
Os livreiros e a prática de mediação¹

Samara Mírian COUTINHO²
CEFET-MG, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O livreiro é um agente medular na circulação de livros, apesar disso, encontramos poucas discussões sobre esse profissional. Por isso, nos propusemos, neste trabalho, a discutir sobre o ofício livreiro e os marcadores encontrados em sua práxis cotidiana. Assim, tecemos uma revisão bibliográfica partindo de Bragança (2002), Benhamou (2021), Souza (2022), Silva (2019), Schettino (2011), Chartier (1998) e Darnton (1990) para identificar práticas que são associadas ao ofício. Encontramos como marcadores principais três pontos: agente da sociabilidade, mediador e indexador. Para este resumo iremos nos ater ao papel de mediador cultural e intelectual.

PALAVRAS-CHAVE: livrarias; livreiros; mediador cultural; mediador intelectual; mercado editorial.

Introdução

Os livreiros são agentes medulares na circulação de livros. O início da constituição do mercado ocorreu por meio da tríade impressor-editor-livreiro, como colocado por historiadores do livro. Segundo a pesquisadora Ana Paula Mathias Paiva, na Europa, no século XIV, os exemplares feitos por copistas manualmente deixaram de ser suficientes para atender à demanda de uma maior escala pelos leitores. Isso levou ao invento da prensa de tipos móveis. Bragança (2002) corrobora tal ponto ao enfatizar que a principal relevância da revolução na forma de imprimir foi a ampliação do acesso aos títulos para pessoas leigas, tanto na produção quanto na leitura. Tal transferência propiciou que agentes externos ao universo monástico produzissem e editassem livros com fins comerciais, gerando um novo ofício que consistia na tríade impressor-editor-livreiro.

¹ Trabalho apresentado no GP de Produção Editorial, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG, email: samaramirian88@gmail.com.

Roger Chartier, traz uma das mais importantes citações sobre a formação da tríade em *A aventura do livro do leitor ao navegador*, discorrendo: “Primeiro se é livreiro, primeiro se é impressor e, porque se é livreiro ou gráfico, se assume a função editorial. [...] O livreiro-editor dos séculos XVI, XVII ou XVIII define-se inicialmente pelo seu comércio.” (1998, p.53). Dessa forma, toda a atividade editorial em sua gênese organiza-se em torno das atividades dos livreiros que conjugavam a edição e a impressão de obras. O mesmo movimento aconteceu no Brasil com alguns séculos de diferença devido ao capitalismo tardio fruto da colonização de Portugal. Silva se baseia na obra de Aníbal Bragança para fazer a transposição de cenário para o Brasil:

Em resumo, o impressor esteve centrado na oficina até meados do século XIX, o livreiro-editor na loja, e depois, a partir dos anos 1920-30, o editor “autônomo” escolhe o escritório para o exercício de suas funções. Partindo da argumentação de Bragança, podemos afirmar que, se houve um tempo em que emergiu o “editor, simplesmente” e seu modo de edição, essa separação também condicionou um “livreiro, simplesmente” e seu modo de comercialização. (2019, p.25)

Assim, emerge uma profissão que se autonomiza no campo, com práticas e um forte senso de distinção por comercializar um bem simbólico. É interessante perceber que até a terminologia “livreiro” passa por uma ressignificação. Souza (2022) aponta que o termo inicialmente era usado de modo genérico, “sendo atribuído a todos aqueles que promovessem a divulgação ou circulação pública e comercial do livro, como importadores, comerciantes e até mesmo colecionadores” (p.26). Já no sentido contemporâneo indica “um agente que ocupa um espaço específico na oferta varejista de bens e serviços editoriais” (2022, p.26-27).

Em cada fase as competências dos livreiros foram se alterando, mas algumas práticas tornaram-se intrínsecas ao ofício. Encontramos três marcadores de suas práxis ao longo do tempo; agente da sociabilidade, indexador e mediador intelectual. O primeiro era mais perceptível na época do livreiro-editor, aglutinando autores e intelectuais em seus pontos físicos de vendas que se constituíam como um *locus* de sociabilidade. Atualmente encontramos essa prática com a realização de lançamentos e clubes do livro. A capacidade de indexação foi fundamental, principalmente em períodos anteriores ao avanço das tecnologias digitais. Saber localizar obras, ter em mente orelhas e temas para indicar os livros quando indagado por um cliente é um

pré-requisito fundamental para este ofício. Schettino aponta: “A prática da indexação diz respeito à habilidade de filtrar e interpretar as informações editoriais com intuito de gerar um sentido, um significado compreensível para si e para os outros livreiros e, finalmente, para o cliente.”. (p.129). Fazer a ponte entre o livro indexado com o leitor é a prática que denominamos mediação. Este é o ponto que iremos nos debruçar mais a fundo a seguir.

O livreiro como mediador

Para entendermos a relevância de estudar os livreiros, recorreremos às discussões de Robert Darton em *O Beijo de Lamourette* (1990). No reconhecido fluxograma intitulado *Circuito das comunicações* (p.113), os livreiros figuram dentro do círculo sendo classificados como “atacadistas; varejistas; mascates; encadernadores etc”. Eles estão conectados diretamente de um lado aos leitores, e do outro aos distribuidores. O fluxograma, pensado principalmente para o século XVIII, segue tendo aplicabilidade nos dias de hoje se pensarmos suas ligações com leitores e distribuidores. A diferença principal, no ponto que nos interessa, é que as livrarias também se conectam diretamente aos editores, fazendo compras diretas.

Todas as relações do circuito estão perpassadas pela “conjuntura econômica e social”, pelas “influências intelectuais e publicidade” e pelas “sanções políticas e legais”. Nesse imbricado de agentes, o livreiro figura como um mediador cultural e intelectual que, a partir da sua curadoria e da demanda dos leitores, difunde o livro e acessibiliza a sua chegada ao destinatário final. Uma afirmativa de Darton corrobora nossa percepção: “é preciso estudar melhor o livreiro enquanto agente cultural, o intermediário entre a oferta e a demanda em seu principal ponto de conexão.” (1990, p.124)

Dessa forma, o livreiro historicamente constitui-se como peça central na difusão da leitura no país ao atuar como um intermediário e, também, como um mediador. Por ofício, a curadoria e a indicação de títulos são uma forma de mediação cultural e intelectual. O leitor chega à livraria em busca de um título baseado em seus interesses. A mediação acontece a partir do capital cultural do estabelecimento e do atendente que indica, ampliando o horizonte de expectativas do cliente.

Encontramos nas reflexões de Angela de Castro Gomes e Patricia Santos Hansen em *Intelectuais Mediadores* (2016), uma definição importante para nosso estudo: “os intelectuais seriam uma categoria socioprofissional marcada, quer pela vocação científica [...], ou pela especialização que lhes confere ‘capital cultural’ e ‘poder simbólico’ [...]”(p.10). A princípio entendemos que os livreiros são legitimados como mediadores intelectuais devido à sua especialização e ao acúmulo de capital cultural decorrente do ofício.

Thais Sena Schettino, em *A formação de um grupo: livreiros no Rio de Janeiro* (2011, p.11), separa os “livreiros” dos “vendedores de livros”. Após dois anos de pesquisa de campo com profissionais para sua tese, a autora percebeu que os integrantes do primeiro grupo, composto por um grupo menor de agentes,

não apenas vendem um produto, mas acreditam fornecer um serviço ao cliente, que é entregar informação selecionada sobre um determinado tema. Uma das atividades dentro da rotina do livreiro é atuar como um indexador de informações, isto é, ele tem a habilidade de filtrar e interpretar as informações editoriais com intuito de gerar um sentido, um significado compreensível para si, para os outros livreiros e, finalmente, para o cliente. Esse significado se traduz em um conselho aos consumidores, que resulta na compra de determinado livro. Já os vendedores estão ali na livraria apenas para te entregar uma mercadoria, que pode ser um livro, um vídeo ou ainda um artigo de papelaria. (p.11)

Assim, entendemos que os apontamentos de Gomes e Hansen (2016) não contemplam a totalidade de agentes envolvidos no comércio de livros, tendo aqueles que não são profícuos leitores e dependem em grande medida dos sistemas informatizado de indexação das lojas para indicar títulos. Portam-se como “vendedores de livros” nas palavras de Schettino. Ademais, existem proprietários de livrarias que têm seus negócios baseados nas tendências e que apostam apenas em títulos com demanda prévia, além de não atuarem na ponta. Ambos grupos supracitados, por se posicionarem mais próximos do que Bourdieu aponta como polo econômico, acabam tendo o “poder simbólico” mais rarefeito.

A título de contextualização, o cenário brasileiro atual apresenta uma estruturação muito diferente da década passada. Antes o comércio de livros era calcado em grandes cadeias de livrarias — principalmente Saraiva, Cultura e Leitura — que competiam com um número cada vez menor de livrarias independentes. Com a chegada

de players varejistas como a Amazon e os marketplaces, acrescida da mudança na lógica de gestão dessas grandes redes, as livrarias Saraiva e Cultura fecharam, deixando espaço para um movimento tímido porém crescente de aumento de pequenas livrarias. Segundo a reportagem *Vendas de livros pela internet superam as de lojas físicas pela primeira vez* de 22 de maio de 2023, veiculada no jornal Bom Dia Brasil, “apesar da grande alta nas vendas online, o número de livrarias físicas também aumentou no ano passado. Das 3 mil lojas físicas existentes no país, mais de 100 foram inauguradas apenas em 2022.” (s/p)³. Neste mesmo ano, segundo a pesquisa da Nielsen BookScan de 2023, as vendas no comércio virtual representaram 35% da receita de editoras, já as livrarias ficaram abaixo, com 27%, pela primeira vez. Uma hipótese que trabalhamos atualmente é que as livrarias que competiam com preços mais agressivos e grandes descontos, acabam por sofrer mais e até a perecer com a entrada dos grandes players virtuais. Já as livrarias menores não competem por preço e sim por toda uma experiência vivida naquele espaço, incluindo o atendimento e a mediação.

Voltando para a questão do livreiro como mediador, encontramos na comunicação *A Lei Lang, tempo forte de uma política cultural fundada em um caso de exceção*⁴ da economista, escritora e professora da Universidade Paris-XIII, Françoise Benhamou, importantes apontamentos. Ela dedicou parte de suas reflexões à importância da figura do livreiro frente a tentativa de implantação da Lei Cortez (Lei do preço fixo) no Brasil. Segundo a pesquisadora, a Lei Lang confere responsabilidade e autonomia para esses profissionais: “Essa lei instalou na mentalidade a competência do livreiro. O livreiro é visto como alguém competente e capaz de defender o livro, inclusive os livros mais difíceis. Atribui-se este poder ao livreiro” (Benhamou, 2021, s/p).

Também foi defendida a ideia de que esse agente é o verdadeiro responsável pela ampliação da diversidade cultural, indicando livros menos conhecidos e de longo prazo.

³ Disponível em:

<https://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2023/05/22/vendas-de-livros-pela-internet-superam-as-de-lojas-fisicas-pela-primeira-vez.ghtml>. Acesso em 19 jul. 2024.

⁴ A Lei Lang é uma lei francesa criada pelo ministro Jack Lang e aprovada em 1981. Tal lei, também conhecida como “lei do preço fixo”, estabelece regras para o comércio varejista livreiro com a finalidade de proteger livrarias/editoras de menor porte de descontos predatórios. Na França, a regra vigente é que o desconto máximo no preço de um lançamento pode ser de 5% dentro do período de dois anos. Fábio Sá-Earp e George Kornis, na obra *Proteger o livro: Desafios culturais econômicos e políticos do preço fixo* (2006), apontam outros países europeus que implementaram leis semelhantes: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Países Baixos, Portugal, Reino Unido, Suécia, Suíça e Noruega.

A professora refuta a ideia de *A Cauda Longa*, de Chris Anderson (2006), na qual a Amazon é apontada como portadora da diversidade, por disponibilizar uma variedade imensa de títulos, possibilitando o acesso a consumidores de nichos com um preço amortizado. O ponto central da sua refutação é de que os algoritmos não conseguem dar conta da recomendação e do aconselhamento feito por um ser humano devidamente qualificado. A tendência dos algoritmos é de redirecionamento a outros títulos que já possuem visibilidade, não a livros mais desconhecidos. Benhamou (2021) ressalta que a diversidade está diretamente ligada ao tempo, pois alguns títulos precisam de um intervalo maior para terem o devido reconhecimento no mercado, e o livreiro atua como o “fabricante” desse tempo. O livreiro, ao indicar livros de fundo de catálogo ou menos conhecidos atua como um mediador cultural e intelectual de grande importância pro ecossistema do livro.

Conclusão

Analisamos brevemente sob a perspectiva histórica o surgimento do ofício livreiro. Inicialmente era calcado em uma tríade que contemplava todas as etapas de produção do livro, excetuando a função de autor e do leitor. A autonomização da profissão e o exercício do ofício trouxe consigo algumas características que denominamos marcadores. Detectamos três após a revisão bibliográfica empreendida: agente da sociabilidade, mediador e indexador. No artigo abordamos a mediação intelectual como a capacidade de indicar títulos devido a seu alto capital cultural e da sua atuação direta com o leitor. Entendemos, por fim, que o livreiro cumpre uma importante função como agente da bibliodiversidade.

REFERÊNCIAS

BENHAMOU, Françoise. *A Lei Lang, tempo forte de uma política cultural fundada em um caso de exceção*. Youtube, 13 out. 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YVDgUiZUSWk&ab_channel=InstitutoEstudosAvan%C3%A7adosdaUSP. Acesso: 2 jan. 2022.

BRAGANÇA, Aníbal. *Uma introdução à história editorial brasileira*, in *Cultura*, Revista de História e Teoria das Ideias, Vol. XIV, II série, 2002, Centro de História da Cultura da Universidade Nova de Lisboa (Portugal), p. 57-83.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador - conversações com Jean Lebrun*. Tradução de Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998. 159p.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

GOMES, Ângela de Castro; HANSEN, Patrícia Santos (Orgs.). *Intelectuais Mediadores: Práticas culturais e Ação Política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016. 490p

PAIVA, Ana Paula Mathias de. *A aventura do livro experimental*. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Edusp, 2010.

SCHETTINO, Thais Sena, *O livreiro e a lida com o (re)conhecimento: um estudo sobre identidade profissional*, 2011, 239 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, PPGSA, Rio de Janeiro, 2011.

SILVA, Sergio Eduardo Sampaio. *O jeito de ser livreiro no Brasil: notas sobre o mercado de bens simbólicos*. Dissertação (Mestrado acadêmico em Ciências Sociais – Universidade Federal de São Paulo (Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas), Guarulhos, 2019.

SOUZA, Carlos Alexandro de Carvalho. *Diferenciação, digitalização e marketplace: transformação das práticas dos agentes construtores do campo da oferta varejista editorial brasileira*. 2022. 222 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2022.