco) anos, alfabetizadas ou não, com

a pretensão de conhecer o comportamento do leitor e não leitor⁸ dentro das condições de leitura e acesso ao livro, seja digital ou impresso. Apesar da considerável diminuição de leitores, houve aumento na média de livros lidos - de 2,54 em 2015 para 2,60 em 2019 - e de leitores - de 4,54 em 2015 para 5,04 em 2019, tendo justificativa de não ter lido mais por ausência de tempo disponível - 47% dos leitores - e que gostariam de ter lido mais - 82% dos leitores (Failla, 2020).

Desse modo, é possível verificar que há uma concentração de conhecimento para menos indivíduos, ou seja, há uma menor quantidade de leitores que leem mais livros, sendo que parte considerável desses leitores possuem maior renda e também grau de escolaridade, mostrando um desequilíbrio na demanda em relação ao acesso ao bem livro, apesar do crescimento de sua oferta.

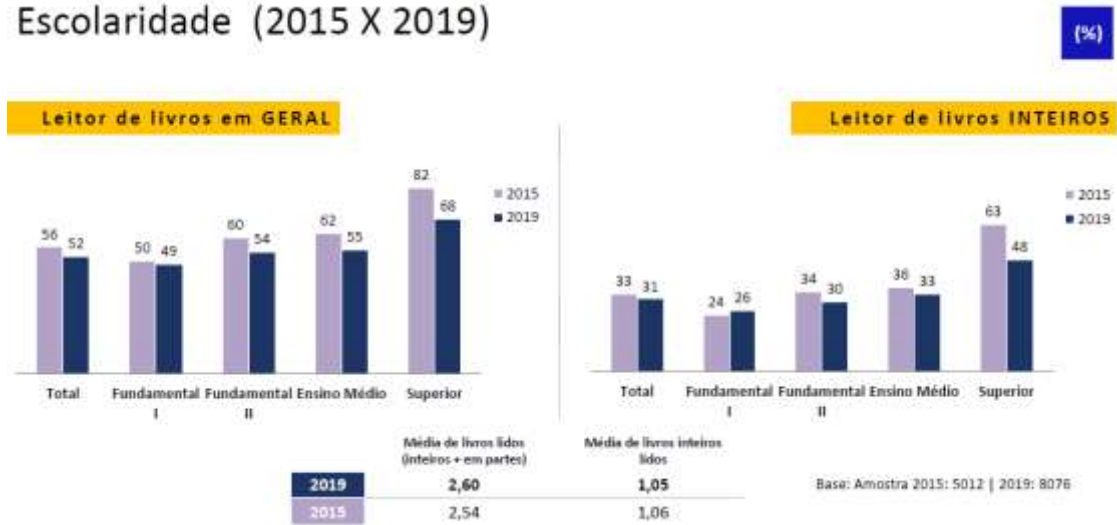
Gráfico 3. Percentual e Estimativa populacional



Fonte: Failla (2020).

⁸ O leitor é aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses e o não leitor é aquele que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses, conforme definição estabelecida na pesquisa, seguindo critérios internacionais. (Failla, 2020, p. 19)

Gráfico 4. Penetração de livros em geral e inteiros nos últimos 3 meses
Escolaridade (2015 X 2019)



Fonte: Failla (2020).

Gráfico 5. Razão para não ter lido mais



Fonte: Failla (2020).

Essas informações da mais recente situação do mercado de livros e dos hábitos dos leitores ressaltam o que as editoras e livrarias vêm passando nos últimos anos. Com os avanços tecnológicos, tanto em relação ao livro tornando-o digital, quanto ao desvio da disposição do indivíduo de ler para assistir a algum programa ou acessar a *internet*, algumas livrarias e editoras podem sofrer abalos econômico-financeiros que mudam o rumo de suas decisões e existência, onde são levadas a ingressar com processo de falência, podendo também passar por aquisições e fusões.

Eventuais processos de aquisições e fusões fazem parte de um dos segmentos da teoria que baseia este estudo. A fim de explicar o comportamento das firmas e o funcionamento dos mercados, a Organização Industrial faz uso do paradigma estrutura-conduta-performance (desempenho). Nesta linha, pode-se citar alguns trabalhos como é o caso por exemplo de Hymer e Pashigian (1962), Esposito e Esposito (1974), Braga (1982), Vasconcelos (2001), Clerides (2002), Padilha (2010), Carrenho (2015), Tremblay e Tremblay (2012) e Waldfogel e Reimers (2015), colaborando teórica e empiricamente na literatura estrangeira e nacional acerca do tema nos diversos tipos de indústrias.

De forma sucinta, pode-se considerar que a estrutura tem características relacionadas à organização das firmas, de modo que possui influência estratégica no que diz respeito a natureza da competição e os preços de determinado mercado (Bain, 1968 *apud* Lopes, 2016).

Por sua vez, a conduta diz respeito aos padrões de comportamento assumidos pelas firmas para que se ajustem ao mercado, como gastos com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e propaganda, ou outros tipos de conduta essenciais para competitividade que visam alcançar melhores níveis de desempenho (Leite, 1998 *apud* Lopes, 2016).

Já a performance visa avaliar a eficiência das firmas, como lucro e eficiência produtiva, entre outros, e aspectos de interesse social, como salários e emprego, entre outros (Scherer e Ross, 1990 *apud* Lopes, 2016). Ela possui relação direta com estrutura e conduta, tendo em vista que há constante influência nas medidas e resultados do trio pertencente ao paradigma.

Tendo isso em mente, o próximo item abordará um pouco mais sobre a estrutura do paradigma por meio da concentração de mercado.

2.3 A concentração das parcelas de mercado

Em termos de análise de concentração de mercado, geralmente, tem-se que quanto maior a concentração, menor deverá ser a concorrência entre as partes no mercado, o que pode levar a uma maior desigualdade. O padrão concorrencial é estabelecido pelas firmas conforme decisão de preço e quantidade, dadas as características de mercado e produto, ocasião em que as maiores partes do mercado podem vir a pertencer a firmas que são mais competitivas, por conseguir produzir com baixo custo (Padilha, 2010).

Algumas medidas de índices de concentração mais conhecidas e utilizadas na economia industrial podem pertencer a grupos distintos, que mensuram específicos interesses. Os índices de Lorenz e Gini estão voltados para medição da proporção industrial controlada por um grupo de firmas; os índices conhecidos como Índices Parciais ou Razões de Concentração (RC),

enfatizam a desigualdade existente entre os grandes grupos e os demais, consistindo sua medição em índices ditos parciais; já os Índices-resumo, têm por avaliar a concentração de mercado, levando em consideração a distribuição por tamanho das empresas que fazem parte da indústria, sendo, portanto, necessário um conhecimento de todas as empresas participantes (Kon, 1999 *apud* Padilha, 2010) (Hannah e Kay, 1977; Braga e Mascolo, 1982; George, Joll e Lynk, 1992; Tremblay e Tremblay, 2012; Kupfer e Hasenclever, 2013; Waldman e Jensen, 2016).

Dos grupos que foram apresentados, alguns índices merecem destaque na organização industrial, como Razões de Concentração, Índice de Hirschman-Herfindahl (HHI) e Índice de Entropia de Theil (ET).

Nas Razões de Concentração (RC), por meio de uma razão de concentração de ordem k , conta-se a parcela de mercado das k maiores empresas do setor industrial ($k = 1, 2, 3, \dots, n$), de maneira que:

$$RC_k = \sum_{i=1}^k s_i \quad (1)$$

em que s_i é a parcela do mercado da empresa i . O poder de mercado irá variar positivamente com o valor do índice, levando em consideração as k maiores empresas, geralmente as 4 ou 8 maiores, com os cálculos dos CR4 e CR8. Tal índice é passível de críticas, sendo duas as principais: a desconsideração das $n - k$ firmas menores e, por conseguinte, as fusões e as aquisições entre elas que não alterem sua posição (abaixo da k -ésima firma); e a não consideração de participações relativas das firmas menores em relação às maiores, de maneira que transferências de mercado no grupo não são captadas (Padilha, 2010).

O Índice de Hirschman-Herfindahl (HHI) tem seus limites entre $1/n$ e 1, em que n é o total de firmas no setor. A expressão que o define é dada por:

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2 \quad (2)$$

O fato de cada parcela s_i estar elevada ao quadrado requer que as maiores firmas possuam peso maior, ocasião em que menor competição na indústria será possível com maiores valores para o HHI. Tal índice é bastante utilizado em estudos econômicos por seus cálculos satisfazerem as condições desejáveis, que serão mencionadas mais a frente, todavia, podem ser afetados a depender da variável, como a tecnologia (Padilha, 2010).

Já o Índice de Entropia de Theil (ET) analisa informação de operação de fusão ou aquisição num dado ponto ou segmento relacionado ao mercado como um todo. Uma determinada empresa é considerada i , a probabilidade de fusão ou aquisição ter sido desta firma é s_i , e o conteúdo informacional da referida operação é $-s_i \ln s_i$ (Oliveira, 1997 *apud* Padilha,

2010). Enquanto nos índices RC e HHI valores altos correspondem a menor competição, no índice de Theil quanto maior o índice, menor a concentração, possuindo limites entre 0 (concentração máxima) e $\log n$ (não concentrado). A expressão que o define é dada por (Padilha, 2010):

$$ET = -\sum_{i=1}^n -s_i \ln s_i \quad (3)$$

Os atos de concentração nos Estado Unidos utilizados como meio de regulação são medidos pelo HHI, com os seguintes critérios: não há ameaça à competição, se $0 \leq \text{HHI} < 1000$; há ameaça à competição se $1000 \leq \text{HHI} \leq 1800$; há ameaça à competição se $\text{HHI} > 1800$ ⁹ (Padilha, 2010).

Tal controle, conhecido também como poder de mercado, é medido pela variável concentração, uma das partes fundamentais de análise presente no paradigma estrutura-conduta-performance.

De modo a apresentar resultados consistentes, Hannah e Kay (1977) elencaram ao menos cinco propriedades desejáveis dos indicadores de concentração (que vêm sendo utilizadas a partir de então), os quais permitem discriminar de forma sistemática muitas das medidas alternativas de concentração, a fim de evitar que sejam realizadas medidas de concentração equivocadas, observando assim: a aplicação do princípio de transferência de venda, em que uma grande firma passa a conquistar os clientes de uma firma menor; a redução da concentração a partir da entrada de uma firma; o aumento da concentração advindo dos movimentos de fusão; a participação no mercado de uma firma pode não contribuir significativamente na medição da concentração, com tendência a ser nula; possuir curvas de concentração superiores, sugerindo ser indústrias mais concentradas (Hannah e Kay, 1977).

Todavia, apesar da atuação dessas propriedades, alguns indicadores podem não conseguir fornecer informações de dominância a depender da ocasião, como: em situações de entrada de fácil acesso, ou seja, caso haja facilidade de entrar num mercado (menos barreiras à entrada), não haverá poder por parte de alguma firma; por possuir custos reduzidos ou produto de qualidade superior, fatias de mercado poderão pertencer a determinadas empresas; o fato de substitutos próximos não serem considerados nos índices de concentração, bem como os impactos advindos do consumo destes no mercado (Padilha, 2010).

Alguns dos atos de concentração se dão por meio de fusões e aquisições, que são processos pelos quais as firmas passam levando há mudanças na estrutura da indústria onde

⁹ No primeiro caso de competição: e se a elevação do índice for maior ou igual a 100, tendo como comparação a informação obtida antes da fusão. No segundo caso de competição: e se a elevação, tendo-se em conta o valor inicial, for igual ou superior a 50 (Padilha, 2010, p. 38).

verifica-se etapas de crescimento das firmas e elevação de concentração de mercado (Padilha, 2010) (Hannah e Kay, 1977; George, Joll e Lynk, 1992; Tremblay e Tremblay, 2012; Waldman e Jensen, 2016).

Na aquisição, uma parcela ou a totalidade dos ativos de uma (ou mais) determinada (s) firma (s) são vendidos a outra firma, situação em que cada firma continua com a sua personalidade jurídica. Já na fusão, a compra dos ativos de uma firma por outra configura a constituição de apenas uma personalidade jurídica. Assim, as mudanças nas estruturas e patrimônios nas firmas se fazem presentes nos atos de fusão e aquisição. Há que se observar que os atos de concentração serão assim considerados tão somente quando for constatada a alteração na estrutura do mercado (Scherer e Ross, 1990 *apud* Padilha, 2010).

Há três tipos de fusões: fusão horizontal, com combinação entre firmas correspondentes a um mesmo seguimento de mercado; fusão vertical, combinando firmas pertencentes a seguimentos distintos no mercado, mas que pertencem a uma cadeia produtiva, podendo também configurar firmas que produzem bens complementares; e fusão por conglomerado, referente as firmas que produzem produtos não relacionados, não sendo substitutos nem complementares, ou seja, não se enquadram nas fusões horizontal nem vertical (Shy, 1996; Tremblay e Tremblay, 2012).

Vários são os motivos para que as fusões aconteçam, sendo que um deles é financeiro, significando investimento para maximizar lucro e, conseqüentemente, expandir o tamanho da firma. Assim, a fusão é lucrativa quando o resultado do todo excede a soma das partes, seja em relação aos custos - que ficam mais baixos - ou à receita - a fusão leva a maior poder de mercado (Tremblay e Tremblay, 2012).

Se houver aumento de preço pela firma que resultou da fusão, *ceteris paribus*, o lucro aumentará, bem como o valor de mercado da empresa. Dessa forma, tal ato de concentração possibilita o aumento do poder de mercado da firma, sendo possível em decorrência da redução de concorrentes, quando se trata de fusão horizontal, e com aumento das barreiras de entrada, quando a fusão é vertical (Tremblay e Tremblay, 2012).

Os movimentos de fusões e aquisições possuem, *a priori*¹⁰, efeitos positivos refletidos em melhorias de nível de eficiência¹¹ (alocativa, produtiva, dinâmica e transacional) (Padilha, 2010). As decisões de preços e quantidades nos mercados que geram resultado ótimo estão

¹⁰ Isso porque o *trade off* é o aumento de poder de mercado, podendo as firmas exercer tal poder dentro da liberdade de mercado e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) monitorar conforme estabelecido nas decisões dos processos de Atos de Concentração.

¹¹ Mais informações, consultar a obra (Padilha, 2010).

presentes especificamente na eficiência alocativa. Todavia, as fusões tornam-se indesejáveis quando aumentam o poder de mercado da firma, isso porque não é socialmente aceito, fazendo com que aumente a ineficiência alocativa. Assim, em uma fusão horizontal¹², onde há redução dos concorrentes e de custo de produção, há que se levar em conta a importância do efeito de bem-estar gerado em decorrência de competição menos rigorosa socialmente indesejável e custos mais baixos socialmente desejáveis (Tremblay e Tremblay, 2012).

Por outro lado, também pode-se constatar a existência de efeitos nocivos das fusões devido à redução de concorrentes no mercado, podendo as envolvidas agir através de práticas anticoncorrenciais, entre outros meios. Com um mercado mais concorrencial, as firmas procuram aumentar a variedade de produtos, bem como diminuir o preço e aumentar a qualidade. Por esse tipo de prática de aumento de poder de mercado ser considerado não aceito socialmente, há a verificação das práticas de conduta das firmas. O Estado e a sociedade são figuras de interesse quando há atos anticoncorrenciais, sendo necessária a intervenção e regulamentação nos mercados, de modo a proporcionar maior eficiência (Padilha, 2010).

2.3.1 O caso do mercado de livros no Brasil

Observando a contração do mercado de livros no Brasil, que possui pouco mais de duzentos anos, pode-se dizer que ele ainda sofre em termos de expansão do mercado (seja por possuir pequena parcela de bibliotecas públicas ativas espalhadas em seu território, seja por baixa frequência de leitura dos brasileiros (comparada a outros países), inclusive em razão do analfabetismo funcional). Esses fatos contribuem para que a produção e reprodução de livros permaneça de certa forma contida e, principalmente, nas mãos das maiores empresas existentes no mercado, empresas essas que passam a possuir um considerável controle no mesmo. Conforme dados extraídos da Abigraf¹³, em 2007 havia cerca de 3.000 empresas na área de edição, 15 mil na impressão e serviços e 1.500 livrarias (Abigraf, 2009 *apud* Padilha, 2010). Estudos mais recentes demonstram que em 2019 existiam cerca de 19.142 mil gráficas no Brasil, empregando 181.193 trabalhadores, sendo grande parcela (97%) das gráficas de micro ou pequeno porte (Araújo, 2020)¹⁴.

Em seu trabalho sobre mercado de livros, Padilha (2010) buscou analisar os processos de fusão, aquisição e concentração no segmento produtor de livros no Brasil, destacando as

¹² Para mais detalhes, consultar a obra (Tremblay e Tremblay, 2012) e o Guia-H (BRASIL, 2016).

¹³ Associação Brasileira da Indústria Gráfica.

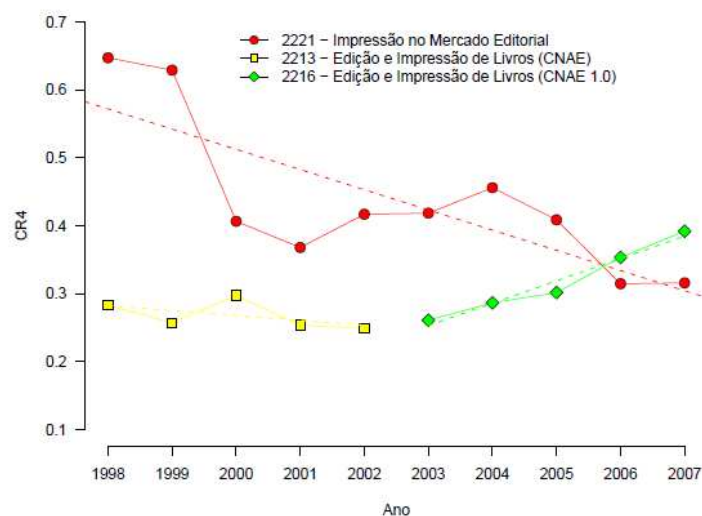
¹⁴ Não foi possível a confirmação dos dados relativos às empresas na área de edição nem livrarias.

principais transformações econômico-produtivas nos segmentos de edição, impressão e serviços gráficos e comércio varejista no período de 2000 a 2007. Para tanto, utilizou métodos de abordagem do paradigma estrutura-conduta-performance, com maior ênfase na análise da concentração na indústria produtora de livros como variável importante para identificação da estrutura de mercado, não deixando de lado outras ferramentas do modelo que auxiliaram nos resultados.

Tendo em vista que sua principal metodologia baseia na concentração, importante dizer que a mesma utilizou os índices de concentração para analisar variáveis econômicas relevantes tais como emprego, renda, saldo comercial e endividamento, bem como o papel das políticas públicas e empecilhos a um maior desenvolvimento, como baixo número de bibliotecas, leitores, livrarias, além do fato de existir o analfabetismo funcional. A tecnologia é uma importante ferramenta que pode estar diretamente relacionada a tais comportamentos, podendo impactar de forma positiva ou negativa alguns dos ramos do mercado de livro.

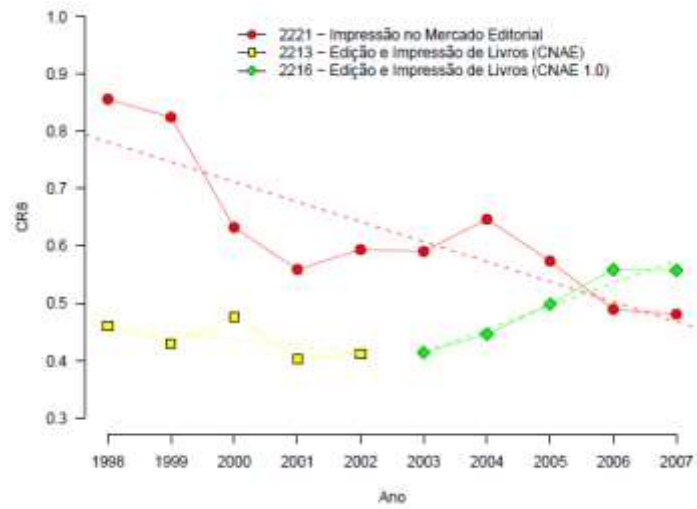
Como resultado das medidas de concentração e das participações por faixa de ocupação nos ramos de interesse elaborados por Padilha (2010), foi possível verificar, nas Figuras 16 a 19, por meio dos índices estudados, que: na edição de livros, houve tendência a elevação de concentração, não se fazendo absoluta por ter convivência entre grandes e pequenas firmas; na impressão, houve desconcentração quando observadas as faixas de menor ocupação; e no comércio varejista, houve movimento de desconcentração, resguardando o fato de que as maiores firmas detêm grandes participações.

Figura 16. Índice de concentração CR4



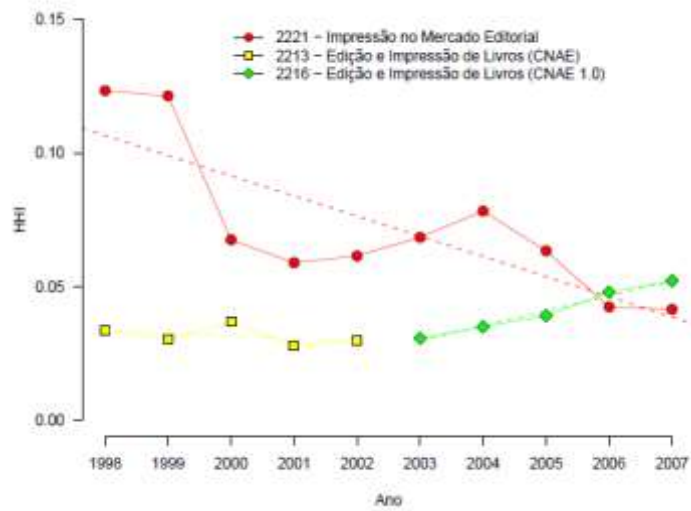
Fonte: Padilha (2010, p. 83)

Figura 17. Índice de concentração CR8



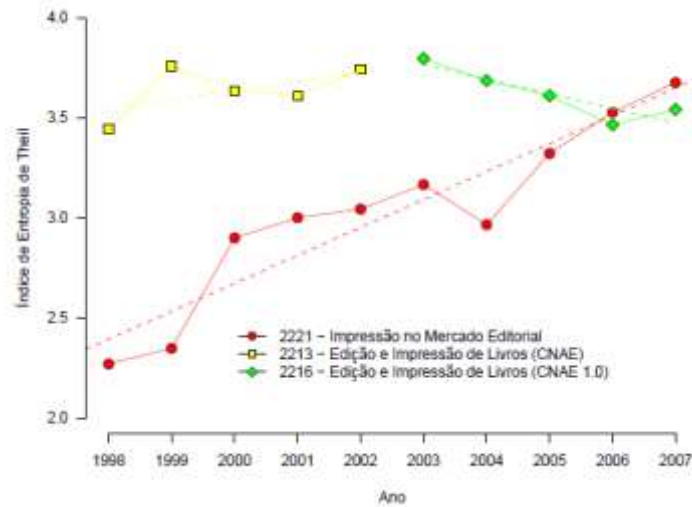
Fonte: Padilha (2010, p. 83)

Figura 18. Índice de Hirschman-Herfindahl (HHI)



Fonte: Padilha (2010, p. 84)

Figura 19. Índice de Entropia de Theil



Fonte: Padilha (2010, p. 85)

Já no que refere ao estudo das operações de fusões e aquisições, Padilha (2010) observou movimentações de horizontalização, envolvendo firmas que operam num mesmo segmento de mercado; movimentos de verticalização, relacionando firmas que atuam em elos diferentes de uma mesma cadeia produtiva; compra e venda de participações acionárias em setores e mercados distintos, sem relação de complementaridade ou dependência; crescimento da participação estrangeira nos segmentos da cadeia produtiva do livro.

3. A CONDUTA DAS EMPRESAS NO MERCADO DE LIVROS

O comportamento do mercado traz as ações estratégicas do setor, as quais dão possibilidade de as firmas aumentarem sua parcela no mercado. Esta seção apresenta algumas ações estratégicas usadas também no mercado de livros.

3.1 Estratégias de preço

No entendimento da estratégia de preço, é importante que se saiba que, no mercado sob análise, a mesma possui ligação com a diferenciação do produto (no caso dos livros impressos, é possível diferenciar livros de capa dura e de capa brochura, para exemplificar de forma simples) e o comportamento do consumidor (preferências em relação aos livros).

A diferenciação do produto, por sua vez, tem forte relação com o custo de produção. Assim sendo, é possível notar que o custo de produção de livros de capa dura é maior em relação à produção de livros de capa brochura, que, por sua vez, é maior em relação à produção de livros digitais (*e-books*)¹⁵. De modo sucinto, a produção de livros impressos tem os custos fixos altos e os custos variáveis baixos, distribuídos principalmente entre três etapas, quais sejam composição, impressão e encadernação. O custo da composição é fixo. A impressão possui custo fixo em relação às chapas (onde fica o conteúdo que vai ser impresso) e custo variável em relação ao papel e à impressora (qualidade do papel e impressora e tempo para produzir). Já a encadernação tem o custo quase que inteiramente variável, isto porque, além de variar na quantidade, varia no tipo de encadernamento - capa dura ou brochura (Clerides, 2002)¹⁶.

Além disso, a diferenciação do produto pode se dar também em termos de subdivisões literárias, sendo as principais: Obras Gerais, Religiosos, Didáticos e Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP) (Padilha, 2010).

Como o comportamento do consumidor está alinhado à sua disposição a pagar por determinadas características cobiçadas ou aceitáveis por parte do mesmo em relação a disponibilidade do produto lançado, é possível buscar uma visualização de estratégias de preço com a intenção de cobrir os prováveis comportamentos do consumidor em relação à diferenciação do produto (que viria a ser o lançamento ou não de um livro em capa dura e em capa brochura). A preferência do consumidor será observada a partir do lançamento do livro

¹⁵ Apesar dos *e-books* não serem o foco do trabalho, necessário se faz mencionar a título de exemplo. Para mais detalhes em relação aos custos de *e-books*, consultar Waldfogel e Reimers (2015).

¹⁶ Para demais detalhes, consultar a obra.

pela firma (editora). Assim, a firma poderá lançar o bem livro: apenas em capa dura; apenas em capa brochura; simultaneamente em capa dura e capa brochura; primeiro em capa dura e posteriormente em capa brochura; primeiro em capa brochura e posteriormente em capa dura. A partir dessas opções, a firma irá decidir como irá lançar o bem livro, para assim estipular o preço, com o uso da teoria dos jogos por meio da árvore de decisão (Clerides, 2002)¹⁷.

Clericles (2002) apresentou evidência econométrica sugerindo a existência de dois tipos de rigidez em relação aos preços dos livros. Há a rigidez intertemporal na qual, independentemente de como a demanda se move, os preços são raramente alterados no decorrer do tempo. E a rigidez entre os livros, que diz respeito ao controle das características físicas observáveis, como tamanho e qualidade de encadernação.

No que tange a rigidez intertemporal, não há aumento de preço do bem livro com alto desempenho (os *best-sellers*), nem diminuição de preço do bem livro com baixo desempenho. A prática de aumentar ou diminuir o preço do produto pode influenciar diretamente o consumidor. A introdução do bem no mercado pode ser marcante tanto para alta quanto para baixa saída, fato que incentiva o vendedor a alterar o preço do produto para os períodos subsequentes. Caso haja alta saída do bem no período introdutório, a intuição é o aumento do preço; caso a saída seja baixa, o intuito é baixar o preço. Dito isso, quando há o aumento do preço, o consumidor pode deixar de adquirir um bem por estar além de suas condições; ou deixar para adquirir o bem no período introdutório para assim o fazer em período posterior, quando houver diminuição do preço. Essa prática não é comum no mercado de livros por se tratar de um bem durável, por isso da rigidez intertemporal, sendo a precificação estipulada conforme o tamanho do mercado, não estando o preço além ou aquém do custo marginal, levando em consideração sua demanda.

Já no que se refere a rigidez entre os livros, os preços tendem a seguir um padrão relacionado aos custos de produção do bem, levando em consideração as características observáveis do mesmo. Assim sendo, o tamanho do livro e a qualidade de sua encadernação podem vir a servir de critério de decisão para o consumidor frente sua disposição a pagar pelo produto.

Dadas essas diferenças, é possível perceber variações em relação aos formatos e custos, conforme as preferências dos consumidores e suas demandas por algum dos tipos existentes. Levando isso em consideração, o próximo item falará a respeito da inovação no setor.

¹⁷ Para demais detalhes, consultar a obra.

3.2 Inovação

Em se tratando do livro, é possível dizer que a tecnologia se mantém presente ao longo de sua existência. O livro é livro desde sua criação e não há um substituto em relação ao seu conceito, sendo responsável por realizar o registro de fatos importantes e da cultura de cada região do mundo.

A evolução do livro viabilizou a realização de processos que aprimoram seu formato, seja interna ou externamente, atingindo as mais diversas formas. Em uma rápida passagem na linha do tempo do livro, é possível observar a troca de materiais e tipos de escritas, de materiais mais rudimentares a mais refinados, de escritas à mão a impressões mais simples (Gutenberg). Atualmente, com o uso massivo de computadores e aplicativos, o bem livro tem a capacidade de ficar mais chamativo por meio dessas ferramentas, em que as firmas podem editá-lo graficamente conforme as preferências dos consumidores (Smaniotto, Ribeiro, Silveira; 2011). Além disso, em decorrência da evolução tecnológica atual e com o apoio da *internet* e de *softwares*, o livro (bem de uso) ganha forma eletrônica, sendo necessário um aparelho para sua leitura (bem de acesso) (Gaudin e White, 2014).

Com essas inovações, o mercado de livros é afetado de diversas formas. Como já mencionado neste trabalho, o mercado de livro digital vem crescendo nos últimos anos no Brasil, todavia, cerca de 94% do mercado de livros representa a preferência por livros impressos. Os livros digitais vêm ganhando espaço aos poucos, isso porque enfrenta barreiras tecnológicas, de investimento e baixa de demanda, uma vez que para se fazer a leitura dos livros digitais é necessário adquirir um aparelho a parte, que geralmente não possui preço acessível para maioria dos consumidores.

As inovações tecnológicas geram métodos capazes de proporcionar a produção de um bem com maior qualidade e menor custo, como o livro digital que possui menor custo de produção comparado ao livro impresso (capa dura ou brochura), como já mencionado.

Além das inovações tecnológicas atingirem o bem livro, há também a criação de plataformas que possibilitam a movimentação de vendas *online* de livros (digitais ou impressos), que podem ser novos ou usados.

A apresentação do produto ao consumidor tem grande influência na decisão do mesmo. Por esse motivo, algumas firmas fazem uso dos avanços tecnológicos para aumentar a publicidade de seus bens através das mídias disponíveis ou redes sociais, que vem ganhando espaço nos períodos mais recentes.

4. A PERFORMANCE DAS EMPRESAS NO MERCADO DE LIVROS

A performance do mercado traz os desempenhos advindos do setor, também em decorrência das estruturas das firmas e das ações estratégicas pertencentes às seções anteriores, sendo eles representações das respostas das firmas - conforme suas ações -, e do mercado consumidor. Esta seção apresenta algumas performances encontradas no mercado de livros.

4.1 Produção e Vendas

As pesquisas de “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”, “Painel do Varejo de Livros no Brasil” e demais pesquisas coordenadas pelo SNEL e CBL, realizadas pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas e também pela Nielsen Book, possibilitaram observar o desempenho do mercado editorial.

Os resultados das pesquisas são obtidos a partir de estimativas elaboradas por meio de dados amostrais retratando o desempenho do setor editorial e seus subsetores. E as análises realizadas demonstram a performance real, tendo em vista que os dados apresentados foram trazidos a cada ano correspondente de cada pesquisa pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), calculado pelo IBGE.

A Tabela 1 a seguir mostra a sistematização do desempenho de produção e vendas no período de 2011 a 2018, realizado pela FIPE:

Tabela 1. Série histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2006-2018)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mercado preços corrente (R\$ milhões)	2.740,66	2.824,85	3.118,72	3.251,94	3.348,16	3.448,25	3.660,66	3.805,80	4.188,86	4.003,18	3.872,51	3.951,08	3.606,93
Mercado preços constantes (R\$ milhões de 2018)	5.361,49	5.461,58	5.495,82	5.495,60	5.343,94	5.180,79	5.194,73	5.194,10	5.238,66	4.544,77	4.136,25	4.009,24	3.685,93
Taxa de crescimento real	-1,92	1,87	0,62	0,00	-2,78	-3,27	0,49	-0,01	0,06	-13,25	-8,99	-0,89	-10,06
Exemplares mercado (milhões)	193,25	208,15	228,85	238,86	258,70	263,88	268,56	279,64	277,39	254,70	226,82	222,33	202,68
Preço médio corrente	14,22	13,88	14,11	13,61	12,94	12,15	13,86	13,89	15,03	15,72	17,09	17,77	18,19
Preço médio constante (R\$ 2018)	27,74	26,11	24,87	23,01	20,68	18,28	19,34	18,57	18,89	17,84	16,25	16,44	16,19
Participação vendas ao mercado	79%	80%	78%	78%	74%	71%	74%	72%	77%	77%	73%	76%	72%
Governo preços corrente (R\$ milhões)	731,71	726,64	869,36	916,54	1.157,75	1.380,19	1.315,95	1.474,42	1.230,85	1.225,21	1.397,46	1.215,06	1.432,52
Governo preços constantes (R\$ milhões de 2018)	1.427,25	1.357,23	1.532,92	1.549,34	1.647,86	2.000,43	1.883,35	1.971,24	1.558,52	1.394,38	1.482,64	1.261,58	1.432,52
Exemplares Governo (milhões)	125,31	128,94	121,72	148,28	179,24	185,48	166,36	200,31	158,38	134,58	156,79	132,60	149,34
Preço médio corrente	5,84	5,64	7,14	6,18	6,48	7,48	7,91	7,36	7,83	9,13	8,91	9,17	9,59
Preço médio constante (R\$ 2018)	11,38	10,53	12,59	10,45	10,31	11,22	11,20	9,84	9,83	10,36	9,52	9,51	9,59
Participação vendas ao governo	21%	20%	22%	22%	26%	29%	26%	28%	23%	23%	27%	24%	28%
Total (R\$ milhões de 2018)	6.788,74	6.818,81	7.028,53	7.044,83	7.191,90	7.249,73	7.058,08	7.165,34	6.795,38	5.938,15	5.628,89	5.268,62	5.119,45

Fonte: Fipec (2019).

Os dados apresentados na Tabela 1 demonstram que houve uma redução de quase 25% do faturamento no setor, apesar da elevada taxa de crescimento real. Durante o período em análise, houve altos e baixos no mercado editorial, também em relação ao crescimento real, merecendo destaque os períodos 2007-2018, 2008-2018, 2012-2018 e 2014-2018 de baixa, sendo esse penúltimo o período em que teve maior redução girando em torno de 2.153,06%; já em relação à alta no setor, foi possível constatar um aumento de 100.500,00% no período 2013-2018.

O governo possui em torno de 20% a 30% de participação no mercado no período de 2006-2018, que, apesar de parecer baixa, auxilia no equilíbrio do mercado de livros de modo a evitar um recuo ainda maior no setor, como pode ser visto nos dados apresentados no que se refere às vendas ao mercado.

Em relação à quantidade de exemplares¹⁸, é possível notar um crescimento em torno de 43,54% entre o período 2006-2014, isto é, cerca de 84,14 milhões de livros, e uma redução em torno de 26,93% entre o período 2014-2018, cerca de 74,71 milhões de livros. Comparando em termos de quantidade, quase que se compensa a crescente venda, podendo vir a atingir o mercado de forma negativa. Como visto em termos de faturamento, há uma crescente movimentação no mercado de livros, contudo, os dados apresentam encolhimento no mesmo.

A evolução do setor de mercado de livros parece encontrar-se em busca de um equilíbrio, tendo em vista acréscimos e decréscimos nos períodos em análise. Além disso, em pesquisa mais recente, é evidenciado o contínuo recuo do mercado, tendo encolhido 30% em 15 anos (período de 2006-2020) (Snel, 2021c). Ressalta-se que o mercado teve grande impacto no ano de 2020 devido aos efeitos da pandemia do coronavírus, havendo fechamento temporário de livrarias físicas e também com a redução de compras do governo para os programas.

Importante apresentar aqui que os subsetores Didáticos e CTP foram os mais atingidos nesse período, com perdas de cerca de 34% e 47%, respectivamente, em vendas no mercado, isto é, sem contar participação do governo. Caso se observe o governo, seriam perdas de 18% em relação aos livros didáticos, e os CTP permaneceriam o mesmo patamar, tendo em vista que, na pesquisa, o governo não demonstrou realização de compras no subsetor de CTP.

4.2 Painel de varejo

¹⁸ Levando em consideração apenas o mercado.

O painel das vendas no varejo apresentado na Tabela 2 retrata o 9º período acumulado¹⁹ dos anos 2015-2021, contudo, cumpre informar que os dados extraídos possuem variações nos valores observados por ano em termos dos períodos de coletas de dados. Como mencionado na subseção anterior, os resultados são estimativas obtidas por meio de amostras no setor editorial.

Tabela 2. Painel das vendas de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021

Painel das vendas de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021*										
Anos	Volume	Variação	Valor R\$	Variação	ISBNs	Variação	R\$ Médio	Variação	Des. Médio	Variação
2014	3.015.762	-	110.162.886,79	-	107.424	-	36,53	-	23,45%	-
2015	3.040.176	0,81%	112.607.473,27	2,22%	110.062	2,46%	37,04	1,40%	20,70%	-2,75 p.p.
2015	3.164.448	-	117.179.014,06	-	110.062	-	37,03	-	21,22%	-
2016	2.901.475	-8,31%	113.554.145,98	-3,09%	111.862	1,64%	39,14	5,70%	21,48%	-0,26 p.p.
2016	2.901.475	-	113.554.145,98	-	111.862	-	39,14	-	21,48%	-
2017	3.331.185	14,81%	125.734.447,32	10,73%	135.209	20,87%	37,74	-3,58%	27,54%	6,06 p.p.
2017	3.421.616	-	130.533.413,34	-	135.209	-	38,15	-	26,75%	-
2018	3.546.497	3,65%	137.542.821,45	5,37%	143.868	6,40%	38,78	1,65%	26,38%	-0,38 p.p.
2018	3.546.497	-	137.542.821,45	-	143.868	-	38,78	-	38,78%	-
2019	3.192.489	-9,98%	131.360.975	-4,49%	135.958	-5,50%	41,15	6,11%	41,15%	-4,35 p.p.
2019	3.192.489	-	131.360.975,33	-	135.958	-	41,15	-	22,03%	-
2020	4.010.644	25,63%	154.048.263,87	17,27%	155.344	14,26%	38,41	-6,66%	30,22%	8,19 p.p.
2020	4.010.664	-	154.048.263,87	-	155.344	-	38,41	-	30,22%	-
2021	4.361.824	8,76%	175.053.201,14	13,64%	165.931	6,82%	40,13	4,48%	25,69%	-4,53 p.p.

Fonte: Elaboração pela autora com base em Snel (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020d, 2021d).

* Existe variação nos valores observados por ano em termos dos períodos de coletas de dados.

Obs.: Devido a indisponibilidade de todos dados, foi escolhido um dos períodos que se repetia nos anos das pesquisas.

Observa-se na Tabela 2 acima que a evolução em relação ao volume de vendas, faturamento e ISBNs²⁰ foi crescente ao longo desses 7 anos apesar de algumas quedas, percebidas principalmente nos anos 2016 e 2019.

Embora o setor apresente um encolhimento no mercado, percebe-se uma movimentação de engajamento para que referido crescimento altere o cenário do mercado de livros no Brasil nos próximos anos.

¹⁹ Representam as vendas ocorridas até o período apurado.

²⁰ “É um padrão numérico criado com o objetivo de fornecer uma espécie de "RG" para publicações monográficas, como livros, artigos e apostilas” (Cbl, s/d).

A Tabela 3 a seguir mostra um crescimento das vendas em faturamento e volume entre os anos de 2015 e 2021, sendo que a pesquisa é realizada ano a ano e representa uma comparação do mesmo período acumulado nos anos em análise.

Tabela 3. Painel de faturamento e volume de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021

Painel de faturamento e volume de livros no Brasil referente comparativo do 9º período total de 2015 a 2021*				
Anos	Valor R\$	Variação	Volume	Variação
2014	985.099.566,92	-	26.260.302	-
2015	1.040.499.028,90	5,62%	27.820.881	5,94%
2015	1.112.274.766,16	-	29.595.209	-
2016	1.060.693.944,75	-4,64%	25.600.873	-13,50%
2016	1.101.130.936,61	-	26.680.512	-
2017	1.174.409.872,43	6,65%	28.349.323	6,25%
2017	1.231.136.151,75	-	29.448.642	-
2018	1.346.026.785,24	9,33%	31.127.229	5,70%
2018	1.346.026.785,24	-	31.127.229	-
2019	1.202.725.832	-10,65%	27.598.635	-11,34%
2019	1.202.725.831,61	-	27.598.635	-
2020	1.124.773.574,16	-6,48%	26.022.468	-5,71%
2020	1.124.773.574,16	-	26.022.468	-
2021	1.516.218.450,93	34,80%	36.144.870	38,90%

Fonte: Elaboração pela autora com base em Snel (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020d, 2021d).

Obs.: Devido a indisponibilidade de todos dados, foi escolhido um dos períodos que se repetia nos anos das pesquisas.

Obs.: Em nota, a Nielsen justifica o crescimento no setor: “A alta variação é devido a dois momentos distintos do mercado. Em 2021, um setor livreiro resiliente e mais consolidado. E em 2020, um mercado atingido pelas medidas de restrição adotadas durante a pandemia”.

Os resultados de faturamento e volume de 2015 iniciam positivos, girando em torno de 6% de crescimento em relação ao ano anterior. Já para 2016 percebe-se um impacto com queda em relação ao faturamento e uma queda acentuada em relação ao volume, chegando esta última a 13,5% devido aos reflexos da crise econômica.

Nos anos seguintes houve crescimento, restabelecendo um crescimento nas vendas, contudo, os anos de 2019 e 2020 tiveram queda substancial no faturamento de 10,65% e 6,48%, respectivamente, e 11,34% e 5,71%, respectivamente, no volume. Novamente, necessário levar em consideração a pandemia do coronavírus, principalmente em relação ao ano de 2020, em que várias livrarias fecharam temporariamente e também tiveram que se adaptar ao cenário que atingia a todos.

Por assim dizer, em decorrência das medidas de restrição/segurança no ano de 2020 e parte do setor livreiro consolidado e inovador é que deve a alta variação entre os anos de 2020 e

e 2021, em que houve elevado crescimento tanto no faturamento quanto no volume, chegando a 34,8% e 38,9%, respectivamente. Parte desses crescimentos se ocorreram devido à inovação e tecnologia de algumas firmas que visaram a venda pela *internet*, sendo essas firmas exclusivamente virtuais.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou estudar o mercado de livros na visão da Organização Industrial de modo que pudessem ser analisadas as principais transformações no setor, dados os avanços tecnológicos ao longo dos anos, sem esquecer da relevância do livro nos processos de desenvolvimento econômico e formação de capital humano.

A importância do tema se firma ao tratar do bem livro na era digital, frente a tantas tecnologias, e se estabelecendo nas diversas formas e tipos de fonte ao consumidor, sendo um bem existente há muito tempo e permanente no mercado de modo que não seja obsoleto, o que leva a inúmeras possibilidades dentro de um leque que abrange as subdivisões Didático, Religioso, CTP e Obras Gerais, além de proporcionar o desenvolvimento do ser humano.

Dadas essas subdivisões e a forma a qual como o mercado de livros impressos se movimenta frente a diversos obstáculos, como a rivalidade de demais bens modernos - *e-books*, computadores, *streamings*, *internet*, entre outros -, pode-se dizer que se caracteriza como concorrência monopolística.

A evolução do mercado de livros se mostrou crescente acompanhando as tecnologias nos diversos ramos, desde sua consolidação no Brasil até o momento, inovando na era digital por meio de *e-books* e lojas e vendas virtuais, principalmente nesses últimos anos.

A dinâmica dentro do mercado de livros em relação aos setores de segmentos se mostra de grande importância para que o mesmo consiga se sobressair, além de fatores externos que influenciam a tomada de decisão do consumidor, estando o mercado de livros sensível a fatores internos e externos.

O mercado sofre efeitos em relação a atos de concentração no setor, se concentrando mais ou havendo maior desconcentração, sendo que ambos os casos são passíveis de efeitos positivos ou negativos, necessitando de decisões que possibilitem a concorrência e o bem-estar do consumidor em relação as ofertas das firmas.

Estratégias de preço, diferenciação de produto e inovação são algumas das condutas que as firmas possuem que auxilia na elevação do mercado, tendo também a qualidade do bem um dos diferenciais para uma maior movimentação no mercado.

O mercado de livros buscou se estabelecer na era digital, enfrentando alguns obstáculos principalmente nas últimas décadas. Todavia, apesar do encolhimento geral do mercado de livros nas últimas duas décadas, devido também as tecnologias advindas da inserção dos computadores e grande influência da *internet*, este vem apresentando crescimento em termos de produção e vendas, como apresentado ao longo do trabalho.

Devido a poucos estudos que tratam acerca do mercado de livro, bem como o fato de haver poucos dados disponíveis e a não certeza da atualização correta de dados, a sugestão é que em futuros trabalhos, sejam aprofundados alguns assuntos relacionados ao mercado de livro no que se refere à conduta do mercado, quais sejam: estratégias crescimento, estratégias de propaganda e publicidade, investimento e pesquisa e desenvolvimento; fazendo-se também necessária uma pesquisa mais rebuscada no que se refere à regulação de políticas governamentais para o setor.

REFERÊNCIAS

AULNAS, Patrick. Jean-Honoré Fragonard, Berthe Morisot et la lecture. **Rivage de Bohème**. s/d, a. Disponível em: <https://www.rivagedeboheme.fr/pages/arts/oeuvres/jean-honore-fragonard-berthe-morisot-et-la-lecture.html>. Acesso em: 03 jul. 2020.

AULNAS, Patrick. Jean-Honoré Fragonard, Berthe Morisot et la lecture. **Rivage de Bohème**. s/d, b. Disponível em: <https://www.rivagedeboheme.fr/pages/arts/oeuvres/jean-honore-fragonard-berthe-morisot-et-la-lecture.html>. Acesso em: 03 jul. 2020.

ARAÚJO, Marcos Leite de. Os desafios contemporâneos da indústria gráfica: um estudo bibliográfico. *Anais Educon 2020, São Cristóvão/SE*, v. 14, n. 18, p. 5-13, set. 2020. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/13706/15/6>. Acesso em: 08 fev. 2022.

ARTABUS. Andre Martins de Barros Le libraire. **Artabus**. s/d. Disponível em: <https://www.artabus.com/french/martins/erug4>. Acesso em: 6 ago. 2020.

BRAGA, Helson C.; MASCOLO, João L. Mensuração da concentração industrial no Brasil. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, v. 12, n. 2, 1982.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Guia para Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2016.

CARENHO, Carlo. Brazil: Has the Country of the Future Become the Country of the Present for Book Publishing?. **Publishing Research Quarterly**. 2015. Disponível em: DOI 10.1007/s12109-015-9398-3. Acesso em: 08 nov. 2019.

CBL. O que é o ISBN?. **CBL**. s/d. Disponível em: <https://www.cbldados.org.br/isbn/o-que-e-isbn/>. Acesso em 13 fev. 2020

CELESTE, Jennifer da Silva Gramiani; DEFILIPPO, Juliana Gervason. Estantes líquidas: o influenciador digital como agente de leitura na civilização do consumo, do espetáculo e do entretenimento. **Revista e-escrita: Revista do Curso de Letras da UNIABEU**, v. 10, n. 2, p. 151-167, 2019.

CHR. Hjorth-Andersen. A Model of the Danish Book Market. *Journal of Cultural Economics*, Springer; **The Association for Cultural Economics International**, vol. 24(1), pages 27-43, February, 2000. Disponível em: RePEc:kap:jculte:v:24:y:2000:i:1:p:27-43. Acesso em: 25 nov. 2019.

CLERIDES, Sofronis K. Book value: intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books, **International Journal of Industrial Organization**, Elsevier, vol. 20(10), pages 1385-1408, December, 2002. Disponível em: RePEc:eee:indorg:v:20:y:2002:i:10:p:1385-1408. Acesso em: 07 nov. 2019.

COSTA, Ricardo. A Review of the Brazilian Book Market. **Publishing Research Quarterly** (2011) 27: 72. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12109-011-9197-4>. Acesso em: 08 nov. 2019.

COUTO, Marina Vargas. **A indústria editorial brasileira trajetória, problemas e panorama atual**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas 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%BAstri%20editorial%20brasileira.pdf>. Acesso em: 17 set. 2020.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**. Tradução Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

ETSY. The Book Worm (Der Bücherwurm) by Carl Spitzweg ~ circa 1850 ~ Giclee Print - Biedermeier Art - Librarian art. **Etsy**. s/d. Disponível em: <https://www.etsy.com/nl/listing/207938943/the-book-worm-der-bucherwurm-by-carl>. Acesso em: 11 jan. 2021.

ESSINGER, Silvio. No Brasil, livro digital experimentou crescimento de 115% em três anos. **O Globo**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/no-brasil-livro-digital-experimentou-crescimento-de-115-em-tres-anos-24603585>. Acesso em: 25 ago. 2020.

FAILLA, Zoara (org.). **Apresentação Retratos da leitura no Brasil 5**. Instituto Pró-Livro, 2020. Disponível em: https://prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/09/5a_edicao_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_IPL-compactado.pdf. Acesso em: 25 set. 2020.

FERREIRA, Cyro. Por que o Sínodo de Dort aconteceu? **Medium**. 2019. Disponível em: <https://medium.com/@c3ferreira/por-que-o-s%C3%ADnodo-de-dort-aconteceu-816774453884>. Acesso em: 04 jul. 2020.

FERREIRA, Higor Luiz; OLIVEIRA E SILVA, Yara Fonseca. O MERCADO DE LIVROS DIGITAIS NA ERA DA INFORMAÇÃO: PERSPECTIVAS EDITORIAIS. **HOLOS**, [S.l.], v. 2, p. 225-242, jun. 2018. ISSN 1807-1600. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/6832>. Acesso em: 30 jun. 2020. doi: <https://doi.org/10.15628/holos.2018.6832>.

FERREIRA, Maria Thaizza Rafaelly da Silva. **A evolução do livro: do papiro ao iPad**. 2010. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Departamento de Biblioteconomia, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010. Disponível em: https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/1/92/1/EvolucaoDoLivro_Ferreira_2010.pdf. Acesso em: 08 nov. 2019.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). **Desempenho real do mercado livreiro 2006-2018**. São Paulo, 2019. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2019/05/histo%CC%81rico_pesquisa_prec%CC%A7o_2018_final.pdf. Acesso em: 02 fev. 2022.

GEORGE, Kenneth Desmond; JOLL, Caroline; LYNK, Edward L. **Industrial organisation: competition, growth, and structural change**. Psychology Press, 1992.

GAUDIN, Germain; WHITE, Alexander. On the antitrust economics of the electronic books industry. Available at SSRN 2352495, 2014.

HANNAH, Leslie; KAY, John Anderson. **Concentration in modern industry: Theory, measurement and the UK experience**. Springer, 1977.

INVALUABLE. Lot 175: Carl Holsøe Danmark 1863-1935. Interiør med. **Invaluable**. 2008. Disponível em: <https://www.invaluable.com/auction-lot/carl-holsoee-danmark-1863-1935-interioer-med-175-c-j6p9l0lelr#>. Acesso em: 02 fev. 2021.

KARACA, Ahmet Serdar. Dünyanın En İlginç Tasarımlı Kütüphaneleri. **Fotografium Blog**. 2013. Disponível em: <https://blog.fotografium.com/dunyanin-en-ilginc-tasarimli-kutuphaneleri/>. Acesso em: 28 ago. 2020.

KLIX FREITAS, Neli; HAAG RODRIGUES, Melissa. O livro didático ao longo do tempo: a forma do conteúdo. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 3, n. 5, p. 300-307, ago. 2019. ISSN 1808-3129. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/15378>. Acesso em: 16 jun. 2020. doi:<https://doi.org/10.5965/1808312903052008300>.

KOWALCZYK, Ola. A street in Toronto covered with 10,000 books (pictures). **Ebook Friendly**. 2016. Disponível em: <https://ebookfriendly.com/street-toronto-10-thousand-books-pictures/>. Acesso em: 6 ago. 2020.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Elsevier, 2013.

LOPES, Herton Castiglioni. O modelo estrutura-conduta-desempenho e a teoria evolucionária neoschumpeteriana: uma proposta de integração teórica. **Rev. Econ. Contemp., Rio de Janeiro**, v. 20, n. 2, p. 336-358, maio-ago/2016.

MALINI, Fábio. A economia dos Likes e do RTS dos usuários-fãs de literatura brasileira nas redes sociais: Leminski, Clarice, Machado e Caio F. Abreu. **Conexões Itaú Cultural**. 2013. Disponível em: <https://conexoesitaucultural.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Literatura-Brasileira-na-Internet.pdf>. Acesso em: 02 set. 2020.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. 3 ed. São Paulo: Ática, 2002.

MESSYNESSY. Seriously Though, How Did the Most Beautiful Library in America Get Demolished? **Messynessy**. 2014. Disponível em: <https://www.messynessychic.com/2014/06/17/seriously-though-how-did-the-most-beautiful-library-in-america-get-demolished/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MUNAÉ. Le Père de famille lisant la Bible à ses enfants. **Musée National de l'Éducation**. s/d. Disponível em: <https://www.reseau-canope.fr/musee/collections/fr/museum/mne/le-pere-de-famille-lisant-la-bible-a-ses-enfants/032a2824-5d6d-4e29-b924-a5f65495413a>. Acesso em: 03 jul. 2020.

NOORATA, Pinar. Suspended Books Magically Fill Swiss Tunnel. **My Modern Met**. 2012, a. Disponível em: <https://mymodernmet.com/jan-reymond-rosace-book-sculpture-installations/>. Acesso em: 6 ago. 2020.

NOORATA, Pinar. 5,000 Books Pour Out of a Building in Spain. **My Modern Met**. 2012, b. Disponível em: <https://mymodernmet.com/alicia-martin-biografias/>. Acesso em: 6 ago. 2020.

PADILHA, Maria Fernanda Freire Gatto. **Indústria de livros no Brasil: evolução e concentração no período de 2000 a 2007**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3970>. Acesso em: 30 out. 2019.

QUEIROZ, Rita de. A informação escrita: do manuscrito ao texto virtual. In: **ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**, 6., 2005, Salvador. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/escritacoletiva/pdf/a_info_escrita.pdf. Acesso em: 05 out. 2019.

RAMOS, Gerson. Evolution of the Brazilian Publishing Market. **Publishing Research Quarterly** 29 (2013): 164-174. Disponível em: Pub Res Q (2013) 29:164–174 ou DOI 10.1007/s12109-013-9311-x. Acesso em: 08 nov. 2019.

REIMÃO, S. Tendências do mercado de livros no Brasil – um panorama e os best-sellers de ficção nacional (2000-2009). **MATRIZES**, v. 5, n. 1, p. 194-210, 15 dez. 2011.

RODRIGUES, Marco Aurélio de Souza et al. From print to screen: changes and challenges facing the Brazilian publishing industry. **Rev. Adm. (São Paulo)**, São Paulo, v. 49, n. 3, p. 491-505, Sept. 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-21072014000300005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 2 set. 2020. <https://doi.org/10.5700/rausp1163>.

SMANIOTTO, Mariah; RIBEIRO, Vinicius; SILVEIRA, Sidnei. Evolução tecnológica de produto: o caso do livro. **Design e Tecnologia**, v. 2, n. 03, p. 33-37, 31 dez. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.23972/det2011iss03pp33-37>. Acesso em: 05 out. 2019.

SNEL, 2015. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2015 x 2014**. SNEL. Setembro, 2015. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/3-paineldasvendasdelivrosnobrasil7.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2016. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2016 x 2015**. SNEL. Outubro, 2016. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/4-SNEL-09-2016-9T.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2017. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2017 x 2016**. SNEL. Outubro, 2017. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/10-SNEL-09-2017-09T-1.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2018. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2018 x 2017**. SNEL. Outubro, 2018. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/10/SNEL-09-2018-09T.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2019. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2019 x 2018.** SNEL. Setembro, 2019. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2019/09/SNEL_09_2019_-_09T_2019.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2020a. **Setor editorial encontra novas formas de comercializar livros e fatura 10,7% a mais em 2019.** SNEL. 2020. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/RELEASE_Pesquisa_ano-base_2019_V10_CBLeSNEL.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.

SNEL, 2020b. **Setor editorial brasileiro encolheu 20% entre 2006 e 2019.** SNEL. 2020. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/07/Serie_Hist%C3%B3rica___14_anos_Pesquisa_Producao_e_Vendas___Vr_0807_.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.

SNEL, 2020c. **Desempenho real do mercado editorial.** SNEL. 2020. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/07/SERIE_HISTORICA_PCR2019_Final.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2020d. **Resultados: 2020 x 2019.** SNEL. Setembro, 2020. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/09/SNEL_09_2020_-_09T_2020.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2021a. **Painel do varejo de livros no Brasil. Resultados: 2020 x 2019.** SNEL. 2021. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/01/SNEL_13-2020_-_13T_2020.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2021b. **Conteúdo digital do setor editorial brasileiro.** SNEL. 2021. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/07/APRESENTACAO_-_Pesquisa_Conteudo_Digital_ano-base_2020.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2021c. **Desempenho real do mercado editorial.** SNEL. 2021. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/06/SERIE_HISTORICA_PCR2020_Final.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2021d. **Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados: 2021 x 2020.** SNEL. Setembro, 2021. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/10/SNEL-09-2021-09T-2021.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SNEL, 2022. **Painel do varejo de livros no Brasil. Resultados: 2021 x 2020.** SNEL. 2022. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2022/01/SNEL_13_2021_-_13T_2021.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

SHY, Oz. **Industrial organization: theory and applications.** MIT press, 1996.

TREMBLAY, Victor J.; TREMBLAY, Carol Horton. **New perspectives on industrial organization: With contributions from behavioral economics and game theory.** Springer Science & Business Media, 2012.

WALDFOGEL, Joel; REIMERS, Imke. Storming the gatekeepers: Digital disintermediation in the market for books, **Information Economics and Policy**, Elsevier, vol. 31(C), 2015, pages 47-58. Disponível em: DOI: 10.1016/j.infoecopol.2015.02.001. Acesso em: 07 nov. 2019.

WALDMAN, Don E.; JENSEN, Elizabeth J. **Industrial organization: theory and practice**. Routledge, 2016.

YANG, Lillian. 20 Gorgeous Bookshelves Every Book Lover Should Have. **Dealsplus+**. 2016. Disponível em: https://www.dealsplus.com/blog/20-gorgeous-bookshelves-every-book-lover-should-have/?__cf_chl_captcha_tk__=3b0039294388a0b1c6ed30ab1fc0e48cc79270b8-1610392769-0-AQ6wi-jBL_IUCPPONYB3zAA2OfUxUHNAW_SnujXTjBxtnGh8UI1b9J9_1ISX2CrgyMgfA2gNIkzNfn4L5SzfFr-Wp1ZL_0t9BhHOAVJ1C07NPRm3vTCXfKRPTW_Tdi0vuZmp6vkmjjk2tfuS34CO2OCPJCboZSsESp1dyrORjlJci_sBZ_oO_85_fmBJ8eq9qLZZJpSdcQ_LS4YeVTZg10tkTKnk6S3X95c1KrlNO-n0ChN-VMDue14IoTwrbyhdgFYslGTnP22zlcAssVavI6nFPPxr-b9ljzoS2ZOB5LcTnVV_EbdnFfrYfn7CDvTP2O1q3vAtgatDknzaiAlt0IWE-ee38TF-fP7y-hMsb7IXMK_cL65HS2VNgS8v9daJRTUs0b39stHTQFABwnt2VXKhFpLnnhp7YPszev9UKICDv2_IYw3sB2wz8gR51P5LA8VObUj2cSY1Z6bVUIPIp7HzUu4XYwX37dI74NZRKBblzQefHy62qP1ocgnqefPPiH5-WJYR6dVjU_PsYMWupR8r8uMYE7mXffNRE9Pcq6EIOt9qxUSIXVyxI5D5FPllfOp6sdxWXH_vKheSAx_MG3zrM66uocmoocmdsQvajN1. Acesso em: 11 jan. 2021.

ZHANG, Michael. Man-Made Objects Spotted in Nature. **PetaPixel**. 2011. Disponível em: <https://petapixel.com/2011/12/08/man-made-objects-spotted-in-nature/> ou <http://www.runeguneriussen.no/wallno02#4> Acesso em: 6 ago. 2020.