

Reflexões sobre o mercado consumidor na aquisição de livros e na preservação das bibliotecas convencionais

Marcos Pastana Santos (IFRJ) - marcos.pastana@ifrj.edu.br

JUREMA ROSA LOPES (UNIGRANRIO) - jlopes@unigranrio.edu.br

Resumo:

O colapso editorial tem sido provocado pela mudança de comportamento do consumidor. A internet com o investimento de empresas digitais predatórias tem potencializado a venda de livros. Este deixa de ser apenas um objeto de consumo para se tornar engodo e cativar o consumidor para outros produtos. Para este debate trazemos a contribuição de Bauman (2008) sobre a sociedade de consumidores e para problematizar a permanência da biblioteca trazemos observações de Cunha (2008) sobre o cenário destes espaços na sociedade contemporânea. Este trabalho, na perspectiva da abordagem qualitativa de pesquisa caracteriza-se como pesquisa bibliográfica, objetivamos assim problematizar o comportamento do consumidor perante a forma de aquisição de livros e as implicações na preservação das bibliotecas convencionais. Sabemos que as bibliotecas convencionais diferentemente das livrarias do ponto de vista comercial não possuem a mesma finalidade em obter recursos financeiros com a utilização do livro, mas encontra concorrência na atenção do leitor, na medida em que deixa de frequentar tal espaço público para recorrer a informação pela internet. Os resultados desta pesquisa destacaram o recuo na produção de livros no biênio (2016-2017) e a mudança de paradigma das bibliotecas convencionais para se manterem em funcionamento. Ações que possibilitem a modernização do espaço e intercâmbio entre bibliotecas para atualização do acervo é muito importante para o conhecimento ser atualizado e o livro seja objeto de desejo do leitor. Concluimos que a sobrevivência das bibliotecas convencionais na sociedade contemporânea está vinculada as mudanças constantes exigidas pelo mercado consumidor.

Palavras-chave: Biblioteca. Mercado editorial. Consumidor.

Eixo temático: Eixo 4: A expansão desenfreada das tecnologias



XXVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação

Vitória, 01 a 04 de outubro de 2019

1. Introdução

O colapso editorial tem sido provocado pela mudança de comportamento do consumidor. A internet com o investimento de empresas digitais predatórias tem potencializado a venda de livros. Nesta perspectiva o livro deixa de ser apenas um objeto de consumo e passa a ser uma das formas de cativar o consumidor para outros produtos. O barateamento dos produtos tem provocado uma competição desigual, especialmente, entre livrarias de menor porte que estão sendo fechadas em razão da baixa venda.

O investimento nas tecnologias de informação e comunicação por grandes investidores tem provocado oligopólio neste mercado. No compreender de Bauman (2008) é fundamental ter ciência dos mecanismos de relação de poder e o papel que exerce a globalização na sociedade de consumidores. Com internet é possível escolher, comparar os preços, verificar o custo do frete ou a isenção do produto. Se antes, o livro era comercializado pelas livrarias e editoras de cada país, atualmente, grandes empresas varejistas e *e-commerce* assumiram o posto de maiores vendedores de livros, com a prática de *truste*¹.

Este trabalho, na perspectiva da abordagem qualitativa caracteriza-se como pesquisa bibliográfica e objetiva problematizar o comportamento do consumidor perante a forma de aquisição de livros e as implicações na preservação das bibliotecas convencionais. Sabemos que as bibliotecas convencionais diferentemente das livrarias do ponto de vista comercial não possuem a mesma finalidade em obter recursos financeiros com a utilização do livro, mas encontra concorrência na atenção do leitor, na medida em que deixa de frequentar tal espaço público para recorrer a informação pela internet. Será o fim das bibliotecas convencionais brasileiras que na maioria das situações não possuem investimento de renovação do acervo bibliográfico e das melhorias dos equipamentos de cultura? O sucateamento destes espaços provoca desinteresse do leitor?

2. Reflexões sobre o mercado consumidor e o colapso do mercado editorial

Compreender a mudança de comportamento do consumidor vai além da comodidade de comprar um livro pela internet da sua própria residência ao invés de

¹ Tipo de estrutura empresarial na qual várias empresas, já detendo a maior parte de um mercado, combinam-se ou fundem-se para assegurar esse controle, estabelecendo preços elevados que lhes garantam elevadas margens de lucro. Os *trustes* têm sido proibidos em vários países, mas a eficácia dessa proibição não é muito grande. (SANDRONI, 1999, p.612).

pesquisar numa livraria física e ter a possibilidade de não encontrar a obra desejada. O comércio eletrônico torna mais difícil deixar o consumidor decepcionado com a experiência de não encontrar o livro desejado na loja física. Além disso, oferece um leque de opções para a escolha do produto. Sites especializados em vendas disponibiliza uma lista de empresas que vendem o mesmo produto com a cotação de preços. Empresas, como a *Amazon*, empresa varejista, tem dominado o mercado editorial. A concorrência predatória tem provocado o estrangulamento de outras empresas do setor.

No compreender de Mello (2012) as lojas virtuais estabelecem estratégias de controle e ampliação do mercado editorial através do banco de dados, ao invés das editoras que em grande parte não tem esse controle sobre o consumidor.

O comércio de livros pela rede mundial permite às lojas virtuais formar bases de dados sobre padrões de consumo por meio de buscas e escolhas reveladas pelos consumidores e registradas por seus sistemas de comércio on-line. Tais informações são ainda muito pouco exploradas, principalmente pelas editoras, que, em geral, não têm acesso a tais metadados. Esta é uma vertente a ser trilhada pelo setor editorial, pois permite inferir correlações, identificar tendências e produzir informações úteis a seus negócios. Mesmo os canais de venda da internet pouco exploram esse manancial de informações sobre hábitos e preferências dos consumidores e as tendências do mercado em seus variados segmentos. [...] Em última instância, a competitividade de uma editora reside em sua capacidade de produzir e fazer chegar às mãos do consumidor o conteúdo de que ele necessita, em condições que ele julgue satisfatória vis-à-vis as alternativas de que ele dispõe. A tecnologia digital, destacadamente a internet, ampliou muito o leque de alternativas do consumidor para ter acesso a conteúdo e alterou profundamente o contexto dos negócios, também no setor editorial. Na medida em que o consumidor passou a dispor da rede mundial entre suas opções de acesso a conteúdo editorial, as empresas tiveram de se mover nessa direção para atendê-lo. (MELLO, 2012, p.454-455).

Editoras e livrarias independentes se reinventam para sobreviverem no mercado editorial. Lançam obras de escritores promissores e cujos temas despertem interesse de determinado segmento do público leitor. Pois o investimento de capital de grandes empresas promete maiores benefícios para seu consumidor. Maior poder de atratividade tem como propósito alcançar maior número de clientes.

O consumismo é uma das marcas do capitalismo da não acumulação de bens, para Bauman (2008) o consumidor é estimulado a sempre comprar um produto e descartá-lo com o surgimento de um modelo mais moderno.

O advento do consumismo solapou a credibilidade e o poder de persuasão de ambos os argumentos [liberdade e responsabilidade] – de maneiras diferentes em cada caso, embora pela mesma razão. Esta por ser identificada no processo, cada vez mais evidente e ainda em expansão, de desmantelamento do sistema, antes abrangente, de regulação normativa. Parcelas cada vez maiores da conduta humana têm sido liberadas da padronização, da supervisão e do policiamento explicitamente sociais (para não dizer endossados por uma autoridade e apoiado por sanções oficiais), relegando um conjunto crescente de responsabilidades, antes

socializadas, ao encargo de indivíduos. Num ambiente desregulamentado e privatizado que se concentra nas preocupações a atividades de consumo, a responsabilidade pelas escolhas, as ações que se seguem a tais escolhas e as consequências dessas ações caem sobre os ombros dos atores individuais. Como assinalou Pierre Bourdieu duas décadas atrás, a coerção tem sido amplamente substituída pela estimulação, os padrões de conduta antes obrigatórios, pela sedução, o policiamento do comportamento pela publicidade e pelas relações públicas, e regulação normativa, pela incitação de novos desejos e necessidades. (BAUMAN, 2008, p.116).

Para o autor, a mudança no comportamento do indivíduo é estimulada pela cultura do mercado. O mercado publicitário incita a sociedade a comprar bens de consumo, com a velocidade que recomenda o descarte do produto, a fim de obter um modelo mais atualizado.

Em relação ao mercado editorial, no último biênio (2016-2017) de acordo com os indicadores da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) em parceria com a Câmara Brasileira de Livros (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) teve queda na produção e vendas do setor editorial brasileiro de acordo com a Tabela 1.

Tabela 1 – Comportamento do setor editorial brasileiro

	2016	2017	VAR. %
TÍTULOS	51.819	48.879	-5,67
EXEMPLARES PRODUZIDOS TOTAL	427.188.093	393.284.611	-7,94
FATURAMENTO (R\$) TOTAL	5.269.973.133,98	5.167.057.536,71	-1,95
MERCADO	3.872.510.546,37	3.951.075.849,21	2,03
GOVERNO	1.397.462.587,61	1.215.981.687,50	-12,99
EXEMPLARES VENDIDOS TOTAL	383.416.450	354.938.361	-7,43
MERCADO	226.621.534	222.336.845	-1,89
GOVERNO	156.794.917	132.601.516	-15,43

Fonte: FIPE CBL/SNEL (2018)

Além do que apresentam estes indicadores podemos considerar que a queda na produção editorial no Brasil tem provocado o fechamento de livrarias e demissões em massa.

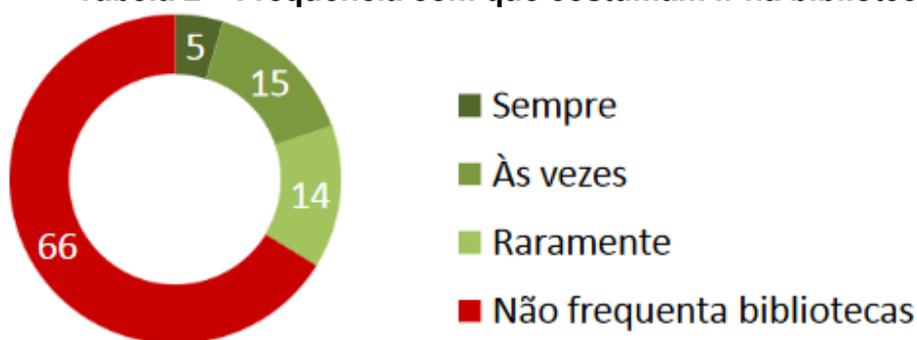
A biblioteca brasileira tradicional assim como a livraria física encontram dificuldades para potencializar seus serviços e cativar os indivíduos que antes utilizavam esses espaços com maior frequência.

3. Biblioteca convencional e seu paradigma de acesso a informação

A biblioteca convencional² faz parte do cenário de grande parcela das instituições públicas brasileiras. Com a ausência de computadores e conexão com a internet, a biblioteca fica estagnada no século XX. O advento da internet possibilitou ao usuário acesso amplo da informação que antes era delegado pelas bibliotecas públicas, escolares, comunitárias e universitárias.

Bibliotecas que não acompanham as mudanças provocadas pelas tecnologias de informação e comunicação estão sendo consideradas obsoletas. Como profissionais da área acreditamos que a falta de políticas públicas em nível nacional e o reduzido ou a falta de recursos financeiros para incorporar o acervo e modernizar o mobiliário fazem com que as bibliotecas resistam e suportem tal situação. De acordo com as nossas observações em biblioteca pública e escolar, podemos destacar que a frequência de usuários diminuiu consideravelmente e sua resistência ocorre por leitores saudosistas. É importante não desconsiderar que tanto nas bibliotecas públicas quanto as escolares a quantidade de leitores é menor que a quantidade de não leitores. Na tabela 2, dados da pesquisa Retratos de Leitura no Brasil (2015) organizado pelo Instituto Pró-Livro corrobora essa realidade.

Tabela 2 – Frequência com que costumam ir na biblioteca



Fonte: INSTITUTO PRÓ-LIVRO (2015)

Estes indicadores, de uma amostra nacional de 5.012 entrevistados, aproximadamente 3.308 entrevistados (66%) não frequentam a biblioteca.

Outro indicador importante é que 104,7 milhões (56%) de brasileiros do universo de 188 milhões com mais de 5 anos de idade em 2015 são leitores. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2015, p.22).

No compreender de Cunha (2008) se os profissionais que atuam na biblioteca convencional planejarem ações que ampliem alguns serviços para os usuários podem ajudar com a mudança de acesso a informação.

² A biblioteca convencional é aquela em que a maioria dos itens do seu acervo é constituída de documentos em papel. Ela existe desde a invenção da escrita. É claro que, antes do advento da imprensa de tipos móveis, em 1440, o acervo era formado por outros tipos de materiais (como o tablete de argila, o papiro e o pergaminho). Uma característica da biblioteca convencional é que tanto a coleção como os seus catálogos utilizam o papel como suporte de registro da informação. (CUNHA, 2008, p.4-5).

O contexto que se apresenta é propício para mudar a natureza do empreendimento; no caso da biblioteca convencional, é necessário examinar as enormes possibilidades do futuro e entender que o desafio mais crítico será remover os obstáculos que a impedem de responder às necessidades de uma clientela em mudança, transformar os processos e estruturas administrativas que caducaram e questionar as premissas existentes. Aquela biblioteca que der um passo nesse processo de mudança irá renascer. As que conservarem alguma visão idílica do passado correrão grande risco e terão pouca oportunidade de serem reconhecidas como instituições sócias necessárias. (CUNHA, 2008, p.15).

Ações que possibilitem a modernização do espaço e intercâmbio entre bibliotecas para atualização do acervo é muito importante para o conhecimento ser atualizado e o livro seja objeto de desejo do leitor, assim como foi recentemente nas prateleiras das livrarias físicas.

Conclusão

Concluimos que a biblioteca convencional passa por muitas dificuldades para a manutenção de serviços direcionada à informação de qualidade e atualizada para o usuário. A sobrevivência das bibliotecas convencionais na sociedade contemporânea está vinculada as mudanças constantes exigidas pelo mercado consumidor. A instituição que resistir a transformação corre o risco de ter a sua função reconhecida socialmente e está fadada ao fracasso. .

REFERÊNCIAS:

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CUNHA, Murilo Bastos da. Das bibliotecas convencionais às digitais: diferenças e convergências. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.13, n.1, p.2-17, jan./abr. 2008.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**. São Paulo: Câmara Brasileira de Livros, 2018. Disponível em:<<http://cbl.org.br/downloads/fipe>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 4.ed. São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2015. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

MELLO, Gustavo. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. **BNDES Setorial**, v. 36, p. 429-473, 2012. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1486/1/A%20set.36_Desafios%20para%20o%20setor%20editorial%20brasileiro%20de%20livros%20na%20era%20digital_P.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

SANDRONI, Paulo (Org.). **Novíssimo dicionário de Economia**. São Paulo: Círculo do Livro: Best Seller, 1999.