

# **Editoras Universitárias Brasileiras**

## **Estudo Exploratório**

*(seguido de Diagnóstico das Editoras Universitárias Brasileiras – ano base 2001)*

**NOVEMBRO/2003**

*Coordenação geral, concepção, redação do “Estudo” e redação final do “Diagnóstico”*

*Prof. Dr. José Castilho Marques Neto*

*(castilho@editora.unesp.br)*

**IESALC/UNESCO**



IES/2003/PI/14

Date of Publication: November 2003

**Equipe Técnica – Diagnóstico das Editoras Universitárias**  
**Brasileiras – ano base 2001**

**Coordenação da interpretação dos dados, gráficos e redação:**

*Elizabeth Naves*

*(betnaves@bol.com.br)*

**Assistente de pesquisa e sistematização de dados:**

*Cláudio Alves Pereira*

**Revisão:**

*Wilson de Almeida*

## **SUMÁRIO**

### **PARTE I**

ESTUDO EXPLORATÓRIO : AS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO.....	4
--	---

### **PARTE II**

DIAGNÓSTICO DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS.....	18
Bloco I – Caracterização da editora universitária.....	20
Bloco II – Caracterização da produção editorial.....	25
Bloco III – Caracterização do perfil de vendas.....	26
Bloco IV – Perfil da Editora Universitária.....	32
Bloco V – Principais problemas que impedem ou dificultam o desenvolvimento Da Editora Universitária.....	33
Bloco VI – Análise de cruzamentos dos dados da pesquisa.....	34

## **PARTE I**

### ***ESTUDO EXPLORATÓRIO***

# **AS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS EM** **TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO**

## **INTRODUÇÃO**

### **A editora universitária e o mundo do livro brasileiro**

Cada vez mais a universidade brasileira se dá conta de que a atividade editorial acadêmica é, antes de mais nada, parte constitutiva da maturidade intelectual da instituição. Esse pensamento, que se fortaleceu nos últimos anos, também evidencia que não basta publicar, mas divulgar e fazer chegar o livro às mãos do leitor, disseminando informação e gerando conhecimento, fazendo do livro e da revista produzidos pela Universidade parte integrante da vida, não apenas do estudante e do professor, mas também do profissional de nível universitário que, mais do que nunca, precisa de formação contínua e abrangente para manter-se atualizado no mundo do trabalho. A editora universitária no Brasil está tornando-se, lentamente, mas de maneira cada vez mais marcante, próxima das centenárias experiências de universidades européias: ser um forte elo entre a produção acadêmica e a sociedade. Não estamos mais dialogando apenas entre pares acadêmicos, até porque não é necessário, em tempos em que impera a comunicação virtual, a universidade ter uma editora para isso. Além da circulação de idéias entre a comunidade científica, a editora universitária hoje dialoga com uma imensa gama de leitores que buscam no saber acadêmico a fonte para suas profissões e, porque não, para entenderem e inserirem-se mais adequadamente no mundo contemporâneo.

Esta concepção de editora universitária que busca o leitor consolidou-se junto aos editores acadêmicos pela firmeza com que foi apresentada por projetos inovadores e com perfil mais profissionalizado a partir de 1987, mesmo ano de fundação da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU). É preciso notar que essa concepção de editora universitária não nasceu apenas por uma percepção unilateral do potencial nesta área pelas universidades, mas também se impôs pelo crescimento e profissionalização do mercado editorial brasileiro. Esse mercado faturou em 2001 R\$ 2.267.000.000,00 em um total de 299.400.000 exemplares vendidos. Já não se trata de uma atividade artesanal, ou lúdica, perspectiva tão à gosto de uma visão mais romântica sobre editoras e livros. O mercado editorial e livreiro no Brasil já é parte da economia nacional, atraindo investidores e capitalistas do exterior que já adquiriram fatias expressivas desse mercado com tendência a aprofundarem-se cada vez mais agressivamente. É claro que, ao lado da pujança desses números que colocam o Brasil como o grande produtor mundial de livros, há o contraste que aponta um consumo anual de 2,5 livros por habitante, incluindo-se nesse número o livro didático, que representa quase 60% da venda de livros em circulação no Brasil.

O livro “científico, técnico e profissional”, conforme a nomenclatura utilizada pelo documento *Diagnóstico do setor editorial brasileiro*<sup>1</sup>, mostra que em 2001, esse segmento produziu 12.250 títulos e 22.200.000 exemplares, números crescentes em relação ao ano anterior. A mesma pesquisa aponta ainda que esse segmento faturou R\$ 433.000.000,00 e vendeu 22.500.000 exemplares, confirmando tendência de crescimento dos últimos anos. As pesquisadoras do referido documento concluíram que os livros científicos, técnicos e profissionais foram os únicos que experimentaram um aumento do número de exemplares produzidos em relação ao mesmo período do ano anterior. A razão desse comportamento é assim

relatada: “Este aumento buscou atender a uma demanda gerada pela mudança de comportamento por parte do consumidor, hoje interessado no aprofundamento do conhecimento de retorno prático. O afunilamento do mercado de trabalho, aliado à escassez de recursos, tornou imprescindível àquele que deseja garantir-se obter um nível maior de excelência. O aprofundamento dos conhecimentos, tanto em áreas específicas de atuação como na área de conhecimentos gerais tornou-se inevitável, uma vez que o próprio mercado exige uma atuação em diferentes áreas”.<sup>2</sup>

As editoras universitárias certamente podem afirmar que fazem parte desse segmento “científico, técnico e profissional”, não apenas pelos títulos que editam como também pela crescente inserção das editoras acadêmicas na rede de distribuição voltada para o leitor universitário, não necessariamente aquele leitor que está nos bancos escolares. Sendo assim, uma das conclusões que se pode inferir dessas análises é a de que, não obstante as formas alternativas de distribuição dos nossos títulos, a editora da universidade deve também reforçar sua presença nos círculos de divulgação e distribuição do livro brasileiro, ampliar a possibilidade do saber universitário atingir camadas mais amplas da população letrada e, ao mesmo tempo, lutar pela formação de novos leitores.

Conhecedores e protagonistas deste cenário contemporâneo, os editores universitários têm empreendido nos últimos anos, principalmente por intermédio da ABEU, um debate de reposicionamento de suas editoras e linhas editoriais no mercado do livro brasileiro sem fugir de suas responsabilidades e limites enquanto editoras acadêmicas vinculadas às instituições de ensino e pesquisa.

---

<sup>1</sup> Elisabeth de Melo Naves e Marta Oliveira. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2002. (Brochura).

<sup>2</sup> Ibidem., Brochura ano 2000, p.21.

O presente estudo exploratório busca entender melhor o patamar editorial, administrativo e financeiro deste segmento, buscando compreender também o quadro global da indústria editorial e a inserção do Brasil e, em particular, das editoras acadêmicas, no mundo do livro contemporâneo. Assim, antes de demonstrar um diagnóstico que tem como base o ano de 2001, com comentários pontuais, farei algumas considerações genéricas a respeito da indústria do livro, buscando situar na conjuntura brasileira o livro universitário enquanto empreendimento acadêmico/cultural, analisando-o da perspectiva de Diretor Presidente de uma editora atuante na academia e no mercado – a Editora UNESP. Para essa análise concorre também minha experiência, no último quadriênio, na presidência da ABEU e, mais recentemente, na Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC). Esta parte se encerra com uma idéia/proposta a ser debatida amplamente: transformar as editoras acadêmicas em empresas culturais, instrumentos sólidos de crescimento e de sobrevivência da editoração universitária no Brasil do século XXI.

## **AS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS COMO EMPRESAS** **CULTURAIS**

### **1. Apresentando o problema:**

Refletir sobre o tema da editora universitária como empresa cultural é procurar entender também quais as resistências enfrentadas, interna e externamente à universidade, ao amadurecimento desta perspectiva emancipadora do trabalho editorial universitário.

Muitos argumentos se colocam para desviar o tema e evitar que a editora da universidade ou do instituto de pesquisa se transforme numa empresa cultural, entendida como uma atividade

organizada, auto-sustentável, estruturada sobre planos estratégicos e que exerça as indispensáveis autonomias editorial, administrativa e financeira. Opiniões para evitar o surgimento de uma organização que exerça essas responsabilidades não faltam e vão desde as mais obscuras do ponto de vista ideológico até aquelas que se reduzem a tecnicidades legais e econômicas aparentemente intransponíveis. Apesar da existência desses e outros argumentos, prefiro aqui não abordá-los e procurarei permanecer no terreno da editoração – sua história e sua crise atual. Não se trata de relevar a importância de se rebater os argumentos que se apresentam ao debate, mas creio que é mais importante procurar entender e enfrentar a conjuntura editorial universitária brasileira de maneira responsável, buscando obter muita clareza do que somos nos dias da globalização e do pensamento único. Por essas razões procurarei desenvolver o tema da editora universitária como empresa cultural sob a ótica do editor e de seus projetos editoriais.

## 2. O ofício do editor, hoje:

“O ofício de editar é charmoso, mas tem regras. Não é uma ciência exata, mas se baseia no saber. Editar é, em seu melhor sentido, avançar”<sup>3</sup>. É ter também o discernimento em selecionar o que merece ser lançado à luz. Em um tempo de saturação que traz a quantidade incomensurável de informações, a seleção do que publicar é cada vez mais necessária e valiosa. Como escreveu Roger Chartier em *O mundo como representação*: Os autores não escrevem livros, escrevem textos, que são convertidos em livros pelos editores. Nas suas palavras: “Editar é converter textos em livros e livros em bens de consumo”.

O conceito de mediação entre o autor e o leitor é, portanto, definitivo para compreendermos o papel do editor e da editora. Como parte de um processo cultural peculiar, o editor compartilha com o autor os desafios de melhor apresentar a escrita ao leitor, como me fez questão de afirmar o mesmo Roger Chartier em significativa e oportuna dedicatória que me escreveu ao aproveitar o título de seu livro editado pela Editora UNESP: “Para José *Os desafios da escrita*, também seus...”. Compartilhado entre autor e editor, os desafios da escrita unem o criador do texto ao profissional que o torna livro, ambos fazendo parte da mesma aventura.

---

<sup>3</sup> Nadal, Jordi. Presidente da ABPTOE e editor da Editora PAIDÓS, Espanha. Manuscrito, 2002.

Contextualizar o desafio de escrever, editar e fazer chegar o livro às mãos do leitor no mundo contemporâneo é a principal tarefa de reflexão para bem cumprir o ofício de editar, de produzir publicações. Pelo surgimento de novas e diferentes tecnologias que também veiculam informação, os desafios de hoje são comparáveis a poucos períodos da história do livro e de suas transformações. Esses desafios incorporam, como em outros momentos decisivos para o livro, crise e criação nas duas pontas mediáticas entre o autor e o leitor: a edição e a circulação. Tratem os do primeiro ponto: a edição.

As próximas colocações que farei podem parecer distantes do nosso cotidiano como editores universitários, principalmente se acrescentarmos o fato de estarmos na América Latina e vivenciarmos a marginalidade que a elite mundial globalizada impõem ao desenvolvimento do conhecimento em nossos países. No entanto, se não fazemos parte dessa elite, os processos desencadeados por ela nos atingem fatalmente e seguramente sentimos todos os seus efeitos em nossa atividade acadêmica e enquanto editores. Pressionados por essa inexorável realidade, é importante compreendê-la e acompanhar as imensas transformações que o mundo do livro tem passado nos últimos anos, com especial inflexão em 1998.

Os reflexos dessas transformações nos tem chegado ainda na sua forma branda, incipiente, como convém aos países periféricos da economia globalizada, mas seguramente já emite seus primeiros sinais.

Talvez possamos demonstrar o que estou dizendo comparando alguns pontos de vista:

O primeiro nos demonstra o ofício de editar ainda em sua era tipográfica, na segunda metade do século XVII, sendo utilizada como epígrafe por Chartier<sup>4</sup>:

*“Nosotros procuramos formar un libro perfectamente acabado, el qual constando de buena doctrina, y acertada disposición del Impresor y Corrector, que equiparo al alma del libro; y impreso bien en la prensa, com limpieza y asseo, le puedo comparar al cuerpo airoso y galan”*  
(Alonso Victor de Paredes, *Institución y origen del Arte de la Imprenta*, c. 1680)

O ofício de editar aparece aqui translúcido: a boa doutrina encontra no editor culto a acertada correção e a primorosa impressão que produz um objeto garboso pronto para o que se destina, isto é, um público culto e letrado que detém o aparato necessário à boa leitura.

---

<sup>4</sup> Op. Cit., p. 61.

O segundo ponto de vista colhemos no nosso tempo, em 1998, já bem distante do século XVII. Vamos buscá-lo no editor Lothar Menne, da editora Heyne: “ *A editora do avô está morta. Porque o tipo de editor culto não está mais em voga, desde que o mundo da literatura se mudou para o salão da Bolsa (de valores)*”<sup>5</sup>.

Aqui, o tradicional editor que vinha na esteira da era de Gutenberg, necessariamente intelectualizado e exercendo uma profissão marcada pelo envolvimento irrecusável com os valores culturais, seja na elaboração do texto final, seja na sua finalização gráfica, aparece morto e substituído por outro tipo de profissional – aquele que faz do livro objeto singular de investimento econômico e do negócio que busca a fria objetividade do lucro.

Mas a complexidade do momento atual não se detém nesse segundo ponto de vista e é necessário ampliarmos ainda mais essa visão. Vamos buscá-la por intermédio da revista britânica – The Economist – em detalhado artigo de 1999 que analisa as tendências do mundo do livro contemporâneo e sintomaticamente não o trata como “Indústria Editorial” mas como “Indústria de Tecnologia e Entretenimento”: “*Em nossos dias , a força nos estudos do entretenimento não está nos estudos sobre cinema, ou sobre televisão, ou sobre editoras: todos esses negócios estão se tornando parte de um grande negócio onde companhias podem criar tanto conteúdos quanto distribuí-los por diversos meios*”.

Por esse último ponto de vista, já não se trata apenas de transportar o mundo do livro para a esfera das Bolsas de Valores, mas de transformar o conceito que temos de produzir livros, inserindo-os numa cadeia de negócios distintos da criação e da distribuição de vários tipos de produtos culturais derivados.

O que mudou entre esses três pontos de vista, verdadeiros mundos distintos entre si? Da primeira citação, a do séc. XVII, os editores se serviram desde a revolução causada por Gutenberg e foram construindo formas, hoje clássicas, de dar “materialidade aos textos”, criando formatos e suportes em papel que possibilitaram a difusão diversificada da leitura durante séculos. Nos últimos 500 anos, editores criaram múltiplos meios de fazer com que a cultura escrita se preservasse e disseminasse conhecimentos instituindo políticas editoriais praticadas ainda hoje.

---

<sup>5</sup> Citado por Peter Weidhaas. Madrid: Revista Bibliodiversidad, setembro de 1999.

Porém, como todo processo humano, este também criou suas próprias contradições, hoje agudizadas pela economia global, habilmente sintetizadas por Roger Chartier no livro *Desafios da escrita*:

*“Em relação à cultura escrita, dois problemas inquietaram os homens e as mulheres da primeira modernidade, entre o final do século XV e o início do século XIX: o receio da perda e o medo do excesso. O primeiro desses pensamentos produziu um conjunto de gestos visando salvaguardar o patrimônio escrito da humanidade: da coleta dos textos antigos à edição dos manuscritos, da edificação de grandes bibliotecas à organização dessas “bibliotecas sem paredes” que são os catálogos, os inventários, as enciclopédias. Os editores desempenharam um papel nessa tarefa, transformando, graças à imprensa, em objetos duráveis, multiplicados, difundidos, o que os outros suportes do escrito não podiam salvar do efêmero. Porém, a multiplicação da produção impressa é logo vista como um perigo. Para dominar esse possível excesso, são necessários instrumentos que permitam selecionar, classificar, hierarquizar. Essas ordenações cabem a múltiplos atores, mas os editores, por suas escolhas, desempenham um papel essencial nessa **domesticação da abundância**.*

*Nasce daí a ambivalência fundamental da atividade editorial e do comércio do livro. De um lado, somente eles podem assegurar a constituição de mercado dos textos e dos julgamentos. São eles uma condição necessário para que possa ser construída uma pública literária e um uso crítico da razão. Mas, de outro, em virtude de suas próprias leis, a edição submete a circulação das obras a coerções e a finalidades que não são idênticas à aquelas que governaram sua escrita. Entre essas duas exigências, a tensão não se resolve facilmente”.*

Percebemos, então, a partir dessa síntese de Chartier, que as citações que fiz do editor Lothar Menne e do *The Economist*, são uma agudização dessa tensão inexorável, mediada pelo editor, entre o ato de criar do autor e as leis próprias do comércio de livros.

Essa questão hoje é tão premente nos países com forte indústria editorial, que a pergunta que se faz é: *“Deveríamos contar no futuro não talvez com a desaparecimento do livro, mas sim com a desaparecimento total do editor e das editoras independentes?”*

Essa preocupação está longe de ser uma especulação meramente acadêmica: de 1998 para cá as compras ou fusões de editoras por conglomerados financeiros modificou o cenário editorial europeu e da América do Norte. Para termos uma idéia dessas modificações e do tipo de

movimentação financeira que altera constantemente o “estado da arte” do mundo editorial hoje, cito informações, obviamente já alteradas pelo movimento contínuo de incorporações, de dois expoentes do mundo do livro europeu e americano: Peter Weidhaas (ex-Diretor Feira Internacional do Livro de Frankfurt) e Jason Epstein (ex-Editor Random House):

*“O newsletter Subtext chegou a conclusão que em 2000, 93% da indústria editorial norte-americana estará controlada pelos 20 operadores mais importantes do mercado. No setor da informação especializada, sobretudo nos âmbitos da medicina e ciências naturais, nos quais as barreiras lingüísticas não constituem nenhum problema, a proporção é ainda mais extrema: as 3 maiores editoras do mercado norte-americano – todas elas empresas que não são norte-americanas – tem ao redor de 90% do mercado em suas mãos. (...) na França tem-se como base de que atualmente entre 50 a 60% do mercado é controlado pelos dois grupos de maior envergadura econômica – Havas e Hachette. Estas, por sua vez, pertencem a impérios financeiros maiores, a saber: o consórcio tecnológico de comunicação e investimentos Vivendi e o grupo Lagardère que pertence ao consórcio francês de armamentos Matra. Nesse contexto, há pouco, com a compra dos grupos editoriais Orion e Cassel, a Hachette ganhou participação estrategicamente significativa no mercado inglês. (Mais perto de nós...) Em 1998, com a aquisição da Editorial Anaya, o grupo Havas ocupou um posto avançado no mercado latino-americano.”<sup>6</sup>*

*“ ...Logo a Random House se mudará da Terceira Avenida para uma nova sede corporativa a ser erigida na Broadway por seu dono atual, um conglomerado internacional de mídia abarcando vários nomes bem conhecidos de casas editoriais; além da Random House há a Knoupf, a Doubleday, a Bantam, a Pantheon, a Dell, a Crown e a Ballantine, bem como diversas editoras inglesas e alemãs. O mundo editorial nos Estados Unidos atualmente é dominado por cinco impérios. Dois estão sediados na Alemanha: o Bertelsmann, dono do grupo Random House, e o Holtzbrinck, dono da St. Martin´s e da Farrar, Straus & Giroux. O império da Longmans, Pearson, sediado em Londres, é proprietário do grupo Viking, Penguin, Putnam, Dutton, e o News Corporation, de Rupert Murdoch, é proprietário da HarperCollins e da*

---

<sup>6</sup> Weidhaas, Peter. Revista *Bibliodiversidad*. Madrid: setembro/1999. p. 4.

*William Morrow. A Simon & Schuster e a Pocket Books pertencem à Viacom, proprietária da Paramount Pictures e da MTV entre outras propriedades da mídia”.<sup>7</sup>*

Esses conglomerados de inúmeras siglas que antes produziam livros isoladamente e de uma determinada forma, transformaram-se em veículos de grandes negócios e protagonistas da transformação do papel do autor e do editor. Tendo o lucro que elas podem dar aos investidores como o ponto determinante das edições, problematizam com sua excepcional força econômica o tradicional papel mediático do editor como o conhecemos. Mais do que isso, impõem a todos que estão escrevendo e produzindo textos para serem editados uma reflexão sobre o livro enquanto produto cultural e suas possibilidades.

A análise de grandes editores internacionais é a de que o livro, enquanto meio, está submetido a uma mudança de seus valores culturais, isto é, está perdendo partes essenciais de sua identidade cultural e se transforma ainda mais claramente em mercadoria que deve afirmar-se frente a outras mercadorias mediáticas no mercado de conteúdos.

### **3. O atuação do editor universitário, hoje:**

A pergunta que nos fazemos, enquanto editores universitários, e que clama por uma resposta, é se nesse cenário ainda há espaço para nos propormos enquanto agentes científicos e culturais comprometidos com a difusão da informação e a construção do conhecimento autônomo, independente de pressões econômicas ou exigências de lucros exorbitantes e imediatos. Até que ponto é factível pensarmos, a partir desse cenário aparentemente consolidado e hegemônico que demonstrei rapidamente, em construirmos nossas editoras universitárias sobre propostas organizacionais e com conceitos de empresa cultural sobre um mundo que estrangula, na prática, esses mesmos conceitos?

Esta indagação se torna ainda mais angustiante ao constatarmos que, apesar de todos os avanços da editoração universitária no Brasil nos últimos 15 anos, a maioria de nossas autoridades universitárias ainda encara a atividade editorial como uma operação pré-empresarial. É irônico pensar que enquanto refletimos sobre as tendências que as incorporações da era da globalização nos impõem, ainda há um enorme contingente de editores universitários que operam

---

<sup>7</sup> Epstein, Jason - *O negócio do livro*. RJ: Editora Record, 2001. pp. 26/27.

suas atividades de difusão acadêmica e cultural de maneira artesanal e totalmente amadorística, situação provocada por uma equivocada noção das autoridades universitárias que não compreendem o lugar estratégico da editora nas atividades formadoras do professor, do estudante e do profissional cultivado, contribuindo para a afirmação plena da universidade enquanto instituição vital para o desenvolvimento cultural e científico de nossas sociedades.

#### **4. Proposta de transformação do quadro atual:**

Do meu ponto de vista, urge transformar nossas editoras em empresas culturais acadêmicas, não apenas para racionalizar e fortalecer suas atividades, mas porque temos um enorme capital criativo nas mãos, pleno da riqueza que a diversidade universitária tem condições de criar de uma maneira ímpar. Há espaço sim, para nós, editores universitários, criarmos nossas empresas culturais na era da globalização. O mesmo movimento que criou esse cenário com o qual convivemos e que nos forçam a classificar como sendo o único possível, engendra novas possibilidades e traz novas perspectivas que rompem com o imobilismo atual e a fixidez dos raciocínios impostos pelo notável *marketing* da globalização hegemônica.

Os grandes editores internacionais e os estudiosos da edição apostam em uma convivência não pacífica entre os conglomerados que reduzem a criação editorial à simples mercadoria e os editores independentes, preservadores da diversidade cultural e da independência criativa. Vale lembrar mais uma vez a contribuição de Peter Weidhaas no artigo já citado:

*“Não creio que o livro se torne supérfluo tão somente pelo fato de reduzir-se seus conteúdos à aquilo que concretamente se venda bem, isto é, que seja rentável enquanto produto. Minha esperança reside no desde sempre habitual cálculo misto da indústria editorial, no qual os títulos exitosos financiem parcialmente aqueles que vendem menos mas que são ambiciosos do ponto de vista editorial. Por detrás de decisões semelhantes, e mesmo contra os interesses de lucro dos investidores, sempre está um editor consciente de sua responsabilidade e que se sentia comprometido com as possibilidades culturais do livro. (...) Mas além dessa, há outra esperança, que na base, nas editoras pequenas e médias, como já sucedeu na história da edição, surja uma nova geração de bookmakers (fazedores de livros) comprometidos que, provavelmente explorando-se a si mesmos, como já acontece atualmente, elejam temas coloridos, fora do*

*comum, acessórios, difíceis, belos, necessários, criativos; em todos os casos, temas não lucrativos (pelo menos na ganância que se pretendem os tempos atuais).”*

Como não enquadrar as editoras universitárias nessas esperanças? Não avançamos até aqui justamente por termos essas características citadas por Weidhaas? Não devemos avançar ainda mais, projetando nossas conquistas e construindo equipamentos organizacionais sólidos que cumpram o papel de empresas culturais, hoje tão necessárias para enfrentarmos com o mínimo de infra-estrutura e autonomia administrativa as dificuldades que se apresentam?

Toda criação, por mais brilhante que seja, para ser disseminada necessita de projetos sustentáveis e no mundo dos livros nunca foi diferente. Editar e ser editor, hoje, é mais do que nunca, criar projetos editoriais que, ao dignificarem o autor e proporcionarem informação e conhecimento, precisam afirmar-se em uma empresa cultural forte e ativa, bem estruturada administrativa e financeiramente, tornando-se um importante meio de resistência ao empastelamento gerado pela globalização econômica. É claro que essa resistência não se dará sem luta, boa parte dela dentro dos muros de nossas próprias instituições. Mas nunca podemos nos esquecer de que trabalhamos essencialmente com o conhecimento e com produtores de conhecimento e que esse fator é relevante na história da construção de grandes empreitadas científicas e culturais proporcionando fortalezas que dificilmente encontraríamos em outros segmentos. Além disso, esse lugar privilegiado da editora universitária que busca antes de qualquer outra coisa a qualidade e o saber acadêmico, nos proporciona e resgata a essência do ofício do editor que é a sua fundamental relação com os autores. Como diz Jason Epstein, do alto dos seus 50 anos como editor de grandes autores: *“um exército regular vive em seus quartéis. Os exércitos de guerrilha vivem em meio às pessoas que os sustentam e por quem lutam. Assim também o fazem os editores”*.<sup>8</sup>

## **5. Expectativas e agradecimentos:**

É o momento de buscarmos o diálogo sobre esta e outras propostas para darmos um salto qualitativo e quantitativo que honre o trabalho diuturno de inúmeros homens e mulheres do ciclo produtivo do livro universitário. O presente estudo exploratório da situação brasileira que

apresentamos por intermédio dessas reflexões e do diagnóstico que se segue é uma modesta contribuição que espero seja debatida e analisada, ao lado de outras, buscando melhores patamares para o livro universitário e seu ciclo produtivo no Brasil e em *nuestra América* – autores, editores, livreiros, leitores.

Agradeço ao IESALC/UNESCO e a seu Diretor, Dr. Cláudio Rama, pelo incentivo em elaborar este estudo que, espero, esteja a altura dos objetivos propostos. Igualmente agradeço a colaboração imprescindível da pesquisadora Elisabeth Naves e sua equipe que me auxiliaram na interpretação dos dados do questionário, compondo comigo o “Diagnóstico”. Em especial, agradeço também aos colegas e amigos das editoras universitárias brasileiras que responderam ao questionário inicial e que tornaram possível iniciarmos um ciclo de informação e conhecimento sobre o “estado da arte” do mundo editorial acadêmico em nosso país. Aos meus companheiros da Fundação Editora UNESP e da Universidade Estadual Paulista (UNESP), que buscam concretizar o empreendimento editorial acadêmico como uma empresa cultural, dedico esse trabalho.

São Paulo, outubro de 2003.

José Castilho Marques Neto<sup>9</sup>

\* \* \* \* \*

---

<sup>8</sup> Op. Cit., p. 23.

<sup>9</sup> Doutor em Filosofia pela Universidade de São Paulo (USP), Professor de Filosofia na FCL/Câmpus de Araraquara da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Diretor Presidente da Fundação Editora da Unesp/Editora UNESP, Presidente da EULAC e Diretor Geral da Biblioteca Pública Municipal de São Paulo “Mário de Andrade”.

## **PARTE II**

# ***DIAGNÓSTICO DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS***

## **INTRODUÇÃO**

### **Objetivos:**

Este trabalho é resultado de um estudo exploratório que visa caracterizar as editoras universitárias brasileiras , bem como avaliar o seu desempenho no ano de 2001. Deve-se a elaboração dessa pesquisa ao IESALC/UNESCO, que a encomendou com o objetivo de realizar um estudo preliminar da editoração universitária na América Latina e Caribe.

### **Instrumento de coleta de dados e resultados:**

- Foram aplicados 60 questionários junto às editoras universitárias, respondidos por 40 delas.
- Os resultados referem-se a 45% do total das editoras universitárias existentes no país. A partir destes primeiros dados levantados será possível, numa segunda experiência, a configuração de amostragem estratificada que nos forneça um grau de confiabilidade tão ou mais significativo do que aquele obtido através de uma amostra aleatória , utilizando-se os resultados de um número mais reduzido de questionários.

### **Instrumento de coleta de dados:**

O questionário está dividido em 5(cinco) blocos :

- Caracterização da editora universitária.
- Caracterização da produção editorial.
- Caracterização do perfil das vendas.
- Perfil da editora universitária.
- Principais problemas que impedem o desenvolvimento da editora.

### **Sistematização dos dados:**

- Os dados sistematizados através dos programas Excel e SPSS nos permitem obter os resultados em números absolutos e relativos, como também a construção de tabelas e gráficos que facilitam a leitura dos principais resultados.

- A maioria das questões são fechadas, oferecendo opções para o entrevistado . As respostas das questões abertas foram listadas, avaliadas e agrupadas segundo a sua similitude. Esses grupos foram pós- codificados, possibilitando a obtenção de um percentual significativo.
- Para as questões abertas que exigem respostas em números, criamos intervalos para a obtenção de percentuais estatísticos significativos.
- No item IV do relatório são apresentados os cruzamentos interessantes de algumas questões.

## **Apresentação dos resultados:**

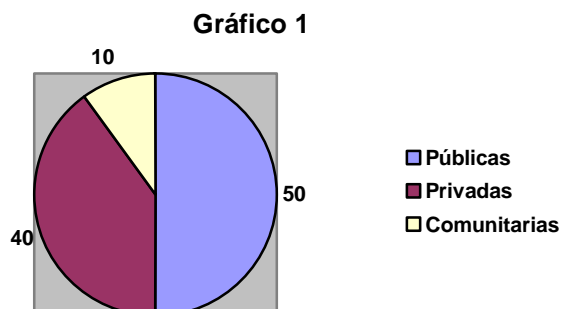
O relatório contendo os principais resultados está dividido em 5 (cinco) blocos de acordo com o instrumento de coleta de dados, além da análise dos cruzamentos. Foram utilizados principalmente os números relativos, tanto nos textos quanto nos gráficos.

# **Relatório**

## **Bloco I- Caracterização da editora universitária**

### **1- Tipo de editora:**

- 50% das editoras que responderam ao questionário são públicas.
- 40% são privadas.
- 10% são comunitárias (vinculadas a alguma instituição religiosa sem fins lucrativos).



## 2- Tipo de vínculo institucional:

- 93% das empresas declarou estar vinculada a uma Universidade.
- 5% a uma Faculdade.
- 2% a um Instituto Cultural ou de Pesquisa.

## 3- Tipo de vínculo administrativo:

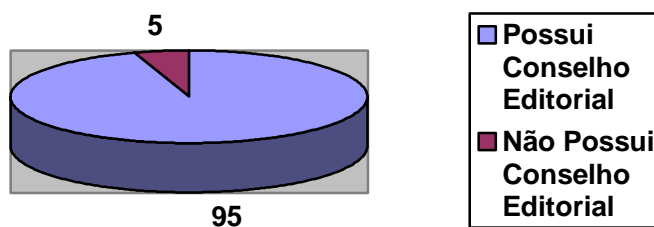
- 78% das editoras estão vinculadas administrativamente à Reitoria.
- 5% a uma unidade de ensino universitária.
- 7% a uma fundação universitária de apoio.
- 5% a uma fundação exclusiva da Editora.
- 5% a uma diretoria de instituição cultural ou de pesquisa.

## 4- Estrutura editorial e administrativa:

### 4.1 Conselho Editorial:

- 95% possuem Conselho Editorial.
- 5% não possuem.

**Gráfico 2**



## 4.2 Grau de autonomia perante a Universidade:

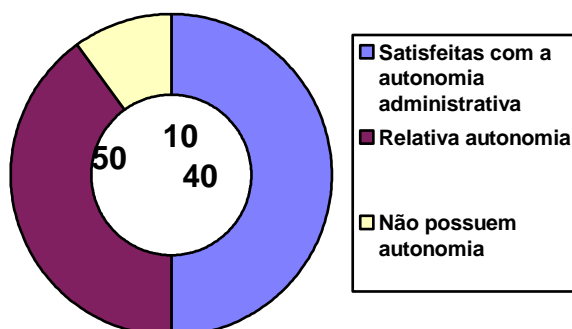
### 4.2.1 Autonomia Editorial:

- 10% declarou não possuir autonomia editorial perante a Universidade.
- 20% declarou possuir relativa autonomia.
- 70% declarou possuir autonomia satisfatória.

### 4.2.2 Autonomia Administrativa:

- 10% declarou não possuir autonomia administrativa.
- 40% declarou possuir relativa autonomia.
- 50% declarou satisfação com a autonomia que possuem.

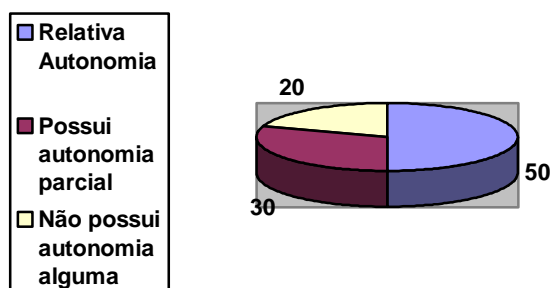
Gráfico 3



### 4.2.3 Autonomia Financeira:

- 30% possui autonomia parcial.
- 20% não possui nenhuma autonomia.
- 50% possui relativa autonomia.

Gráfico 4



### **4.3 Orçamento anual (em US\$):**

- 25% está na faixa entre 1.000 e 10.000 dólares.
- 25% entre 11.000 a 30.000 dólares.
- 12% entre 31.000 e 50.000 dólares.
- 14% entre 51.000 a 100.000 dólares.
- 15% entre 301.000 a 500.000 dólares.
- 5% entre 500.000 a 1.000.000 de dólares.
- 2% acima de 1.000.000 de dólares.
- 2% não responderam a esta questão.

### **4.5. Porcentagem relativa de receitas na composição do orçamento:**

#### 4.5.1 Percentual de receita própria (vendas e serviços):

- 12% na faixa entre 0 a 20% .
- 15% entre 21 a 40%.
- 15% entre 41 a 60%.
- 14% entre 61 a 100%.
- 44% não responderam a esta questão.

#### 4.5.2 Percentual de receita institucional (dotações e subsídios):

- 7% na faixa entre 21 a 40%.
- 15% entre 41 a 60%.
- 17% entre 61 e 80%.
- 20% entre 81 a 100%.
- 41% não responderam a esta questão.

### **4.6 Número de funcionários permanentes:**

- 73% possuem entre 0 a 10.
- 10% entre 11 a 20.
- 10% entre 21 a 30.
- 5% entre 31 a 50.
- 2% não responderam a esta questão.
- Obs.: Nenhuma editora declarou mais de 50 funcionários.

### **4.7 Editoras que possuem ou gerenciam gráfica da instituição universitária:**

- 40% possuem ou gerenciam gráfica da universidade.
- 60% não possuem ou gerenciam.

#### **4.8 Editoras que possuem livraria própria:**

- 58% possuem.
- 42% não possuem.
- Obs.: 90% das editoras que responderam positivamente a esta questão possuem de 1 a 3 livrarias, enquanto 2% possuem de 4 a 6. Em média, a pesquisa apresenta um resultado de 1,7 livrarias por editora.

#### **4.9 Editoras que possuem distribuidora de livros própria:**

- 85% não possuem.
- 15% possuem.
- Obs.: as editoras que possuem têm apenas uma distribuidora regional.

#### **4.10 Pagamento de direitos autorais pelas editoras:**

- 75% pagam direitos em dinheiro ou em exemplares.
- 10% não pagam.
- 15% pagam ou não conforme a edição.

## Bloco II- Caracterização da produção editorial

### 1- Número de títulos novos publicados por área temática:

**Tabela 1**

<b>Códigos</b>	<b>Classificação Temática</b>	<b>Números Absolutos</b>	<b>%</b>
<b>000</b>	<b>Generalidades</b>	<b>84</b>	<b>1%</b>
<b>100</b>	<b>Filosofia – Psicologia</b>	<b>213</b>	<b>3%</b>
<b>200</b>	<b>Religião</b>	<b>243</b>	<b>3%</b>
<b>300</b>	<b>Ciências Sociais</b>	<b>513</b>	<b>7%</b>
<b>400</b>	<b>Linguística</b>	<b>451</b>	<b>6%</b>
<b>500</b>	<b>Ciências Puras</b>	<b>542</b>	<b>7%</b>
<b>600</b>	<b>Tecnologia – Ciências Aplicadas</b>	<b>697</b>	<b>10%</b>
<b>700</b>	<b>Artes – Recreação e Esportes</b>	<b>747</b>	<b>10%</b>
<b>800</b>	<b>Literatura</b>	<b>872</b>	<b>12%</b>
<b>900</b>	<b>História e Geografia</b>	<b>1904</b>	<b>27%</b>
<b>1000</b>	<b>Educação</b>	<b>1010</b>	<b>14%</b>
	<b>Total</b>	<b>7276</b>	<b>100%</b>

### 2- Número de títulos novos traduzidos ao idioma nativo em 2001:

- 95% traduziram entre 0 a 10 títulos.
- 5% traduziram mais de 20 títulos.

### 3- Número de títulos novos editados em outros idiomas destinados à exportação em 2001:

- 10% editaram.
- 90% não editaram.

#### **4- Número de títulos novos publicados em regime de co-edição com editoras universitárias ou privadas em 2001:**

- 10% editaram títulos em co-edição.
- 90% não co-editaram.

#### **5- Número de títulos novos publicados em outros suportes além do papel:**

##### 5.1 Em CD-ROM:

- 89% não produziram.
- 11% produziram.
- Obs.: das que produziram, 5% publicaram 3 títulos, 5% publicaram 2 títulos e 1% produziu 1 título.

##### 5.2 Em *e-book*:

- 90% não produziram.
- 10% produziram.
- Obs.: das que produziram, 8% publicaram 5 títulos e 2% publicaram 1 título.

##### 5.3 Em vídeo e/ou áudio:

- 80% não produziram.
- 20% produziram.
- Obs.: das que produziram, 5% publicaram 8 títulos, 4% publicaram 5 títulos, 3% publicaram 7 títulos, 3% publicaram 2 títulos e 5% publicaram 3 títulos.

### **Bloco III- Caracterização do perfil das vendas**

#### **1. Número de títulos vendidos em 2001:**

- 50% entre 0 a 50 títulos.
- 2% entre 51 a 100 títulos.
- 25% entre 101 a 200 títulos.
- 15% entre 201 a 400 títulos.
- 8% mais de 400 títulos.

Obs.: É importante ressaltar que, entre as 50% das editoras que afirmaram ter vendido entre 0 e 50 títulos, 10% não venderam nenhum título, o que representa 44% deste universo e 20% do total da amostra. A explicação para este fato pode estar no número de doações que são feitas pelas editoras universitárias ou por perfis de editoras que não vendem suas publicações.

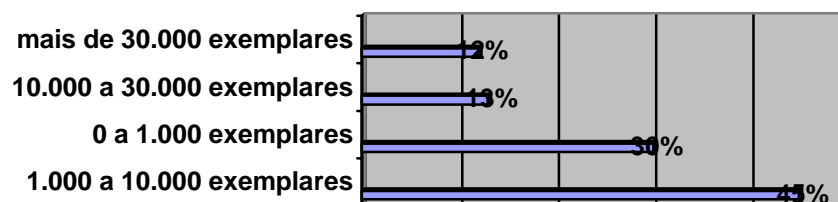
**gráfico 5**



## 2- Número de exemplares vendidos em 2001:

- 30% entre 0 a 1.000 exemplares.
- 45% entre 1.000 e 10.000.
- 13% de 10.000 a 30.000.
- 12% acima de 30.000.

**Gráfico 6**

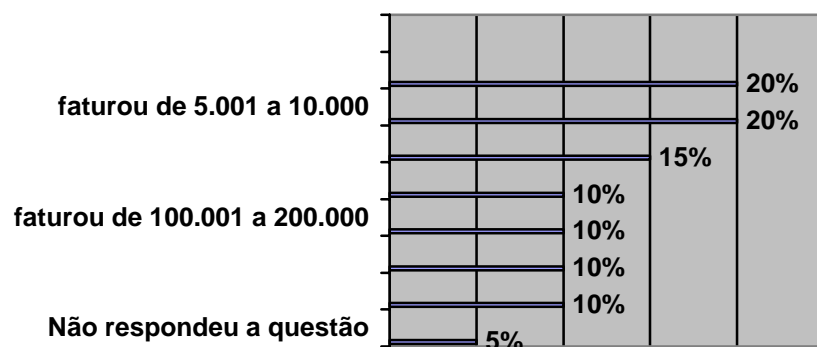


Obs.: 7 entre as 12 editoras (30%) da faixa de 0 a 1000 exemplares não venderam nenhum exemplar, correspondendo a 58% deste universo e 17% do total da amostra.

### 3- Faturamento (preço de capa, apenas subtraindo o desconto para livrarias e distribuidoras) com vendas de livros/revistas<sup>10</sup>:

- 10% faturaram entre 1.000 e 3.000 dólares.
- 10% entre 3.001 e 5.000.
- 20% entre 5.001 e 10.000.
- 20% entre 20.001 e 50.000.
- 15% entre 50.001 e 100.000.
- 10% entre 100.001 e 200.000.
- 10% mais de 1.000.000.
- 5% não responderam.

**Gráfico 7**



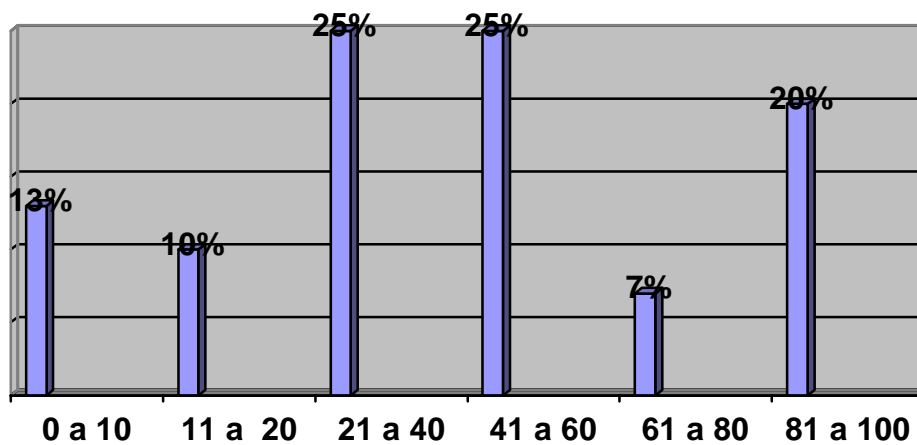
### 4- Canais preferenciais de vendas, distribuídos por segmentos:

#### 4.1 – Vendas em livrarias de universidades:

- 78% das editoras vendem seus livros por este canal, assim distribuídas as porcentagens nas vendas totais:
- 13% têm neste canal de 0 a 10% de suas vendas totais.
- 10% de 11 a 20%.
- 25% de 21 a 40% .
- 25% de 41 a 60%.
- 7% de 61 a 80%.
- 20% de 81 a 100%.

<sup>10</sup> Valores em US\$, tomando a base de US\$1,00 = R\$2,90.

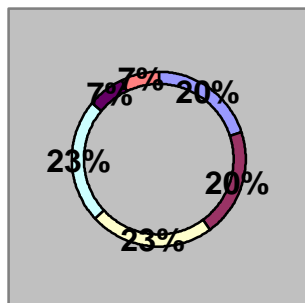
Gráfico 8



#### 4.2- Vendas em livrarias da rede comercial:

- 75% das editoras vendem seus livros por este canal, assim distribuídas as porcentagens nas vendas totais:
- 20% tem neste canal de 0 a 10% de suas vendas totais.
- 20% de 11 a 20%.
- 23% de 21 a 40%.
- 23% de 41 a 60%.
- 7% de 61 a 80%.
- 7% de 81 a 100%.

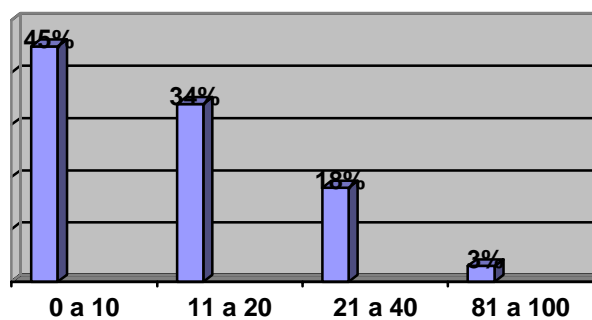
gráfico 9



#### 4.3- Vendas em feiras e eventos:

- 73% das editoras vendem seus livros por esse canal, assim distribuídas as porcentagens nas vendas totais:
- 45% tem nesse canal de 0 a 10% de suas vendas totais.
- 34% de 11 a 20%.
- 18% de 21 a 40%.
- 3% de 81 a 100%.

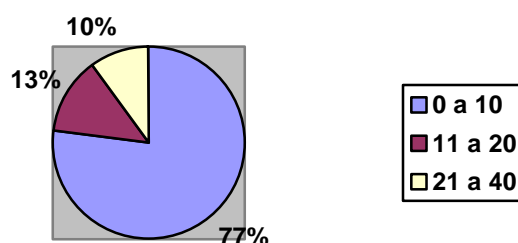
Gráfico 10



#### 4.4- Vendas on-line/website:

- 53% das editoras vendem seus livros por esse canal, assim distribuídas as porcentagens nas vendas totais:
- 77% tem nesse canal de 0 a 10% de suas vendas totais.
- 13% de 11 a 20%.
- 10% de 21 a 40%.

**Gráfico 11**



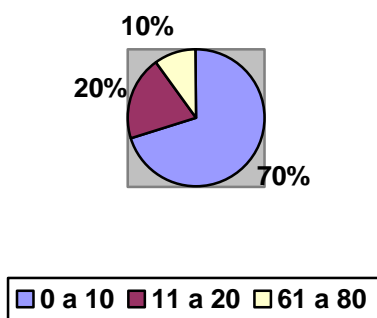
#### 4.5- Vendas por exportação:

- 10% das editoras vendem de 0 a 10% de seus livros através desse canal.

#### 4.6- Vendas por canais diversos:

- 25% das editoras vendem seus livros por esses canais, assim distribuídas as porcentagens nas vendas totais:
- 70% tem nesse canal de 0 a 10% de suas vendas totais.
- 20% de 11 a 20%.
- 10% de 61 a 80%.

**Gráfico 12**



Obs.: As grandes vias de escoamento ainda são as **livrarias**. No caso de vendas on-line , a participação é pequena, o que comprova a hipótese de que a Internet ainda não se estabeleceu como canal de vendas .Ao contrário do que se comenta a participação das vendas em feiras e eventos **não é significativa**.

## **Bloco IV- Perfil da Editora Universitária**

### **1- Principais linhas editoriais temáticas:**

- Ciências Sociais-13%
- Educação-11%
- História-10%
- Ciências Humanas-10%
- Literatura –8%
- Tecnologia - 6%
- Filosofia / Psicologia-7%
- Artes-4%
- Ciências Puras-4 %
- Teologia- 4%
- Letras-4%
- Documentação-4%
- Comunicação-4%
- Antropologia-3%
- Religião-2%
- Generalidades-3%
- Ciências Agrárias -3%

### **2- Número de títulos publicados em 2001:**

- 26% publicou de 0 a 10 títulos.
- 20% de 21 a 30 títulos.
- 18% de 31 a 50 títulos.
- 15% de 11 a 20 títulos.
- 20% de 51 a 80 títulos.
- 1% de 81 a 100 títulos.

## **Bloco V : Principais problemas que impedem ou dificultam o desenvolvimento da Editora Universitária**

Nesta questão foi possível agrupar as respostas em 8 grandes grupos listados abaixo por ordem de importância:

### **1- Distribuição inadequada.**

### **2- Falta de Autonomia:**

- Gerencial.
- Comercial.
- Econômica.

### **3- Recursos Humanos:**

- Baixo número ou ausência de funcionários.
- Falta de pessoal qualificado.

### **4- Restrições orçamentárias e financeiras:**

- Sérias restrições orçamentárias.
- Falta de recursos financeiros para investimentos.

### **5- Custos:**

- Custo da matéria prima muito alto.
- Alto custo operacional.

### **6- Problemas de infra-estrutura geral.**

### **7- Falta de experiência de diretores e funcionários com a atividade editorial e livreira.**

### **Obs.: Em conseqüência, observa-se o seguinte quadro geral:**

- Ausência de visão mercadológica do empreendimento editorial.
- Pouca agilidade com parceiros e prováveis leitores.
- Falta de personalização do produto de cada editora.
- Tiragens pequenas e unitariamente custosas.
- Rodízio constante na administração geral, dificultando acumulação de saberes e formação de equipes profissionais.
- Poucas promoções comerciais e de divulgação.
- Problemas administrativos gerais que afetam a edição e a distribuição.

## **Bloco VI: Análise de cruzamentos dos dados da pesquisa**

### **1- Não disponibilidade de fornecimento de dados de Faturamento x Autonomia administrativa:**

- Todas as editoras que não responderam a esta questão de faturamento declararam estar administrativamente vinculadas à Reitoria apesar de 3 delas terem alegado que sua autonomia administrativa é satisfatória, 1 delas que é relativa e a outra não respondeu.
- Nenhuma destas editoras respondeu número de títulos e apenas 1 delas respondeu o número de exemplares vendidos . Estes dois cruzamentos podem significar um certo comodismo, afinal 12% do total da amostra e, ainda mais importante, 27% das que estão vinculadas à Reitoria, não declararam insatisfação em relação à autonomia administrativa.

### **2- Canais de comercialização(Distribuição) x Problemas de distribuição:**

- Das 40 editoras que responderam o questionário 18 apontaram problemas de distribuição, ou seja 45% da amostra.
- Destas, 18 estão incluídas no grupo que afirmou distribuir entre 41 a 50% de seus livros em livrarias universitárias, enquanto 16% afirmam distribuir também em livrarias comerciais. Principalmente no caso da distribuição via livrarias universitárias o percentual é muito significativo, o que reafirma a importância do “Programa Interuniversitário da Distribuição do Livro - PIDL”, instituído pela Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), como canal vital de vendas para faixa significativa das editoras universitárias nacionais.

### **3- Produção x Problemas de distribuição:**

- Das editoras que se queixaram de problemas com distribuição, 61% publicaram de 0 a 30 títulos e as restantes publicaram de 30 a 101 títulos, sendo que apenas uma ultrapassou os 100 títulos. O percentual de editoras que publicaram um número menor de títulos e alegam ter problemas com distribuição é mais significativo do aquele referente às que publicaram um número maior de títulos, o que nos faz supor que as editoras maiores têm menos problemas com distribuição, quadro que não distingue as universitárias, neste item, do conjunto das editoras brasileiras.

### **4- Problemas de Autonomia x “Grau de autonomia perante a universidade”:**

- 11 editoras do total da amostra queixaram-se da falta de autonomia, ou seja, 28% da amostra e, o que é mais interessante, todas elas reclamam mais da falta de autonomia financeira.

Quando não especificam claramente na questão aberta (“Falta de autonomia financeira” ou “Dependência econômica”, por exemplo ) afirmam, na questão 4.3 do Bloco I, que não tem nenhuma autonomia financeira e, em alguns casos, relativa autonomia financeira.

- 5 editoras do total da amostra, ou seja, 45% das que reclamaram e 12 % do total da amostra, queixaram-se de que não têm autonomia administrativa. Uma delas afirma que não tem nenhuma autonomia administrativa e quatro, ou 10% da amostra, que tem relativa autonomia administrativa .
- Apenas 10% do total da amostra afirma não ter nenhuma autonomia editorial.

#### **5- Tipo de editora x declaração de falta de autonomia :**

- 33% das editoras públicas ao declararem ter falta de autonomia, referem-se à “Falta de Autonomia Financeira”. Apenas uma delas, além de se queixar deste problema, aponta a falta de autonomia administrativa.

#### **6- Problemas relativos a recursos humanos x Número de empregados:**

- 13 editoras, ou seja, 36% da amostra, apontaram problemas relativos à recursos humanos e queixam-se, em sua maioria, do número reduzido de pessoal. Ao cruzar esta questão aberta com a questão 4.6 do Bloco I ( número de empregados permanentes), observa-se que 70%, ou seja, 9 destas editoras, afirmam empregar apenas entre 0 a 10 empregados permanentes.

#### **7- Restrições orçamentárias x Tipo de editora:**

- 7 editoras, ou seja 18% da amostra, apontaram “Restrições Orçamentárias” como um dos principais problemas que impedem o seu desenvolvimento. Destas, 6, ou 85% do total deste grupo, são públicas .

#### **8- Custo de Produção x Principais Áreas Temáticas:**

- Através deste cruzamento é possível perceber que as editoras que se queixaram dos **Altos Custos** se dedicam principalmente às “Ciências Humanas” e “ Ciências Sociais”. Apenas uma apontou livros de **Medicina** e outra da “**Área Técnica Científica**” . De fato, observando os resultados do “Diagnóstico do “Setor Editorial Brasileiro”, é possível perceber que os livros supostamente mais caros, como Medicina e Direito, são em sua maioria produzidos pelas editoras comerciais e não pelas universitárias e o alto custo de produção apontado pode ser um indicativo a ser explorado pela ausência dessas áreas temáticas dos catálogos das acadêmicas.

**9- Orçamento Anual x Livraria própria:**

- Das 23 (57% da amostra) editoras que declararam ter livrarias próprias, 9 possuem de 2 a 6 livrarias ( 39% deste universo e 22% do universo total pesquisado).
- Este grupo constitui-se das editoras que declararam um orçamento anual entre US\$51.000 e mais de US\$1.000.000.
- As outras 14 (61% deste universo e 35% do universo total pesquisado) alegaram possuir apenas uma livraria. Estas incluem-se no grupo que declarou um orçamento de US\$1.000 a US\$ 50.000.

**10- Produção de títulos x Venda de títulos:**

- O número de títulos vendidos foi de 6.031. Calculando-se a média entre as editoras pesquisadas, chega-se a 151 títulos por editora/ano.
- A produção total de títulos em 1º edição e reedições foi de 1.375, chegando-se a média 34 títulos por editora/ano.

São Paulo, julho de 2003

José Castilho Marques Neto  
Elisabeth Naves

\*\*\*\*\*