

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO**

THIAGO GENTIL BASTIDAS

**O Mercado Editorial no Brasil e na China: quadro comparativo no período de
2002-2022**

SÃO PAULO

2024

THIAGO GENTIL BASTIDAS

**O Mercado Editorial no Brasil e na China: quadro comparativo no período de
2002-2022**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo e Editoração da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Editoração.

Orientação: Profa. Dra. Marisa Midori Deaecto

São Paulo

2024

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Bastidas, Thiago Gentil

O Mercado Editorial no Brasil e na China: Quadro comparativo no período de 2002-2022 / Thiago Gentil Bastidas; orientadora, Marisa Midori Deaecto. - São Paulo, 2024.
42 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Jornalismo e Editoração / Escola de
Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia

1. Editoração. 2. Indústria Editorial. 3. Mercado do Livro no Brasil. 4. Mercado do Livro na China. 5. Políticas de Leitura. I. Midori Deaecto, Marisa. II. Título.

CDD 21.ed. -

070.5

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Thiago Gentil Bastidas

Título: O Mercado Editorial no Brasil e na China: quadro comparativo no período de 2002-2022

Data de aprovação: 18 / 07 / 2024

Banca Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Marisa Midori Deaecto

Instituição: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)

Membro Titular: Prof. Dr. Jean Pierre Chauvin

Instituição: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)

Membro Titular: Dr. Hugo Quinta

Instituição: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, especialmente aos meus pais e à minha irmã, por todo o apoio e amor que recebi desde os meus primeiros momentos, mesmo dos quais não sou capaz de recordar, até os mais recentes, pelos quais tenho muito apreço, e os futuros, que me causam um bom anseio.

Aos meus avós, pelas inúmeras lições que recebi sobre a vida, direta ou indiretamente, tanto pelo meu avô Pedro, a quem sou muito grato por me aproximar cada vez mais, quanto pelos avós Lidia, José e Amélia, que já partiram daqui, mas nunca de meu coração.

Aos queridos amigos, pelo compromisso com a bobagem, as risadas e os papos furados, mas, mais ainda, pela compreensão, o respeito e a estima que compartilhamos ao longo do tempo nessas amizades tão duradouras.

Aos professores que tive ao longo de todos esses anos, por abrirem meus olhos tantas vezes e por me ensinarem a aprender com os outros e com o mundo.

À minha orientadora, tanto pela ajuda desde a formulação e estruturação deste trabalho até a sua entrega, quanto pela confiança depositada em mim ao longo das diversas fases dessa longa graduação: desde as aulas do primeiro ano, passando pelo laboratório na metade do curso, até o trabalho de conclusão.

Agradeço também ao leitor, seja quem for, pelo tempo dedicado ao que escrevi, e por resistir a tantos pronomes possessivos em primeira pessoa numa só página.

RESUMO

Neste trabalho, são analisados os mercados editoriais de dois países membros do BRICS que, no período de 2002-2022, passaram por processos muito significativos para definir suas situações no presente e no futuro. Com esse propósito, são utilizados dados de vendas, faturamento, preços, e outras informações sobre o setor livreiro do Brasil e da China. Também é feito um levantamento das políticas públicas chinesas para a leitura e seus resultados, estabelecendo uma comparação com a atuação do Estado brasileiro diante das dificuldades enfrentadas no país, em especial os baixos índices de leitura e a aparente desvalorização do livro como um todo. Além da situação dos mercados em resultados quantitativos, avalia-se também a própria postura perante ao livro de cada Estado, o que reflete diretamente na habilidade de monitoramento e diálogo com as empresas, consumidores e trabalhadores do setor. Juntamente com a avaliação do período, é feito um exercício de projeção para os próximos anos, analisando as tendências positivas e negativas para o mercado editorial nos dois países.

Palavras-chave: editoração; indústria editorial; mercado do livro no Brasil; mercado do livro na China; políticas de leitura

ABSTRACT

In this project, the publishing markets of two BRICS member countries are analyzed, which, in the period of 2002-2022, have been through very significant processes to define their situations in the present and future. For this purpose, data from sales, revenue, prices, and other information about the book sector in Brazil and China are used. Research on Chinese reading policies and their effects is also conducted, establishing a comparison with the actions of the Brazilian state in light of the difficulties faced in the country, especially the low reading rates and the apparent devaluation of books as a whole. In addition to the quantitative results of the markets, the stance of each state towards books is also evaluated, which directly reflects their ability to monitor and dialogue with companies, consumers, and workers in the sector. Along with the evaluation of the period, a projection exercise for the coming years is carried out, analyzing the positive and negative trends for the publishing market in both countries.

Keywords: publishing; publishing industry; book market in Brazil; book market in China; reading policies

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 9 |
| CAPÍTULO 1 - O PANORAMA DO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO..... | 11 |
| 1.1 Como definir a situação do livro no Brasil?..... | 11 |
| 1.2 As estatísticas do livro no Brasil (2002-2022)..... | 12 |
| CAPÍTULO 2 - O CRESCIMENTO DO MERCADO CHINÊS..... | 21 |
| 2.1 Os planos quinquenais e políticas do livro..... | 22 |
| 2.2 As estatísticas do livro na China (2002-2022)..... | 23 |
| CAPÍTULO 3 - UMA COMPARAÇÃO ENTRE OS DOIS MERCADOS..... | 30 |
| CONCLUSÃO..... | 37 |
| REFERÊNCIAS..... | 39 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Faturamento nas vendas de livros ao mercado no Brasil em 2002-2009 antes e depois do Censo do Livro..... | 13 |
| Tabela 2 - Faturamento na venda de livros no Brasil em 2002-2022 com mudanças após o Censo do Livro..... | 14 |
| Tabela 3 - Exemplares de livros vendidos no Brasil em 2002-2022..... | 15 |
| Tabela 4 - Preço médio do livro no mercado brasileiro, salário mínimo e livros vendidos per capita..... | 18 |
| Tabela 5 - Evolução do faturamento do mercado editorial chinês - Varejo..... | 24 |
| Tabela 6 - Venda de exemplares e novos títulos do mercado chinês..... | 25 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 - Variação: Preço médio do livro no mercado brasileiro, salário mínimo e livros vendidos per capita..... | 17 |
| Gráfico 2 - Variação: Preço médio do livro no mercado chinês, renda mediana e livros vendidos per capita..... | 27 |
| Gráfico 3 - Distribuição de editoras associadas ao SNEL em 11/2023..... | 35 |

LISTA DE MAPAS

| | |
|---|----|
| Mapa 1 - Livros publicados na China em 2006 por província..... | 32 |
| Mapa 2 - Livros publicados na China em 2012 por província..... | 32 |
| Mapa 3 - Livros publicados na China em 2019 por província..... | 33 |
| Mapa 4 - Livros impressos na China em 2006 por região..... | 33 |
| Mapa 5 - Livros impressos na China em 2012 por região..... | 34 |
| Mapa 6 - Livros impressos na China em 2019 por região..... | 34 |

INTRODUÇÃO

Entre os anos de 2002 e 2022, o mercado editorial brasileiro chegou a passar por um momento de certo otimismo, pois havia um crescimento anual contínuo nas vendas de livros, ainda que tímido por vezes, e tinha-se uma perspectiva de que haveria mais atenção para as políticas educacionais e culturais relacionadas ao livro. Porém, pouco tempo depois, essa curta corrida de otimismo perdeu fôlego, e o mercado se deparou com frequentes quedas significativas em faturamento, acompanhadas de uma grande instabilidade política e cultural no país. Então, o período que tinha uma projeção inicialmente positiva, transformou-se numa época de angústia para o setor, e demonstrou uma tendência negativa para o futuro.

Essa tendência pessimista no mercado do livro é tida muitas vezes como um problema intransponível num país com pouco hábito de leitura, ou até mesmo como um fenômeno global provocado pela adoção de novas tecnologias em nosso cotidiano, que estariam tomando o tempo outrora gasto, ou “investido” em livros. No entanto, ao analisar países que estavam em uma situação similar à brasileira nos anos recentes, encontra-se uma importante exceção à essa maré negativa do setor: a China.

Os índices de vendas de livros proporcionais à população na China passaram pelo período do fim dos anos 1990 e início dos anos 2000 com resultados similares aos brasileiros. Mas, posteriormente, enquanto o Brasil passava por um processo de estagnação e declínio no setor, o comércio do livro chinês apresentou mudanças percentuais positivas ano após ano, praticamente sem interrupção.

Observando a atual disparidade entre duas regiões que já estiveram em um nível similar, é possível retomar com mais atenção uma das principais questões entre quem atua no meio editorial: “Como o mercado do livro brasileiro pode sair da crise em que está?”. E, com base nessa preocupação, avaliar o setor editorial nacional como um todo, verificando especialmente quais foram as medidas adotadas no Brasil, tanto por empresas privadas quanto pelas diferentes instâncias governamentais.

Por parte das editoras, nota-se um esforço de trazer para o país tendências literárias oriundas principalmente dos Estados Unidos, seja através de traduções, seja por meio de obras nacionais que emulam grandes sucessos estadunidenses, como o caso de boa parte das obras de não ficção mais vendidas. Nas livrarias, também destaca-se a importação, nos anos 2000, do modelo de megalojas que foi muito popular nos EUA durante a década de 1990¹.

¹ Thompson (2013)

Nas instâncias governamentais, principalmente durante as duas décadas anteriores, houve um movimento de criação de políticas de incentivo à leitura voltadas majoritariamente para o público infantojuvenil. Embora uma parte considerável dessas políticas tenham sido reduzidas, paralisadas, ou até mesmo engavetadas antes da aprovação no legislativo.

No entanto, como será apresentado neste trabalho, as ações e decisões do setor privado e público parecem ter sido insuficientes para reter a queda do mercado editorial brasileiro, que hoje, entre reduções e demissões, tenta adotar uma postura de redução de danos, sem demonstrar a mesma perspectiva esperançosa de desenvolvimento para o futuro outrora comum.

E nesse cenário em que aparentemente muitos dos mercados do livro no mundo, incluindo o brasileiro, estão ou em estagnação ou em processo de encolhimento, a exceção chinesa pode trazer uma perspectiva importante para se analisar. Existem motivos importantes que justifiquem como o mercado editorial da China, que se manteve relativamente estagnado dos anos de 1990 até o início da década de 2000, tenha passado por um grande crescimento desde então até os dias atuais.

Logo, este trabalho busca compreender as razões para que o negócio do livro na China passasse por uma expansão única em comparação com outros mercados ao redor do globo, além de quais seriam os pontos de análise importantes para mapear esse crescimento e como seria possível realizar uma comparação com o mercado editorial do Brasil.

CAPÍTULO 1 - O PANORAMA DO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Segundo a mais recente série histórica da “Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”² da Nielsen BookData, com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), o faturamento real das editoras brasileiras foi reduzido em 40% desde 2006 até 2022, já descontada a inflação do período no país. Quanto ao número de exemplares vendidos, em 2022 foram cerca de 188 milhões de livros para o mercado e 126 milhões para o governo, com uma média por habitante de 0,92 livros vendidos pelo mercado e 0,62 livros comprados pelo governo, tendo como base a população de 203,1 milhões do Censo IBGE de 2022³.

Já em 2011, um dos anos recentes com mais vendas de exemplares no varejo, registrou-se um total de 283,9 milhões de unidades vendidas. Utilizando o mesmo cálculo de exemplares divididos pela população, que em 2011 era de aproximadamente 191,7 milhões de habitantes, obtém-se uma média de 1,48 livros vendidos per capita.

Esse dado da queda de 0,56 livros vendidos por habitante entre 2011 e 2022 parece bastante alarmante, pois indica um declínio relevante no hábito de leitura do brasileiro no período. Mas, segundo os dados apresentados pela pesquisa Retratos da Leitura⁴ mais recente, que tem como ano base 2019, em 2011 o brasileiro lia em média 4 livros por ano, e esse número subiu para 5 livros por ano em 2019. Nota-se, então, uma grande discrepância entre as pesquisas que também causa preocupação.

Se a população está lendo, em média, 5 livros por ano, e 83% desses livros não são acessados por empréstimos de bibliotecas ou distribuição do governo, também segundo a pesquisa Retratos da Leitura, como é possível que a venda de livros anual per capita esteja tão abaixo dessa quantidade, e, além disso, passe por uma queda constante enquanto o brasileiro supostamente lê mais agora?

1.1 Como definir a situação do livro no Brasil?

Para que seja melhor definido um panorama do mercado editorial do Brasil no período recente, portanto, qual seria a postura mais adequada: basear-se nas vendas de livros, ou em quanto o brasileiro diz ler, ou apenas aceitar o frequente discurso de crise permanente no setor editorial do país?

² Nielsen BookData (2023)

³ IBGE (2023)

⁴ Instituto Pró-Livro (2020)

A incerteza sobre qual realmente seria o estado do mercado editorial brasileiro nos últimos anos se intensifica quando é colocada em comparação a situação de outros países com a brasileira, especialmente as nações desenvolvidas como Estados Unidos, Japão e França, visto que, salvo raras exceções, costuma-se individualizar o problema no leitor ou não leitor, e seu gosto ou desgosto pela leitura, desconsiderando tanto os processos históricos que levaram os outros países à sua aparente boa cultura leitora quanto os que trouxeram o Brasil para esse momento.

Para justificar a máxima “o brasileiro lê pouco” utilizam-se diversas respostas comuns, normalmente centradas na falta de interesse generalizada, seja ela causada por motivos políticos, culturais ou econômicos. Politicamente, não haveria investimento suficiente no livro pelo Estado; culturalmente, esse seria um povo agitado e com níveis educacionais baixos; economicamente, o livro teria um preço alto demais para uma população muito pobre.

Numa avaliação superficial, todas as motivações citadas parecem ter um certo grau de razoabilidade, e resumem, também, muito do que pode ser constatado em pesquisas aprofundadas como a Retratos da Leitura no Brasil. No entanto, a repetição da máxima e suas justificativas nas últimas décadas não parece ter motivado, significativamente, alguma mudança positiva, ou ao menos alguma tentativa relevante disso pelo Estado brasileiro ou pelas grandes empresas do setor. Efetivamente, a abordagem comumente adotada no debate público projeta, de certa maneira, uma imagem de dificuldade insuperável na situação do mercado editorial, em especial pela abstração e afastamento das possíveis soluções de longo prazo. Logo, tanto a imaterialidade das respostas ao problema quanto a percepção de distância da solução acabam, conseqüentemente, eximindo de responsabilidade os inertes agentes que seriam capazes de realizar mudanças no momento, e sobrevalorizando pequenos atos como se representassem o caminho ideal para o setor.

Portanto, definir qual seria a realidade do mercado do livro no Brasil em termos objetivos, ou mesmo subjetivos, torna-se uma tarefa complexa. No campo objetivo temos dados conflitantes e, a depender da especificidade, até inexistentes, enquanto subjetivamente o debate demonstra sinais de desorientação movida por um certo pessimismo determinista.

1.2 As estatísticas do livro no Brasil (2002-2022)

A pesquisa começou em 1990, como uma resposta a uma demanda do CERLALC (Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e Caribe, órgão ligado à UNESCO) sobre a produção de livros no Brasil. [...]

Ela mostra a dimensão do mercado editorial brasileiro e ajuda a pautar políticas públicas para nosso setor. (PEREIRA, 2015)⁵

Apresentada anualmente desde a década de 1990, a Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro é a principal fonte de informações concretas sobre a performance do mercado em questões de faturamento, exemplares produzidos e vendidos, preço médio, gêneros de livros mais populares, entre outras categorias que foram adotadas e descontinuadas com o passar dos anos.

No entanto, nos anos definidos como escopo deste trabalho, de 2002 até 2022, notou-se um obstáculo para a unificação das estatísticas no período: nos resultados da pesquisa do SNEL com ano base anteriores ao de 2010, havia uma significativa defasagem na amostra dos dados utilizados, o que resultou na constatação de que o mercado era maior do que se imaginava. Por exemplo, se a pesquisa relativa a 2009 indicou um faturamento em vendas para o mercado de R\$ 2,54 bilhões (em valores correntes de 2009), na pesquisa seguinte corrigiu-se que, na verdade, o faturamento do mercado havia sido de R\$ 3,25 bilhões.

Essa correção estatística foi possível graças à realização do Censo do Livro, que entre novembro de 2010 e abril de 2011 buscou aferir os números do setor livreiro até então utilizados, e também foram corrigidos retroativamente os dados até o ano de 2006, que foi usado como ponto inicial para a “Série histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”. Porém, como demonstrado na Tabela 1, os dados dos anos anteriores a 2006 não passaram por correção, criando um salto numérico que poderia distorcer qualquer representação estatística de vendas ao mercado no período.

Tabela 1 - Faturamento nas vendas de livros ao mercado no Brasil em 2002-2009 antes e depois do Censo do Livro (em R\$ Milhões de 2022, correção IPCA 12/2022)

| Ano | Vendas ao mercado antes do Censo do Livro | Vendas ao mercado após o Censo do Livro | Aumento percentual após o Censo do Livro |
|------|---|---|--|
| 2002 | 6.450,9 | 6.450,9 | 0,00% |
| 2003 | 5.569,4 | 5.569,4 | 0,00% |
| 2004 | 5.302,2 | 5.302,2 | 0,00% |
| 2005 | 5.443,2 | 5.443,2 | 0,00% |

⁵ Pereira (2015)

| | | | |
|------|---------|---------|--------|
| 2006 | 5.345,2 | 6.872,4 | 28,57% |
| 2007 | 5.459,4 | 7.000,7 | 28,23% |
| 2008 | 5.468,3 | 7.044,3 | 28,82% |
| 2009 | 5.472,9 | 7.044,3 | 28,71% |

Fonte: Elaboração do autor, com dados da “Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”⁶

Considerado o aumento percentual similar nos anos em que houve correção pelo Censo do Livro, variando entre 28,23% e 28,82%, é possível estabelecer uma média de crescimento de 28,58%, que pode ser aplicada retroativamente para obter um resultado aproximado de como seriam os anos de 2002, 2003, 2004 e 2005 com as mudanças de metodologia da pesquisa.

Na Tabela 2, então, é apresentada a evolução de faturamento total no período de 2002-2022, contando com vendas ao mercado e governo, aplicando a média de crescimento do Censo do Livro nos anos anteriores a 2006. Esses valores aproximados serão os utilizados em comparações e gráficos neste trabalho.

Tabela 2 - Faturamento na venda de livros no Brasil em 2002-2022 com mudanças após o Censo do Livro (em R\$ Milhões de 2022, correção IPCA 12/2022)

| Ano | Vendas ao Mercado | Vendas ao Governo | Total Mercado + Governo | Variação total anual (%) |
|------|-------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|
| 2002 | 8.294,6 | 1.369,0 | 9.663,6 | - |
| 2003 | 7.161,2 | 1.331,1 | 8.492,2 | -12,12% |
| 2004 | 6.817,6 | 1.440,2 | 8.257,8 | -2,76% |
| 2005 | 6.998,9 | 1.139,2 | 8.138,1 | -1,45% |
| 2006 | 6.872,4 | 1.829,5 | 8.701,9 | 6,93% |
| 2007 | 7.000,7 | 1.739,7 | 8.740,4 | 0,44% |
| 2008 | 7.044,3 | 1.964,9 | 9.009,2 | 3,08% |
| 2009 | 7.044,3 | 1.986,0 | 9.030,3 | 0,23% |
| 2010 | 6.825,3 | 2.368,6 | 9.193,9 | 1,81% |
| 2011 | 6.593,5 | 2.653,6 | 9.247,1 | 0,58% |
| 2012 | 6.603,4 | 2.368,7 | 8.972,1 | -2,97% |

⁶ Nielsen BookData (2023)

| | | | | |
|------|---------|---------|---------|---------|
| 2013 | 6.602,6 | 2.505,8 | 9.108,4 | 1,52% |
| 2014 | 6.659,5 | 1.978,6 | 8.638,1 | -5,16% |
| 2015 | 5.777,2 | 1.772,5 | 7.549,7 | -12,60% |
| 2016 | 5.257,9 | 1.897,4 | 7.155,3 | -5,22% |
| 2017 | 5.210,9 | 1.603,7 | 6.814,6 | -4,76% |
| 2018 | 4.686,7 | 1.821,0 | 6.507,7 | -4,50% |
| 2019 | 4.887,7 | 2.087,8 | 6.975,5 | 7,19% |
| 2020 | 4.397,9 | 1.701,6 | 6.099,4 | -12,56% |
| 2021 | 4.211,3 | 2.005,1 | 6.216,5 | 1,92% |
| 2022 | 4.072,7 | 1.432,7 | 5.505,4 | -11,44% |

Fonte: Elaboração do autor, com dados da pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”⁷

Enquanto as vendas ao governo se mantêm relativamente estáveis, salvo algumas exceções de anos com quedas ou ascensões acentuadas, o varejo passa por uma tendência de declínio desde 2010, que se intensificou muito a partir de 2015, quando houve uma redução de quase um bilhão de reais em vendas de um ano para o outro, em valores atualizados para 2022.

Apesar do cenário negativo de faturamento do setor, a variação nos números de exemplares vendidos ao mercado e governo apresenta um quadro também preocupante, mas menos extremo, conforme exposto na Tabela 3. O que indicaria um descompasso nos preços com o volume de vendas, afetando consequentemente o lucro e capacidade de investimento para expansão, ou manutenção, das empresas que compõem o mercado.

Tabela 3 - Exemplares de livros vendidos no Brasil em 2002-2022 (em milhões de unidades)

| Ano | Exemplares vendidos: Mercado | Exemplares vendidos: Governo | Total Mercado + Governo | Variação total anual (%) |
|------|------------------------------|------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 2002 | 165,0 | 162,0 | 327,0 | - |
| 2003 | 151,4 | 111,0 | 262,4 | -19,76% |
| 2004 | 160,4 | 135,1 | 295,5 | 12,61% |
| 2005 | 190,7 | 87,8 | 278,5 | -5,75% |
| 2006 | 193,3 | 125,3 | 318,6 | 14,39% |

⁷ Nielsen BookData (2023)

| | | | | |
|------|-------|-------|-------|---------|
| 2007 | 209,2 | 128,9 | 338,1 | 6,13% |
| 2008 | 220,9 | 121,7 | 342,7 | 1,35% |
| 2009 | 238,9 | 148,3 | 387,1 | 12,98% |
| 2010 | 258,7 | 179,2 | 437,9 | 13,12% |
| 2011 | 284,0 | 185,5 | 469,5 | 7,20% |
| 2012 | 268,6 | 166,4 | 434,9 | -7,36% |
| 2013 | 279,6 | 200,3 | 480,0 | 10,35% |
| 2014 | 277,4 | 158,3 | 435,7 | -9,22% |
| 2015 | 254,7 | 134,6 | 389,3 | -10,65% |
| 2016 | 226,6 | 156,8 | 383,4 | -1,51% |
| 2017 | 222,3 | 132,6 | 354,9 | -7,43% |
| 2018 | 202,7 | 149,3 | 352,0 | -0,82% |
| 2019 | 209,5 | 224,7 | 434,2 | 23,34% |
| 2020 | 193,3 | 160,9 | 354,2 | -18,43% |
| 2021 | 191,2 | 217,5 | 408,8 | 15,42% |
| 2022 | 187,6 | 126,1 | 313,6 | -23,27% |

Fonte: Elaboração do autor, com dados da pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”⁸.

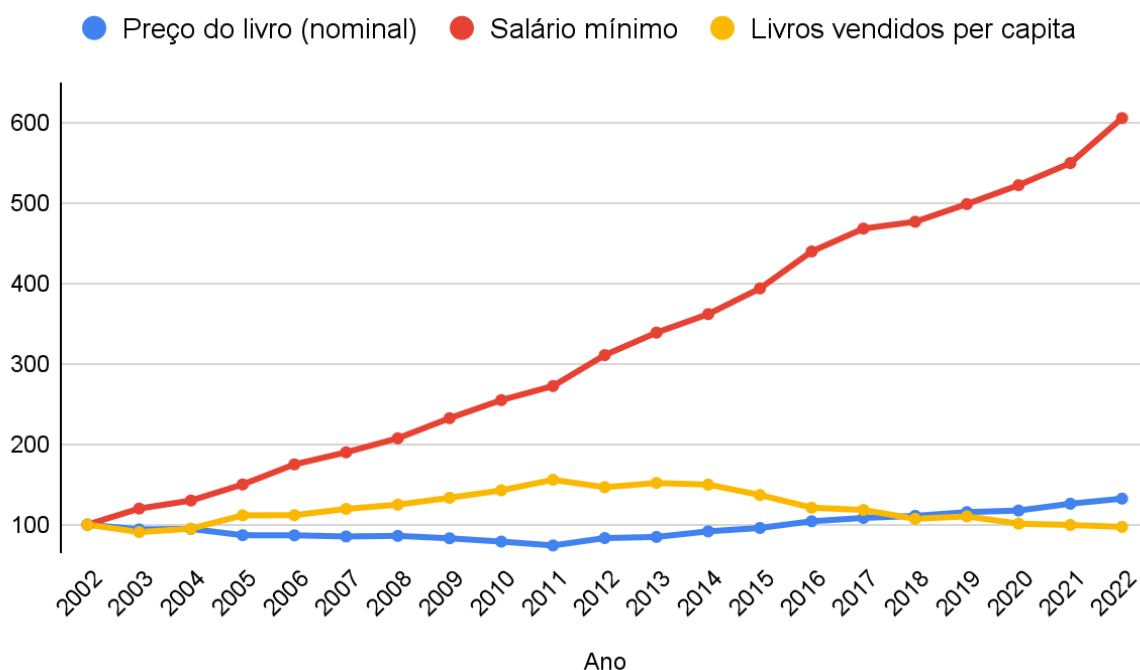
As maiores variações anuais de venda de exemplares se dão, principalmente, devido à inconsistência nas compras governamentais, como ocorreu no ano de 2022, em que compraram-se 36,5% menos exemplares pelo PNLD e 89,1% a menos pelo PNLD Literário do que no ano anterior, provocando muita instabilidade em editoras que tradicionalmente participam desses programas.

Por outro lado, ainda que os exemplares vendidos ao mercado tenham caído após 2015, os números absolutos indicam uma tendência de estabilização próxima aos valores anteriores à alta de 2007. Avaliando apenas os dados apresentados até aqui, é possível deduzir que uma elevação contínua nos preços, até que alcancem patamares deflacionados similares aos do início dos anos 2000, ocasionaria uma retomada positiva para o faturamento do setor. Para avaliar essa hipótese, o Gráfico 1 estabelece uma comparação de preços nominais do mercado, o salário mínimo e livros vendidos per capita. O salário mínimo foi utilizado como parâmetro de renda do brasileiro, ao invés da renda média ou PIB per capita, por se aproximar

⁸ Nielsen BookData (2023)

mais da renda mediana, que corrige distorções causadas pela extrema desigualdade social no país: em 2021, a renda média mensal era de aproximadamente R\$4.000, enquanto a mediana foi de R\$1.167 e o salário mínimo de R\$1.100. Utilizou-se também o coeficiente de correlação de Pearson (ρ) e regressão linear nos dados obtidos, assim possibilitando analisar as relações entre os fatores. O ρ pode resultar em valores entre -1 e 1: se negativo, indica que há uma correlação inversamente proporcional entre as variáveis; se positivo, diretamente proporcional. Quanto mais próximo o valor for do 0, mais fraco é o grau de correlação.

Gráfico 1 - Variação: Preço médio do livro no mercado brasileiro, salário mínimo e livros vendidos per capita (Índice: 2002 = 100)



Fonte: Elaboração do autor, com dados da pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”⁹.

Partindo de 2002, com uma média de 0,95 livros vendidos per capita, R\$200 de salário mínimo e preço médio de R\$16,40, a variação registrada no período não parece indicar uma relação direta entre os três fatores. O preço do livro teve um aumento de cerca de 32% até 2022, não acompanhando o aumento nominal do salário no país, que foi de aproximadamente 506%. Apesar de haver um coeficiente de correlação de Pearson (ρ) igual a -0,65 do valor do livro com a quantidade vendida per capita no período completo, indicando uma forte

⁹ Nielsen BookData (2023)

correlação negativa entre os dados, há um limite de quanto o preço pode ser reduzido e quanto se leria a mais caso isso ocorresse.

Por mais que o preço do livro comparado ao salário muito provavelmente não seja a causa da drástica redução de consumo nos últimos anos, a percepção dos consumidores de que o livro está mais caro do que vale impede que o mercado livreiro suba seu preço proporcionalmente aos demais produtos e serviços. Da mesma forma que a correlação inversamente proporcional entre preço e vendas demonstra que se o preço baixar, as vendas devem subir, deve-se ter precaução pois um aumento de preços também deve causar uma baixa dos poucos leitores que o país ainda tem.

Na Tabela 4, são apresentados os dados utilizados para a elaboração do Gráfico 1, e, analisando através deles outras possibilidades de justificativas para a queda do setor, nota-se também que há uma correlação muito fraca, de coeficiente ρ -0,05, entre o aumento do salário mínimo e os livros vendidos per capita, o que pode ser explicado, apesar do livro ter subido aproximadamente apenas 32% no período, pela ascensão do custo de recursos essenciais como a cesta básica, que passou por um aumento de 466,7% em 2002-2022. O valor do salário mínimo ter subido não significa, necessariamente, que há mais espaço para o livro no orçamento das classes com menos renda.

Tabela 4 - Preço médio do livro no mercado brasileiro (R\$ nominal), salário mínimo (R\$ nominal) e livros vendidos per capita (unidades)

| Ano | Preços nominais: mercado | Salário mínimo | Livros vendidos per capita |
|------|-----------------------------|----------------|-------------------------------|
| 2002 | 16,40 | 200,0 | 0,95 |
| 2003 | 15,43 | 240,0 | 0,86 |
| 2004 | 15,53 | 260,0 | 0,90 |
| 2005 | 14,24 | 300,0 | 1,06 |
| 2006 | 14,22 | 350,0 | 1,06 |
| 2007 | 13,99 | 380,0 | 1,14 |
| 2008 | 14,11 | 415,0 | 1,19 |
| 2009 | 13,61 | 465,0 | 1,27 |
| 2010 | 12,94 | 510,0 | 1,36 |
| 2011 | 12,15 | 545,0 | 1,48 |
| 2012 | 13,66 | 622,0 | 1,39 |

| | | | |
|------|-------|---------|------|
| 2013 | 13,89 | 678,0 | 1,44 |
| 2014 | 15,03 | 724,0 | 1,42 |
| 2015 | 15,72 | 788,0 | 1,30 |
| 2016 | 17,09 | 880,0 | 1,15 |
| 2017 | 17,77 | 937,0 | 1,12 |
| 2018 | 18,19 | 954,0 | 1,02 |
| 2019 | 18,95 | 998,0 | 1,05 |
| 2020 | 19,28 | 1.045,0 | 0,96 |
| 2021 | 20,67 | 1.100,0 | 0,95 |
| 2022 | 21,71 | 1.212,0 | 0,92 |

Fonte: Elaboração do autor, com dados da pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”¹⁰.

Com a regressão linear dos dados obtidos do período, obtém-se a seguinte fórmula para projetar um valor aproximado de livros per capita de acordo com o preço médio:

$$\text{livros per capita} = -0.04862 * \text{preço médio} + 1.917$$

A fórmula indica que, por exemplo, com o preço médio registrado em 2023 de R\$23,4¹¹, o ano deveria ter algo próximo de 0,77 livros vendidos per capita no Brasil. Mas, com base nos dados concretos de que foram vendidos 172,4 milhões de exemplares e teríamos 204 milhões de população estimada em 2023, o número mais preciso de livros vendidos per capita é de 0,84. O resultado da fórmula dificilmente é exato, até mesmo pela influência de fatores externos que podem alterá-la, mas serve para estimar a situação do mercado no futuro usando a tendência dos últimos anos.

Considerando as constantes elevações do preço do papel, além da inflação generalizada, as editoras de livros brasileiras já estão passando por uma série de aumentos no preço de capa dos lançamentos, apesar de contidos parcialmente por soluções editoriais e gráficas que barateiam o custo de produção do livro, e os consumidores dos mais variados nichos de mercado já estão insatisfeitos com os preços.

Diante desse quadro alarmante, é preciso refletir sobre outra dimensão do livro. Segundo Antonio Candido (2011, p. 193),

¹⁰ Nielsen BookData (2023)

¹¹ Nielsen BookData (2023)

[...] a luta pelos direitos humanos abrange a luta por um estado de coisas em que todos possam ter acesso aos diferentes níveis da cultura. [...] Uma sociedade justa pressupõe o respeito dos direitos humanos, e a fruição da arte e da literatura em todas as modalidades e em todos os níveis é um direito inalienável¹².

Pela importância cultural, educacional e política da leitura para o país, é necessário que sejam efetivamente aplicadas políticas de assistência ao setor editorial e livreiro, pois considerada a inevitável alta do preço do livro, a tendência é para que cada vez se leia menos no Brasil. E, para avaliar possíveis ações e seus resultados, no capítulo seguinte este trabalho avaliará o mesmo período de 2002-2022, mas do mercado editorial da China.

¹² Candido (2011)

CAPÍTULO 2 - O CRESCIMENTO DO MERCADO CHINÊS

O mercado editorial da China é um caso único no mundo. Desde o início do processo de abertura do país em 1978, os setores culturais chineses passaram por inúmeras adversidades e reformulações, e as editoras de livros tiveram um papel fundamental no estudo de políticas e criação de tendências para a indústria cultural como um todo¹³.

Com uma população de 962 milhões de habitantes em 1978, o país imprimiu cerca de 3,77 bilhões de livros no ano¹⁴, aproximadamente 3,9 livros por pessoa, mas todos esses exemplares eram de apenas 15.000 títulos, devido ao forte controle exercido no que se publicaria ou não. Passados 17 anos, em 1995, foram impressos 101.381 títulos em 6,32 bilhões de exemplares, com uma média de 5,2 livros impressos per capita.

O cenário para a indústria editorial no início dos anos 2000 já era promissor, dentro do modelo de economia planejada, mas, com a entrada da China para a Organização Mundial do Comércio (OMC) em 2001, foi necessário que vários setores passassem por um processo de transição para uma economia de mercado. Para poder participar da OMC e desfrutar de seus benefícios, o governo chinês concordou com uma série de compromissos de adequação às práticas econômicas internacionais, e as editoras de livros foram a vanguarda da indústria cultural nessa transformação.

Das mais de 500 editoras então existentes na China, todas eram empresas estatais até então, e dependiam muito da publicação de livros escolares, mas, no início de 2002, essa realidade começou a ser adaptada, quando foi iniciado o processo de criação de um enorme grupo editorial, o China Publishing Group, na época composto por 9 históricas editoras de médio a grande porte, uma rede de livrarias e duas agências de importações e exportações¹⁵. O grupo herdou de suas estatais fundadoras mais de 5.000 funcionários, e ativos que, nos valores atuais, seriam avaliados em R\$ 5,74 bilhões. Hoje este segue sendo o maior grupo editorial do país, e publica anualmente cerca de 20.000 títulos entre suas editoras subsidiárias.

No final de 2002, uma seção do relatório do 16º Congresso Nacional do Partido Comunista da China foi inteiramente dedicada ao “vigoroso desenvolvimento de programas culturais, da indústria cultural, e da profunda reforma do sistema cultural”¹⁶. Posteriormente, mais sessões plenárias do partido foram realizadas para definir parâmetros e diretrizes para a abertura do mercado cultural e construir uma “harmoniosa sociedade socialista”.

¹³ Jiang et al. (2019)

¹⁴ National Bureau of Statistics of China (2023)

¹⁵ China Publishing [...] (2002)

¹⁶ Jiang et al. (2019)

Até 2004, entre 20 e 30 grandes editoras privadas já estavam operando normalmente no país¹⁷. Em 2010, 435 das 528 editoras com fins lucrativos haviam se transformado de estatais em empresas de capital privado, e as 93 restantes já estavam em processo de transição. Apenas algumas editoras como as especializadas em braille e idiomas de minorias étnicas, e as editoras militares, seguiram administradas pelo estado¹⁸.

Apesar da abertura gradativa do mercado editorial para a iniciativa privada, até mesmo para o capital estrangeiro, o governo da China não se eximiu da responsabilidade de planejar e construir a base para um país com altos índices de leitura, aplicando políticas educacionais, culturais e com investimento direto na estrutura industrial.

2.1 Os planos quinquenais e políticas do livro

Por meio dos planos quinquenais, são estabelecidos objetivos a serem conquistados para proporcionar o desenvolvimento socioeconômico desejado pelo Partido Comunista da China. Na indústria do livro, e da cultura como um todo, há um interesse inerentemente político em seu fortalecimento.

O 11º Plano Quinquenal, do período de 2006-2010, estabeleceu princípios a serem seguidos, medidas a serem tomadas e políticas a serem aplicadas para acelerar o crescimento da indústria cultural, garantir a segurança cultural e desenvolver as forças produtivas culturais como um todo¹⁹.

Os princípios são voltados para a busca de ambos os benefícios: sociais e econômicos, com prioridade para os sociais, o fortalecimento das inovações tecnológicas e reformas institucionais, elevação da competitividade do mercado e a tentativa de expandir a influência internacional da cultura chinesa.

Entre as medidas determinadas pelo plano para os mercados culturais, destacam-se a facilitação de fusões entre diferentes regiões e indústrias com foco na integração de recursos e aglomeração industrial, o incentivo ao desenvolvimento de *clusters*²⁰ com características regionais e étnicas, e o monitoramento dos hábitos de consumo em áreas rurais e urbanas para que sejam criados produtos culturais que estimulem o gasto desses consumidores.

As políticas para a indústria cultural incluem o incentivo para que investidores privados da China e do exterior participem do mercado com uma reforma do sistema de ações dessas empresas, a intensificação do apoio governamental aos grandes projetos com subsídios

¹⁷ Publishing Industry [...] (2004)

¹⁸ Background [...] (2010)

¹⁹ Jiang et al. (2019)

²⁰ Clusters são concentrações de empresas do mesmo ramo num local, como o Vale do Silício, por exemplo.

ou empréstimos com juros baixos, a implementação de incentivos fiscais, e o estabelecimento de um fundo de investimento da indústria cultural liderado pelo governo.

Já no 14º Plano Quinquenal, com elaboração em 2020 e vigência de 2021 até 2025, foram definidos mais de 10 eixos para o desenvolvimento do setor editorial no período. Entre eles estão: a publicação de materiais com pensamentos de Xi Jinping sobre o socialismo com características chinesas; publicações sobre a China e promoção de revistas científicas de alta relevância; investimento no setor de publicações digitais e aprimoramento dos novos suportes editoriais; promover a renovação do setor de impressões, com tecnologia industrial avançada para acelerar a produção; financiamento de projetos de P&D para as diferentes tecnologias de impressão, com foco no aperfeiçoamento dos sistemas de impressão sob demanda; fortalecer a revisão e o controle de conteúdo e garantir que eles sigam a direção política; investimento nos serviços públicos de leitura em nível regional; promover a modernização e globalização do setor editorial em alto nível; estabelecer think tanks²¹ editoriais com forte influência na academia e na opinião pública²².

Cada um dos eixos contém tarefas e encaminhamentos que podem ser quantitativos ou qualitativos, e traçam um plano de ação a ser desenvolvido e executado tanto por instâncias governamentais de níveis diferentes, quanto por empresas “incentivadas” pelo estado.

Apesar das editoras chinesas terem deixado de ser estatais, as ações aplicadas pelo governo garantem um desenvolvimento contínuo com uma forte orientação política. As editoras, livrarias e gráficas chinesas podem passar por momentos de instabilidade, como visto pelos efeitos da pandemia de Covid-19, mas as condições para que o mercado prospere seguem sendo proporcionadas pelo processo contínuo de análise e intervenção, principalmente motivado pela característica estratégica do setor editorial e de publicações.

2.2 As estatísticas do livro na China (2002-2022)

Tendo dobrado o volume de exemplares impressos e multiplicado em mais de três vezes a variedade de títulos publicados por ano de 2000 até 2022, o mercado editorial chinês passou por renovações e inovações decisivas no período, e os resultados do investimento no setor foram bastante positivos.

Os dados obtidos para analisar a situação do mercado na China são divulgados principalmente por três fontes: o Escritório Nacional de Estatísticas da China, responsável pela publicação anual do China Statistical Yearbook; a Beijing OpenBook, empresa privada

²¹ Organizações que geram e analisam pesquisas sobre questões sociais e políticas públicas, buscando movimentar o debate público e mobilizar setores.

²² Partido Comunista da China (2020)

especializada em consultoria e monitoramento da indústria do livro; e o Instituto de Ciência da Publicação da China, realizador de pesquisas de leitura no geral.

Na Tabela 5, com base em dados da Beijing OpenBook, é apresentada a evolução do faturamento do varejo de livros no período de 2002-2022 na moeda chinesa (RMB), em valores corrigidos pela inflação de 2022, e o valor aproximado em conversão para o real, também de 2022.

Tabela 5 - Evolução do faturamento do mercado editorial chinês - Varejo (em milhões)

| Ano | Vendas ao Mercado (RMB de 2022) | Vendas ao Mercado (R\$ de 2022) | Variação total anual (%) |
|------|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| 2002 | 30.260,00 | 39.371,3 | - |
| 2003 | 31.200,00 | 40.594,3 | 3,11% |
| 2004 | 33.760,00 | 43.925,1 | 8,21% |
| 2005 | 35.840,00 | 46.631,4 | 6,16% |
| 2006 | 38.600,00 | 50.222,5 | 7,70% |
| 2007 | 41.000,00 | 53.345,1 | 6,22% |
| 2008 | 44.090,00 | 57.365,5 | 7,54% |
| 2009 | 45.870,00 | 59.681,5 | 4,04% |
| 2010 | 47.940,00 | 62.374,7 | 4,51% |
| 2011 | 53.490,00 | 69.595,8 | 11,58% |
| 2012 | 56.630,00 | 73.681,3 | 5,87% |
| 2013 | 59.340,00 | 77.207,3 | 4,79% |
| 2014 | 64.390,00 | 83.777,8 | 8,51% |
| 2015 | 71.630,00 | 93.197,8 | 11,24% |
| 2016 | 78.890,00 | 102.643,8 | 10,14% |
| 2017 | 88.730,00 | 115.446,6 | 12,47% |
| 2018 | 96.610,00 | 125.699,3 | 8,88% |
| 2019 | 107.860,00 | 140.336,6 | 11,64% |
| 2020 | 99.970,00 | 130.071,0 | -7,32% |
| 2021 | 100.630,00 | 130.929,7 | 0,66% |
| 2022 | 87.100,00 | 113.325,8 | -13,45% |

Fonte: Elaboração do autor, com dados dos relatórios anuais da Beijing OpenBook²³.

²³ Beijing OpenBook (2021)

Ao longo do período foi observado um aumento real aproximado de 112,5% no faturamento, em proporção condizente com a informação de que o número de exemplares impressos na China dobrou no mesmo período. Nota-se, também, que a inflação do período na China foi muito menor que a brasileira: enquanto no Brasil houve uma variação de cerca de 225% pelo IPCA, a inflação chinesa foi de cerca de 63% de acordo com dados do Banco Mundial, fazendo com que os valores nominais do período não mudassem significativamente após correção.

Dado que o primeiro ano de variação negativa no período foi o de 2020, devido principalmente aos efeitos da pandemia de Covid-19, que perduraram até 2022, o crescimento do setor até 2019 foi uma sequência positiva ininterrupta, acumulando cerca de 132,6% de aumento ao todo. O que indica, possivelmente, que no período houve políticas acertadas para a valorização do livro e desenvolvimento do hábito de leitura da população.

Na Tabela 6, então, são apresentados os dados da quantidade aproximada de exemplares vendidos e a quantidade de novos títulos registrados por ano, de 2002 a 2022, para que seja avaliada tanto a evolução de consumo quanto a diversidade e renovação no mercado.

Tabela 6 - Venda de exemplares e novos títulos do mercado chinês

| Ano | Exemplares vendidos ao mercado (milhões) | Novos títulos registrados (unidade) | Variação de exemplares (%) |
|------|--|-------------------------------------|----------------------------|
| 2002 | 1.031 | 100.693 | - |
| 2003 | 1.018 | 110.812 | -1,26% |
| 2004 | 1.098 | 121.597 | 7,86% |
| 2005 | 1.175 | 128.578 | 7,01% |
| 2006 | 1.118 | 160.757 | -4,85% |
| 2007 | 1.146 | 136.226 | 2,50% |
| 2008 | 1.255 | 148.978 | 9,51% |
| 2009 | 1.203 | 168.296 | -4,14% |
| 2010 | 1.297 | 189.295 | 7,81% |
| 2011 | 1.486 | 207.506 | 14,57% |
| 2012 | 1.660 | 241.986 | 11,71% |
| 2013 | 1.677 | 255.981 | 1,02% |
| 2014 | 1.843 | 255.890 | 9,90% |

| | | | |
|------|-------|---------|---------|
| 2015 | 1.950 | 260.426 | 5,81% |
| 2016 | 2.002 | 262.415 | 2,67% |
| 2017 | 2.107 | 255.106 | 5,24% |
| 2018 | 2.232 | 247.108 | 5,93% |
| 2019 | 2.272 | 224.762 | 1,79% |
| 2020 | 2.022 | 213.636 | -11,00% |
| 2021 | 2.310 | 225.253 | 14,24% |
| 2022 | 1.791 | 205.261 | -22,47% |

Fonte: Elaboração do autor, com dados dos relatórios anuais da Beijing OpenBook²⁴ e China Statistical Yearbook²⁵.

O grande aumento no número de novos títulos publicados por ano, principalmente a partir de 2006, aponta para o movimento de abertura das editoras chinesas para o mercado privado, além da flexibilização do controle de conteúdo antes exercido com mais rigor por órgãos do governo.

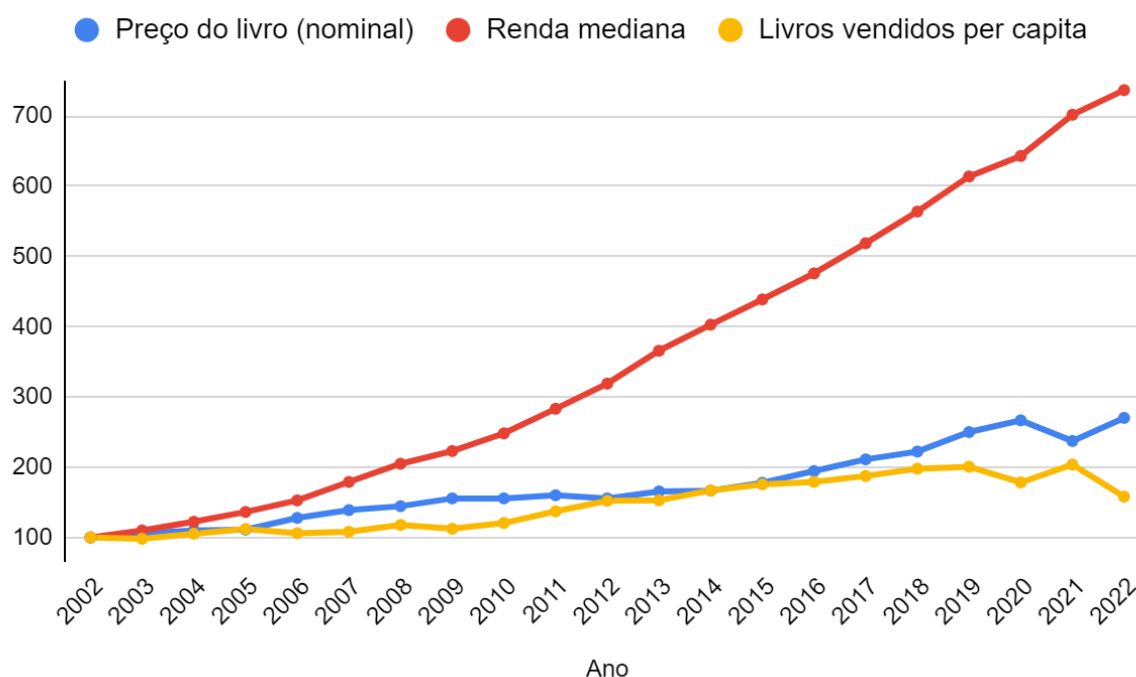
Já os dados de exemplares vendidos, que registram um crescimento de 63,8%, bem menos que os 112,5% do faturamento, indicam que houve aumentos nos preços sem que se perdesse, necessariamente, o público leitor pré-estabelecido, além de não deixar de conquistar mais leitores com o tempo. Novamente apontando para boas políticas de manutenção e desenvolvimento do interesse pela leitura.

Para avaliar o comportamento de consumo em relação com a renda e crescimento populacional, no Gráfico 2 será apresentada a variação dos preços nominais, renda mediana e livros vendidos per capita de 2002 a 2022.

²⁴ Beijing OpenBook (2021)

²⁵ National Bureau of Statistics of China (2023)

Gráfico 2 - Variação: Preço médio do livro no mercado chinês, renda mediana e livros vendidos per capita (Índice: 2002 = 100)



Fonte: Elaboração do autor, com dados dos relatórios anuais da Beijing OpenBook²⁶ e China Statistical Yearbook²⁷.

O gráfico mostra que, principalmente até meados de 2009, o preço do livro na China se manteve em ascensão próxima à da renda mediana, e que, apesar da alta nos preços, não houve nenhuma tendência de queda drástica nos números de livros vendidos per capita, com exceção do ano de 2022.

Utilizando o coeficiente de correlação, obtém-se um valor ρ de 0,85 positivo, demonstrando que, pelo menos no período de 2002-2022, o preço do livro não parece ter afetado significativamente as vendas per capita, ou seja: a população chinesa manteve uma percepção de valor positiva quando ao custo-benefício do livro, apesar do aumento de seu preço acima da inflação. Possivelmente, isso ocorreu não só pelo crescente incentivo à leitura, mas também pelo ganho real de renda no período.

Para além das vendas de livros físicos no varejo, também deve-se levar em consideração a frequente leitura de livros digitais no país, e a robusta estrutura tanto de bibliotecas quanto de salas de leitura públicas, que são majoritariamente presentes em vilarejos afastados, ainda que também estejam distribuídas nos centros urbanos.

²⁶ Beijing OpenBook (2021)

²⁷ National Bureau of Statistics of China (2023)

Uma das grandes dificuldades enfrentadas para o estabelecimento de um público leitor mais abrangente na China é a disparidade social entre regiões rurais e urbanas. Em 2002, 60,9% da população morava em zonas rurais; em 2012, eram 47,4%; em 2022, passaram a ser 34,7%. Embora recentemente a maior parte da população chinesa esteja em áreas urbanas com acesso aos equipamentos culturais, e com menos impeditivos logísticos para que tenham mais contato com a leitura, os habitantes de regiões rurais ainda são uma quantidade expressiva de mais de 480 milhões, mais que o dobro da população brasileira.

A principal iniciativa para combater o baixo acesso à literatura no interior foi a construção em nível regional e nacional de centenas de milhares de salas de leitura rurais. Em 2012, uma das metas estabelecidas anteriormente pelo Partido Comunista da China foi concluída: cada vilarejo administrativo rural do país tinha pelo menos uma sala de leitura, com um investimento de aproximadamente R\$ 16,37 bilhões de reais em valores atuais foram construídas 600.449 unidades de salas de leitura por todo o país, abastecidas com em média 1.565 livros, além de outros recursos como filmes²⁸. O gasto por unidade foi de um pouco mais de R\$ 27.000, as salas são pequenas e geralmente cuidadas por voluntários locais, mas foram suficientes para que, na província do leste da China de Jiangsu, por exemplo, a taxa de leitores subisse dos antigos 45% para 82,2% em 2019²⁹.

A leitura digital também é uma das grandes apostas, especialmente entre o público jovem, para alcançar a população afastada dos centros rurais, ou mesmo as pessoas que nunca criaram o hábito de ler livros físicos. Conforme o resultado da 20ª Pesquisa Nacional de Leitura da China³⁰, em 2022 a média de leitura por ano era de 4,78 livros físicos e 3,33 ebooks, um aumento significativo comparando com o resultado da pesquisa de 2011³¹, que indicava uma média de 4,35 livros físicos e 1,42 ebooks por ano.

Quanto às bibliotecas públicas, majoritariamente localizadas em regiões urbanas, no início do período de 2002-2022 havia 2.697 unidades, e no final dele, 3.303³². Apesar de terem sido criadas cerca de 600 bibliotecas, e elas serem fundamentais para o incentivo de uma cultura leitora, o alto custo de construção e manutenção parece ter direcionado o foco de investimentos do governo chinês para alternativas mais baratas, e descentralizadas, como as salas de leitura rurais e urbanas.

²⁸ Reading [...] (2012)

²⁹ East [...] (2019)

³⁰ Resultados [...] (2023)

³¹ Os resultados [...] (2013)

³² National Bureau of Statistics of China (2023)

Em 2002, as bibliotecas públicas da China registraram aproximadamente 200,2 milhões de livros emprestados aos visitantes; em 2012, o número de empréstimos já havia subido significativamente para 331,9 milhões anuais, contribuindo para os índices de leitura além das compras em varejo. Durante o ano de 2022, os visitantes de bibliotecas receberam mais de 607 milhões de livros emprestados, quase o dobro da quantidade registrada em 2012. As bibliotecas chinesas tendem a ser cada vez mais utilizadas, possivelmente pela população estar cada vez mais concentrada nas regiões urbanas, que possuem mais capacidade de estabelecer bibliotecas com grandes acervos.

Apresentadas algumas das informações fundamentais para entender a situação do mercado editorial chinês no período, é possível então realizar uma comparação com o panorama brasileiro, e analisar possíveis problemas e soluções para o setor nacional.

CAPÍTULO 3 - UMA COMPARAÇÃO ENTRE OS DOIS MERCADOS

As diferenças entre os mercados editoriais do Brasil e da China precedem os resultados negativos ou positivos obtidos nos últimos anos. Há uma forte divergência no modo como cada nação tratou sua indústria cultural na ordem de prioridades, no desenvolvimento da economia de cada país como um todo e na própria estrutura política de seus governos.

Enquanto no Brasil as iniciativas do Estado foram escassas e insuficientes para a manutenção e desenvolvimento do setor editorial, e também dos demais setores culturais, na China foi estabelecido um procedimento contínuo de análise, debate e investimento para cumprir com os objetivos políticos, culturais e educacionais do país, sendo esse movimento intencional diretamente descrito pelos Planos Quinquenais do período estudado.

No nível federal brasileiro, o maior programa promovido pelo Estado para o mercado editorial é o Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), que representou em 2022 cerca de 80% do faturamento de vendas ao governo. O programa, no entanto, impacta quase exclusivamente as editoras de grande porte que possuem estrutura para financiar os custosos projetos de livros didáticos, e também não atinge as livrarias. Há também o PNLD Literário, que representou em 2021 aproximadamente 8% dos gastos federais com livros, e em 2022 passou por uma queda significativa, representando apenas 1,5% dos R\$ 1,4 bilhão de receita das vendas ao governo. Ambos os programas, porém, se restringem à população matriculada no ensino básico em escolas públicas, cerca de 38,3 milhões de acordo com o Censo Escolar 2022³³, algo próximo de 18,8% dos brasileiros.

Houve também a elaboração do Plano Nacional de Cultura (PNC) em 2010, que, entre as ações idealizadas, citava a instituição de programas de aquisição governamental que ajudassem no desenvolvimento de pequenas editoras³⁴. Mas, como o plano inicialmente tinha a data final de 2020, e foi adiado múltiplas vezes pelo então presidente nos anos de 2020, 2021 e 2022, atualmente a duração do PNC será finalizada em 2024, mas não há, até o momento, indícios de que tenha beneficiado de alguma maneira o mercado editorial.

Em alguns estados e municípios brasileiros, foram elaborados planos de incentivo ao livro, como o Plano Municipal do Livro, Leitura, Literatura e Biblioteca (PMLLLB) instituído em 2015 na cidade de São Paulo. No entanto, com uma despesa de aproximadamente R\$ 82,7 bilhões em 2022 na capital paulista, apenas R\$ 3,86 milhões foram direcionados ao

³³ INEP (2023)

³⁴ Presidência da República (2010)

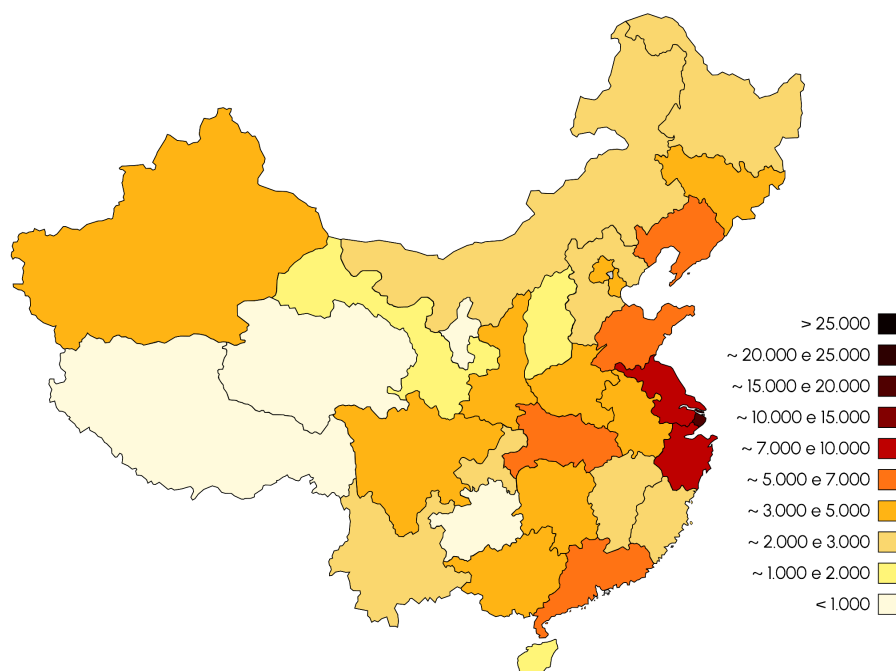
PMLLLB³⁵, sendo R\$ 1 milhão da Secretaria Municipal de Cultura e R\$ 2,86 milhões da Secretaria Municipal de Educação, representando 0,15% das despesas da Cultura e 0,01% dos gastos da Educação.

No geral, as diferentes instâncias governamentais brasileiras investem pouquíssimo em cultura, e da pouca verba que destinam, uma parcela muito baixa é direcionada ao livro. O tratamento com o setor apenas pelos órgãos da educação limita a efetividade de suas poucas ações, e reforça a ideia tão combatida por quem é do meio editorial de que “livro é coisa de estudante”. É muito importante que sejam direcionados esforços para que os jovens em idade escolar adquiram o hábito de leitura, mas de forma alguma isso deve resultar no abandono dos adultos que não costumam ler.

A postura adotada pelo governo chinês de, para além dos incentivos através da estrutura de educação, trabalhar principalmente para a consolidação da leitura enquanto prática cultural nacional, demonstrou que o desenvolvimento da indústria editorial é possível e viável desde que sejam direcionados recursos às parcelas da população desassistidas pelos equipamentos culturais existentes, tanto em grandes centros urbanos quanto em afastadas zonas rurais. E essa movimentação pode ser observada com clareza nos Mapas 1 a 6 elaborados com os dados de publicações na China.

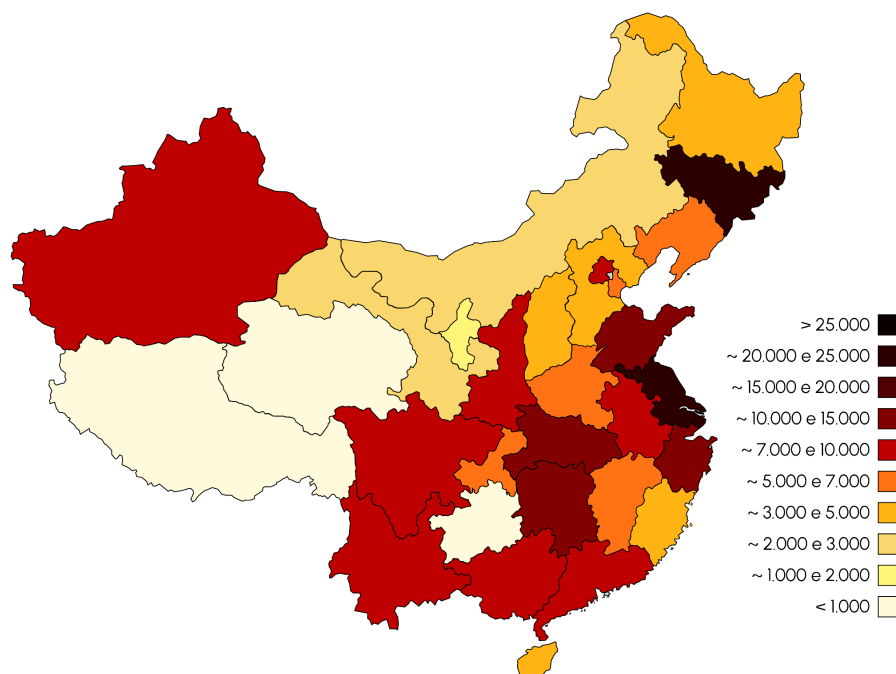
³⁵ Prefeitura da Cidade de São Paulo (2021)

Mapa 1 - Livros publicados na China em 2006 por província (em unidades)



Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook³⁶.

Mapa 2 - Livros publicados na China em 2012 por província (em unidades)

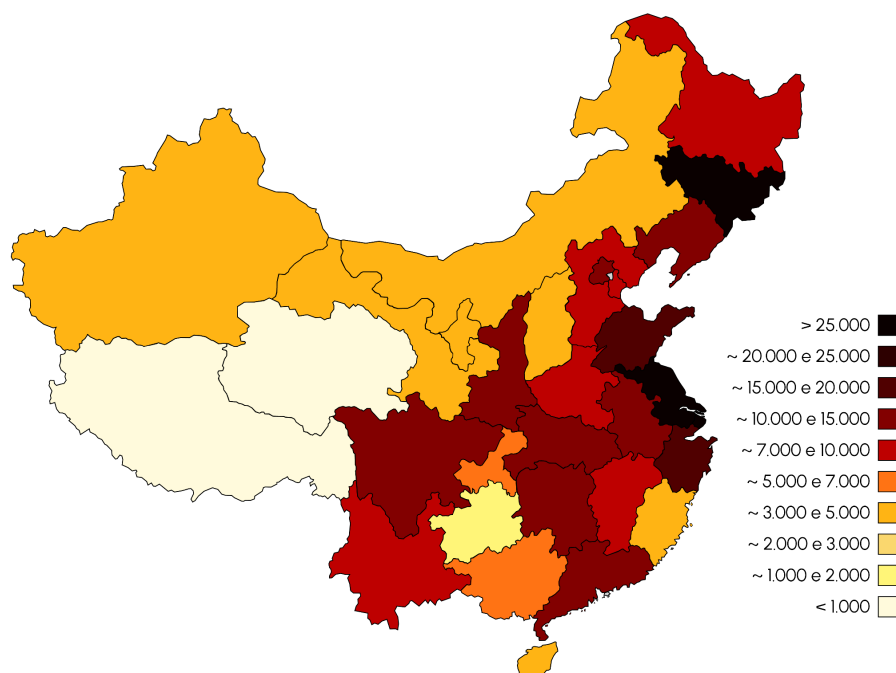


Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook³⁷.

³⁶ National Bureau of Statistics of China (2023)

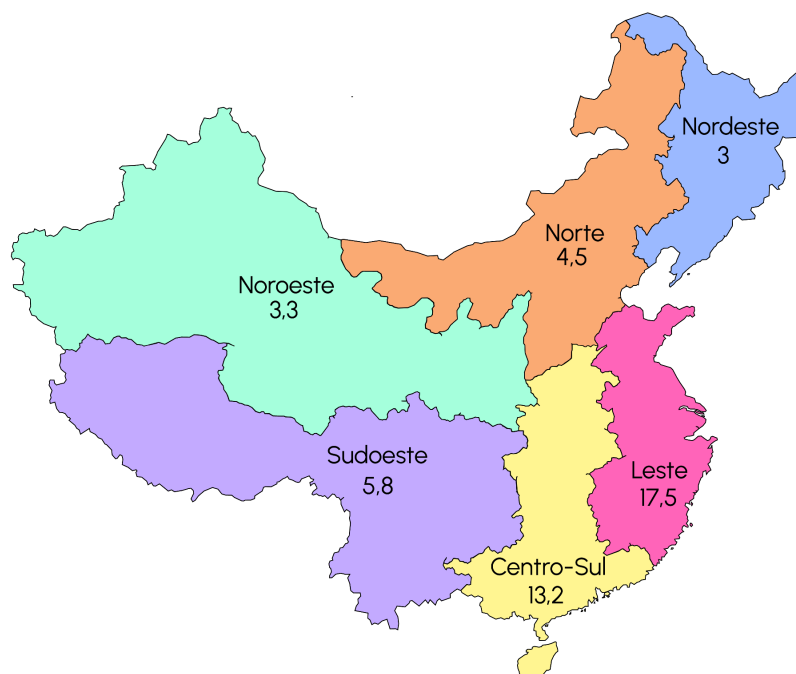
³⁷ National Bureau of Statistics of China (2023)

Mapa 3 - Livros publicados na China em 2019 por província (em unidades)



Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook³⁸.

Mapa 4 - Livros impressos na China em 2006 por região (em 100 milhões de cópias)

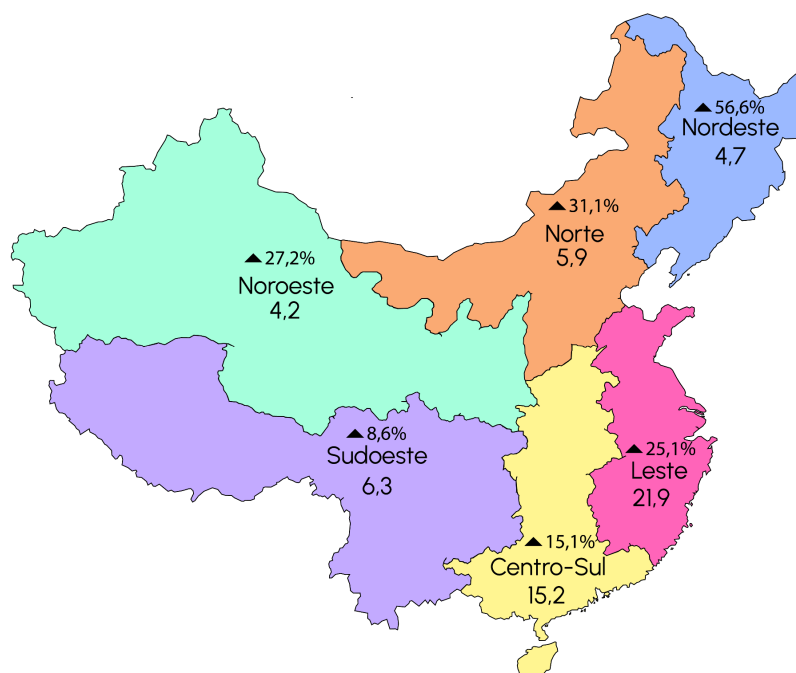


Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook³⁹.

³⁸ National Bureau of Statistics of China (2023)

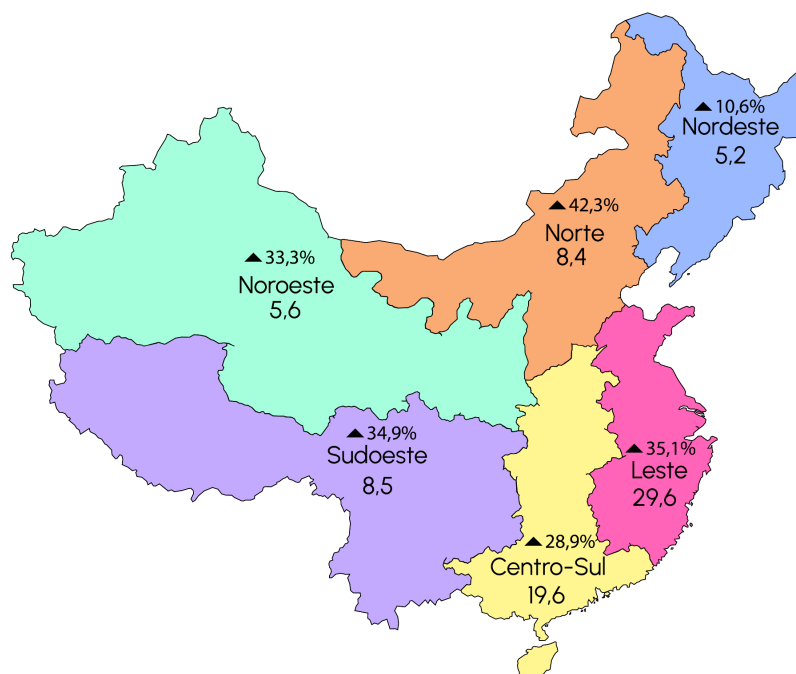
³⁹ National Bureau of Statistics of China (2023)

Mapa 5 - Livros impressos na China em 2012 por região (em 100 milhões de cópias)



Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook⁴⁰.

Mapa 6 - Livros impressos na China em 2019 por região (em 100 milhões de cópias)



Fonte: Elaboração do autor, com dados do China Statistical Yearbook⁴¹.

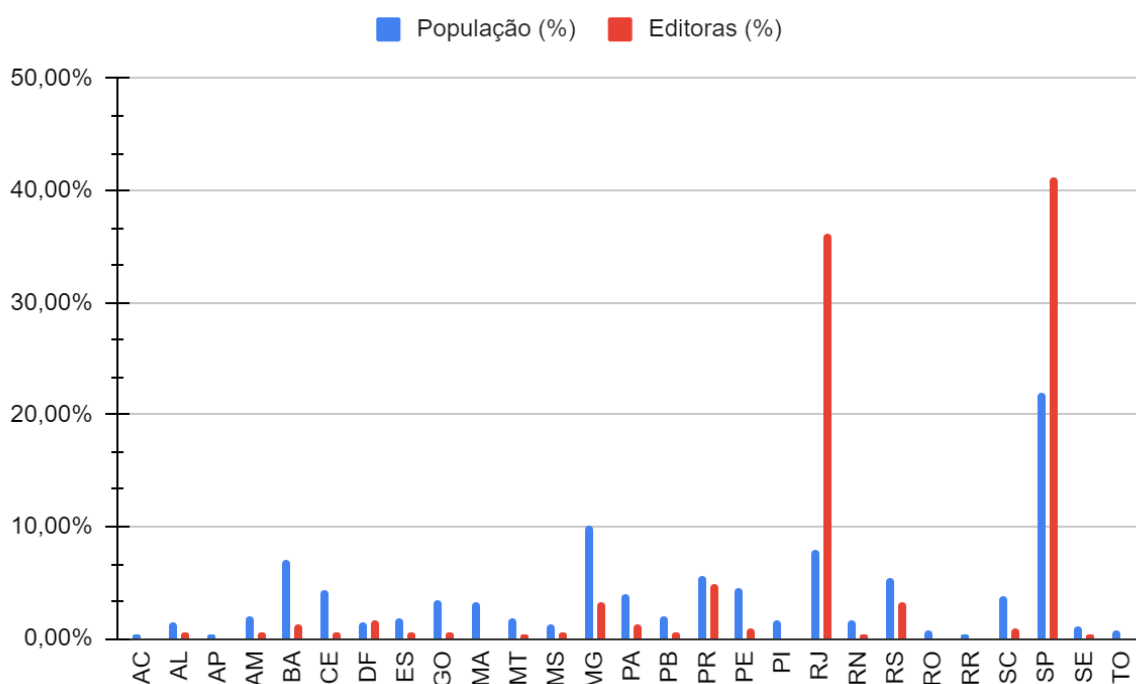
⁴⁰ National Bureau of Statistics of China (2023)

⁴¹ National Bureau of Statistics of China (2023)

Como os mapas indicam, o desenvolvimento regional da indústria cultural, planejado desde o 11º Plano Quinquenal, deu resultados bastante positivos para o mercado do livro. Fazendo com que a expansão do setor fosse distribuída entre as províncias do país, especialmente pelo incentivo de uma produção com características regionais e étnicas, houve desenvolvimento tanto em áreas que já tinham uma presença editorial forte, quanto em outras que apesar de populosas, não eram representadas pela indústria do livro.

Já no Brasil, a falta de ação para desenvolver o setor editorial em diferentes regiões perpetuou o cenário demonstrado no Gráfico 3, que leva em consideração a lista com cerca de 550 associados ao SNEL, correspondentes a 74% do mercado editorial do país, segundo o sindicato, e a população de cada unidade federativa no último censo.

Gráfico 3 - Distribuição de editoras associadas ao SNEL em 11/2023 (em porcentagem)



Fonte: Elaboração do autor, com dados do SNEL⁴².

A histórica concentração empresarial do setor no eixo Rio-São Paulo não teve nenhum sinal de redução nos últimos anos, e a população é prejudicada objetivamente e subjetivamente por essa distribuição desigual do mercado: a produção literária e acadêmica de outros estados enfrenta uma barreira de entrada para a publicação por editoras distantes, e o público leitor dessas regiões, portanto, não se vê representado pelas obras disponíveis no

⁴² Sindicato Nacional Dos Editores De Livros (2023)

mercado. Logo, quando esse consumidor busca comprar livros, ou não existem livrarias próximas, visto que só na região Sudeste estão 61% delas no país⁴³, ou quando as encontra, percebe uma variedade muito pequena de títulos, devido às dificuldades de distribuição que nem todas as editoras são capazes de superar, e se for realizar a compra pela internet, provavelmente terá um custo de frete muito acima daquele pago pelo leitor do Rio de Janeiro ou São Paulo. Assim, mantém-se o ciclo que afasta grande parte da população que reside distante dos pólos editoriais do hábito de leitura, um padrão que foi identificado no início dos anos 2000 pela China e combatido diretamente, com sucesso.

Comparando o histórico de ambos os países, pode-se afirmar que os obstáculos do mercado editorial brasileiro são mais profundos do que aparentam, e, observado o exemplo chinês, as soluções para eles podem exigir por uma mudança estrutural no tratamento da indústria cultural como um todo. Ações individuais de editoras e livrarias, ou até mesmo inovações tecnológicas de modelo de negócio, apesar de bem-vindas, não devem surtir tanto efeito considerando a forte tendência negativa para os próximos anos. Por isso, faz-se necessária a elaboração de uma série de ações a nível nacional, caso seja de interesse do Estado brasileiro que a leitura supere seu constante declínio e atinja os níveis registrados nos países considerados desenvolvidos.

⁴³ Brasil tem 2.972 livrarias [...] (2023)

CONCLUSÃO

Com um crescimento sem precedentes nas duas décadas entre 2002 e 2022, a indústria do livro na China estabeleceu um exemplo a ser estudado pelo Brasil. Neste trabalho, ainda que falte aprofundamento em certas características do mercado cultural chinês, demonstrou-se que há muito a se aprender observando os processos que transformaram a China, antes com baixíssima variedade de livros e baixo público leitor, em um enorme mercado que hoje rivaliza em valores absolutos com o estadunidense.

Para que o livro no Brasil supere seus desafios, é cada vez mais evidente a necessidade de se analisar nos mínimos detalhes as experiências vividas pelo setor em outros países, e, acima de tudo, de que se debata com seriedade na esfera pública o projeto cultural do Brasil não apenas para o momento, mas também para as décadas que virão.

Muitos dos países que possuem um mercado editorial competitivo passaram por intervenções políticas que fortaleceram o livro e sua indústria, podendo ter sido motivadas para propaganda, exercício de *soft power*, especialização da mão de obra nacional, ou estabelecimento de uma potente identidade cultural. No caso chinês, todas as motivações citadas estão presentes, e até mesmo explícitas, entre Planos Quinquenais e relatórios de congressos do Partido Comunista da China.

A falta de ações para incentivar o mercado do livro no Brasil indica que, historicamente, a classe política subestima a importância desse setor para o país, e é incapaz de colocá-lo como parte de uma estratégia de desenvolvimento da nação. Mas, se o livro não é importante, por que motivo todas as maiores potências do mundo o promovem? Se fosse uma questão meramente econômica, provavelmente todas as outras indústrias não culturais teriam resultados quantitativos mais interessantes.

Então qual seria a justificativa, no Brasil, para tratar esses problemas como se o livro fosse um produto qualquer, em que o constante declínio desse setor é visto apenas por uma ótica financeira, trivial, e não como uma questão de interesse nacional?

Não é suficiente contar apenas com a isenção de impostos do livro, medida que apesar de necessária quase teve seu fim há pouco tempo. É preciso que se discutam novas políticas que não envolvam necessariamente compras governamentais, que pelo histórico recente não parecem ter convertido muitas pessoas para a leitura e o hábito de compra de livros.

A postura de escasso interesse e pouca intervenção estatal adotada há décadas nesse setor tão estratégico, resultou numa queda drástica do livro e da leitura no Brasil. Já o

planejamento ativo e a política de subsídios levou a China em poucos anos para uma situação completamente diferente da vivida no período de estagnação do setor.

A economia chinesa, no geral, tem uma participação muito mais significativa no PIB mundial, representando cerca de 18% da produção em todo o planeta, enquanto o Brasil está próximo dos 2%. Essa diferença no quadro geral também afeta a capacidade de cada país em investir na indústria cultural, e não deve ser desconsiderada ao avaliar a situação específica do setor editorial. É possível, no entanto, refletir sobre a dinâmica em jogo nos resultados da produção chinesa: o acompanhamento e investimento em áreas específicas, como o mercado do livro, só é possível pela boa performance econômica geral, ou a abundância generalizada só ocorre pela atenção e ação nesses diversos setores?

Feita a análise inicial desse mercado do livro estrangeiro tão pouco conhecido no Brasil, neste trabalho almejou-se estabelecer uma base mínima de informações para que, seja em um futuro próximo ou distante, dê-se continuidade ao diálogo entre esses dois mundos editoriais com tantas semelhanças, mas com tantas diferenças também, que podem trazer perspectivas de extrema importância para a renovação do livro brasileiro.

REFERÊNCIAS

BACKGROUND materials on the reform and development of the press and publication sectors. China.org.cn. 20 ago. 2010. Disponível em:

http://www.china.org.cn/china/2010-08/20/content_20756721_2.htm

BEIJING OPENBOOK. **2019 Annual Report of China Book Market.** 2020. Disponível em:

<https://en.openbook.com.cn/EN/Report?reportId=1>

_____. **2020 Annual Report of China Book Market.** 2021. Disponível em:

<https://en.openbook.com.cn/EN/Report?reportId=10>

_____. **OpenBook 2021 Mid-Year Report of China Book Market.** 2021.

Disponível em: <https://en.openbook.com.cn/EN/Report?reportId=11>

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

Censo Escolar da Educação Básica 2022: Resumo Técnico. Brasília, 2023. Disponível em:

https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/resumo_tecnico_censo_escolar_2022.pdf

BRASIL tem 2.972 livrarias, segundo a Associação Nacional de Livrarias. PublishNews. 19 set. 2023. Disponível em:

<https://www.publishnews.com.br/materias/2023/09/19/brasil-tem-2.972-livrarias-segundo-a-associacao-nacional-de-livrarias>

CANDIDO, A. **Vários Escritos.** 5º ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2011.

CHINA Publishing Group Established. China.org.cn. 9 abr. 2002. Disponível em:

http://www.china.org.cn/archive/2002-04/09/content_1030344.htm

DEAECTO, Marisa Midori (org). **Bibliodiversidade e preço do livro : da Lei Lang à Lei Cortez : experiências e expectativas em torno da regulação do mercado editorial (1981-2021).** São Paulo, Ateliê Editorial, 2021.

EAST China province establishes 16,500 village reading rooms. Xinhuanet. 28 mai. 2019. Disponível em: http://www.xinhuanet.com/english/2019-05/28/c_138097152.htm

EARP, Fábio Sá. KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

FIPE. **DESEMPENHO REAL DO MERCADO LIVREIRO 2006-2018**. 2019. Disponível em: https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2022/05/historico_pesquisa_preco_2018_final.pdf

IBGE. **Censo Demográfico 2022: População por idade e sexo**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil. 5. ed.** 11 set. 2020. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2021/06/Retratos_da_leitura_5_o_livro_IPL.pdf

JIANG, Chang; LI, Jialian; XU, Tao; YANG, Haijun (ed.). *Development of China's Cultural Industry*. Singapura: Springer Singapore, 2019. 168 p.

NATIONAL BUREAU OF STATISTICS OF CHINA. **China Statistical Yearbook 2007**. 1. ed. China: China Statistics Press, 2007. Disponível em: <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2007/indexeh.htm>

_____. **China Statistical Yearbook 2013**. 1. ed. China: China Statistics Press, 2013. Disponível em: <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2013/indexeh.htm>

_____. **China Statistical Yearbook 2022**. 1. ed. China: China Statistics Press, 2022. Disponível em: <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2022/indexeh.htm>

_____. **China Statistical Yearbook 2023**. 1. ed. China: China Statistics Press, 2023. Disponível em: <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2023/indexeh.htm>

NIELSEN BOOKDATA. **DESEMPENHO REAL DO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO: Série Histórica da Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro 2006-2022**. jun. 2023. Disponível em:

https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/06/Serie_Historica_PCR_2022_V1.pdf

OS resultados da 10ª Pesquisa Nacional de Leitura mostram que mais da metade das pessoas acha que lê pouco (trad. livre). National Office for Philosophy and Social Sciences. 19 abr. 2013. Disponível em: <http://www.nopss.gov.cn/n/2013/0419/c219468-21195208.html>

PARTIDO COMUNISTA DA CHINA. **Plano de Desenvolvimento da Indústria Editorial durante o “14º Plano Quinquenal”** (trad. livre). Pequim, 2020. Disponível em:

<https://www.snupg.com/storage/posts/20211230/1640869971145748.pdf>

PAULANI, L. M.(org.). **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2008**. São Paulo: CBL/SNEL, 2009. Disponível em:

<https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2022/05/Producao-e-Vendas-do-Setor-Editorial-Brasileiro-2009.pdf>

PEREIRA, Marcos da Veiga. Entrevista sobre a Pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”. Dez. 2015. Disponível em:

<https://web.archive.org/web/20190126100432/http://pesquisaeditoras.fipe.org.br/Entrevistas/Ent1>

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO (São Paulo). LEI Nº 17.728 DE 27 DE DEZEMBRO DE 2021. **Lei Orçamentária Anual 2022**. 27 dez. 2021. Disponível em: <https://orcamento.sf.prefeitura.sp.gov.br/orcamento/uploads/2022/QuadroDetalhamentoDespesa.pdf>

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112343.htm

PUBLISHING Industry to Get Makeover. China.org.cn. 6 abr. 2006. Disponível em: http://www.china.org.cn/archive/2004-04/06/content_1092239.htm

READING room available in every village. China Daily. 27 set. 2012. Disponível em: https://www.chinadaily.com.cn/china/2012-09/27/content_15788889.htm

RESULTADOS da 20ª Pesquisa Nacional de Leitura. National Reading (trad. livre). National Reading. 23 abr. 2023. Disponível em:

https://www.nationalreading.gov.cn/wzzt/dejqmyddhzq/cgfb/202304/t20230423_713063.html

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Lista de associados.** 23 nov. 2023. Disponível em: <https://snel.org.br/associados/lista-de-associados/>

THOMPSON, John B. **Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century.** 2. ed. rev. Cambridge: Polity Press, 2013. 456 p.