

Parcerias viabilizam difusão do conhecimento

Rodrigo Cunha

Em tempos de crise internacional e incertezas, ainda não se sabe se o próximo Natal será de fato extraordinário como espera o presidente Lula. Mas o crescimento da economia e o aumento da renda dos brasileiros nos últimos anos têm impulsionado o consumo de bens em geral, e o mercado de livros também tem se beneficiado com isso. É o que mostra um estudo da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, em parceria com a Câmara Brasileira do Livro e o Sindicato Nacional de Editores de Livros. De 2006 para 2007, embora tenha havido uma ligeira redução no número de títulos novos publicados, o número de exemplares produzidos aumentou 9,59% e as vendas subiram 8,21%. Apenas o segmento classificado como “científico, técnico e profissional” teve redução no número de exemplares produzidos e, ainda assim, vendeu 3,26% a mais. As editoras universitárias fazem parte desse segmento, mas não seguem a mesma lógica do mercado. Quais se destacam, o que elas mais publicam e o que mais vendem?

A Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu) reúne atualmente 106 editoras de instituições de ensino superior do país, metade delas públicas – entre federais e estaduais – e a outra metade entre universidades particulares, fundações e autarquias. Uma das que se destacam é a Editora Universidade de Brasília (UnB), criada no final de 1961. Ela passou por turbulências durante o regime militar, mas já havia tido seu momento de glória logo no início, com a publicação da Coleção Biblioteca Brasileira Básica, idealizada pelo primeiro reitor da UnB, o antropólogo Darcy Ribeiro. Os dez volumes iniciais, com tiragem de 15 mil exemplares cada, incluíam clássicos das ciências humanas, como *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda, *Casa-Grande & Senzala*, de Gilberto Freyre e *A formação econômica do Brasil*, de Celso Furtado. Somando os períodos da ditadura e da redemocratização, algumas de suas obras tiveram várias reimpressões, como o *Dicionário de política*, de Norberto Bobbio.

Outra editora de destaque é a da Universidade Estadual Paulista (Unesp), que tem sido das mais produtivas desde a sua criação, nos anos 1980, e independentemente das mudanças de reitor na universidade, mantém José Castilho Marques Neto há vários anos em seu comando. Além de suas publicações serem adotadas em vários cursos de graduação do país, algumas também despertam o interesse de professores dos ensinos fundamental e médio. É o caso de *Gramática de usos do português*, de Maria Helena de Moura Neves, da Faculdade de Ciências e Letras, da Unesp de Araraquara. A Fundação Editora da Unesp contou com parcerias cruciais para seu sucesso, como a da Cambridge University Press e da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo (Imesp). Parcerias como essas também são fundamentais para outra importante instituição, a Editora da USP (Edusp), que tem co-edições até mesmo com editoras comerciais, como a Hucitec e a Cia. das Letras. A principal parceira das editoras paulistas, ao lado da Imprensa Oficial, é a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), e várias de suas co-edições com a Edusp receberam prêmios como o Jabuti, oferecido pela Câmara Brasileira do Livro, entre elas *A reinvenção da velhice*, de Guita Grin Debert.

As editoras ligadas a instituições privadas, em geral, surgiram mais tarde, nos anos 1990, e sua produção é relativamente pequena em comparação com as mencionadas acima. Algumas, contudo, se destacam, como a da Universidade Sagrado Coração, de Bauru, com traduções de autores como Jacques LeGoff, Noam Chomsky e Umberto Eco, e a Educ, da PUC de São Paulo, uma das mais antigas, na qual também predominam os títulos de ciências humanas. “A Educ edita anualmente uma média de 27 livros e 18 periódicos científicos, perfazendo um total de 45 títulos”, diz Sonia Montone, responsável pela produção editorial. De acordo com ela, os que têm maior vendagem e demandam novas edições ou reimpressões são títulos das ciências sociais, da psicologia, ou voltados para a iniciação em metodologia de pesquisa científica.

Para se ter uma idéia da diferença no volume de publicações das editoras ligadas a universidades públicas e privadas, na da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), apenas uma de suas várias coleções, a

Humanitas, considerada seu carro-chefe, lança cerca de 30 títulos por ano, nas áreas de letras, artes e ciências humanas. Além de também publicar livros-textos para cursos de graduação, a editora da UFMG tem uma coleção semelhante à idealizada por Darcy Ribeiro na UnB, *Intelectuais do Brasil*, em parceria com a Fundação Perseu Abramo. De acordo com Silvana Cóser, vice-diretora da Divisão de Editoração, menos de 20% dos recursos da editora vêm da própria universidade, cuja principal contribuição é a infra-estrutura, e por isso as parcerias são fundamentais, como com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig) e o Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (Iuperj), ou com empresas como a Vale e a Petrobras, que apoiou, por exemplo, a publicação de um estudo sobre o compositor Guerra Peixe. “E os livros que vendem mais também subsidiam aqueles que não têm o apoio financeiro de uma instituição parceira”, explica.

Entre os títulos de mais saída, ela destaca *Escrever sem doar*, de Ronald Claver, e *Um toque de clássicos*, sobre Karl Marx, Emile Durkheim e Max Weber, organizados por três professoras da UFMG. “O primeiro foi escrito para atingir o público de estudantes e docentes do ensino superior, mas acabou atingindo os ensinos fundamental e médio. O segundo foi adotado como livro-texto em cursos de sociologia do Oiapoque ao Chui”, conta. Nas instituições privadas, também não há a noção de lucro nem mesmo em relação às obras mais vendidas: “Ao esgotar a primeira edição de um livro, a editora consegue recuperar os gastos com a produção editorial e gráfica da publicação. É apenas a partir de uma segunda edição ou reimpressão, quando há, que a editora passa a ter ganho com as vendas”, afirma Montone, da Educ. “Esse ganho, no entanto, não pode ser considerado lucro. Esse valor servirá como subsídio para novos títulos que não possuam apoio financeiro para sua produção”, completa.

Uma outra universidade federal com editora de destaque é a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que teve entre 1983 e 1991 o escritor Salim Miguel na direção, para quem o papel das editoras universitárias seria complementar ao das editoras comerciais. A Editora da UFSC publicou ficção e poesia de autores sem nenhuma relação com a universidade, além de também ter coleções voltadas para cursos de graduação. Assim como nas demais, as ciências humanas têm forte presença, mas seus títulos em áreas como química e física sempre estiveram entre os de maior saída em feiras como a Bienal do Livro de São Paulo. De acordo com uma pesquisa encomendada pelo Instituto Internacional para a Educação Superior, da Unesco, no entanto, embora as feiras de livros sejam um canal significativo de vendas para uma parcela importante das editoras universitárias, esses eventos representam, para boa parte delas, no máximo, 10% do total de suas vendas.

O estudo aponta que 37% das editoras universitárias têm desde quase a metade até a totalidade de suas vendas realizadas nas livrarias comerciais. Mas o principal canal de vendas para a maioria delas (52%) são mesmo as livrarias das próprias universidades. Porém, pouco mais da metade das editoras universitárias têm livrarias próprias. Enquanto as da UnB e da UFMG têm três cada, a grande maioria tem apenas uma e várias não têm sequer uma livraria. “No caso da distribuição via livrarias universitárias, o percentual é muito significativo, o que reafirma a importância do Programa Interuniversitário da Distribuição do Livro, instituído pela Abeu, como canal vital de vendas para faixa significativa das editoras universitárias nacionais”, afirma José Castilho Marques Neto, coordenador geral do estudo e diretor presidente da Fundação Editora da Unesp. Esse programa da Abeu prevê desconto de 50% no preço de capa para a editora participante, e o pedido mínimo para as editoras que possuem livraria é de cinco exemplares. “As editoras maiores têm menos problemas com distribuição, quadro que não distingue as universitárias, neste item, do conjunto das editoras brasileiras”, completa Castilho.

O estudo coordenado por ele aponta ainda que mais da metade das editoras universitárias vendeu, apenas em 2001, acima de 50 títulos, algumas delas superando 400 títulos em um único ano. Para um quarto dessas editoras, isso representa, pelo menos, 10 mil exemplares vendidos e um faturamento entre US\$ 50 mil e US\$ 200 mil. Uma pequena parcela (10%) consegue faturamento acima de US\$ 1 milhão. Metade das editoras universitárias tem orçamento anual de no máximo US\$ 30 mil, e praticamente a mesma fatia conta com no máximo 40% de sua verba vinda de recursos próprios, com vendas e serviços. Por isso, na definição do preço de venda dos livros, além do custo de produção, os apoios financeiros de parcerias com outras editoras ou com agências financiadoras como o CNPq têm papel crucial, juntamente com a expectativa de vendagem. “Quando é sabido, de antemão, que a demanda pelo livro será maior, optamos por tiragens maiores, viabilizando, desse modo, sua venda com menor preço de capa”, diz Montone, da Educ.

“Como em qualquer produção industrial, é a escala que conta. Quanto maior a tiragem, maior a diluição do custo de produção”, completa Cóser, da editora da UFMG. “Alguns títulos têm que ser subsidiados, senão não serão consumidos”, afirma, dando como exemplo parcerias como a que possibilita a publicação de livros

didáticos a preços mais acessíveis. É o caso de *Química na cabeça*, voltado para o ensino médio, que contou com o apoio do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) e teve tiragem de 25 mil exemplares. “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”, avalia Castilho. Para ele, elas não estão mais dialogando apenas entre pares acadêmicos. “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”, conclui.