

pensando cultura



FABIOLA CORREA/JC

No ano de 2024, eram cerca de 51 mil estabelecimentos no setor editorial e livreiro, gerando 70 mil empregos formais em todo o Brasil; crescimento nominal de vendas das editoras foi de 3,7%

Mercado literário está mais acessível para editoras e autores independentes

Emilly Rodrigues

Segundo a última pesquisa da Câmara Brasileira do Livro (CBL), o mercado literário brasileiro sofreu algumas alterações que impactaram sua relevância e o tornaram mais acessível para os profissionais relacionados à produção e impressão de obras literárias. No ano de 2024, havia cerca de 51 mil estabelecimentos no setor editorial e livreiro, gerando 70 mil empregos formais em todo o Brasil.

As editoras, por exemplo, apresentaram um crescimento nominal de 3,7% nas vendas ao mercado, produzindo 366 milhões de exemplares, entre eles 361 milhões de exemplares impressos, gerando um faturamento de R\$ 6,6 bilhões - R\$ 4,2 bilhões para o mercado e R\$ 2,4 bilhões para o governo.

Com o crescimento das editoras independentes e a autopublicação de autores, o Rio Grande do Sul apresentou um crescimento na produção de obras inéditas. “Iniciativas de incentivo, feiras, festivais e o engajamento de comunidades

leitoras têm contribuído para ampliar esse movimento”, explica Roseni Kohlmann, presidente da Câmara Rio-Grandense do Livro. “A 71ª Feira do Livro de Porto Alegre, no ano passado, registrou mais de 245 mil livros vendidos, um crescimento de 16,9%”, destaca a presidente.

A evolução da tecnologia e as oscilações econômicas ampliaram os meios de produção, impressão e divulgação do livro de diferentes formas, tanto no meio impresso quanto no digital. “Houve oscilações importantes nos últimos anos. O aumento no custo do papel e de outros insumos impactou diretamente a produção editorial, o que se refletiu nos orçamentos”, reforça a presidente. Essas alterações possibilitaram que editoras e autores independentes reinventassem as formas de publicar suas obras. Assim, o mercado se tornou mais competitivo.

Roseni afirma que essa maior acessibilidade traz o desafio de destacar-se em meio a um volume crescente de obras, o que também é relatado por Mateus Spalding, diretor da

Editora Metamorfose. “O maior desafio de uma editora sempre é a distribuição, fazer o livro chegar mais longe, em lugares diversos. Acabamos ficando sempre presos a feiras locais, iniciativa dos autores ou trabalhos digitais.”

Algumas editoras reformularam seus sites de venda, divulgando seus livros entre as plataformas digitais, um hábito que foi acentuado na pandemia, como foi o caso da Editora Coralina. “As redes sociais se tornaram parte do processo editorial, *posts*, *reels* e toda a miríade de possibilidades que as redes sociais oferecem. A Editora precisou contratar um profissional para cuidar das redes e assessorar os autores”, comenta Pedro Paulo Graczcki, publisher da editora.

“Com a falência das livrarias Cultura e da Saraiva, as editoras perderam muita ramificação, e com a entrada da Amazon muitas pessoas que não estavam acostumadas passaram a comprar online”, afirma Andréa Rivo, analista administrativa da Editora Libretos. “Os softwares

de publicação tiveram mais qualidade, com letras do tamanho certo, facilitando a legibilidade, detalhes que foram percebidos pelo leitor.”

As plataformas digitais também ampliaram as ferramentas disponíveis para os autores independentes, como a Amazon KDP, Clube de Autores, UICLAP e Simplíssimo, possibilitando que os próprios autores gerenciem a divulgação de seus livros. “Meu primeiro *e-book* foi baixado por mais de 20 mil pessoas ao redor do mundo, principalmente no Brasil, mas também na Europa, Estados Unidos e algumas partes da Ásia”, comenta Leonardo Bonomini, psicólogo e escritor.

Por mais que o retorno financeiro da publicação ainda seja modesto, o objetivo da divulgação dessas obras passou a focar também na disseminação de conhecimento, em parte pela maioria dos autores independentes. “Muitos transformam seus livros em portas de entrada para outras oportunidades, como palestras, consultorias, projetos educacionais e parti-

cipação em eventos. Ou seja, o livro, hoje, é menos um fim em si mesmo e mais um catalisador de novas possibilidades profissionais e culturais”, destaca a presidente Roseni.

Os desafios do mercado literário consistem não somente em que a obra tenha qualidade, mas o autor precisa de presença digital, engajamento com a atenção do leitor, e boa comunicação, independente de estar em uma editora ou não. Como a cada ano mais obras são produzidas, o leitor decide rapidamente se quer ler um livro ou não, o que exige das editoras e dos autores divulgação e posicionamento para construir sua posição no mercado.

Contudo, a presidente Roseni é positiva sobre as expectativas no mercado literário este ano. “No Rio Grande do Sul, especialmente, vemos um ambiente fértil para a produção local continuar crescendo, com mais visibilidade e reconhecimento. É um momento de transformação, mas, acima de tudo, de muitas oportunidades para quem produz e para quem lê.”