



LEI DE FOMENTO AO LIVRO E À LEITURA

(Histórico da proposta desta Lei no Brasil / Minuta do
Anteprojeto de Lei)

Concorrência: pequenas livrarias querem medidas.

O número de leitores vem crescendo no Brasil, segundo o Instituto Pró-Livro (IPL), uma Organização Social Civil de Interesse Público (Oscip) mantida com recursos constituídos por contribuições de entidades do mercado editorial. A Pesquisa 'Retratos da Leitura', divulgada pelo Instituto em maio deste ano mostra que 55% dos entrevistados declararam ter lido pelo menos um livro nos últimos três meses, informa a Agência Sebrae de Notícias.

Apesar disso, as livrarias e editoras de micro e pequeno porte se queixam de dificuldades cada vez maiores para se manterem no mercado. Os proprietários desses empreendimentos reclamam que não conseguem competir com as grandes empresas do setor: as editoras de maior porte, algumas de capital estrangeiro, e as redes de livrarias.

Português radicado em Brasília desde 1963, Victor Alegria fundou em 1978 a editora Thesaurus, uma micro empresa. A Thesaurus já publicou 1.400 títulos de autores do Distrito Federal e de outros estados. Embora tenha um catálogo grande, Alegria se queixa das questões comerciais. Segundo ele, se não houver uma ação específica para o segmento, as micro e pequenas editoras e livrarias correm o risco de desaparecer em alguns anos.

O editor afirma que a maior dificuldade para os pequenos é competir com a política de preços dos grandes e cita o caso das livrarias. "Por terem maior poder de compra, as grandes conseguem um desconto maior ao adquirirem livros das editoras e repassam os lançamentos do mercado a preços mais baixos ao consumidor. Os pequenos, claro, não conseguem praticar esta política e têm que vender a preço mais elevado", afirma.

Alegria sugere a criação no Brasil da chamada política do Preço Fixo, praticada em países como Portugal, Argentina, México e França. Pelo Preço Fixo, os descontos para os lançamentos são rigidamente limitados por um prazo pré-definido. "Dessa forma, os pequenos podem realizar preços mais competitivos em relação aos grandes", afirma Victor, que também sugere incentivos fiscais para ajudar o setor.

O piauiense Francisco Joaquim, conhecido como Chiquinho, vende livros na Universidade de Brasília (UnB) desde 1975 e é proprietário da Livraria do Chico. O livreiro se tornou conhecido dos universitários pela sua disposição em atender às encomendas, principalmente de títulos fora de catálogo, não encontrados normalmente nas prateleiras de outras livrarias.

Chiquinho crê que a difícil competição com as grandes livrarias tende a extinguir a figura tradicional do livreiro, o profissional que oferece um atendimento diferenciado ao seu cliente. "Se alguém vem à minha loja e procura um bom livro de história do Brasil já sei que vou indicar uma obra do Boris Fausto, referência no assunto", comenta.

Para Chiquinho, comprar de um livreiro é diferente de se adquirir um título pela Internet ou em uma grande loja. "Posso oferecer um atendimento pessoal, caloroso e, acima de tudo, dar ao cliente as informações necessárias sobre aquele livro ou autor que ele procura", assegura o empresário. Em outras palavras, o livreiro pode constituir um diferencial capaz de tornar competitiva a pequena livraria.

LEI DE FOMENTO AO LIVRO E À LEITURA

(Histórico da proposta desta Lei no Brasil / Minuta do Anteprojeto de Lei)

“Quem não lê não sabe o que está perdendo, pois a leitura dá um sentido espiritual à vida, abre horizontes, dá uma visão melhor e mais ampla do mundo e da sociedade em que vivemos, estimula a imaginação e o sonho, e cria possibilidades antes impensadas de reivindicar mudanças em nossa sociedade, corrigindo as injustiças sociais e políticas que nos afligem. As coisas dificilmente mudarão se não for à grande massa de nossa população uma educação adequada e consciência de cidadania, o que exige, em última análise, o desenvolvimento e a consolidação de práticas de Leitura. Você não concorda? Espero que concorde!”

No Mundo dos Livros - José Mindlin. Editora Agir / 2009.

A experiência internacional nos ensina que um dos mecanismos utilizados, sobretudo na Comunidade Européia, mas também agora na vizinha Argentina, e recém aprovado no México, tem sido o estabelecimento de Leis do Preço do Livro, ditas do Preço Único. Tais leis baseiam-se em argumentos em defesa da DIVERSIDADE e da EXCEÇÃO culturais. A sacrossanta “livre concorrência”, pilar do capitalismo globalizado, tem sido mediada, no caso da Cultura, por freios que visam o longo prazo, e não apenas os rendimentos do próximo semestre.

Afinal, se as empresas que integram a indústria editorial precisam dar lucro, sob pena de cerrar as portas, nem por isso o livro pode ser tratado da mesma forma que um sabão em pó, uma televisão ou um automóvel. O tempo do livro é outro, a obsolescência de seu conteúdo muito menor do que a de um equipamento eletrônico, por exemplo! Ninguém estranha pagar o mesmo preço por um jornal ou revista, qualquer que seja o ponto de venda. A extensão desta prática aos livros pareceria coisa natural. Entretanto, ainda não há consenso a respeito. Grandes editores não se manifestam, ou dizem que não cabe ao Estado interferir, embora, curiosamente, todos (especialmente os grandes) tenham se beneficiado da desoneração do PIS-Cofins !

Claro que a Lei do Preço Fixo, além de proteger os editores e livreiros, deve beneficiar primordialmente o leitor. Toda lei exige contrapartidas. A redução dos preços médios, pelo aumento das tiragens, foi constatada em vários países da Comunidade Européia, onde se aplica a lei do livro. Na França, toda livraria é obrigada a aceitar encomenda de clientes para um livro não disponível na loja, sem ônus. Na Espanha, os editores bancam o frete para as províncias e locais distantes, de modo a garantir que o preço seja mantido.

Obrigar as editoras a manter em catálogo livros de baixa vendagem, compensados pelas margens maiores garantidas pelos “best-sellers”, também seria desejável. Um controle maior sobre as tiragens permitiria aos autores acompanhar melhor o desempenho de seus livros. A recente criação de uma Comissão Nacional para discutir uma Lei em defesa do Livro, composta por representantes de várias entidades nacionais do setor, representa uma esperança de que o debate, finalmente, possa se abrir, e incluir todos os integrantes da cadeia produtiva do livro.

Ou enfrentamos esta questão, ou nos contentamos em ser um país em que, para ter acesso ao conhecimento do que foi escrito pelas gerações passadas, é preciso recorrer à pirataria das cópias ilegais de livros esgotados, ou ao que foi publicado em outras línguas, em outros países, onde a Cultura não se limita aos últimos lançamentos de livros descartáveis.

Bibliografia: Anuário da Associação Nacional de Livrarias 2008, São Paulo - Gerlach, Markus-Proteger o Livro - Libre – 2006 - Sá Earp, Fábio & Kornis, George . A Economia da Cadeia Produtiva do Livro - BNDES - 2005

Milena Piraccini Duchide é sócia da Livraria Leonardo da Vinci (RJ), Presidente da Associação Estadual de Livrarias do Rio de Janeiro e participa da Comissão Nacional pela Lei em defesa do Livro.

Milena Piraccini Duchide
LIVRARIA LEONARDO DA VINCI.

para pagamento dilatados, "enxovais" e pagamento por vitrines ou prateleiras nas lojas novas, etc...

Os grandes editores sabem que, se não cederem, seus concorrentes o farão! Temos então um festival de "vantagens" oferecidas pelos editores, sempre à mesma meia dúzia de redes varejistas nacionais ou regionais. Claro que, antecipadamente cientes da quase inevitabilidade destas concessões, os editores cuidam antes de "inflar" seus preços, de modo a garantir suas margens mínimas de lucratividade. Assim, a recente desoneração fiscal da indústria editorial, aprovada em dezembro 2004 pelo Congresso Nacional, não representou queda no preço dos livros. O máximo que ocorreu foi um arrefecimento dos reajustes praticados, hoje na casa das 5%, que pode ser atribuído mais à queda dos índices inflacionários do que à própria isenção do PIS-Cofins. Tampouco a desvalorização do dólar foi capaz de reduzir os preços dos livros.

Nessa briga de poucos, sobram os pequenos, tantos editores quanto livreiros. Aos editores com catálogos (e capital de giro) menores, e menos fôlego para manter o ritmo acelerado de lançamentos, resta torcer para que algum título seu tenha a sorte de ser escolhido para aquisição por algum programa governamental de apoio a bibliotecas públicas, e assim "salvar o ano". Os livros patrocinados através de leis de incentivo fiscal, (tipo Lei Rouanet, federal, ou mesmo estadual) também representam alívio no caixa, por já saírem pagos da gráfica. Aos pequenos livreiros, resta tentar sobreviver, através de estratégias diversas, que vão desde a diversificação do seu negócio (venda de jornais, revistas, CDs e DVDs, artigos de informática ou papelaria, abertura de cafeteria, cyber-cafés, Internet, etc.), até a abertura de filiais, visando alcançar o status de rede.

Os empréstimos bancários do tipo BNDES retro-alimentam a concentração do mercado, ao estabelecer patamares muito elevados para financiamento. A exceção é o financiamento da aquisição de papel, através do cartão BNDES, que consegue beneficiar editores pequenos e médios.

Cabe aqui o paralelo com a Wall-Mart, gigante americana do varejo, atualmente em franca fase de expansão mundial. O poder de fogo desta empresa é tão grande que transforma seus fornecedores em reféns, e os obriga a aceitar as condições por ela estabelecidas, sob pena de não estarem presentes nas suas prateleiras. A Wall-Mart destrói o comércio de vizinhança nas cidades onde se instala, achata os salários de seus funcionários, e esmaga os fabricantes, a ponto de começar a se esboçarem movimentos contrários ao "efeito Wall-Mart" em várias partes do mundo.

Ao submeter-se à chantagem das grandes redes varejistas, tanto reais quanto virtuais, cada vez mais concentradas em oligopólios, e que fundamentam sua estratégia de conquista dos clientes na concessão de descontos (obtidos às custas dos editores, é claro !) estes canibalizam seu próprio mercado, e podem estar alimentando monstros parecidos. Basta olhar para o que ocorreu com o mercado fonográfico e entender do que se fala. A concentração dos pontos de varejo de venda de discos e CDs levou ao desaparecimento de boa parte das gravadoras (hoje, apenas 4-5 gravadoras multinacionais concentram mais de 80% dos lançamentos). As gravadoras independentes, que ressurgem aos poucos, encontram imensa dificuldade para colocar seus produtos à venda, e acabam recorrendo (ora que ironia!) a pontos alternativos de venda, como livrarias, ou à Internet.

Como romper este círculo vicioso, que prejudica toda a cadeia, a começar pelos leitores, privados do acesso aos títulos mais antigos, ou obrigados a pagar cada vez mais caro por obras com tiragens minguadas?

Introdução

O conteúdo deste material tem por objetivo dar suporte a uma discussão que, de tanta importância, não diz respeito só a um segmento de negócios, no caso do contexto livreiro, mas abrange o Brasil inteiro, carente de um dos elementos mais importantes na formação de um povo. Trata-se do hábito de ler, que ainda nos é raro, mas é preciso que vejamos isso não simplesmente como um potencial de negócios, mas como relevância de formação do nosso povo e do nosso país, que precisam se preparar para crescer. O livro é essencial para seguirmos este caminho!

Apresentação: Lei de fomento ao Livro e a Leitura

A *Lei de fomento ao Livro e a Leitura* propõe que seja praticado no varejo o preço do livro de capa sugerido pelo editor, a exemplo do que ocorre com os jornais e revistas, vendidos pelo mesmo preço em todo território Nacional.

Leis deste tipo já foram implantadas em vários países do mundo, algumas com mais de 20 anos de aplicação: **França, Alemanha, Portugal, Dinamarca, Grécia, Espanha, Holanda, Argentina e México** - são exemplos de países onde se observou um crescimento no número de exemplares publicados e vendidos. Houve assim uma queda no preço final dos livros, pois o aumento em escala das edições fez com que os preços baixassem. Também se verificou uma ampliação no número de pontos de venda, pois as pequenas e médias Livrarias se mantiveram no mercado. Nos países que deixaram de adotar a Lei, sob a alegação que contrariava a livre concorrência (Reino Unido, Irlanda, Finlândia e Suécia), constatou-se a diminuição do número de livrarias.

A Lei propõe a prática do preço sugerido pelo editor ao consumidor final pelos vários canais de varejo como: livrarias, supermercados, vendas por catálogos, vendas pela internet, etc., somente para os lançamentos e reedições durante um período de 24 meses da data de publicação. Após esse período a negociação seria livre.

Não se trata de congelamento, pois seguir os preços sugeridos pelos editores possibilitará a sobrevivência de maior variedade de pontos de venda. O editor terá livre arbítrio para aumentar ou baixar os preços de suas publicações conforme suas necessidades e condições econômicas vigentes.

As Exceções - Estão excluídos todos e quaisquer livros contemplados pelos programas de aquisição de livros por atacado pelas esferas de Governo Federal, Estadual e Municipal, regra essa que também se aplica às compras feitas pelas Bibliotecas Públicas, Privadas, Porta-a-Porta e Centros de Cultura.

É facultativo às livrarias ou outros canais de vendas no varejo concederem um desconto de até 10% sobre o preço sugerido pelo editor ao público final.

Em feiras de livros, será admitida a concessão de descontos ao consumidor final, por prazo determinado, e apenas no recinto das feiras.

A negociação entre editor, distribuidor ou importador e os canais de vendas no varejo (livrarias, supermercado, internet, etc.) é livre e segue as regras do setor, contemplando critérios qualitativos e quantitativos.

Com a aprovação desta lei, temos certeza que em um curto espaço de tempo teremos um maior número de pequenos e médios empreendedores investindo em livrarias, e não só nas regiões metropolitanas, mas em outros locais carentes de pontos de venda de livros e de empregos.

Segundo dados da Associação Nacional de Livrarias, mais de 1.600 municípios do Brasil não possuem sequer uma Livraria. Acreditamos que este cenário mude a exemplo do que ocorreu em outros países que limitaram a concessão de descontos.

(parcos) cadernos literários de fim de semana, corre-se o risco de perder a venda!!! Ora, livro (felizmente) não é iogurte, não tem prazo de validade. Com exceção dos livros técnicos e científicos, ou daqueles que poderiam

ser chamados de "conjunturais" (por exemplo, algum título sobre o penúltimo escândalo político de Brasília), os bons livros costumam atravessar gerações. Não é à toa que comemoramos em 2005 o Quarto Centenário do Dom Quixote de Cervantes, considerado um dos marcos fundadores do romance moderno. A *Ilíada* e a *Odisséia*, apesar de escritos há mais de 2000 anos, continuam a ser uma novidade para todos aqueles que as lêem pela primeira vez. Nas Ciências Humanas, e também na Filosofia, os textos fundadores têm muitas vezes 50, 100, ou mesmo mais de 1000 anos de publicados.

Se pensarmos no livro como principal instrumento de transmissão da cultura humana, já que a Internet ainda não passa, o mais das vezes, de mera difusora daquilo que foi anteriormente publicado em papel, nos defrontamos com um paradoxo: o pensamento das gerações anteriores (autores de ontem ou anteontem) começa a não estar mais acessível no presente, bastando para isso um lapso de poucos anos, às vezes, aqui no Brasil, em coisa de menos de 5 anos! É óbvio que uma boa obra de história, sociologia ou de filosofia não perde sua atualidade em tão pouco tempo...

Por que então as editoras não têm interesse em reedições? Qual o motivo que leva as grandes editoras multinacionais a "enxugarem" o catálogo, após a aquisição de editoras nativas? Basta comparar os atuais catálogos com os de poucos anos atrás, e ver como os títulos mais "difíceis" desapareceram.

Se analisarmos o mercado editorial brasileiro, constatamos que o principal gargalo encontra-se na ponta da cadeia, ou seja, na distribuição e venda no varejo. Dispomos hoje de uma ampla gama de editores, publicando livros variados, em geral com boa qualidade gráfica e editorial. Entretanto, para as mais de 500 editoras médias e grandes que publicam com regularidade, temos um número desproporcionalmente pequeno de pontos de venda exclusivos para livros. Os diversos levantamentos já realizados apontam para a existência de cerca de 2000 editoras (entre pequenas, médias e grandes), contra aproximadamente 2600 livrarias em todo o país, conforme estudo recém concluído pela Associação Nacional de Livrarias. Dos mais de 5700 municípios, a maioria não dispõe de sequer um ponto de venda de livros, já que as livrarias concentram-se nas regiões metropolitanas, sobretudo nas capitais das regiões Sul e Sudeste.

Por outro lado, o livro no Brasil é caro, em termos internacionais. Um romance de capa dura, ao sair nos EUA, custa em torno de 20 dólares. No Brasil, o mesmo romance, em capa mole, sai hoje das editoras por um preço médio ao público superior a R\$ 50,00. Não custa lembrar que o poder aquisitivo da população brasileira é claramente inferior ao dos americanos.

"Em casa onde falta pão, todos brigam e ninguém tem razão", diz o povo, sabiamente. Numa estratégia desesperada para lograr espaço para seus lançamentos, nas escassas prateleiras das poucas livrarias disponíveis, os editores lançam-se numa corrida autofágica, para ver quem consegue lançar o maior volume de novidades. Ao afogar os varejistas com uma enxurrada de títulos, esperam emplacar algum sucesso, entre as dezenas de obras recém-publicadas. Nesta disputa predatória, as reedições representam a última das prioridades! Cientes da pressão por espaço (escassez igual a maior preço, ensina a Lei da Oferta e da Demanda), as grandes redes varejistas passam a dispor de um enorme poder de barganha. Em troca de exposição nas mesas e prateleiras, fazem exigências cada vez maiores: descontos crescentes sobre o preço de capa, que podem chegar a 60% ou mais, vendas com direito à devolução, consignações com prazos superiores a doze meses, prazos

Ou seja, como em qualquer outra área da economia, o livre jogo do mercado provoca distorções sérias no setor do livro. Mas este tem uma importância simbólica e cultural ausente qualquer outro setor, exigindo por isso mesmo um olhar atento do Ministério da Cultura. É natural que editores e livreiros busquem todos os caminhos para maximizar seus lucros. Menos natural é que não existam mecanismos para mitigar os efeitos colaterais dessa disputa. Para o bem de todos e do interesse público, talvez seja hora de se começar um debate sobre a regulação do setor.

PS Aliás, o debate já começou. No dia 2 de abril haverá uma Audiência Pública na Câmara dos Deputados, provocada pela Frente parlamentar Mista da Leitura. O tema: "Lei do Preço Único do Livro – Vantagens e Desvantagens para o Brasil". Países como a França adotaram a política do preço fixo nas livrarias, com desconto máximo de 5%. Pode parecer impopular, mas a julgar pelo número de livrarias na França, funciona. Já a Associação Nacional de Livrarias (ANL) estuda acionar o CADE para investigar possíveis ações de dumping e práticas predatórias no mercado editorial brasileiro.

O Modelo Wall-Mart de Negócios e o Mercado Editorial: Tentações perigosas

O que Benedito Nunes ("Passagem para o Poético", Ática), Augusto Boal ("200 Exercícios e Jogos para o Ator e Não-ator", Civilização Brasileira), Micael Herschmann ("Abalando os anos 90", Rocco), Mario Henrique Simonsen ("30 anos de Indexação", FGV), e Francisco Salvador Veríssimo ("500 anos da Casa no Brasil", Ediouro) têm em comum com Platão, Homero, Cioran, Ionesco, Monod, Kierkegaard, Hannah Arendt e Edward Saïd, além do fato de serem todos autores de livros?

Todos eles, e muitos outros cuja listagem seria fastidiosa, têm vários de seus livros esgotados no Brasil, inclusive todos os citados acima. A enumeração de autores nacionais e estrangeiros, clássicos em suas áreas de referência, cujas obras encontram-se esgotadas, ou que jamais foram traduzidos, e para os quais não devemos alimentar esperanças de publicação ou reimpressão a curto prazo, encheria páginas e páginas.

Serão todos estes autores irrelevantes? Estariam eles superados ou fora de moda? Não teriam eles NADA a dizer às novas gerações? O que está acontecendo com o mercado editorial? Por que, diariamente, nós, livreiros, recebemos visitas e telefonemas desesperados de estudantes, professores ou meros leitores, atrás de livros publicados há três, cinco ou dez anos, e que estão completamente fora de catálogo? Oferecer-lhes a alternativa de procurar em bibliotecas chega a ser patético, sabendo-se o estado de indigência em que se encontra a maioria das bibliotecas de nível universitário em nosso país.

Como explicar que as tiragens de editores em Tahiti, ilha francesa no meio do Pacífico, com menos de 500 000 moradores, ou em Macau, ex-colônia e enclave português na Ásia, com cerca de um milhão de habitantes, sejam semelhantes – 2000 a 3000 exemplares em média – às tiragens médias de livros de Ciências Sociais em nosso país, com mais de 180 milhões de almas?

Ao mesmo tempo, as livrarias recebem diariamente a visita de representantes de editoras, oferecendo as últimas novidades, que não poderão faltar nas mesas e estantes de todas as (poucas) livrarias do país, pois se o livro tiver a ventura de ser resenhado em algum dos

Índice

1. Lei de Fomento ao Livro e à Leitura	pgs. 6 a 8
2. Dados Estatísticos	pg. 9
3. Minuta: Lei de Fomento ao Livro e à Leitura	pgs. 10 a 16
4. Depoimento de Livreiros	pgs. 17 a 18
5. Algumas reportagens sobre o tema	pgs. 19 a 29

Lei de Fomento ao Livro e à Leitura

* Lei de Fomento ao Livro e à Leitura:

Na busca de efetivo acesso ao livro, defendido e reconhecido como um produto cultural diferenciado, a Lei de Fomento ao Livro e à Leitura — conhecida também por 'Lei do Preço Único' ou 'Lei do Preço do Livro' — propõe a abertura de um debate a respeito da necessidade de uma norma que fomente este setor, que vem apresentando, em uma escala de grande ascendência, dificuldades mercadológicas de relevância, que poderão provocar a extinção das pequenas e médias livrarias independentes, em todo o país.

* Qual o objetivo da Lei?

1. Assegurar uma maior disponibilidade de livros e títulos ao consumidor.
2. Respeitar a diversidade do público.
3. Assegurar a capacidade cultural e social do País.
4. Garantir a sobrevivência de livrarias e editoras independentes de pequeno e médio porte.
5. Evitar concorrência predatória pela prática de *dumping*, por partes de supermercados, sites de vendas de livros e grandes varejistas.
6. Evitar a concentração do mercado livreiro.

* O que a Lei propõe?

A *Lei de fomento ao Livro e à Leitura* propõe a prática do preço sugerido pelo editor ao consumidor final pelos vários canais de varejo como: livrarias, supermercados, vendas por catálogos, vendas pela internet, etc., somente para os lançamentos e reedições durante um período de 24 meses da data de lançamento da obra. Após esse período o preço de venda seria livre.

Importante destacar que a implantação desta Lei nada tem a ver com o congelamento de preços, pois seguir os valores sugeridos pelos editores possibilitará a sobrevivência de pontos de venda. O editor manterá sua liberdade para aumentar ou baixar os preços de suas publicações conforme suas necessidades e condições econômicas vigentes. O que se busca é equilibrar a concorrência com base nos preços, evitando que as vendedoras de livros com maior poder econômico pratiquem *dumping*, face ao seu imenso poder de negociação face às quantidades compradas.

* Onde a Lei não é aplicada?

As Exceções - Estão excluídos todos e quaisquer livros contemplados pelos programas de aquisição de livros por atacado pelas esferas de Governo Federal, Estaduais e Municipais, regra essa que também se aplica às compras feitas pelas Bibliotecas Públicas, Privadas, Porta a Porta e Centros de Cultura.

*Qual será o desconto concedido durante a aplicação da Lei?

É facultativo às livrarias ou outros canais de vendas no varejo conceder um desconto de até 10% sobre o preço de capa sugerido pelas editoras.

Em feiras de livros, será admitida a concessão de descontos ao consumidor final, por prazo determinado, e apenas no recinto das feiras.

Luciano Trigo - Que tipo de leitores queremos?

Já dizia Monteiro Lobato que um país se faz com homens e livros. Mas que tipo de país se faz com homens que só lêem *best-sellers*?

Por coincidência, dois colunistas de grandes jornais tocaram esta semana no mesmo assunto: as distorções do mercado editorial brasileiro. Primeiro foi Cora Rónai, no Segundo Caderno de *O Globo*: ela alertou para o risco oculto de práticas comerciais estranhas na Internet e nas grandes redes de livrarias, que vendem a R\$9,90 livros cujo preço normal é cinco vezes maior - e que, mesmo em consignações com desconto de 50%, normalmente custariam aos livreiros bem mais que isso. É claro que todo mundo gosta de pagar mais barato, inclusive a Cora e eu, mas é preciso refletir sobre o impacto de medidas assim na cadeia do livro como um todo - e avaliar seus potenciais efeitos anticoncorrenciais.

Como que complementando o artigo da Cora, Ruy Castro - aliás, bem-sucedido escritor - publicou em sua coluna na *Folha de S.Paulo* o texto "Mega-sellers" - que por sua vez repercutiu reportagem da ótima Rachel Bertol em *O Globo*, sobre os fenômenos que vendem mais de 1 milhão de exemplares no Brasil, se eternizando nas listas de mais vendidos. "Os mega-sellers", escreve Ruy, "são sempre estrangeiros, e não necessariamente americanos: podem vir da Irlanda, da Austrália ou do Afeganistão, embora só cheguem aqui depois de iniciada sua carreira nos EUA. A partir daí, onde quer que se façam listas de livros mais vendidos, eles estarão nelas, o que torna essas listas monótonas e iguais no mundo inteiro. (...) Como os mega-sellers são maciçamente estrangeiros, teme-se que as editoras brasileiras desistam de apostar no humilde romance nacional - afinal, para que se arriscar a ter 3.000 livros encalhados quando se pode vender 600 mil?"

De fato, para quê? Ora, editoras são negócios privados, por natureza buscam o lucro. Num país de baixo índice de leitura, onde a grande maioria dos títulos lançados encalha, são esses fenômenos de vendas que sustentam a engrenagem das maiores editoras. Sem eles, muitas não sobreviveriam, e o número de autores nacionais lançados seria ainda menor. O argumento é correto, mas a discussão não deve terminar aqui.

Livros, como filmes, não são apenas produtos comerciais, nem mercadorias comuns: são elementos com valor simbólico, estratégicos na afirmação de nossa identidade cultural e na formação da consciência crítica da sociedade. Exigem, portanto, políticas públicas enfáticas, em duas frentes: fomento e regulação. É preciso estimular o desenvolvimento da indústria editorial, levando a maiores tiragens e formação de uma base crescente de leitores, fomentando a demanda por bons livros, o que será bom para todos. Mas também é preciso cuidar para que haja diversidade na produção editorial, evitando que as livrarias se transformem em supermercados de *best-sellers*, enquanto relevantes ensaios e obras de ficção mais séria ficam confinados a uma existência quase confidencial.

Mas para isso é preciso uma postura mais assertiva do Estado, estabelecendo regras para eliminar gargalos na cadeia de produção e distribuição do livro, além de garantir a livre competição. Porque a verdade é que o mercado editorial é um dos menos regulamentados que existem no país: não há números em que se possa confiar (já se falou que no setor prevalecem as "mentiragens"), e as próprias listas de mais vendidos estão sujeitas a variadas formas de manipulação. Livrarias cobrarem das editoras para expor seus livros nas vitrines é visto como algo normal, apesar do efeito perverso disso nos pequenos editores, que muitas vezes penam para conseguir deixar um ou dois exemplares consignados de um título de menor apelo comercial.

como o mercado é feito de reações em cadeia, as pequenas editoras que os publicam, e que muitas vezes têm a audácia e o jogo de cintura que as grande já perderam, vão ficando pelo caminho.

Por mais que eu não resista a uma boa oferta e adore comprar pela internet, tenho calafrios ao imaginar um mundo sem livrarias, ou um mundo de livrarias de best-sellers, todas igualmente destituídas de personalidade, como as livrarias de aeroporto. Brrrrrrrrr!!!

Conversando com amigos livreiros, descobri que esse caso do "1808" pode ser ainda mais perverso do que eu imaginava. Aparentemente, há editoras que vendem lotes de livros abaixo do preço para conquistar a boa vontade de mega vendedores para futuras encomendas. Se assim é, estamos não só diante de uma bizarra prática de *autodumping*, mas de um tiro no pé potencialmente suicida. A memória de um país, a sua força intelectual e a sua cultura literária dependem da diversidade do encontro entre livros e leitores. Uma editora que acha que pode ficar de fora dessa equação só pode estar maluca.

Há saída para isso? Os livreiros defendem a fixação do preço dos livros, para evitar a concorrência desleal de quem não precisa da sua venda para sobreviver, até porque os benefícios de uma política de preços predatória são bastante questionáveis. Uma editora que vende a R\$ 6 um best-seller pelo qual habitualmente cobra R\$ 25 vai buscar a diferença aumentando os preços de seus outros títulos. O que o consumidor economiza num canto, perde no outro. Vários países, entre eles Alemanha e França, vorazes consumidoras de livros e pátrias de encantadoras livrarias, têm trabalhado nessa linha, fazendo leis e acordos bastante positivos.

E faz sentido, a essa altura, lutar contra a força do mercado? Acho que sim: o mercado, como o famoso escorpião da anedota, acaba de mostrar ao mundo a que veio. É possível que, amanhã, a tecnologia mude de tal forma os paradigmas, que livros e livrarias se tornem obsoletos. Até lá, porém, muitos petabytes ainda vão correr pela internet. Por enquanto, as livrarias, assim como a floresta amazônica ou o mico leão dourado, merecem os nossos melhores cuidados e carinhos.

(O Globo, Segundo Caderno, 5.3.2008, Cora Ronai)

* Como será a negociação entre editor, distribuidor ou importador?

A negociação entre editor, distribuidor ou importador e os canais de vendas do varejo (livrarias, supermercado, internet, etc.) é livre e segue as regras do setor, contemplando critérios qualitativos e quantitativos.

* Quais os países que adotaram esta Lei?

Leis como esta já foram implantadas em vários países do mundo, algumas com mais de 20 anos de aplicação: França, Alemanha, Portugal, Dinamarca, Grécia, Espanha, Holanda, Argentina e México - são exemplos de países onde se observou um crescimento no número de exemplares publicados e vendidos. Tal crescimento gerou uma queda no preço final dos livros, pois o aumento em escala das edições fez com que os preços baixassem. Também se verificou uma ampliação no número de pontos de venda, pois as pequenas e médias livrarias se mantiveram no mercado. Nos países que deixaram de adotar a Lei, sob a alegação que contrariava a livre concorrência (Reino Unido, Irlanda, Finlândia e Suécia), constatou-se a redução do número de livrarias.

Em detalhes, alguns dos países que adotaram a Lei:

Alemanha: O preço fixo do livro existe desde 1888. O preço é fixado pelo editor (o sistema é facultativo, o editor não é obrigado a endossá-lo): é um contrato coletivo, regido pelo direito privado que abrange cada livraria e o conjunto de 1700 editoras afiliadas. O não respeito a esses preços é considerado como uma ruptura de contrato.

Dinamarca: Desde 1830 a Dinamarca conhece um sistema de preço fixo, que se baseia em um acordo concluído entre a associação de editores e a associação de livreiros dinamarqueses.

Holanda: Desde 1923 o comércio do livro na Holanda é organizado segundo um sistema de preço fixo, sob a forma de um acordo coletivo entre editores, livreiros, importadores, atacadistas e clubes de livros.

França: Lei Lang, desde 1981, instituiu o preço único do livro com desconto máximo de 5% para proteger as livrarias independentes. Se o preço do livro não fosse fixo, hoje na França o número de Livrarias não seria tão significativo, muitas teriam desaparecido devido à concorrência das grandes redes e supermercado nos anos de 1980.

Portugal: Vigor em 1996. Desconto de 10%. O decreto-lei no. 176/96 de 21 de setembro de 1996 instituiu um sistema de preço fixo, apresentado por um preâmbulo do texto como um meio fundamental de corrigir disfunções constatadas do mercado do livro, suscetível, a termo, de criar as condições de uma revitalização do setor.

Grécia: O preço do livro na Grécia é fixado por uma lei adotada em fins de 1997 sobre o modelo da lei francesa. Esta lei define a obrigação dos editores de aplicar um preço fixo para os livros.

Espanha: A venda de livros na Espanha é regida pelo sistema de preço fixo instaurado pelo artigo 33 da lei sobre o livro do 12 de março de 1975 e desenvolvido no Decreto real 484, de 30 de março de 1990, sobre o preço dos livros. Este decreto precisa que todo editor ou importador seja obrigado a estabelecer um preço fixo de venda ao público ou ao consumidor final, para os livros publicados ou importados, independentemente do lugar onde se realiza a venda ou da maneira como esta é efetuada.

Argentina: Em vigor desde 2002 – Lei de Defesa da Atividade Livreira. Determina que “importadores ou representantes de livros deverão fixar um preço uniforme (único) de venda ao consumidor final dos livros que edite ou importe”. A Lei adotada como PVP – Preço de Venda ao Público - define como consumidor final pessoa física ou jurídica que adquira livros para seu uso próprio ou os transmita a um a pessoa diferente sem que se configure operação comercial. A Lei Argentina isenta da prática do preço único alguns tipos de livros, mas aplica penalidades para infrações aos seus dispositivos.

México: A Lei do Preço Fixo do México, intitulada Lei para o Fomento ao Livro e Leitura – aprovada em 29 de abril de 2008. Determina que toda pessoa física ou moral que edite ou importe livros está obrigada a fixar um preço de venda ao público para os livros que edite ou importe. Os vendedores de livros devem aplicar o preço único de venda ao público sem nenhuma variação. O preço único estabelecido na presente lei, não se aplica às compras realizadas pelo Governo. Os vendedores de livros poderão aplicar preços inferiores ao preço de venda ao público mencionado na presente lei, quando se tratar de livros editados ou importados com mais de 18 meses anteriores, assim como os livros antigos, os usados, os sem catálogos, esgotados e os artesanais.

*** Por que a maioria das entidades do Livro pretende que a Lei entre em vigor no Brasil?**

Com a aprovação desta lei, as entidades acreditam que em um curto espaço de tempo haverá maior número de pequenos e médios empreendedores a investir em livrarias, e não só nas regiões metropolitanas, mas em outros locais carentes de pontos de venda de livros.

**** Comissão Pró - Lei de Fomento ao Livro e à Leitura:**

- Associação Brasileira de Difusão do Livro
- Associação Brasileira de Editoras Universitárias
- Associação Estadual de Livrarias do Rio de Janeiro
- Associação Nacional de Livrarias
- Câmara Baiana do Livro
- Câmara Brasileira do Livro
- Câmara Catarinense do Livro
- Câmara Cearense do Livro
- Câmara do Livro do Distrito Federal - Brasília
- Câmara Mineira do Livro
- Câmara Rio-Grandense do Livro
- LIBRE – Liga Brasileira de Editores
- SINDILIVROS – Sindicato Comércio Varejista de Livro do Estado do Ceará

Ou corremos um sério risco, muito real, de extinção das pequenas e médias livrarias independentes. Já vimos este filme, não faz muito tempo, no segmento de discografia, quando desapareceram as melhores lojas de discos e de CDs especializadas e independentes do país.

Vitor Tavares é presidente da Associação Nacional de Livrarias (ANL). Este artigo foi transcrito de O Globo de 15/10/200.

Enviado por Ricardo Noblat - 15.10.2007

Florestas (de idéias) ameaçadas – Cora Ronai

Uma boa livraria é um ecossistema delicado. Para que dê certo não basta juntar um monte de livros; é preciso saber dosar a mistura, acrescentando ao óbvio maravilhas inesperadas, extravagâncias que ninguém tem dinheiro para comprar mas todos adoram folhear, miudezas simpáticas, descobertas especiais. Pode-se abrir um pequeno café nos fundos, um barzinho, um restaurante; pode-se, ainda, juntar algumas poltronas e enfeites a gosto -- mas tudo isso é acessório. O segredo está mesmo na seleção e na exposição dos livros. A Livraria da Travessa, a Da Conde e a Argumento, por exemplo, para ficar só no Leblon, vendem quase as mesmas coisas – mas que diferença faz este “quase”! As três não poderiam ter personalidades mais distintas.

O que faz a delícia de quem ama livrarias é curtir as suas idiossincrasias e especialidades -- e se familiarizar de tal forma com a disposição dos livros que consiga até achar o que não está procurando. Há duas semanas, escrevi sobre um delicioso livrinho chamado “Hotel Yoga”, que descobri na Travessa. Pois “descobrir” é o verbo certo: o coitado não é best-seller, não saiu por nenhuma grande editora, não teve uma linha de publicidade em lugar algum. Eu sequer sabia da sua existência!

Ora, o que permite toda essa *bibliodiversidade* não é, evidentemente, a venda dos “Hotel Yoga” da vida, mas a dos best-sellers. Os livros que permanecem indefinidamente na lista de mais vendidos são o motor do mercado: saem sozinhos, aos montes, e com isso permitem aos livreiros o luxo de manter em estoque não só aqueles deslumbrantes livros de arte que folheamos platonicamente, como todo o rico caldo de cultura formado pelos clássicos, pela poesia, por livros menos conhecidos mas nem por isso menos interessantes. Em suma, o vasto conjunto que dá a cada livraria o seu jeito particular de ser, já que a massa uniforme dos best-sellers encontra-se até no supermercado.

Pois aí está, justamente, uma das grandes ameaças ao meio-ambiente livreiro. Um caso recente e exemplar é o do formidável “1808”, de Laurentino Gomes, que custa cerca de R\$ 40, e que passou o carnaval a R\$ 9,90 num empório online. Parece ótimo negócio para o consumidor, e é mesmo, mas apenas a curtíssimo prazo. “1808” é vendido às livrarias por cerca de R\$ 25. Com o lucro da venda de um único home theater o tal empório recupera o prejuízo e segue feliz. Já a livraria, que não vende nada além de livros, está frita: ninguém precisa ter PhD em economia para saber que vender a R\$ 9,90 algo que se comprou a R\$ 25 é péssimo negócio.

Tá, dirão vocês, e nós com isso? Quem é o idiota que vai dar R\$ 40 por um livro que pode comprar a R\$ 9,90? As livrarias que se virem! É verdade. Só que, não tendo como se virar, as livrarias vão mudar de ramo. Vão passar a vender yogoberry, lingerie ou celulares. Problema das livrarias, certo? Errado: os livros que vendem pouco e que precisam das livrarias para alcançar o público raramente chegam às megastores -- se é que chegam. E

Em extinção, a indústria das livrarias

"Recente pesquisa do IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) reforça esta nossa percepção. O Instituto anunciou que, entre os anos de 1999 e 2006, o número de municípios que possuem livrarias no país caiu 15,5%. Em 2006, elas estavam presentes em apenas 30% dos 5.564 municípios, enquanto que em 1999 este percentual era de 35,5%".

O trecho acima é de artigo publicado, hoje, em O Globo por **Vitor Tavares**, presidente da Associação Nacional de Livrarias.

A indústria das livrarias está em extinção

Das 2.600 livrarias brasileiras, 70% são de pequeno e meio portes, com um faturamento mensal entre R\$ 35 mil e R\$ 45 mil. Este é um dos dados que compõem o "Diagnóstico do Setor Livreiro no Brasil", em fase final de compilação, que a Associação Nacional de Livrarias (ANL) desenvolve. O ganho bruto destes estabelecimentos gira por volta de 25%, com um lucro – tudo correndo sem problemas – de 5%, ou seja, R\$ 2.000,00, muito aquém do ideal. Infelizmente, percebemos que cada vez menos empresários buscam investir num negócio que exige muito trabalho, esforço pessoal e com um ganho real tão baixo.

Recente pesquisa do IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) reforça esta nossa percepção. O Instituto anunciou que, entre os anos de 1999 e 2006, o número de municípios que possuem livrarias no país caiu 15,5%. Em 2006, elas estavam presentes em apenas 30% dos 5.564 municípios, enquanto que em 1999 este percentual era de 35,5%.

O diagnóstico da ANL localizou cerca de 2.600 livrarias em todo o território nacional — importante destacarmos que consideramos para este número as livrarias com uma média entre 10 e 15 mil livros em exposição. Deste total, 53% estão localizadas no Sudeste; 15% no Sul; 20% no Nordeste; apenas 5% no Norte; 4% no Centro-Oeste e 3% no Distrito Federal. Segundo estatísticas da ONU, o ideal para um município é uma livraria para cada 10 mil habitantes. No Brasil, um número perto do razoável seria de 4.900 livrarias. Estamos muito longe desta realidade: num estado como Rondônia, por exemplo, com 657.302 mil habitantes, temos apenas quatro livrarias; em São Paulo, detectamos 676 para 40.000.056 habitantes.

Este quadro atual do segmento livreiro acaba criando uma 'ciranda negativa'. Menos livrarias, menos pontos de vendas para \$exposição dos mais de dois mil títulos lançados mensalmente pelas editoras brasileiras, fazendo com que as editoras diminuam cada vez mais a tiragem dos livros — com exceção de poucos best-sellers — que hoje giram em torno de 1.500 a 2 mil exemplares na primeira edição. Automaticamente, o preço do livro, em escala, acaba acima do desejado, diminuindo o número de leitores. Para o segmento como um todo, que emprega por volta de 35 mil profissionais livreiros diretos, o comprometimento do Estado em leis que regulamentem o setor, sem dúvida, faz-se necessário para a sua manutenção, principalmente para as independentes.

Entre as diversas ações em debate durante a recente 17 Convenção Nacional de Livrarias, discutiu-se a consolidação de leis que venham a proteger o segmento livreiro, principalmente as de pequeno e médio portes. Projetos de lei que regulamentem a política de vendas, onde todo o setor possa atuar e trabalhar em igualdade de condições nas práticas comerciais, evitando desta forma o prejuízo de toda a cadeia livreira.

Acreditamos que, no prazo médio de dez anos, com uma atitude mais direta por parte do governo federal, podemos aumentar o número per capita de leitura por brasileiro, que hoje é de menos de dois livros por leitor, por ano, para 3,5, invertendo o caminho negativo atual. Aumentando o número de livrarias elevaria automaticamente a tiragem da edição para 4 mil exemplares por lançamento, o que levaria à diminuição do preço final do livro.

Dados Estatísticos:

Dados estatísticos mostram que temos cerca de 2.600 livrarias, 70% são de pequeno e médio porte. Com a Lei espera-se aumentar este número que deveria ser cerca de 4.900 livrarias.

92% das Livrarias apóiam a Lei.

74% das editoras apóiam a Lei.

85% das entidades ligadas ao livro apóiam a Lei.

As livrarias empregam mais de 35.000 trabalhadores diretamente, em sua maioria jovens aprendizes que encontraram nas livrarias sua oportunidade do primeiro emprego.

Do número total de Livrarias no Brasil 53% estão localizadas no Sudeste, 15% no Sul, 20% no Nordeste e apenas 5% no Norte, 4% Centro-Oeste e 3% Distrito Federal.

O canal livraria representa 58% das vendas de toda a produção literária do País.

Fonte: Associação Nacional de Livrarias.

*77 milhões de brasileiros não tem o hábito da leitura. O Índice de leitura dos brasileiros é 4,3 livros per capita ano - inclusos os programas de compras governamentais.

Fonte: Retratos da Leitura do Brasil, realizado pelo IPL – Instituto Pró Livro, com o apoio da ABRELIVROS, Câmara Brasileira do Livro, SNEL, CERLAC e PNLL.

*Segundo o IBGE, entre o ano de 1999 e 2006, o número de municípios que possuem Livrarias no País caiu 15%. Em 2006 elas estavam presentes em apenas 30% dos 5.564 municípios enquanto em 1999 este percentual era de 35,5%.

Conheça a íntegra da minuta do projeto da Lei de Fomento ao Livro e à Leitura, e algumas opiniões sobre as questões envolvidas:

MINUTA: Lei de Fomento ao Livro e à Leitura – Lei do Preço do Livro

LEI No 10.753, DE 30 DE OUTUBRO DE 2003. - Institui a Política Nacional do Livro

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I - DA POLÍTICA NACIONAL DO LIVRO - DIRETRIZES GERAIS

“Art. 1º Esta Lei institui a Política Nacional do Livro e o Plano de Fomento à Leitura e Divulgação do Conhecimento, tendo por objetivos e diretrizes: (NR)

Fomentar o bem cultural chamado Livro.

Garantir que a oferta de livros seja acessível ao grande público pelo estímulo à existência de um maior número de pontos de venda

Determinar a fixação de preço de venda ao comprador final, visando assegurar a obtenção de uma ampla oferta de livros.

I - assegurar ao cidadão o pleno exercício do direito de acesso e uso do livro;

II - o livro é o meio principal e insubstituível da difusão da cultura e transmissão do conhecimento, do fomento à pesquisa social e científica, da conservação do patrimônio histórico nacional, da transformação e aperfeiçoamento social e da melhoria da qualidade de vida;

III - fomentar e apoiar a produção, a edição, a difusão, a distribuição e a comercialização do livro;

IV - estimular a produção intelectual dos escritores e autores brasileiros, tanto de obras científicas como culturais;

V - promover e incentivar o hábito da leitura;

VI - propiciar os meios para fazer do Brasil um grande centro editorial;

VII - competir no mercado internacional de livros, ampliando a exportação de livros nacionais;

VIII - apoiar a livre circulação do livro no País;

IX - capacitar a população para o uso do livro como fator fundamental para seu progresso econômico, político, social e promover a justa distribuição do saber e da renda;

X - instalar e ampliar no País livrarias, bibliotecas e pontos de venda de livro;

XI - propiciar aos autores, editores, distribuidores e livreiros as condições necessárias ao cumprimento do disposto nesta Lei;

XII - assegurar às pessoas com deficiência visual o acesso à leitura.

Algumas reportagens sobre o tema: Lei do Preço do Livro

Informativo semanal da Associação Brasileira das Editoras Universitárias – 23 a 27 de março de 2009

23/03/2009 - Mercado editorial sofre redução de pontos-de-venda e de tiragens

O mercado de livros do país vive um dilema: como escapar do círculo vicioso em que os pontos-de-venda para os cerca de 2 mil títulos lançados mensalmente pelas editoras vêm diminuindo, o que conduz a tiragens cada vez menores – com exceção de poucos best-sellers –, e, conseqüentemente, preços mais altos e menos leitores.

Entidades do setor e senadores entendem que é preciso incentivar o hábito da leitura, como ponto de partida para mudar esse cenário. Divulgada no fim do ano passado, sob o patrocínio conjunto do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL), pesquisa revelou que houve crescimento discreto nas vendas em 2007, mesmo com uma redução do número de títulos publicados. Porém, um dado mostra a fragilidade do mercado consumidor: quase metade dos exemplares produzidos foi vendida ao governo, para atendimento aos vários programas de livro didático, científico etc.

O brasileiro lê bem menos que os habitantes dos países desenvolvidos. Aqui, são, em média, 2,4 livros por ano, contra dez nos EUA e 15 em países como Suécia e Dinamarca. E apenas 0,9 desses 2,4 livros anuais lidos não são obras didáticas. As diferenças regionais brasileiras também conspiram contra o crescimento do hábito da leitura, já que só havia livrarias em 30% dos 5.564 municípios.

Não é exato o número de livrarias porque é fácil se obter um registro de funcionamento, mesmo que o negócio principal não seja livros. Mas é seguro afirmar-se que o Brasil tem hoje menos de 2.700 livrarias, 70% das quais são de pequeno e médio porte. Para a Organização das Nações Unidas (ONU), esse número é pequeno para um país com 190 milhões de pessoas. Segundo Vitor Tavares, presidente da Associação Nacional de Livrarias (ANL), um número razoável seria de 4.900 livrarias. A ANL avalia que faltam incentivos para que mais livrarias sejam abertas e profissionalização para as já existentes.

– O Brasil é responsável por 50% da produção de livros da América Latina. O ideal seria o funcionamento de no mínimo 10 mil livrarias para atender de maneira razoável à população. No entanto, 89% dos municípios brasileiros não têm livrarias. É um quadro dramático que constrange aqueles que têm uma visão de nação – lamenta o senador Tião Viana (PT-AC). Segundo a pesquisa da CBL e do Snel, em 2007 foram comercializados mais de 329 milhões de livros no país, gerando um faturamento que, pela primeira vez, rompeu a barreira dos R\$ 3 bilhões. Levantamento mais recente pode indicar que o setor obteve resultado melhor em 2008. Ouvidas pela ANL, as livrarias apostam que o setor pode ter crescido 10,46%. Se a crise não atrapalhar, esperam repetir o desempenho este ano.

– O aquecimento do setor deve-se ao aumento do poder aquisitivo do brasileiro e às diversas campanhas e políticas de difusão do livro, muitas delas por iniciativas governamentais, que estimularam a leitura, principalmente a infanto-juvenil, segmento que mais cresceu. Não podemos deixar de destacar, ainda, a desoneração do PIS/ Confins, que ajudou a manter o preço médio do livro abaixo da inflação – avalia o presidente da ANL, Vitor Tavares. (Fonte: Jornal do Senado, de 16 a 22 de março).

Mileide Flores - Livraria Feira do Livro – Fortaleza – CE

Vários países da Comunidade Européia já demonstraram ao longo de muitos anos que um dos principais mecanismos de preservação da pluralidade editorial reside na manutenção de uma vasta rede de pontos de venda, tornada viável graças a leis que protegem o comércio do livro. Já passa da hora do Brasil começar a discutir seriamente esta questão.

Milena Duchiate - Nova Livraria Leonardo da Vinci - Rio de Janeiro - RJ

"Precisamos da lei porque não podemos esperar que as livrarias independentes sejam devoradas por esse sistema, controlado pela indústria (as editoras) que, por um lado estabelece o preço a ser vendido do livro, e pelo outro favorece com descontos diferenciados as grandes cadeias e grandes distribuidoras para que pratiquem uma política ou guerra de preços que lhes convier. A lei é um mecanismo de proteção mínimo neste mar devorador de livrarias e, conseqüentemente, da pequena produção".

Primo Maldonado - Livraria LDM/Parole - Salvador - Bahia

"A Lei do Preço Único é condição base para garantir a 'bibliodiversidade'. Ela só não interessa aos que vendem o futuro para gastar no presente".

**Teobaldo Heidemann
Livraria Vozes – Petrópolis – RJ**

"O varejo do livro precisa urgentemente de um mínimo de regulação, para assim assegurar a 'bibliodiversidade' e combater o dumping e a concorrência desleal".

Bernardo Gurbanov - Livraria Letraviva – São Paulo - SP

"Dou-me o direito de optar pelo preço único. Nada justifica o contrário. O livro se explica por defendê-lo em mim".

**João Scortecchi - Livraria Asabeça
– São Paulo - SP**

"O Brasil precisa de leis e acordos bastante positivos, que incentivem e divulguem o prazer da leitura e garantam a sobrevivência das editoras, das livrarias e de seus respectivos donos e administradores. Por isso, é urgente a criação, aprovação e promulgação da Lei de Fomento ao Livro e à Leitura no Brasil".

Renato Correa - Livrarias Paulinas – São Paulo - SP

CAPÍTULO II DO LIVRO

Art. 2º Considera-se livro, para efeitos desta Lei, toda a obra impressa em vários exemplares de textos escritos em fichas ou folhas, contendo letras, textos e ou ilustrações visíveis, constituída por páginas, grampeada, colada ou costurada, em volume unitário e autônomo, cartonado, encadernado ou em brochura, em capas avulsas, em qualquer formato e acabamento, devidamente posto à disposição do público. Podendo ser comercializada e que não se confunde com jornais ou Revistas de variedades, bem como Livros, partituras, produtos cartográficos. Produtos que reproduzem ou substituem livros, partituras musicais ou produtos cartográficos ou, que de acordo com a apreciação geral sejam considerados de maneira preponderante como tipicamente editorial ou de comércio livreiro.

Parágrafo único. São equiparados a livro:

I - fascículos, publicações de qualquer natureza que representem parte de livro;

II - materiais avulsos relacionados com o livro, impressos em papel ou em material similar;

III - roteiros de leitura para controle e estudo de literatura ou de obras didáticas;

IV - álbuns para colorir, pintar, recortar ou armar;

V - atlas geográficos, históricos, anatômicos, mapas e cartogramas;

VI - textos derivados de livro ou originais, produzidos por editores, mediante contrato de edição celebrado com o autor, com a utilização de qualquer suporte;

VII - livros em meio digital, magnético e ótico.

VIII - livros impressos no Sistema Braille.

IX - Livro Reeditado: é o livro publicado contendo alterações em relação à sua edição original;

X - Livro Reimpresso: é o livro publicado sem qualquer alteração de conteúdo em relação à sua edição original ou última reedição; (NR)

XI - Publicações de cunho técnico científico em formato de livro, impresso ou digital, mesmo que periódico;

Art. 3º É livro brasileiro o publicado por editora sediada no Brasil, em qualquer idioma, bem como o impresso ou fixado em qualquer suporte no exterior por editor sediada no Brasil.

Art. 4º É permitida a entrada no País de livros em língua estrangeira ou portuguesa, imunes de impostos nos termos do art. 150, inciso VI, alínea d, da Constituição, e, nos termos do regulamento, de tarifas alfandegárias prévias, sem prejuízo dos controles aduaneiros e de suas taxas.

CAPÍTULO III - DA EDITORAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO LIVRO

Art. 5º Para efeitos desta Lei, é considerado:

I - autor: a pessoa física criadora de livros;
Comprador Final: é quem compra o livro sem a finalidade de revenda.

II - editor: a pessoa física ou jurídica que adquire o direito de reprodução de livros, dando a eles tratamento adequado à leitura;

III - distribuidor: a pessoa jurídica que opera no ramo de compra e venda de livros por atacado;

IV - livreiro: a pessoa jurídica ou representante comercial autônomo que se dedica à venda de livros.

V - porta a porta - pessoas jurídicas que se dediquem à venda de livros, por quaisquer meios e suportes, ao consumidor final.

VI - Importadora. A pessoa física ou jurídica que, com sede social ou domicílio no País, importa a qualquer título livro de editora estrangeira destinado à comercialização; (NR)

Quem venda livro de maneira comercial ou industrial ao comprador final é obrigado a observar o preço, conforme a Lei.

Art. 6º Na editoração do livro, é obrigatória a adoção do Número Internacional Padronizado, bem como a ficha de catalogação para publicação.
Parágrafo único. O número referido no caput deste artigo constará da quarta capa do livro impresso.

Art. 7º O Poder Executivo estabelecerá formas de financiamento para as editoras e para o sistema de distribuição de livro, por meio de criação de linhas de crédito específicas.

Parágrafo único. Cabe, ainda, ao Poder Executivo implementar programas anuais para manutenção e atualização do acervo de bibliotecas públicas, universitárias e escolares, incluídas obras em Sistema **Braille**.

“CAPÍTULO III-A - Da comercialização do Livro

Artigo 7º-A. Toda pessoa física ou jurídica que editar, reeditar ou importar livros destinados à comercialização fica obrigada a fixar para os mesmos um preço de venda ao público.

§ 1º. A fixação do preço deverá ser estabelecida para a unidade constituída pelo livro e para quaisquer outros elementos a ele agregados em oferta editorial. Da mesma forma, no caso de venda conjunta do livro com outro produto ou serviço, o preço de venda ao público deverá ser constituído pela soma do preço fixado para o livro e o preço de venda ao público do outro produto ou serviço.

§ 2º. O preço deverá constar de lista oficial emitida pela Editora e/ou Importadora, a qual deverá ser mantida pelos Livreiros e Revendedores em local identificado e de fácil acesso para consulta pelo consumidor. A Editora e/ou Importadora deverá ainda disponibilizar a lista oficial

Depoimento de Livreiros sobre a Lei de Fomento ao Livro e à Leitura:

"O País precisa de muito mais livrarias do que tem hoje. Uma livraria depende de lançamentos e best-sellers para sobreviver. Ter preço único por um determinado período em todos os pontos de venda - físico e virtual - daria mais musculatura aos pequenos e médios livreiros. Certamente teríamos muito mais livrarias no País".

Samuel Seibel - Livraria da Vila – São Paulo - SP

"Livro é um produto diferenciado e representa a identidade cultural de seu povo. Com o fortalecimento das grandes redes de livrarias, assim como a fusão de grandes grupos editoriais, ficará cada vez mais raro nas prateleiras das boas livrarias, autores nacionais. Mais difícil ainda, autores desconhecidos".

Ednilson Xavier - Livrarias Cortez – São Paulo - SP

"Grandes varejistas estão vendendo livros, bem abaixo do custo das livrarias, tamanha distorção está eliminando os pequenos e médios livreiros e concentrando as vendas em poucos "best sellers". Somos a favor da concorrência e da Lei do Preço Único. Devemos oferecer o melhor serviço sem uso de concorrência desleal. Hoje um varejista e seus sites concentram quase a metade do mercado fonográfico, eliminando lojas especializadas e matando a diversidade de títulos".

Marcus Teles - Livrarias Leitura – Belo Horizonte - MG

"Ser livreiro e proprietário de livraria é ser, também, uma agente de cultura. É contribuir para a verdadeira transformação do País com o produto mais nobre e milenar que o homem criou, o LIVRO. Proteger essa cadeia é dever de todos os cidadãos visionários e ainda mais nos dias de hoje, onde a busca por lucros rápidos e fáceis impera em todos os setores. Creio que somente uma lei como a do preço do livro salvará a todos da extinção.

**Vitor Tavares – Presidente da ANL
Livrarias Loyola – São Paulo - SP**

"Esta é a oportunidade de as entidades representativas de cada um dos segmentos do livro trabalhar em conjunto, em prol do livro, da leitura e da cultura nacional. Há um interesse coletivo muito maior do que a soma dos interesses individuais a ser defendido, e dele depende o futuro do mercado".

Tuchau Rodrigues – Magister – Porto Alegre - RS

"A Lei em Defesa do Livro, Lei de Fomento a Leitura, Lei do Preço Fixo, ou seja lá o nome que lhe é conferido, tem por base regular o mercado do livro, na tentativa de construir oportunidades iguais para que os pequenos e os grandes convivam de forma harmoniosa. Assim sendo, fica garantida a presença de pequenas e médias livrarias, segmentadas ou não, que têm como função social exercer papel na formação e na manutenção de leitores. Por isso, a necessidade de se conceber, ao setor de pequenas e médias livrarias, condições reais de sua manutenção/existência, pois trata-se de um espaço de saberes e de cumplicidade com os leitores no exercício pleno de sua cidadania, não podendo ser vista apenas como iniciativa comercial".

IV - Em caso de uma quarta reincidência em período inferior a 12 meses, contados da primeira infração, o valor equivalente a 250 vezes o preço fixado do livro, multiplicado pelo número de exemplares comercializados em desacordo com a presente Lei;

V - Novas reincidências, a partir da quinta, em período inferior a 12 meses, sofrerão a aplicação de multa com o valor igual ao estabelecido no inciso IV acima, aumentando 20% (vinte por cento) em cada nova ocorrência.

§ 1º. Os valores arrecadados a título de multa terão a seguinte destinação:

I - 50% serão revertidos para o Procon responsável pela infração; e,

II - 50% serão revertidos em favor do Instituto Pró-Livro para custeio de programas anuais de fomento ao livro.

CAPÍTULO V - DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 16. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios consignarão, em seus respectivos orçamentos, verbas às bibliotecas para sua manutenção e aquisição de livros.

Art. 17. A inserção de rubrica orçamentária pelo Poder Executivo para financiamento da modernização e expansão do sistema bibliotecário e de programas de incentivo à leitura será feita por meio do Fundo Nacional de Cultura.

Art. 18. Com a finalidade de controlar os bens patrimoniais das bibliotecas públicas, o livro não é considerado material permanente.

Art. 19. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 30 de outubro de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

de preço através da Internet, para consulta pelo público em geral, independentemente de cadastro ou obtenção de senha, ou através de catálogo nacional, via Biblioteca Nacional.

§ 3º. Em caso de alteração do preço oficial pela Editora, o mesmo deverá estar consignado em nova lista oficial, na qual deverá estar especificada a data de entrada em vigor do novo preço de comercialização. Fica ainda entendido que a nova lista oficial deverá estar disponível para o Livreiro e/ou Revendedor com um mínimo de 05 (cinco) dias úteis de sua entrada em vigor, para que seja devidamente processada.

§ 4º. A Editora deverá manter os registros e controles necessários para comprovação do disposto no parágrafo terceiro acima.

Artigo 7º-B. As coleções de livros devidamente identificados poderão ser vendidas por um preço fixado pela editora inferior ao que resultaria da soma dos preços de cada um dos títulos que integram tais coleções.

Artigo 7º-C. O preço de venda do livro ao consumidor final, deverá situar-se entre 90% e 100% do preço fixado pela editora ou importadora.

Parágrafo Único. Os descontos sobre o preço de venda fixado, concedidos pela Editora ao Distribuidor e pelo Distribuidor ao Livreiro, são livres desde que levados em conta os critérios qualitativos e quantitativos.

Artigo 7º-D. Ao Livreiro é permitida a livre fixação do preço de venda do livro ao consumidor, aquém ou além dos percentuais fixados no artigo 14 supra, depois de decorridos 12 (doze) meses da data do respectivo depósito legal da edição, reedição ou do desembaraço da importação do livro.

Parágrafo Único. Fica desde logo entendimento que no caso de haver mais de uma edição, reedição ou importação de um mesmo livro, o prazo fixado no "caput" constar-se-á tomando em conta a data da respectiva edição, reedição ou importação.

Artigo 7º-E. A verificação do prazo a que alude o artigo 15 supra far-se-á de acordo com as seguintes diretrizes:

I - Nos casos de edição ou reedição, através do mês e ano do Depósito legal da respectiva edição ou reedição.

II - Nos casos de Importação, através da data de registro da Declaração de Importação.

Artigo 7º-F. Caberá à Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda a fiscalização quanto à adequada fixação do preço de venda ao público do livro pela Editora e/ou importadora, de modo a coibir o aumento arbitrário de lucros e outras infrações à ordem econômica, tal como definidas na Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1.994.

CAPÍTULO III-B - Das exceções

Art. 8º As pessoas jurídicas que exerçam as atividades descritas nos incisos II a IV do art. 5º poderão constituir provisão para perda de estoques, calculada no último dia de cada período de apuração do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro líquido, correspondente a 1/3 (um terço) do valor do estoque existente naquela data, na forma que dispuser o regulamento, inclusive em relação ao tratamento contábil e fiscal a ser dispensado às reversões dessa provisão.

§ 1º Para a gestão do fundo levar-se-á em conta o saldo existente no último dia de cada exercício financeiro legal, na proporção do tempo de aquisição, observados os seguintes percentuais:

I - mais de um ano e menos de dois anos: trinta por cento do custo direto de produção;

II - mais de dois anos e menos de três anos: cinquenta por cento do custo direto de produção;

III - mais de três anos: cem por cento do custo direto de produção.

§ 2º Ao fim de cada exercício financeiro legal será feito o ajustamento da provisão dos respectivos estoques.

Art. 9º A provisão referida no art. 8º será dedutível para fins de determinação do lucro real e da base de cálculo da contribuição social sobre o lucro líquido.

Art. 10. (VETADO)

Art. 11. Os contratos firmados entre autores e editores de livros para cessão de direitos autorais para publicação deverão ser cadastrados na Fundação Biblioteca Nacional, no Escritório de Direitos Autorais.

Art. 12. É facultado ao Poder Executivo a fixação de normas para o atendimento ao disposto nos incisos VII e VIII do art. 2º desta Lei.

CAPÍTULO III-B - Das exceções

Artigo 12-A. As disposições do Capítulo III-A acima não se aplicam às vendas efetuadas por Editoras, Distribuidoras, Importadoras, Livreiros à União Federal, Estados, Distrito Federal e Municípios, inclusive suas autarquias e fundações.

Artigo 12-B. O percentual a que alude o artigo 7º-C supra fica elevado para 85% do preço fixado pela Editora ou Importadora no caso de vendas de livros realizadas em feiras do livro ou congressos organizados por entidades representativas do setor.

CAPÍTULO IV - DA DIFUSÃO DO LIVRO

Art. 13. Cabe ao Poder Executivo criar e executar projetos de acesso ao livro e incentivo à leitura, ampliar os já existentes e implementar, isoladamente ou em parcerias públicas ou privadas, as seguintes ações em âmbito nacional:

I - criar parcerias, públicas ou privadas, para o desenvolvimento de programas de incentivo à leitura, com a participação de entidades públicas e privadas;

II - estimular a criação e execução de projetos voltados para o estímulo e a consolidação do hábito de leitura, mediante:

a) revisão e ampliação do processo de alfabetização e leitura de textos de literatura nas escolas;

b) introdução da hora de leitura diária nas escolas;

c) exigência pelos sistemas de ensino, para efeito de autorização de escolas, de acervo mínimo de livros para as bibliotecas escolares;

III - instituir programas, em bases regulares, para a exportação e venda de livros brasileiros em feiras e eventos internacionais;

IV - estabelecer tarifa postal preferencial, reduzida, para o livro brasileiro;

V - criar cursos de capacitação do trabalho editorial, gráfico e livreiro em todo o território nacional.

Art. 14. É o Poder Executivo autorizado a promover o desenvolvimento de programas de ampliação do número de livrarias e pontos de venda no País, podendo ser ouvidas as Administrações Estaduais e Municipais competentes.

Art. 15. (VETADO)

CAPÍTULO IV-A - Da fiscalização, Controle e Aplicação de Sanções

Artigo 15-A. Caberá aos Procons Estaduais e municipais, no âmbito de suas atribuições, a fiscalização e controle quanto ao cumprimento da presente lei, cabendo-lhes ainda processar e julgar as infrações, bem assim aplicar aos infratores a penalidade de multa pecuniária, de acordo com os seguintes critérios:

I - Na primeira infração o valor equivalente a 100 vezes o preço fixado do livro por exemplar, multiplicado pelo número de exemplares comercializados em desacordo com a presente Lei;

II - Em caso de reincidência em período inferior a 12 meses, o valor equivalente a 150 vezes o preço fixado do livro, multiplicado pelo número de exemplares comercializados em desacordo com a presente Lei;

III - Em caso de nova reincidência em período inferior a 12 meses, contados da primeira infração, o valor equivalente a 200 vezes o preço fixado do livro, multiplicado pelo número de exemplares comercializados em desacordo com a presente Lei;