

A **29ª Convenção Nacional de Livrarias**, que aconteceu nos dias 28 e 29 de agosto de 2019, na cidade do Rio de Janeiro/RJ, no Hotel Windsor–Barra da Tijuca, abordando o tema **A Livraria Sustentável**, organizada pela Associação Nacional de Livrarias (ANL), possibilitou a troca de experiências, apresentou novas metodologias de administração para o varejo e prospectou o futuro do nosso negócio, contribuindo com o crescimento sustentável do segmento livreiro.



Hoje, o mercado livreiro apresenta várias tendências. Um dos movimentos que começa a ganhar força é uma espécie de 'retorno às origens' por parte das redes e a ampliação do número de pequenas livrarias. Há um movimento de renovação em curso, em prol da sustentabilidade de todos. E foi para esse movimento que a ANL apresentou a 29ª edição de sua Convenção. Independentemente de tamanho, todos podem contribuir com sugestões e ações para que, não apenas a Livraria se torne sustentável, mas sim toda a cadeia do livro. Um elo fraco compromete todo o setor. O evento recebeu congressistas vindos de várias localidades deste imenso país, que com sua presença enaltecem ainda mais o encontro.

Em sua programação, uma das mais elogiadas dos últimos anos, a Convenção trouxe: *Novas formas de leitura e o papel do livro em papel*, com Roger Chartier, Historiador, Pesquisador, Ensaísta especializado em história da cultura, com destaque para a história do livro e da leitura; *Como as farmácias reinventaram seu negócio, como as livrarias podem reinventar o seu*, com Sergio Mena Barreto, Presidente Executivo da Associação Brasileira de Redes de Farmácia e Drogarias – Abrafarma; *Uma certa ideia de Brasil: entre passado e futuro*, com Pedro Malan, Economista, Ex-Ministro da Fazenda; *As transformações do Varejo do Livro*, com Henrique Nogueira, Executivo de Atendimento, GFK Retail and Technology Brasil, e Marcus Teles, Diretor da Rede Livrarias Leitura; *Gestão do amanhã*, com Sandro Magaldi, Escritor, Expert em Gestão Estratégica de Vendas; *Impacto social da livraria*, com Magda Krauss, Diretora da Livraria Saber e Ler, Maria Lucia N. Serrano, Coordenadora do Projeto Ler e Escrever Fonte do Saber e o escritor Léo Cunha.



O tema central da Convenção, **A Livraria Sustentável**, trouxe duas mesas: *Administração responsável da consignação*, com Vitor Tavares, Presidente da CBL, Marcos Pereira, Presidente do SNEL, Samuel Seibel, Diretor da Livraria da Vila, Júlio Cesar Augusto Sesma da Cruz, Diretor da Catavento Distribuidora de Livros, Benjamin Magalhães, Diretor Livraria Travessa, com mediação de Bernardo Gurbanov, Presidente da ANL; e *Mercado do livro – a voz dos livreiros*, com Antônio Carlos de Carvalho, Diretor da Livraria Galileu/ RJ, Isaque Lerbak, Diretor da Livraria Eldorado Books/RJ, Magda Krauss, Diretor da Livraria Saber e Ler – SP, Marcio Tupinambá, Presidente da Associação Brasileira de Difusão do Livro – ABDL, e Bernardo Gurbanov, Presidente da ANL. Vincent Zonca, Diretor do Escritório do Livro e do Debate de Ideias do Instituto Francês no Brasil / Embaixada da França no Brasil, e Guiomar de Grammont, Escritora e Dra. em Literatura Brasileira/USP, entrevistam Roger Chartier sobre *Cultura escrita e textos em rede*.



29ª CONVENÇÃO NACIONAL DE LIVRARIAS FOI MAIS INOVADORA E CONECTADA

A Convenção trouxe uma nova tecnologia para uma experiência ainda melhor. Através do app Midiacode, o evento esteve smart-conectado, permitindo ao congressista capturar os conteúdos direto no seu smartphone, por

exemplo: a programação do evento, palestras, mapas, informações dos expositores, entre outras facilidades.

Um evento de sucesso nunca é realizado de forma solitária. Para concretizar este, que teve a organização da ANL, a Associação contou com o apoio e patrocínio de marcas renomadas, que acreditaram nesse trabalho e certificaram a Convenção Nacional de Livrarias como um evento de relevância para o setor do livro e da leitura em nosso país. São eles: Patrocinadores Masters: **UmLivro** e **RPS Eventos**; Apoio Institucional: **ABIGRAF Nacional**, **AEL-RJ**, **CBL**, **Embaixada da França no Brasil**, **Instituto Francês** e **SNEL**; Apoio Comercial: **Distribuidora Loyola de Livros**, **Editora Planeta**, **F1 Soluções** e **Melhoramentos Editora**; Apoio Cultural: **Edições Sesc**; Apoio de Mídia: **Publishnews**; e Parceria: **Grupo Soma** e **Certificados e Two Side**.





Em suas palavras iniciais, Bernardo Gurbanov, Presidente da ANL e Diretor da Livraria Letraviva, reafirmou como é gratificante fazer parte desse momento. “É emocionante estar aqui e podermos pensar em conjunto caminhos de sobrevivência para o mercado brasileiro. A ideia dessas Convenções vem sendo, cada vez mais, aprofundar, tratar de temas conflitivos, atuais. Desde uma perspectiva conceitual, através de campos econômicos, sociais, no exercício da profissão, campos que confluam entre si, para que possamos pensar juntos, nos capacitar como profissionais e sermos melhores pessoas”, destacou o executivo, que após um resumo dos temas e de seus palestrantes abriu espaço para o painel inaugural.

Integra da abertura: <https://www.anl.org.br/v1/29a-convencao-nacional-de-livrarias-video/>

Sugerimos que todos os vídeos e trechos disponibilizados nesse resumo sejam escutados com fones de ouvidos.

NOVAS FORMAS DE LEITURA E O PAPEL DO LIVRO EM PAPEL

Para a palestra inaugural, *Novas formas de leitura e o papel do livro em papel*, foi realizada por **Roger Chartier**, Historiador, Pesquisador, Ensaísta especializado em história da cultura, com destaque para a história do livro e da leitura.

“Nossas reflexões sobre as livrarias e as leituras encontram necessariamente os dois temores contraditórios que obcecaram a primeira era moderna e que nos atormentam

ainda mais fortemente hoje em dia: por um lado, o medo ante a proliferação indomável dos escritos, a multiplicação infinita dos textos, a desordem do discurso; e, por outro, a ansiedade ante a perda, o apagamento, o esquecimento. Duradouramente, as livrarias foram um potente instrumento que, com outros, permitia organizar a circulação dos discursos, dominar ‘os poderes e perigos’ de sua proliferação, como escreveu Foucault, no mesmo tempo que asseguravam a presença ativa, dinâmica, do patrimônio escrito. Mas hoje se encontram ameaçadas pelo risco do desaparecimento”, iniciou Chartier.

Chartier é, antes de tudo, um contador de histórias, principalmente sobre aquelas que nos trazem a história recente das livrarias pelo mundo, suas fragilidades e dificuldades diante de novas opções de leituras e de compra do livro, em que o mercado digital confronta diretamente o varejo físico.

“O magnífico livro de Jorge Carrión, *Librerías*, foi publicado por Anagrama em 2013 e traduzido para o português em Lisboa por Quetzal Editores, em 2017, com o subtítulo *Uma história de paixão, comércio e melancolia*. A edição brasileira de Bazar do Tempo, no ano seguinte, mudou o subtítulo para ‘Uma história da leitura e de leitores’, apagando assim uma palavra essencial no livro: ‘melancolia’. Ou talvez, mais exatamente, ‘saudade’, segundo a definição de José Eduardo Agualusa: ‘saudade é esse achar-se sozinho, longe de algo ou de alguém, e, todavia, perto, através da lembrança e do coração’. E efetivamente este sentimento que atravessa o livro de Jorge Carrión, assombrado pelo desaparecimento ou o possível desaparecimento das livrarias que havia conhecido. Foi o caso, no começo do ano de 2013, na sua própria cidade, Barcelona, da livraria La Catalónia, substituída por um McDonald’s. Foi o caso de uma das três ‘melhores livrarias’ de Paris, segundo ele: La Hune, cujo desaparecimento Carrión profetizou em 2013 e aconteceu realmente em fevereiro de 2015. Comprada pela cadeia YellowCorner, reabriu como uma galeria dedicada às exposições de fotografias e quase sem livros”, conta-nos o historiador.



“Em Paris, o caso de La Hune não é excepcional. Desde o ano 2000, 350 livrarias fecharam, ou seja, 30%, com uma aceleração das desapareições a partir de 2007. A saudosa melancolia diante das livrarias perdidas pode nascer também nas ruas e avenidas de Nova York. Em fevereiro de 2015, Francisco Azevedo publicou no jornal *O Globo* o pesadelo que foi sua busca por livrarias nova-iorquinas que não existiam mais: Barnes and Nobles, na Lincoln Square, Coliseum Books, Rizzoli, na rua 57, Bretano, que virou uma loja de cosméticos, Drama Bookshop, transformada em restaurante fast food, e a legendaria Gotham Book Mart, substituída por uma joalheria. Como consolação: ‘a velha Strand continua de portas abertas, com seus ‘18 milhares de livros’. Paraíso. Quanta vida! Quanta gente curiosa! Diferentes credos, raças e nacionalidades reunidos em torno do saber!’. E Azevedo ficou com uma pergunta ansiosa: ‘Como uma cidade sobrevive sem livrarias? Como consegue respirar? Daí uma pergunta: Estas observações saudosas sobre a fragilidade das livrarias confirmam os dados das pesquisas estatísticas?, provoca o historiador.

“No caso da França, a pesquisa mais recente do Centre National du Livre, *Les Français et la lecture 2019*, mostra que a compra permanece como o modo dominante de acesso aos livros: 82% dos leitores compraram pelo menos um livro durante o ano anterior. Suas respostas quanto aos locais de compra evidenciam quatro fenômenos essenciais: 1) as grandes cadeias culturais, do tipo FNAC, são o lugar mais frequente das compras (76% dos leitores); 2) as livrarias independentes, ‘spécialisées’, são um lugar de compra para 31% dos leitores, quando em 2015 eram só 18%; 3) a compra on-line de livros impressos aumentou 10% entre 2015 e 2018: 48% dos leitores contra 38%; 4) a porcentagem de leitores que leem não só livros impressos, mas também livros digitais, ficou estável entre 2017 e 2019, com 24%. Os dados para 2017-2018 do Observatoire de l’économie du livre, que registra as partes de mercado e não as práticas múltiplas dos leitores, confirmam esses resultados, enfatizando tanto a importância dominante das grandes cadeias, culturais ou não, com 34,5% das compras, como a situação minoritária das livrarias, quaisquer que sejam, com 22% das compras, e também a estabilidade das compras pela Internet (21% em 2019, 20% em 2017)”, descreve Chartier, que a seguir traça um comparativo com o Brasil.

A comparação dos dados franceses com os resultados publicados em 2016 na quarta edição dos *Retratos da Leitura no Brasil*, do Instituto Pró-Livro, mostra diferenças e semelhanças. “Primeira diferença: o modo dominante de acesso ao livro no Brasil não é a compra. Se 43% dos livros lidos foram comprados nas lojas ou pela Internet, o total dos livros emprestados por amigos ou alguém da família, por bibliotecas da escola ou por bibliotecas públicas ou comunitárias, ou por outros locais, representam 51% dos livros lidos. Segunda diferença: os compradores brasileiros compram geralmente os livros numa livraria (44%), e os concorrentes das livrarias não são os supermercados ou as grandes cadeias (7%), mas as bancas de jornal (19%), as igrejas e os espaços religiosos (9%) e os vendedores ambulantes (5%). Semelhança: uma porcentagem mais ou menos comparável dos compradores que compram livros pela Internet: 15% no Brasil, 21% na França. No Brasil, um fenômeno novo é a abertura pelas editoras de websites especiais para a venda direta, particularmente de livros didáticos, e com um desconto igual ao oferecido às livrarias. Como observa Bernardo Gurbanov em entrevista concedida a *Deutsche Welle* em janeiro deste ano: ‘Uma das consequências perversas desse modelo é que o livreiro perde seu cliente para seu próprio fornecedor’.”



“Podemos então considerar que as dificuldades encontradas pelas livrarias independentes se remetem à concorrência da Internet? É possível pensar que a resistência, ou ainda, em alguns países, a ressurgência das livrarias independentes é, paradoxalmente, uma consequência do crescimento das compras on-line, como da Amazon, o que é sugerido pelo caso dos Estados Unidos. A diminuição drástica do número de livrarias independentes aconteceu entre 1990 e 2000, com o desaparecimento de quase metade delas. Nessa década, a razão não era o comércio eletrônico, mas a concorrência das grandes cadeias Borders e Barnes and Nobles. Hoje em dia, Borders fechou e Barnes and Nobles se encontra ameaçada pela falência, ao passo que o número das livrarias independentes aumentou de forma espetacular nos

últimos anos. Segundo a American Booksellers Association, entre 2009 e 2018 o número dessas livrarias cresceu 40%. Esta ressurgência foi celebrada pelo Quinto “Independent Bookstore Day”, o dia do 27 de abril deste ano de 2019. Focalizado sobre as relações entre as livrarias locais e as comunidades de moradores, o evento encontrou uma ressonância nacional graças ao canal de televisão pública CSPAN 2, que dedicou um programa às visitas a algumas das mais atrativas livrarias independentes”, descreve o historiador.

Em sua apresentação, ainda destacou: “Como lugar de encontro entre livreiros e livros, entre livros e leitores, entre leitores e livreiros ou outros leitores, a livraria pode reconstituir, em torno do livro e da cultura escrita, as sociabilidades e os intercâmbios que temos perdido. A história da leitura ensina que a leitura se transformou numa prática silenciosa, solitária, que apagou os momentos compartilhados em torno das leituras coletivas: as reuniões familiares, as assembleias amistosas e literárias, os compromissos militantes. Num mundo onde a leitura se identifica com uma relação pessoal, íntima, privada, com o livro, ou bem com a conversação sem a presença da rede, as livrarias multiplicam as circunstâncias para que os leitores se encontrem em torno do patrimônio escrito, da criação intelectual, das experiências estéticas. É a razão pela qual são uma instituição fundamental no espaço público de que necessitam nossas sociedades. Longa e rica é a história das livrarias que foram lugares de resistência contra um poder tirânico, desde a Espanha de Franco até a Buenos Aires da ditadura militar. Hoje em dia, em nosso tempo das reescritas falsificadas da história, de falsas “verdades”, do crédito outorgado às teorias mais absurdas, as livrarias são um instrumento essencial de acesso aos saberes críticos. Num tempo em que, em muitos países, é a noção mesma de verdade que se encontra desafiada, ameaçada, descartada, as livrarias mantêm o vínculo antigo que ligou a verdade e a democracia, o conhecimento e a deliberação, a circulação dos escritos e o uso público e crítico da razão”, arrematou Chartier.

(Chartier disponibilizou sua apresentação completa aos congressistas da 29ª Convenção Nacional de Livrarias. Uma aula. Um grande presente a todos que lá estiveram.).



Roger Chartier voltou à Convenção em seu segundo dia para a mesa “Cultura escrita e textos em rede”, quando foi entrevistado por Guiomar de Grammont, Escritora e Dra. em Literatura Brasileira pela USP, e Vincent Zonca, Diretor do Escritório do Livro e do Debate de Ideias do Instituto Francês no Brasil, Embaixada da França no Brasil.

A entrevista analisou três questões: Como manter o conceito de propriedade literária, definido desde o século XVIII a partir de uma identidade perpétua da obra, identificável qualquer que seja sua forma de publicação, em um mundo onde os textos são possivelmente móveis, maleáveis, abertos? Como reconhecer uma ordem do discurso que foi

sempre uma ordem dos livros ou, para dizer melhor, uma ordem do escrito que associa estreitamente autoridade de saber e forma de publicação, quando as possibilidades técnicas permitem, sem controles nem prazos, colocar em circulação universal opiniões e conhecimentos, mas também erros e falsificações? Como preservar maneiras de ler que construam a significação a partir da coexistência de vários textos em um mesmo objeto (um livro, uma revista, um periódico), enquanto o novo modo de conservação e transmissão dos escritos impõe à leitura uma lógica analítica e enciclopédica, onde cada texto não tem outro contexto, além do proveniente de seu pertencimento a uma mesma temática?



Neste link o áudio da entrevista: <https://www.anl.org.br/docs/ChartierEntrevista.mp3>



A REINVENÇÃO DO VAREJO FÍSICO



Um dos temas de maior impacto na 29ª Convenção Nacional de Livrarias foi: “Como as farmácias reinventaram seu negócio, como as livrarias podem reinventar o seu”, apresentando a experiência do mercado farmacêutico, que conseguiu se reinventar nos últimos 15 anos, pulando do 14º para o 6º lugar no ranking no negócio do varejo farmacêutico no circuito mundial. A apresentação do painel foi de Sergio Mena Barreto, Presidente Executivo da Associação Brasileira de Redes de Farmácia Drogarias – Abrafarma.

“Meu desafio é agradável, porque adoro livros, e traçar um paralelo entre esses dois mercados é bastante instigante. Falar sobre os desafios da Abrafarma e de como as farmácias estão mudando a saúde brasileira, desenvolvendo esse paralelo com o negócio dos livros, que acredito ser tão importante tanto quanto o de remédios, será muito enriquecedor, pois acredito que um país sem medicamentos e sem livros não tem saúde”, iniciou o executivo da Abrafarma.

Abrafarma representa hoje 26 empresas do varejo farmacêutico, entre as maiores do setor, que correspondem a 7.800 lojas, das 78 mil farmácias existentes no Brasil, com quase 50% do mercado brasileiro de medicamentos.

O Brasil vende 116 bilhões de reais por ano no canal farmácia, com 5 bilhões de caixinhas e um tíquete médio de R\$ 51 reais por venda. A Associação faz R\$ 900 milhões de tíquetes por ano. “É como se a população brasileira passasse 4 vezes por ano por essas 7.800 farmácias, que estão em apenas 800 cidades brasileiras. Portanto, ainda tem muito espaço para avançar. Hoje temos 44% do mercado; as farmácias no sistema de associativismo, que se juntaram em modelo de parceria — aqui um exemplo interessante para as livrarias —, têm 17% das vendas; as independentes absorvem 26% das vendas; e os 13% restantes representam demais redes.”

“Mas não podemos deixar de ressaltar que é um ambiente muito difícil, pois a burocracia para a abertura de uma farmácia, em todos os níveis governamentais, é complexa. Contratamos os funcionários, deixamos o estoque dentro da loja, ela toda pronta, e aguardamos por volta de oito meses, pagando os funcionários, para termos a liberação por parte vigilância sanitária”, explica Mena Barreto.

Durante a exposição, o executivo apresentou dois casos de sucesso, que inovaram e se reinventaram. Exemplos que, respeitando-se a realidade de cada segmento, o de farmácia e o de livrarias, devem ser considerados pelo varejo do livro.

Cases de Sucesso

A Drogaria Araújo, hoje com 180 lojas, com sede em Belo Horizonte, mas presente em várias outras cidades de Minas Gerais, adotou um modelo americano de conveniência. Lojas de 700 mil metros quadrados, com dois ou três pisos, com a maior revenda por metro quadrado do Brasil. “É um modelo radical do que uma farmácia pode se transformar. Com uma história de mais de 100 anos de idade, ela se reinventou. Tudo o que pudermos imaginar em produtos de conveniência essa empresa vende. Em algumas de suas lojas, ela oferece um espaço com jardim para que idosos possam fazer exercícios simples, comparados aos aparelhos de ginásticas de praças públicas; e cafés com serviço de ‘marmitaria’, um negócio que tem crescido no Brasil. Reinvenção é isso. Um negócio centenário, de um balcão preto, com um velhinho de barba branca, que chegou a esse ponto”, enaltece Sergio Mena Barreto.

O segundo exemplo foi o da rede carioca Venâncio, mais especificamente sua loja no bairro de Copacabana. É uma das redes que mais vendem por metro quadrado no Brasil. Essa loja inaugurada em 2017 reflete uma nova era de lojas físicas. São 1.500 metros quadrados, dos quais 75 de led, com sensores que acompanham todo o trajeto do cliente dentro da loja, reconhecendo de quais gôndolas ele se aproximou ou não, se são homens ou se são mulheres. Atendimento virtual, Wi-Fi liberado na loja de dois pisos. Essa loja vem atender aqueles que buscam ofertas, mas antes de tudo um novo conceito de consumo.

Números do setor farmacêutico

“As farmácias se reinventaram nos últimos 15 anos, convertendo-se nessas boutiques. O mercado farmacêutico é um mercado muito competitivo, nós temos no Brasil a média de 1 farmácia para cada 2.700 habitantes. Muito parecido com a média mundial. Temos 78 mil farmácias no Brasil, e em alguns países europeus ou no Japão, por exemplo, temos a média de 1 farmácia para cada 2.800 -2.900 habitantes. Obviamente, quanto mais farmácias você tem, menos a maioria vende. São negócios de pequena margem de faturamento, e o setor vê isso como um grande incentivo à inovação. Como eu posso fazer mais, com a mesma estrutura?”

O painel apresentou números do setor que possibilitam uma visão ampla de seu segmento varejista. Sua média de venda per capita no país é de 93 dólares; nos EUA é de 1.000 dólares; Canadá, 500 dólares; Espanha, 250 dólares; Alemanha, 370; África e Índia, 13 dólares.

A Abrafarma chega a 51 bilhões de reais de faturamento, através de suas 26 empresas, o que representa 51% do total brasileiro. Uma farmácia que integra a Abrafarma vende 6,5 milhões de reais por ano. Essas farmácias grandes vendem entre 500 e 600 mil por mês. Demais redes, que não estão na Associação, vendem 3 milhões por ano, cerca de 250 mil por mês; Associativismo 1,2 milhão por ano, por volta de 100 mil por mês. As independentes, cerca de 65% das farmácias brasileiras, vendem 55 mil por mês, em torno de 600 mil por ano.

Outra relevância do setor é a grande necessidade de ter capital de giro para manter um alto estoque, pois assim como em outros setores, o cliente não pode ir até a loja e não encontrar o que ele procura. Precisamos, pelo menos, ter produtos similares para atendê-lo. “O cliente não tolera essa ruptura.” Uma farmácia precisa ter, em média, entre 10 e 12 mil SKU (Unidade de Manutenção de Estoque).

“Não podemos, ainda, deixar de ressaltar que a saúde é uma área muito visada, dá muita mídia e a maioria dos novos parlamentares têm “ideias incríveis” para mudar a saúde, visando as farmácias. Hoje temos 367 projetos de lei que querem mudar algo, impactando as farmácias.”

A transparência do setor

O nosso setor farmacêutico se aglutina muito em torno da Abrafarma, que tem um papel institucional fundamental e uma atuação muito forte para enfrentar esses grandes desafios, que incluem a qualificação das pessoas. Mas como ela, apesar de todos esses entraves, chegou ao sexto lugar no ranking mundial de medicamentos? “Somos muito atuantes nas esferas governamentais, com o apoio de todos os associados. Temos importantes eventos no Brasil e fora, e levamos muitos profissionais para que conheçam o que de mais moderno acontece no setor no exterior. Precisamos estar antenados a todas as inovações.”



“Não podemos deixar de ressaltar a união entre fabricantes, atacadistas e varejistas. Esse trabalho em conjunto é a nossa vantagem. Um tripé que não pode ser rompido. No segmento do livro, esse tripé também existe. Cabe ao setor decidir se trabalha junto ou não. Só vocês poderão levantar o setor do varejo e da produção do livro, que está passando por essa crise.”

Segundo o executivo, a transparência entre os interlocutores é fundamental, o estoque tem de ser totalmente visível, aberto ao mercado. E faz um comparativo entre os setores. O fabricante, o editor, tem de saber o que tem na prateleira da farmácia, da livraria. “Aprendi isso no Walmart há trinta anos”, resalta Mena Barreto. Todos os fornecedores do setor têm acesso ao estoque, a instituição liberou as informações para todo mundo. Os fornecedores ficam sabendo de imediato quando seu produto começa a diminuir no estoque, na prateleira e ficam responsáveis por essa reposição, lembrando que temos um grande problema de distribuição em nosso país. De cada 100 produtos, faltam 28. Cuidar para que a ruptura não aconteça e, paralelamente, da automatização de estoques é fundamental. Não pode faltar o produto. “Se, como fabricante ou editor, não se sabe como estão as vendas na outra ponta, como demandar?”.

A Abrafarma tem boletins internos de demanda, parceria com o fornecedor e informação compartilhada. “Se você não compartilha com o fornecedor, ele não sabe o que está acontecendo, vamos viver num mundo de cegos. Nosso nível de informação é granular. Sabemos cada caixinha, tudo sobre o que está vendendo e se está vendendo. Sabemos o preço médio, o comportamento de mercado. O acompanhamento de demandas é fundamental. Se eu não tiver o produto, tem outro que irá oferecer. Sabemos o que vende, por exemplo, na quadra do bairro da Tijuca. Sabemos o que o consumidor dessa quadra compra e o que não pode faltar. Tudo é mapeado geograficamente. Não podemos ter pudor de compartilhar nossos números. É tudo junto, e assim um pode ajudar o outro.”

O cliente

Se o cliente for a uma farmácia e não encontrar o que procura, ele vai para outra em 65% das vezes. Em 23%, ele substitui por outro produto. Se ele vai procurar três remédios e não encontra um, ele não efetiva a compra e vai para outro, as pessoas não perdem tempo. No segmento farmacêutico, diferentemente do livreiro, as vendas on-line ainda são pequenas, representando 4% dos negócios, mas vêm crescendo, por isso a Abrafarma se prepara para esse segmento.



“Anteriormente, o laboratório lançava um produto e só falava com o médico, não com a farmácia. Agora quem trabalha com o médico trabalha nas gôndolas das lojas. O laboratório tem sua própria gôndola e planeja junto com o varejista um ano de fornecimento. Ele passa a fazer o lançamento com o varejo. Ele não pode divulgar no médico antes de colocar na farmácia, senão o paciente chega e não encontra o produto. O fornecedor cuida do produto. Ele coloca, acompanha, retira quando está para vencer. Um pouco parecido com a consignação do setor do livro, com a diferença de que pagamos pelo produto, mas se o produto não roda, não gera interesse pelos médicos, ele vai lá e substitui”, afirma Sérgio.

Os produtos de conveniência são fundamentais. O setor percebeu que tinha que levar a farmácia brasileira para outro patamar. As farmácias passaram a vender produtos que o consumidor precisa no seu dia a dia, e não só uma vez por mês, quando ele precisa repor sua cesta de medicamento. O mercado brigou durante cinco anos junto à Anvisa para poder vender esses outros produtos.

“Pode parecer futurismo, mas o segmento farmacêutico já está entrando numa nova era. Daqui a pouco, quando seu médico pedir para colocar o holter, não precisará mais ir ao hospital ou laboratório. O paciente fará isso na farmácia. Poderá fazer um checkup, tomar vacina, entre outros serviços. Mas para isso tudo funcionar na linha de frente, o setor precisa ter uma sofisticada retaguarda. Investir no aperfeiçoamento do profissional de farmácia.”

“As livrarias poderiam ser mais convenientes. O livro é tão essencial como os medicamentos. Mas como podemos transformar a livraria em um lugar de conveniência? Como transformá-la em um lugar de encontro, onde alguém vá buscar lá, além da leitura e do conhecimento, o encontro com o outro? Como a livraria pode se tornar um ponto de conveniência na cidade?”, questiona.

As lojas, os PDVs têm que focar na jornada do cliente; investir na profissionalização das equipes; na gestão de preço, preparar seus descontos de acordo com o perfil do consumidor e da localização de sua loja (o americano e o europeu fazem muito isso); na otimização da logística; na gestão colaborativa com os fornecedores; planejamento em conjunto vendas/lançamentos. Precisa usar dados para personalizar ofertas. O cliente tem de ser reconhecido, ser identificado. Realizar o cadastro e identificar o cliente cada vez que ele vai à loja nos permite oferecer produtos personalizados, distinguir os descontos e fidelizar o cliente.

O cliente tem de se sentir conectado ao entrar na loja, seja qual for seu segmento. Tem de ser um local agradável com imagens, acolhedor. O varejo não é mais um ponto de venda, é um ponto de entrega. Uma loja tem de entregar serviços e soluções, tem de ser um local de aprendizado, de inspiração, de experimentação de conveniência. A livraria é muito mais que um encontro. Ela tem de ser um resolvedor do problema do cliente, não mais um mero vendedor de produto e sim um resolvedor de problemas. O consumidor chega à livraria, por exemplo, porque quer saber como emagrecer, como vencer a depressão. Ele quer encontrar soluções para isso. A importância da curadoria é fundamental. “Precisamos ter obsessão pelo cliente, ter parceria. Melhorar serviços, para melhor a adesão, isso pode não dar dinheiro de imediato, mas dá retorno, dá recorrência, e ele acaba comprando de mim.”

“A Amazon realiza tudo isso. Ela conhece seu cliente e lhe oferece aquilo ele quer. No setor de livro, ela oferece descontos personalizados, resenhas e indicações de leitura semelhantes. Ela transita pelo online e offline tranquilamente e cruza essas informações para que o cliente se sinta completamente atendido em suas expectativas, seja que plataforma ele irá usar”, enfatiza.

Sergio Mena Barreto também é palestrante e escritor. Autor de dois livros. com foco em desenvolvimento humano, o *Zona de Coragem* (2008) e *Top Five* (2013). Atualmente tem três projetos editoriais em desenvolvimento.

“Os livros funcionam como manifestos, coisas que a gente tem de dizer.

No meu caso, queria dizer sobre desenvolvimento humano, sobre antroposofia, que é uma coisa em que acredito”



HOMENAGEM

Antes de finalizar o primeiro dia da 29ª Convenção Nacional de Livrarias, a ANL, em nome da toda a diretoria e de seus associados, homenageou um apaixonado pelo livro e a leitura, muito especial para a nossa entidade.

“Já se tornou uma tradição em nossas Convenções homenagear profissionais que fazem e ou fizeram a diferença em nosso segmento. Como reconhecimento a uma trajetória, uma homenagem para pessoas que sirvam de exemplos às novas gerações. Pessoas que nunca abdicam de seus valores e princípios em função da prática ou de exigência do mercado. Pessoas com as quais podemos contar sempre. Sabemos que estão sempre aí, que nos apoiam, nos criticam, mas estão sempre conosco. Há uma pessoa que está aqui na sala e que reúne todas essas características: Carlos Taufik Haddad”, convidou Bernardo Gurbanov para homenagem.



Haddad caminha pelo mundo dos livros há quase seis décadas, empreendendo ações nas áreas de edição de revistas e livros, divulgação de livros, imprensa e assessoria de imprensa, direito autoral, ghost writer, pesquisa, parecerista e cerimonial público. Atuou nas mais importantes associações do setor. Foi diretor da Associação Nacional de Livrarias, membro do Conselho Consultivo e de Fundadores da Câmara Brasileira do Livro. Participou de várias comissões dessas instituições. Foi membro do Comitê Editorial do Memorial do Imigrante, da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, participou de atividades junto à Associação Brasileira de Imprensa Oficial, da Associação Brasileira de Editoras Universitárias e, ainda, na ANL, com a organização, cobertura e como palestrante. Presença sempre confirmada em feiras nacionais e internacionais do livro e da leitura.

Em 1982, ingressou na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, onde exerceu várias atividades, encerrando sua carreira como assessor técnico da Presidência da Instituição.



Haddad recebe das mãos de Gurbanov uma homenagem não apenas por essas mais de seis décadas de trabalho, mas principalmente pelo profissional exemplar e querido de todo o setor do livro e da leitura de nosso País.

Muito aplaudido e emocionado, Haddad só conseguiu de fato agradecer a homenagem no segundo dia do evento, quando novamente subiu ao palco da Convenção. “Quando recebi essa homenagem, talvez indevida, fiquei tão emocionado que, pela primeira vez em minha vida, fiquei mudo, e dessa vez não consegui externar o que estava sentindo naquele momento,

me desculpem. Mas eu gostaria de dizer que essa homenagem foi a melhor que recebi em toda minha vida. Recebi algumas, uma série delas, na minha longa trajetória, nesses meus 80 anos de vida, na minha trajetória profissional e pessoal. Mas essa homenagem não foi uma homenagem de trabalho ou pessoal, ela foi de minha vida, de minha vida profissional. O Bernardo conseguiu relatar, não sei como, todo meu currículo, de toda a minha vida, desde que comecei. Isso foi para mim muito importante. Não foi uma simples placa que recebi, os dizeres ficarão gravados no meu coração, e quero externar meu agradecimento. Vou aqui roubar uma quadrinha de Fernando Pessoa, e eu, aqui, como um ladrão de dizeres, digo:

*“Tenho um livrinho onde escrevo. Quando me esqueço de ti.
É um livro de capa negra. Onde inda nada escrevi.”*

Muito obrigado”, finalizou Haddad.

UMA CERTA IDEIA DE BRASIL: ENTRE PASSADO E FUTURO

Em seu **segundo dia**, a 29ª Convenção da ANL trouxe o Economista Pedro Malan. Ex-ministro da Fazenda durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, presidiu o Banco Central na implementação do Plano Real e foi o negociador responsável pela reestruturação da dívida externa brasileira no início da década de 1990. Representou o Brasil nas Diretorias Executivas do Banco Mundial e do BID em Washington e na ONU, em Nova York. Atualmente é membro de conselhos de empresas no Brasil e no exterior e professor do Departamento de Economia da PUC-Rio, instituição onde se graduou em Engenharia. Malan é ainda PhD em Economia pela Universidade de Berkeley, Califórnia.

Sua palestra trouxe o tema “*Uma certa ideia de Brasil: entre passado e futuro*”, título de seu livro homônimo. “Nós, brasileiros, precisamos ter uma certa ideia de como nos vemos como país; de nosso passado, nosso presente e nosso futuro. Ideia precária que seja sempre aberta ao diálogo com ideias outras que possam haver entre nós sobre nossos problemas fundamentais; mas ainda assim, uma certa ideia, mais ou menos compartilhada. Não um consenso, essa palavra sempre elusiva, e sim um grau de convergência sobre questões fundamentais maior do que aquele que conseguimos alcançar até o momento”, destaca Malan no prefácio do livro *Uma certa ideia de Brasil: entre passado e futuro*.



Em seu livro *Uma certa ideia de Brasil: entre passado e futuro*, publicado pela Editora Intrínseca, o autor reúne textos que foram escritos ao longo dos últimos 15 anos. Elencados e contextualizados com os principais acontecimentos na economia e na sociedade nesse período, os textos oferecem um panorama imprescindível para pensar o futuro do país, colocando em perspectiva, sob a ótica de um dos economistas mais importantes do Brasil contemporâneo, um recorte de tempo fundamental para entendermos e avaliarmos com mais clareza o teor dos discursos dos principais candidatos ao governo.

Na abertura da apresentação, ele destacou a importância de estar no evento e de ter aceito prontamente o convite: “Eu tive o privilégio de conviver, desde cedo na vida, com meus pais e avós, que tinham o prazer pela leitura. Eu convivi com livros e tenho grande recordações da biblioteca de meus avós, que sempre frequentei quando criança e adolescente. Entre minhas lembranças, tenho uma que muito me marcou. Eu tinha por volta dos 12 anos e sempre passava pela biblioteca de meu avô para conversar com ele, que lá ficava por horas lendo. E nesse dia ele me mostrou o livro de Carlos Drummond de Andrade, *O fazendeiro do ar*, e me apresentou o poema ‘José’. Ele pediu que lesse o poema em voz alta, e depois que o lesse apenas para mim. Então me perguntou se o poema que diz: ‘E agora, José?’ poderia se aplicar ao Brasil, como um país. E assim o fiz. E até hoje sempre busco, assim como meu avô, esse tipo de reflexão. As histórias, as colocações dos livros, podem ser aplicadas à realidade das pessoas, de uma sociedade, de um país”, descreve Malan.

“Tanto nesse livro, como o que estamos lançando, *130 anos: em busca da República*, uma coletânea de artigos com vários pensadores, onde cada capítulo cobre uma década e é composto por três textos: um sobre sociedade e política, outro sobre Estado e direito, e outro sobre governo e economia, ambos os livros têm na raiz o que vou dizer agora. Nunca na conjuntura, tanto Brasil quanto no mundo, foi tão pouco conjuntural como agora. Nunca foi tão necessário ter um senso de perspectiva, e, para mim, o senso de perspectiva sempre se desdobrou entre as relações do passado, presente e futuro. É muito difícil uma pessoa, um país, uma sociedade, conseguirem vislumbrar seus futuros possíveis não tendo consciência de seu passado, do processo através do qual chegou à situação atual. Nós não conhecemos o futuro, mas é bom que tenhamos uma boa ideia de onde estamos, como aqui chegamos para que possamos olhar adiante com alguma base. É muito, a qualquer pessoa, imaginar só o seu futuro desconsiderando tudo o que veio antes. Para mim, há décadas que a história é um infundável diálogo entre passado e futuro. Um passado que não pode ser revivido, o que passou, passou, mas o fato é que cada geração revisita, reinterpreta o passado à luz de duas coisas. Primeiro as exigências interrogativas do momento presente. A segunda são seus sonhos, desejos, expectativas e temores sobre o futuro.

As exigências do presente se colocam naturalmente, estão sempre renovadas pela memória, espero. E o futuro, uso aqui uma expressão de um livro que sempre gostei, de 1927, do Borges, em que ele deveria ter 28 anos, *El tamanho de mi esperanza*. Ele diz lá:” o futuro, antes de se converter em presente e passado, ela faz ensaios, e os ensaios se expressam

sobre a forma de sonhos, desejos, esperança de sucessivas gerações”. “Esses sonhos e desejos, quer eles se materializem, quer não, eles constituem memórias de futuro ou de futuros possíveis que foram possíveis ou desejados em algum momento”, descreve ele, que complementa afirmando que é disso que tratam os dois livros. “Não é que estejamos interessados pelo passado, mas estamos interessados pelo passado que nós achamos, embora saibamos que a história nunca se repita, ela encerra preciosas lições para ajudar no entendimento, de onde nós estamos e como até aqui chegamos.”

Em sua apresentação, os congressistas puderam relembrar um passado não tão distante, em seus últimos 15 anos, que nos trouxe para o que vivemos hoje e o que podemos esperar para as próximas décadas. Mais uma aula proporcionada pela Convenção sobre nosso país; nossa sociedade em todas suas vertentes, principalmente a educacional; nossa política e economia. “Apesar de tudo, e paradoxalmente também, nos vemos e somos vistos como um país extraordinário na sua diversidade de enorme potencial, com recursos naturais, humanos, técnicos, bem como recursos culturais, morais e de criatividade, que podem e devem nos levar à superação da dificuldade presente, que são parte real e sofrida. E parafraseando Marcos Aguinis, um grande escritor argentino, do atroz encanto de ser brasileiro.”



A LIVRARIA SUSTENTÁVEL

O tema central da 29ª Convenção Nacional de Livrarias, “A Livraria Sustentável”, apresentou dois painéis de debate. O primeiro: “Administração responsável da consignação”; em seguida, “Mercado do livro – a voz dos livreiros”.

Administração Responsável da Consignação

Para a mesa “Administração responsável da consignação”, subiram ao palco Vitor Tavares, Presidente da CBL, mediador da mesa; Júlio Cesar A. Cruz, Diretor da Catavento Distribuidora de Livros; Marcos Pereira, Presidente do SNEL; Samuel Seibel, Diretor da Livraria da Vila; e Rui Campos, Diretor da Livraria da Travessa.



Vitor Tavares ressaltou a importância desse tema sempre presente nos principais debates sobre o livro no Brasil, em um momento delicado. “Estamos aqui não apenas para debater problemas, mas para buscarmos soluções, com exemplos práticos e de sucesso”. Em sua apresentação como mediador da mesa, ele lançou a seguinte questão aos participantes do painel: “Será que o nosso mercado consegue caminhar por muito mais tempo, sem essa forma de fazer de negócio, por meio da consignação? Temos minhas dúvidas, principalmente no atacado. Não é qualquer mercado que consegue trabalhar com essa ferramenta. É necessário, antes de tudo, confiança. E acredito que o nosso mercado consegue desenvolver a venda consignada”, provoca Vitor.



Os livreiros

O primeiro a trazer sua experiência foi Samuel Seibel, Diretor da Livraria da Vila. “Quando há 17 anos comprei a Livraria da Vila, a consignação já se mostrou um meio bastante importante para controlarmos e dominarmos. No princípio nos pareceu um “bicho de sete cabeças”, mas fomos bem-sucedidos, e, hoje reconhecemos ser uma ferramenta embora trabalhosa, não nos traz grandes problemas. Acho que no mundo em que vivemos hoje, em que falamos muito da polarização, em praticamente todos os momentos, na consignação não é diferente. Temos bastantes sentimentos antagônicos com relação a ela. Amamos, odiamos. É bom e é ruim. Ela é um problema ou uma solução?”

“Nós da Livraria da Vila vemos nela um mal necessário: por ser trabalhosa, temos que ter uma equipe exclusiva para tratar especificamente desse meio. Ela exige esse cuidado específico, tanto para nós como por parte das editoras. Temos as questões administrativas, fiscal, de capital de giro. Levantou-se, nos últimos meses, a questão de como ficou o crédito no mercado com todos os problemas que aconteceram no final do no passado. Mas nada mudou, pois continuamos com os bons compradores e pagadores que passaram por todo esse desgaste do mercado e continuam atuando.”

“Achamos que ela é necessária, mais do que isso: fundamental para garantir o que chamamos de bibliodiversidade, o fundo de catálogo, cauda longa. Portanto, qualquer mudança nesse momento provocaria uma diminuição brutal dos volumes de todo um catálogo editorial. Isso teria que diminuir significativamente. Isso sim seria um “grande nó” nesse nosso mercado. Hoje temos uma média de 50 ou mais títulos lançados por dia, ou seja, é muita coisa para o nosso varejo absorver.



Nós acreditamos nas oportunidades que temos, poucas, mas como já falamos, importantes na criação de grupos de trabalho para discutir o assunto. Não enxergamos como um problema qualquer de ajuste ou mudança, se for para o bem de todos, nessa cadeia. Mas acho que tudo tem que ser bem discutido. Às vezes uma situação específica de mercado, como aconteceu no final do ano passado, é claro que isso afeta, que haja um questionamento grande, mas é talvez um pouco preocupante pensar numa mudança a curto prazo.”

“Eu considero livrarias e editoras como parceiros históricos, siameses até, somos ligados, interligados, somos ainda um percentual, uma parcela de mercado muito significativa, entre 40 e 50%. Precisamos de um fortalecimento real, cada vez maior, desses elos dessa cadeia. Com cada uma dessas partes que compõem nosso mercado.”

Seibel exemplificou, ainda, respeitando-se as diferenças específicas de cada varejo, de como a união do setor farmacêutico, apresentado na palestra do Mena Barreto no primeiro dia da Convenção, foi fundamental para o segmento mudar significativamente seu patamar no mercado mundial, em um trabalho de 15 anos. “Precisamos de uma visão, se não única, parecida, para podermos trabalhar em cima disso. O esforço concentrado em um certo objetivo, como citou o Malan em sua exposição na abertura desse dia, é também muito importante.”

“Sabemos que levaremos um tempo para os ajustes. Não será da noite para o dia, serão talvez décadas, mas precisamos começar a nos unirmos em um esforço concentrado. Nesse sentido, não posso me furtar de citar, por exemplo, o que as livrarias hoje enfrentam com a concorrência direta das editoras na venda de livros. Não sei qual a justificativa, o motivo de quem faz isso, mas para o mercado livreiro é uma ameaça grande.”

“Mas, antes de finalizar, gostaria de afirmar que me sinto otimista com o momento. Estamos com um bom desempenho, estamos trabalhando, e acho que se fala demais em crise, mais do que se deveria. Eu não enxergo uma crise do livro, enxergo que houve uma crise pontual pesada, porém passageira. Mas temos muito trabalho em nosso dia a dia, no ‘pingadinho’ de nosso varejo, e ainda temos que lidar com essa concorrência, com essa ameaça dentro de casa, se podemos dizer assim, e fica difícil.”

O executivo finalizou propondo que se criasse uma agenda de encontros entre as entidades, com o principal objetivo de fortalecer o nosso negócio, em que se discutam todos pontos que passam pelos temas dessa mesa e de outros painéis apresentados. Procurando soluções que unam os parceiros desse negócio. Sabe-se que muitas vezes o cliente procura diretamente o editor, mas hoje com as tecnologias disponíveis é possível incluir o livreiro nesse processo. É preciso ter vontade política para enxergar essa continuidade. “Temos que pensar que temos um longo caminho, com resultados desejáveis para toda a cadeia”, finalizou ele.

Para Rui Campos, Diretor da Livraria da Travessa, as observações do seu antecessor foram muito claras. “Gostaria, então, de reforçar nesse momento o que é uma livraria, qual o papel dela nesse contexto, qual a função de cada um dos componentes do mercado do livro.”

Também citando uma das colocações de Malan em sua exposição sobre a importância do cultivo, ele destaca. “Temos, em nosso meio de atuação, que cultivar a cultura. Então, qual é o papel da livraria? Ela é uma forma de se criar a demanda, a necessidade do livro. Diferentemente da questão das farmácias, por exemplo, quando a pessoa vai até lá buscar um remédio que pode ser vital para a manutenção de sua vida, e se ela não tiver o acesso a esse remédio ela pode morrer, o livro não tem essa essência vital. A pessoa pode passar a vida sem ler, sem cultura. Ela terá uma vida medíocre, mas não morrerá. É preciso, cabe a nós sermos agentes, temos esse privilégio de sermos agente, de cultivar a cultura, o hábito da leitura, que transforma o mundo, num lugar muito melhor, muito mais interessante para todos.”

“Cabe então à livraria esse papel de ser o lugar onde se cria a demanda pelo livro. Isso é uma coisa muito importante quando falamos da união. Às vezes nos envolve um sentimento de que a livraria não tenha esse reconhecimento de que ela precisa, de que ela merece, dentro dessa cadeia cultivadora da necessidade da leitura e da transmissão das ideias, das heranças culturais.”



“A livraria como o berço desse acontecimento, do encontro do leitor com o livro, precisa ser cultivada. É preciso considerá-la uma parte importante dessa cadeia.” E usou o exemplo de sua livraria na Flip, que ocorre na cidade de Paraty, Rio de Janeiro, para onde as pessoas vão, saem de suas cidades, de seus estados para um dos principais eventos culturais do livro e lá compram seus livros, mesmo sem descontos, tendo que carregá-los pelas difíceis ruas pedras dessa cidade histórica.

“Nesse momento vemos qual é a função da livraria. O fato de a livraria existir, de ela estar ali, é ali que o livro se torna necessário. Há um tempo as livrarias mudaram de estratégia, e hoje é um lugar que você visita, que você investe ótimos momentos do seu dia, da sua vida. Então, a livraria tem essa missão e essa capacidade de transformar o livro, nesse objeto, nessa coisa desejada.

E aí você pensa: é curiosa essa mesa, e eu me propus a vir para defender a consignação. É um pouco curioso que se precise disso. A consignação é uma questão de querer ou não uma parceria. Isso é absoluto.”

Ao citar que já teve uma editora, a Aeroplano, disse que cabia a ele pensar no varejo, e para cada lançamento tinha como meta colocar o maior número possível de livros nas livrarias. “Queríamos mais e melhores livrarias para depositar aquele livro. Porque se você consegue colocar um livro na livraria, ele corre o risco de ser vendido.” Após risos da plateia, ele complementa: “Isso chama-se efeito colateral.”

“A estratégia da consignação pode ser a pior coisa do mundo, se for mal administrada, o que não é difícil de acontecer, pela dificuldade de administração. Conheço alguns mercados europeus, como o francês e o português. Em Portugal trabalha-se muito consignação, mas de uma forma muito limitada. Eles têm regras bem delimitadas. No mercado francês, quase não se atua com consignação. Tem muita compra e devolução. Porque eles falam, com toda a razão, que é muito trabalhoso e caro administrar a consignação.

Então você diz: a consignação é uma coisa difícil, trabalhosa, cara, pode ser a pior coisa do mundo, mas também pode ser a melhor coisa do mundo, se for bem administrada. Ela proporcionou ao mercado livreiro, ao mercado editorial brasileiro, um crescimento interessante nos últimos anos, porque você tinha no Brasil e no mundo todo uma série de livrarias que eram esses templos do encontro do leitor com o livro. Isso tudo foi criado, viabilizado pela consignação. Então, a consignação pode ser uma coisa muito interessante, desde que bem administrada.”

“A livraria da Travessa é uma empresa, em sua administração, 99% digital. A única coisa que não é digital é o livro em papel. O resto todo – da gestão, do pensamento – é administrado digitalmente. Depois que criamos esse sistema de gestão da livraria, passamos a desenvolver um sistema de compartilhamento com os editores. Desenvolvemos um programa de compartilhamento da gestão do estoque para os editores.

Já temos uma editora, que aceito ser o piloto, que utiliza diariamente esse sistema, e é impressionante. O editor consegue saber, quase em tempo real, a quantidade de livros que você tem e quantos vendeu em cada loja. O editor pode ver o seu desempenho por unidade e identificar o interesse de cada bairro. Por data, tem uma visão incrível, pelos gráficos. Pode saber se foi vendido com desconto ou sem desconto. É uma janela totalmente aberta para o editor acompanhar o resultado.”

“Deve ser angustiante para editor quando ele lança o livro, não poder acompanhar as vendas. Ele só terá acesso quando receber o relatório de vendas depois de 30 dias, sem saber como está o desempenho das vendas dos livros. Você não se prepara corretamente para uma possível reedição, não sabe se vai poder atender aos pedidos. Se haverá devolução ou não.”

“Ficamos torcendo para que essas iniciativas tenham continuidade, para que os debates possam prosseguir. E que realmente aconteça a união, sem atropelos. Às vezes até é possível você entender essa angustia, nesse momento de crise que aconteceu com as duas maiores cadeias de varejo, e em decorrência as editoras que tiveram um estrangulamento na distribuição tentarem recorrer a essa venda direta de seus livros, mas é hora de ter juízo. É preciso que todos os agentes, todo mundo envolvido com o mercado, com a distribuição dos livros, tenha juízo nesse momento. Você pode estar matando ou causando um retrocesso à saúde da distribuição do livro.”

A Editora



Hoje estarei falando mais como editor do que como presidente do SNEL, disse Marcos Pereira, presidente do SNEL, enfatizando que, quando começou a Sextante, tinha consciência de que a mudança do regime de compra para o de consignação, como já havia sido dito pelos palestrantes anteriores, seria muito trabalhosa, exigindo muito controle.

“Como poderíamos criar um sistema confiável, transparente, controlável e que nos desse informação capaz de gerar mais vendas, tanto de nossos livros quanto dos livreiros?”, questionou, ao apresentar um material detalhado sobre a administração da Editora em suas vendas consignadas, exemplificando com sua posição de estoque com uma das lojas da Livraria Travessa.

A Sextante monitora todos os livros que a livraria tem em seu estoque de consignação, podendo acompanhar tudo o que vendeu nos últimos 60 dias. Durante sua apresentação, ficou clara a preocupação no detalhamento desse acompanhando e o quanto isso é importante para a gestão de negócios da Editora. “A Sextante é uma editora com muitos títulos, e nossa equipe de vendas consegue acompanhar e usar essas informações, inclusive a quantidade de dias que o livro está em determinada Livraria. Quanto mais informação, quanto mais ciência trazemos para os nossos negócios, mais precisão teremos para desenvolver a nossa logística para o envio correto de quantidades por títulos.”

Essa logística tem de ser ajustada para cada região do país, e ela irá variar muito geograficamente, respeitando-se o tempo de envio dos exemplares para livrarias mais distantes da editora, dos grandes centros urbanos. “Essa foi a tônica dos 21 anos da Sextante, esse acompanhamento, o mais preciso possível, para medirmos nossas vendas, dentro de uma relação de confiança.”

“Agora falando como presidente do SNEL, quando assumi a presidência da entidade me deparei com eventual falta de profissionalismo e de transparência por parte do mercado, e percebi como isso prejudica nossas relações de mercado. E, de fato, ficamos numa queda de braço, numa briga que não é produtiva.

As grandes questões têm de ser endereçadas no sentido de se dizer assim: qual a zona de conforto comum para todo o mercado? Venho discutindo sobre isso há cinco anos com uma empresa de São Paulo, à época com a dona da Superpedido, a Yande, hoje Bookinfo sob o comando do Eduardo Cunha, que tem hoje exatamente a missão de propor ao livreiro, ao editor, a transparência no acompanhamento das informações, como a Travessa realiza hoje. Com esse trabalho, todos os livreiros, todos os editores, podem se reconhecer num só ambiente. E isso é um enorme efeito da transparência. Não só de transparência, mas de gestão.

Como pudemos ver ontem na apresentação sobre a indústria e o varejo farmacêutico, quando falta determinado produto na farmácia, automaticamente a indústria consegue visualizar isso e envia essa medicação, sem a necessidade de a farmácia realizar o pedido. Isso não seria aceito no nosso mercado, porque ainda não temos pactuado. Então, de fato, precisamos estabelecer novas regras.

O executivo da Sextante disponibilizou aos congressistas o modelo de contrato de consignação utilizado por sua editora. “Qualquer acordo entre duas empresas tem de ser pautado por um contrato, por um acordo, estabelecendo-se as responsabilidades e proteção de cada uma das partes envolvidas. O consignatário é um fiel depositário de uma mercadoria que é do editor, e ele tem que disponibilizar o acesso às informações ao editor, principalmente para que este não tenha de esperar um prazo longo, às vezes mais de um ano, para ter acesso ao saldo de seus títulos.”

“Precisamos de regras claras, que pautem o nosso dia a dia, porque acredito que não iremos sair desse modelo. Eu acho que esse é um modelo muito único no Brasil, mesmo reconhecendo que é bastante trabalhoso, principalmente para os livreiros. Mas temos uma vantagem, pois houve uma evolução em TI monumental e também no nosso dia a dia da administração. Você tem muito mais recursos.

Não é porque deu errado no passado que temos que terminar com a consignação. Acho que, se pensarmos assim, estamos fora de eixo. A questão é o que temos que fazer, efetivamente, para ter um mercado mais saudável, próspero, num ambiente de crescimento, de um trabalho em conjunto de editores e livreiros”, finalizou sua apresentação.

O Distribuidor

Fechando a cadeia do varejo do livro na busca de um mercado sustentável, Júlio Cesar A. Cruz, Diretor da Catavento Distribuidora de Livros, fala sobre a experiência da distribuidora nesse varejo. “Nós, assim como os demais colegas da mesa, acreditamos que a consignação continuará existindo, e é fundamental para o mercado editorial. Sabemos que esse é o momento de ruptura, de transformação.

Acreditamos que esse é o momento de discutirmos novas regras, novos formatos. Já que estamos passando por uma transformação, vamos avaliar como esse modelo tem de funcionar, para que seja vantajoso para todas as partes.

“Para nós fica um pouco mais equilibrado, porque 97% do que a Catavento tem dentro dela é consignado pelas editoras diretamente para nós, elas estão nos financiando. E nós temos consignado fora mais de 1 milhão e 200 mil exemplares nas livrarias e nas nossas operações. E temos cerca de 62% do nosso faturamento com livrarias em sistema de acertos de consignação. Prestamos e cobramos acertos mensalmente.”

Quais seriam então os desafios. A distribuidora tem em estoque 420 editoras. Ao mesmo tempo que ela presta conta e é cobrada pelas editoras, ela precisa acompanhar as livrarias para que prestem conta. Ela, de fato, acompanha os dois vieses da consignação. Para Júlio, a consignação se baseia em seis pilares: Contrato – simples, mas que preserve a relação comercial de CSG; Análise de risco – evolução do valor consignado no mercado; Capacidade de gerenciamento analítico; Ferramentas que ajudem o departamento de vendas – (TI); Rotinas de trabalho – (regras e processos); e Metas para o time de vendas.

Em sua exposição, ele elencou os principais desafios e dificuldades, que em sua maioria são problemas de má gestão e não de má fé. São eles: Falta de sistemas de controle da livraria – ERP; Falta de entendimento do controle financeiro da consignação; Falta de entendimento do tempo correto e importância da devolução; Dificuldades de selecionar o mix adequado a ser consignado; Dificuldades no controle da reposição; Problemas na conciliação do saldo; e Custo operacional / frete e do manuseio do livro, gerando um alto custo.

As regras básicas que norteiam o dia a dia da empresa são bem claras para que as consignações sejam sustentáveis: não liberar consignação sem contrato assinado; não liberar nova consignação para clientes sem acerto no mês anterior; não liberar nova consignação para clientes com índice inferior a 12%; travar itens solicitados, com saldo no cliente e sem acerto a 60 dias; travar itens com saldo reduzido, esgotados ou fora de catálogo; solicitação de devolução de itens, com mais de 120 dias sem giro ou esgotados. Reiteramos a cobrança e debitamos itens não devolvidos; cobrança persistente do time



de vendas para acertar mensais, para atingir índice superior a 12%. Júlio ainda expôs algumas ferramentas de TI utilizadas pela Catavento.

Ouçã aqui o trecho o trecho das perguntas, por parte dos congressistas:

<https://www.anl.org.br/docs/PerguntasMesaConsignacao.mp3>

Mercado do livro – A voz dos livreiros



Mediada por Bernardo Gurbanov, a mesa “Mercado do livro – a voz dos livreiros” contou com a presença de Antônio Carlos de Carvalho, Presidente da AEL; Isaque Lerbak, Diretor da Livraria Eldorado Books; Marcio Tupinambá, Presidente da Associação Brasileira de Difusão do Livro- ABDL, e Magda Krauss, Diretora da Livraria Saber e Ler.

Nessa segunda mesa que compõe o painel “A livraria sustentável”, Bernardo lembrou que na edição de 2016, na 26ª Convenção, a ANL lançou, com o apoio da maioria das entidades do setor, o “Manual de Boas Práticas para o setor editorial e livreiro”, que objetiva proporcionar um melhor entendimento por parte das editoras, distribuidoras, livrarias e demais atores envolvidos no processo de criação e comercialização do livro em qualquer formato e plataforma, desde o autor até o leitor.

“Essa temática se atualiza nesta ocasião da 29ª Convenção, em função dos problemas que o mercado como um todo tem enfrentado”, chama atenção Gurbanov, que relembra os seis pontos básicos do Manual que se encontram disponíveis no link: <https://www.anl.org.br/v1/manual-de-boas-praticas-do-setor-livreiro/>.

“Gostaria de me referir ao item que diz: “Privilegiar as funções específicas de cada um dos integrantes do sistema, com exceção de feiras do livro, concorrências públicas e vendas institucionais”. Isso significa que, a exemplo do mercado da indústria farmacêutica, assim como o laboratório se dedica especificamente a produzir e vender somente para os distribuidores e para as farmácias, temos que respeitar o papel de cada um na cadeia do livro, onde o editor publique, o distribuidor distribua e o livreiro venda o livro ao público. O lugar de compra e venda do livro é na livraria”, destacou ele.

“Fica claro nesse documento, assinado em 2016, que estávamos, não digo nos antecipando, mas registrando a existência de um problema que não é de hoje. Isso vem de longa data e se agudiza com a crise global que começa em 2008. Enfim, queria registrar isso porque me parece que mais que uma carta de boas intenções: trata-se uma urgência atual para o mercado, para tomarmos medidas no sentido de encontrar acordos com ética comercial que irão preservar o ecossistema do livro”, ressalta.



Antônio Carlos de Carvalho, Presidente da AEL, lembrou que, quando localizou uma entrevista do Bernardo para o jornal *O Estado de S. Paulo*, de dezembro último, na qual ele dizia: “Vivemos uma situação de total promiscuidade no mundo do livro”, começou a montar a ideia do que apresentaria e falaria nessa mesa, revelou ele, também proprietário da Livraria Galileu há 45 anos e filho de livreiro.

“Carlos Drummond de Andrade, há dezenas de anos, já alertava sobre a união no mercado livro: ‘Autor, editor e livreiro, formam uma trinca inseparável, pela identidade de interesses culturais e econômicos. Aquele que pensar em se afastar dos outros, vai se dar mal’. E dito isso numa época em que ainda não existia o papel do distribuidor, isto é, ele já tinha razão”, reforçou Antônio Carlos.

Sobre a Associação carioca de livreiros

Na AEL nós temos desenvolvido basicamente duas metas. A primeira é a luta pela isenção do pagamento de IPTU por parte das livrarias. Anos atrás, quando o César Maia era prefeito do Rio, as editoras conseguiram essa isenção. É um caminho longo e complicado, mas é importante essa isenção proporcional ao espaço dedicado ao livro dentro das lojas, priorizando as livrarias.

A AEL também criou a Book Friday Rio, que teve sua primeira edição em junho e outra em agosto, deste ano. “Buscamos com essa ação aumentar o fluxo de clientes nas livrarias. A campanha vai se repetir em outras sextas-feiras do ano. “Ainda é um movimento pequeno, mas estamos crescendo e contamos com o apoio de algumas mídias para a divulgação. Até a Saraiva, que estava fora da Associação, voltou para participar. Eu acho que isso é uma ideia que poderíamos desenvolver em todo o Brasil, criando um Book Friday Brasil. Cada livraria faz a sua promoção de acordo com sua localização, seu público, acervo, etc. A campanha tem seus próprios sites <http://bookfridayrio.com.br/>, com a relação da promoção de cada loja.

Falando sobre o mercado brasileiro, ele diz que sempre brinca quando está ocupado e alguém o interrompe, perguntando: ‘Estou te atrapalhando?’. ‘Não’, ele responde: ‘Eu já me atrapalho sozinho, não preciso de ajuda’. E ele acredita que é isso que acontece com o mercado do livro no país. “Nós temos vários inimigos externos, adversários poderosos, mas brigamos conosco mesmo. Nós nos autodestruímos. Não tenho nenhum dado científico, nenhuma pesquisa, mas é o que eu vivo, o que eu ouço.”

“Vamos falar aqui de como criamos as armadilhas e como caímos nelas. A primeira que presenciei foi a do livro didático. Era vendido em livrarias, mas as editoras em um certo momento resolveram que as livrarias estavam ganhando muito dinheiro e começaram a roubar esse espaço da nós. Eu fui um dos maiores vendedores de livro escolar no Rio, mas hoje não vendo, parei. Então, o editor do livro escolar trocou a livraria pela escola, depois ele comprou a escola. Hoje não precisa mais da livraria. Participo de um grupo de livreiros que desde dezembro vem tentando marcar reunião com editores didáticos. Na minha opinião, é muito difícil dar certo, mas continuamos insistindo.

“Depois surgiram as megalojas, e os editores acharam que seus problemas estavam resolvidos. Bastava colocar mil livros em cada Saraiva, dois mil em cada Cultura e o mercado seria atendido, e as livrarias menores, se quisessem, que se virassem. Havia uma megalomania nessas lojas, que se achavam invulneráveis. Eu acredito que a crise atrapalhou de fato todo mundo, mas existem muitas outras causas dessas quebras, por questões de gestão. E nessa mudança as pequenas livrarias ficaram a ver navios”.

“E, por fim, quando o atacado resolveu virar varejo, as editoras decidiram vender direto, principalmente pela internet, com descontos com os quais não podemos competir”, demonstrou ele, apresentando vários exemplos de editoras que não dão desconto ao livreiro, mas vendem com descontos exorbitantes em feiras universitárias.

“Para cessar esses exemplos, nós temos a Lei do Preço Fixo, mas está parada. Na verdade, nós que estamos parados. A pesquisa está disponibilizada no site do Senado e os próprios livreiros não divulgam e não entram para votar. Precisamos nos juntar, e tanto a ANL como as demais entidades do setor, como as estaduais, têm que divulgar a pesquisa. “

Link: <https://www12.senado.leg.br/cidadania/visualizacaomateria?id=119760&voto=favor>.

Marketplace

“Eu ainda quero falar sobre o marketplace, para o qual perdemos muito dinheiro. Dentro dos marketplaces existem camelôs”, alerta ele, que trouxe várias fotos de geolocalização.

“Entrei no site da Amazon e pesquisei alguns perfis de vendedores do livro. Localizei, por exemplo, a *Gurilândia Livros*, que é o nome fantasia da Tomate Seco Bella Dona, que vende laticínios e frios, e no endereço que consta no site funciona uma loja que vende produtos de geladeira. Não sei como ele compra esses livros, mas lá na aba dele tem uma relação de várias e grandes editoras.



Temos também a *Book Market Brasil*, que fica em um estacionamento, e a *Kátia Livros*, que é um apartamento. E eles dão grandes descontos. Como esses livros chegam lá?”

Outra coisa que chamou a atenção do executivo é a questão de distribuidoras que vendem com nomes fantasias, dentro dos marketplaces, oferecendo também grandes descontos. “Se está certo, não deviam mudar o nome?”, questionou Antônio Carlos, que apresentou vários exemplos, ressaltando mais uma vez que estão cada vez mais invadindo o espaço do outro.

“Vamos então tentar consertar isso. Tenho aqui umas sugestões: tornar o Manual de Boas Práticas uma autorregulamentação efetiva, um compromisso. E quem assinar deve cumprir. Criar um disque-denúncia para os infratores. Nós não podemos contar com a lei, mas podemos diminuir essa sangria, essa total falta de ética. Se fizermos da forma correta, todo mundo tende a ganhar. Mas nessa ânsia, nessa fome de um correr na frente do outro, nós estamos atropelando e nos autodestruindo. Cada um tira o pedaço do outro e, no fim, morremos todos.”

“Outra sugestão que trago é criarmos nosso próprio marketplace. Imagino que a ANL poderia liderar para tornar as condições iguais para todos, independentemente do tamanho, com um custo muito menor. A grande vantagem dessas plataformas, é a percentagem que elas ganham em cima de cada venda. A Amazon fica com 15% de cada venda, mais o valor fixo. É um shopping virtual. Se criássemos a nossa plataforma, poderíamos administrar isso. Atrair e competir aos poucos, com pé no chão. Temos que lutar por uma causa comum. Mas estamos totalmente dispersos, cada um indo para um lado. A criação do marketplace é um investimento pequeno. Temos vários parceiros em informática que podem planejar e implantar, podemos regionalizar o atendimento. É uma forma de tratar todo mundo igual e vamos ter um custo que será rateado. Se tivermos 10 mil de custo e 100 envolvidos, seriam apenas 100 reais para cada. Podemos ter a verba de propaganda e marketing já estabelecidas dentro do custo. É uma ideia que precisamos plantar.”

“Temos que virar essa página e tratar nosso adversário como nosso companheiro, porque se ele morrer, vamos morrer juntos. O dia em que a livraria física, de tijolo, acabar, a da internet também vai. O cliente não escolhe livro na internet, ele escolhe lá em nossa loja. E ficamos trabalhando para eles. Espero que possamos discutir mais essa ideia. Poder olhar para frente e votar a Lei do Livro.

Associações de classe



Isaque Lerbak, Diretor da Livraria Eldorado Books e da AEL, questionou o papel e as ações que as associações do setor desenvolvem. “Nós estamos aqui para discutir essa relação com o editor, com o distribuidor e com as entidades de classe. Eu participo desde a segunda Convenção, tenho meus crachás guardados, mas deixei de vir a algumas reuniões da ANL por não concordar com os patrocinadores. E essa foi minha forma de protesto. Não acho saudável algumas editoras patrocinarem o evento e não podermos discutir a relação com eles. Assim acredito que viramos reféns.”

“Eu sempre me pergunto para que serve uma Associação. Eu entendo que ela deve defender aquela classe para qual foi criada. Há anos na AEL estamos lutando para conseguir a isenção do IPTU para as livrarias, mas nada andou, porque muda a diretoria, muda o prefeito, muda o vereador, e não conseguimos andar com isso. Que mais uma Associação de estado pode fazer? O que uma Associação Nacional pode fazer? Eu não vim aqui dar solução. Eu vim trazer minhas perguntas, que acredito serem as perguntas de diversas pessoas. Para que que serve uma Associação?”

“Nessa Convenção, em particular, assisti a uma das palestras mais impactantes, a da ABRAFARMA, em que vemos um total respeito entre os parceiros do segmento. Para mim, ficou claro que isso não acontece no nosso mercado. Os editores não respeitam as livrarias, os distribuidores não respeitam as livrarias. Ninguém respeita as livrarias. A escola não respeita as livrarias. Até quando as entidades de classe, e estou me jogando dentro porque faço parte de uma diretoria, vão ficar aqui chorando e não vamos nos unir fazendo-nos respeitar? Primeiro temos que nos respeitar aqui dentro, e depois irmos para fora, para as pessoas respeitarem as livrarias. Porque somos extremamente importantes para esse país.”

O Norte do país

Marcio Tupinambá, Presidente da ABDL, destacou a pluralidade da Associação que preside, que agrega desde os editores até a ponta, isto é, o vendedor que faz a venda no porta a porta. “Entendi perfeitamente o problema que a livraria enfrenta hoje. Entendemos isso como um grande problema também. Passamos lá na ABDL pelos mesmos problemas. Sofremos também com a questão dessas editoras, distribuidores. Sofremos com isso, sim. Mas entendemos que em determinado momento existe uma regulação automática desse problema. Já visualizamos diversas editoras que estão enxergando a importância de se valorizar os pontos de vendas, os profissionais que trabalham lá na ponta. E estão, sim, começando a proteger o seu produto.”

“A livraria trabalha com o ponto fixo e enfrenta, como nós, o mercado eletrônico. Precisamos criar novas alternativas, novos mercados e novas oportunidades de venda. Conversando com o Bernardo recentemente a respeito de feiras e outras coisas, outras oportunidades, acabamos encontrando um ponto. Existem diversos lugares que não se têm acesso ao livro.”

O executivo ressaltou que principalmente em sua região, são vários os lugares que não têm nenhum tipo de livraria e nenhum tipo de livreiro. Essa é uma oportunidade e atender essa população. “Achamos que a população que mora fora dos grandes centros, e até mesmo na floresta, como é o caso de minha região, não tem interesse pela leitura, pela educação e pela cultura. Este é um grande engano. Conheço livrarias itinerantes. Livreiros que transitam inclusive na Transamazônica. Eu tenho cliente em Manaus que enche um barco de livros e transforma aquele barco numa livraria flutuante itinerante. Isso acaba levando a oportunidade do livro físico para aquela população que não teria acesso a esse bem cultural, com a facilidade que ocorre nos grandes centros.”



“Me surpreende, em um determinado momento, essa força de comercialização que nós não atingimos. Hoje nós livreiros, e eu também sou livreiro, de um modo geral acabamos não atingindo o público que está aí latente e ávido por esse consumo.”

Márcio, que é favorável à Lei do Preço Fixo, defende que a cadeia precisa enxergar a necessidade dessa autoproteção. O editor precisa valorizar o seu produto para ser valorizado. Ele não pode permitir a desvalorização do seu produto. “Se você não valoriza o seu produto, por que eu o valorizaria? Esse problema é seríssimo, vender a qualquer custo ou a qualquer preço para ter resultados de forma imediata. A venda desqualificada acaba desvalorizando o produto. E eu não trabalho com esse tipo de oferta.”

“Como o Antônio Carlos disse, o autor, o editor, o distribuidor e o livreiro são os pilares do mercado e têm que ser fortemente reconhecidos. A ABDL e ANL desenvolvem essa parceria de fortalecimentos do setor, onde todas ganham no final. Acreditamos no incentivo à leitura, isso é fundamental nesse nosso ramo. Oportunizar. Sempre quando sou questionado, defendo que o livro de papel não irá acabar, mesmo com as novas plataformas de leitura, e que a criança gosta de ler sim, ela só precisa ser incentivada. Eu penso que é papel das entidades de classe sempre promover ações que incentivem a formação de novos leitores. Essa formação é a chave para o aumento desse consumo. Como podemos incentivar isso? Com eventos, realização de feiras. A compra pela oportunidade, como o exemplo da Flip, na apresentação do Benjamin da Travessa.

Especialização do profissional

“Por outro lado, conversando também com o Bernardo, que é um grande amigo, concordamos que o livreiro precisa ser especializado, que ele saiba o que está fazendo, que saiba o que está oferecendo. Porque muitas vezes você entra num local, numa livraria, e não encontra pessoas capacitadas a te atender. E aí o Bernardo bem claramente observa que precisamos incentivar esse livreiro, esse atendente que está lá na ponta fazendo esse trabalho junto ao cliente, para que se capacite cada vez mais.” Encerra Marcio Tupinambá.



Magda Krauss, Diretora da Livraria Saber e Ler e da ANL, encerra a mesa trazendo o exemplo de livreira que defende o trabalho de divulgação do livro e da leitura fora do espaço físico da livraria. Ele desenvolve parceria com profissionais do setor que pensam como ela. “Eu confio nessas pessoas, eu sou parceria do vendedor que me atende dentro da editora, que conhece o meu trabalho. Muitas vezes quando ele muda de editora eu vou com ele e começamos novos trabalhos. “

Assim como Isaque, Magda também questiona o papel das associações de classe e o apoio das editoras ao evento, mas reconhece as editoras parceiras, que respeitam o trabalho do livreiro. “Hoje trabalho com quem reconhece a importância de uma parceria. Já investi muito nos didáticos, mas hoje eles brigam entre si. O poder desse mercado agora está nas mãos das escolas.”

A livreira deixa muito claro que não se abala com o que aconteceu com as duas principais redes de livrarias no país. Eles nunca se sensibilizaram com as menores e prejudicaram muitas editoras. “Como livreira independente, sempre tenho que buscar o meu espaço e vou continuar”. Ela ressaltou ainda que não se vê como uma depositária de livros patrocinada pelas editoras, devido à consignação. “Eu trabalho e invisto muito na divulgação do livro que chega à minha livraria. É um trabalho em conjunto. E na maioria das vezes, tanto o distribuidor como o editor são muito mais rígidos na prestação de contas de um pequeno livreiro do que com as grandes redes, mas já tiveram problemas com isso. As livrarias estão se tornando desnecessárias, sim. E muita coisa precisa ser denunciada, incluindo escolas, por causa das vendas diretas. Mas optei por outros caminhos. Tenho vários CNPJs. Atuo como editora, livreira, distribuidora, instituto, e acabo de montar a Caravana de Autores. Para mim, o livro não é apenas um produto, ele é uma ferramenta de incentivo à leitura.”

Exemplo de Passo Fundo/RS

Acompanhe, no áudio, a exposição da Livreira Silvana Rovani, coordenadora da Feira do Livro de Passo Fundo, Presidente da Associação de Livreiros da região e proprietária de duas livrarias na cidade. Pela primeira vez participa da Convenção Nacional de Livrarias: <https://www.anl.org.br/docs/ExposicaoodaLivreiraSilvana.mp3>



AS TRANSFORMAÇÕES DO VAREJO DO LIVRO



A GfK Retail and Technology Brasil, uma das empresas líderes em Inteligência de Mercado no mundo, trouxe para a Convenção o painel apresentado por Henrique Nogueira, Executivo de Atendimento da GfK, com a presença do CEO da Rede Livrarias Leitura, Marcus Teles.

O Painel começou com um resumo sobre o cenário macroeconômico entre os anos de 2014 e 2018, destacando o início da crise, no final de 2014, seguindo com uma melhora, embora lenta, em 2017. “Mesmo apresentando uma recuperação desde 2017, estamos longe de atingirmos o mesmo patamar anterior à crise de 2014. Mas continuamos em um discreto crescimento: nesse 2º trimestre de 2019, temos evolução positiva, sem recessão”, expôs Henrique

Nogueira.

O Índice de Confiança do Consumidor, que teve sua pior fase em 2016 (64,4), ainda não conseguiu atingir o nível de satisfação de 2014. Na tabela ao lado, é importante esclarecer que 100 indica confiança neutra, acima de 100 confiança positiva, e abaixo de 100 negativa.

Vendas do varejo ao consumidor final entre 2014 e 2018

O período de menor faturamento do mercado foi em 2016, mas já em 2017 começa a demonstrar uma estabilidade com o crescimento no preço do livro.

No período de 2018, o mercado apresentou-se estável, mas com uma leve queda no faturamento e no preço do livro, comparativamente a 2017.



2014 e de 2015.

“Se compararmos a estabilidade apresentada no levantamento da GfK em 2018 à queda de 7% nos indicadores da FIPE no mesmo período, pode parecer estranho, mas isso deve-se à diminuição do estoque tanto nas editoras como nas próprias livrarias, e uma queda na colocação de novos livros. Aqui falamos de quantidade, mas na ponta da cadeia, na venda final, foi estável. Pela primeira vez vendeu-se mais do que se produziu”, complementou Marcus Teles.

A sazonalidade nas vendas destaca o mês de maio, tanto em 2014 como em 2015. Isso ocorreu devido a lançamentos de livros e filmes, de um mesmo título, por exemplo. Mas, nesse período de 2015, os livros para colorir foram o grande destaque, representando 15% das vendas. A biografia de um grande líder religioso teve grande relevância no final de

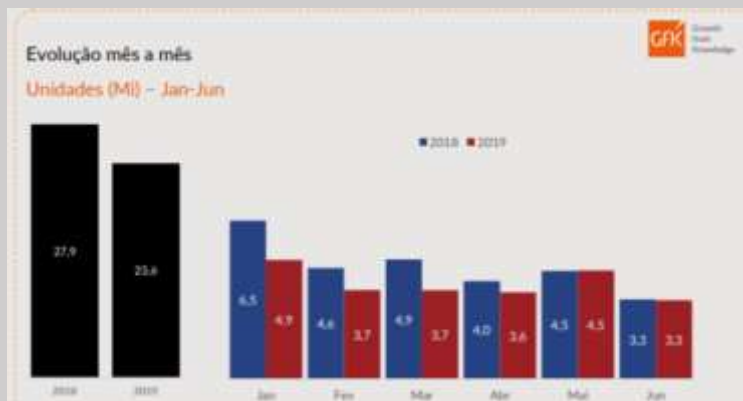
Já em 2016 e 2017, novembro ganha importância, quando comparado ao mesmo período 2014/2015, pulando de um patamar de importância de 7,58 % para 10%. O que já não aconteceu em 2018. “Em outras categorias, a Black Friday continua com grande relevância nas vendas, mas no segmento do livro, no final de 2018, com a chegada de uma das piores crises do setor com o fechamento de lojas, houve uma queda e voltamos aos patamares que tínhamos antes. Isso impacta nos trimestres, e o último trimestre, que vinha ganhando espaço, perdeu para o primeiro semestre de 2018, que se sobressai”, revelou o executivo da GfK.

Sobre a importância dos gêneros em unidades vendidas, no período de 2014 e 2018 o segmento Infantojuvenil foi o menos impactado, sem o surgimento de séries de grande apelo. Já os de Não Ficção e Didáticos mostraram estabilidade, com Autoajuda ganhando importância, principalmente os de autoajuda para a área de econômica.

Em evolução de preço, o único gênero com crescimento foi o didático, com um aumento de 5%. Lembrando que nesse mesmo período, entre 2014 e 2018, a inflação acumulada atingiu cerca de 30%.

“Como vemos na pesquisa da Gfk, as grandes promoções realizadas nos segmentos didático e universitário, por parte das grandes redes, impactaram positivamente as vendas no início de 2018”, acrescentou Teles.

O varejo no primeiro semestre de 2019



“O primeiro semestre de 2019 apresentou uma queda, média em unidade, de 15% comparativamente ao mesmo período de 2018, mas a maior queda ficou nos primeiros meses do ano, com março superando os 20%. Essa tendência diminuiu em abril e já em maio e junho há empate com o ano passado. Em faturamento o período apresenta uma retração menor.” Destaca Henrique.

do produto livro cresceu mais no canal online do que os demais produtos auditados pela Gfk, como, por exemplo, smartphones, geladeiras, televisores. As vendas, na plataforma online, desses produtos representam hoje cerca de 20% do mercado”, complementa.

“O painel da Gfk demonstra um comparativo importante no que se refere às vendas no início de 2019 e 2018. Percebe-se aqui que a venda dos didáticos foi pulverizada. Duas das grandes redes de livrarias que em 2018 realizaram as grandes promoções em 2018, como vimos anteriormente no Painel, entraram em crise econômica significativa e tiveram várias lojas físicas fechadas em 2019. As vendas dos didáticos ganharam outros canais que não compõem a medição da Gfk, como parte de livrarias de menor porte, venda direta às escolas, papelarias, sem contar como aumento de sistemas de ensino, e a queda deve ficar abaixo de 5%. Em outros gêneros, temos também as vendas pelos clubes de livros, livrarias religiosas e o porta a porta, por exemplo. Na venda online, a Gfk mede mais de 80% do mercado que é concentrado. Nas vendas das livrarias, é medido pouco mais da metade do mercado. As vendas online devem estar em cerca de 30% do total. Mas não podemos deixar de constatar a tendência que o Painel nos apresenta do crescimento da venda online”, destaca Marcus Teles.



Fechando sua apresentação, Henrique Nogueira destacou que a recuperação econômica no Brasil é lenta e gradual, mas segura; que a Black Friday não se destaca, no varejo do livro, em comparação a outras categorias; que 2018 se mostrou um ano atípico e reverte tendências que o varejo vinha apresentando nos anos anteriores; e que o canal online ganha importância e apresenta crescimento em gêneros específicos. O executivo também chamou atenção para o avanço das jornadas de compra digital: “Hoje esse consumidor cada vez mais transita entre os dois canais, online e offline, e a experiência com os dois canais o ajuda a decidir em que canal irá efetivar, de fato, sua compra. Quanto mais integrados esses dois canais estiverem, melhor será o resultado final. Essa união será cada vez mais importante”, finaliza.

GESTÃO DO AMANHÃ



Para a palestra “Gestão do amanhã”, convidamos para a 29ª Convenção Sandro Magaldi, considerado um dos maiores experts em Gestão Estratégica e Vendas do país. Coautor do *best-seller Gestão do amanhã*, publicado pela Editora Gente, entre outras obras que estiveram presentes no ranking das mais vendidas em negócios do país, como *Vendas 3.0*, definido pelo pai do marketing moderno, Philip Kotler, como “um daqueles livros que nos fazem pensar”.

Em toda primeira parte do livro *Gestão do amanhã*, descreve a construção de uma linha do tempo da evolução da ciência da gestão, mostrando as mudanças sociais que ocasionaram as principais transformações no ambiente empresarial. Para o especialista, é no abismo que agora separa os indivíduos e

as organizações que estão os segredos de uma nova ordem econômica com vasto potencial para criação de riqueza e realização individual.

“É da união do ambiente empresarial com a sociedade que irá emergir os caminhos para um mundo melhor. A lógica por trás desse pensamento é a convicção de que tudo o que acontece no contexto corporativo é derivado e consequência das mudanças que ocorrem na sociedade.”

“Não é à toa toda instabilidade e busca por referências que assola os líderes corporativos da atualidade, já que a sociedade passa por um período de transformação que guarda poucas referências em toda a história da humanidade (o movimento dos coletes-amarelos que surgiu em novembro de 2018, na França, é um bom exemplo dessa tese).”

“Pesquisas apontam que existe uma visão clara junto aos principais líderes empresariais do Brasil acerca dos desafios de transformar uma organização devido à sua cultura organizacional. A despeito dessa constatação, o tema é pouco discutido e refletido de forma estruturada. Talvez sua intangibilidade e abstração expliquem essa contradição”, diz o cofundador da plataforma Meu Sucesso, Sandro Magaldi.

No início de sua apresentação, ressaltando a importância do segmento editorial e livreiro e sua experiência como autor de livro e de sua paixão pelos livros e livrarias, ele nos diz: “Eu tenho a clara noção da importância da atividade que vocês executam para que a gente possa cada vez mais buscar uma posição de protagonista de nosso país. Porque a despeito de todos os desafios impostos pelas atividades de vocês, para mim está clara a importância estratégica de vocês, e isso está claro para mim. Tem uma metáfora que sempre uso quando alguém me vem questionar sobre o mercado editorial: ‘Por que será que todos os influenciadores digitais buscam escrever um livro?’ Você tem testemunhado isso? Se são influenciadores digitais, se têm uma grande repercussão na internet, se têm uma grande audiência, por que eles fazem questão de procurar uma editora e distribuir sua obra não na internet, mas em livrarias físicas? Até a Anitta! Não é isso?”

Por que isso, pessoal? É óbvio a importância, a estratégia que existe nesse espaço de convivência, que o professor Roger colocou com tanta maestria em sua entrevista que acabamos de assistir no que tange à experiência do consumidor, mas o crescente da sociedade, porque a livraria tem um papel que transcende seu papel funcional e transacional. É sobre isso que iremos falar.”

O especialista começa, então, instigando a plateia com a questão: “Eu estou preparado para o porvir?” Inclusive aqui, costumo dizer que o amanhã é metafórico, porque ele já é hoje. Todo têm a clara dimensão sobre o impacto das transformações? Mas a verdade é que, em nenhum momento da história recente da sociedade, houve tantas e tão intensas transformações em nossa comunidade. Já temos estudiosos comentando que daqui a 100 anos as pessoas vão olhar para trás e falar: ‘Nossa, como aqueles indivíduos conseguiam passar por tantas transformações?’. Da mesma forma como pensamos hoje sobre aqueles que passaram pela fase da Revolução Industrial, da Revolução Francesa. O fato fundamental é que hoje a sociedade passa por essas mudanças e não poderia ser diferente, elas têm um impacto decisivo nos negócios.”

“E veja: da mesma forma que não há dúvidas nas transformações, não temos dúvida sobre o impacto da tecnologia, como um motor dessas mudanças. É justamente a tecnologia no processo de deixar o mundo menor, de encurtar distâncias, de aumentar o acesso à informação, diminuir as fronteiras, que tem feito tanta diferença na velocidade como as coisas acontecem no mundo.”

“Hoje você tem tecnologias disponíveis a pequenos investidores que até pouco atrás eram acessíveis somente às grandes incorporações. A lei de Moore sentencia que todo e qualquer sistema tecnológico vai dobrar sua capacidade a cada 18 meses. Por mais que seja uma distensão nessa realidade, o fato é que as transformações só estão começando.”

“É premente que façamos essa transformação para o novo. Empresas cujos líderes não estão conseguindo fazer transição para esse novo modelo de sociedade, para esse novo modelo de negócio, estão ficando pelo caminho. E estão ficando pelo caminho cada vez mais rápido. O ciclo de obsolescência de uma organização é cada vez menor. Antigamente víamos uma empresa que tinha problemas, ia ‘mal das pernas’, olhávamos e dizíamos: aquela empresa vai quebrar. Ela demorava 10 anos para quebrar. Hoje em dia piscamos os olhos e a empresa fica obsoleta. Os nossos negócios estão em xeque, se não conseguirmos fazer uma nova leitura desse novo contexto.

Com exemplos de empresa que simplesmente acabaram num curto espaço de tempo, como a Nokia, e exemplos de empresas que estão transformando a sociedade, como foi o surgimento do Waze, isso deixa bem claro que, ou enxergamos o novo, ou ficaremos no caminho. “Empresas não estão morrendo por fazer coisas novas. Estão morrendo por fazer a mesma coisa, corretamente, durante muito tempo.”

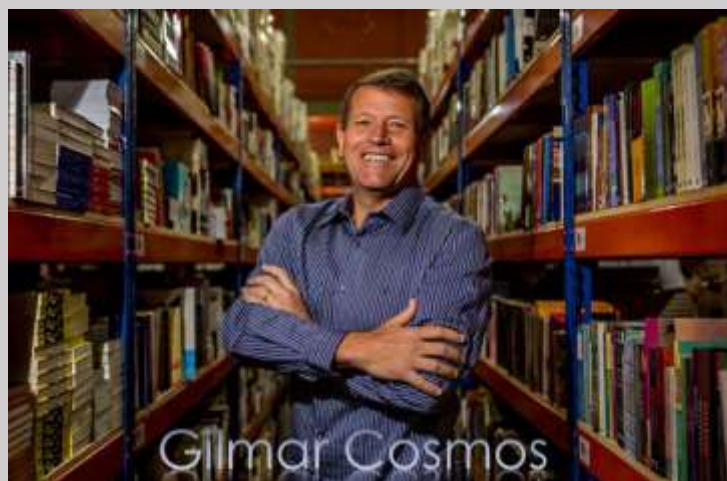
Ele ainda acrescenta: “A grande ameaça que encontramos não é se os robôs nos substituirão, mas sim a nossa relutância em nos reinventarmos para competir na Era Exponencial. Você pode fazer a escolha, e tenho a convicção de que quem consegue, como já estão conseguindo, fazer essa caminhada com o novo, vai conseguir protagonizar a transformação que tanto necessitamos em nossa sociedade. E vocês fazem parte disso”, encerra Magaldi.

UM MOMENTO DE HOMENAGENS PÓSTUMAS



A 29ª Convenção ANL prestou uma singela homenagem póstuma a Marcos Tibério, Profissional Livreiro da empresa associada Livraria e Editora Paulinas. Marcos Tibério sempre esteve presente na história de nossa entidade e nos deixou em março deste ano. Tibério teve uma história de 30 anos na indústria do livro, passando pela Distribuidora Loyola e editoras Vozes e Paulus.

Gilmar Cosmo, da A Página Distribuidora e Livraria, também foi lembrado na presença de seus filhos. Ele faleceu no último mês de junho. Gilmar sempre esteve presente em muitas das Convenções da ANL, fundou sua empresa em 1997 e atuou no mercado por quase 40 anos, passando pela Rede Curitiba de Livrarias, antes de fundar sua Distribuidora.



Ambos deixam saudades, não apenas pelo profissionalismo, ética e exemplo ao setor, mas principalmente pela capacidade que tinham de agregar amigos.

IMPACTO SOCIAL DA LIVRARIA



A mesa “Impacto social da livraria”, que fechou os painéis da 29ª Convenção Nacional de Livrarias, contou com a presença de Magda Krauss, Diretora da Livraria Saber e Ler e também Diretora da ANL, mediadora da mesa; Maria Lucia Serrano, Coordenadora do Projeto Ler e Escrever, Fonte do Saber, Secretaria Municipal de Educação de Atibaia-SP; do escritor Leo Cunha, e de Gilmar Cosmo Jr., da A Página Distribuidora e Livraria. A mesa teve o apoio da Krauss Editora, Ciranda Cultural, do Instituto Cultural Saber e Ler e Editora FTD.

“Eu tenho percebido, na minha linguagem de campo, que a coisa é mais complicada para o livreiro, que extrapola as paredes de sua livraria. Quando chegamos a uma escola, uma prefeitura, por exemplo, muitas vezes percebemos que

existe a vontade, por parte deles, em realizar um projeto de leitura, de fomento à leitura, mas a falta de verba não permite. Por várias vezes, muito é solicitado ao livreiro para que o evento venha de fato acontecer, mas muitas vezes você fica de mãos amarradas. Nem sempre conseguimos levar à frente o Projeto.

Eu entendo que um autor ajuda a manter a editora, sem ele os livros não seriam publicados, por outro lado, o professor ajuda a formar o leitor, e se não tem o amparo da sociedade, da continuidade para esse trabalho, como ficara isso? Como ela vai falar de incentivo à leitura, sendo que a sociedade não vai ter mais a livraria para estar adquirindo seus livros? É esse tema tão complexo, sobre o impacto social da livraria, que queremos trazer aqui.

Eu, por exemplo, lá em Campinas cheguei na prefeitura e falei da importância de os bairros mais afastados terem sua livraria. Todo bairro deveria ter a escola, a livraria, o posto de saúde para atender aquela pequena comunidade, especialmente bairros de periferia. Esse leitor não tem o perfil do leitor de shopping; ele quer um lugar onde se identifique, onde possa ficar mais à vontade. É muito importante tentar colocar pontos de leitura nos bairros de periferia. Levar até lá autores para que possam complementar o trabalho do professor na formação desses futuros leitores, que depois se tornam leitores e irão às nossas livrarias.

A escola leitora

Como coordenadora e idealizadora do Projeto Ler e Escrever, Fonte do Saber, da Secretaria Municipal de Educação de Atibaia-SP, Maria Lucia Serrano fala sobre o fomento ao livro e à escrita. “Desenvolvemos esse projeto desde 2013, hoje atendendo 15 mil alunos e 800 professores, que nos deu o título de município leitor. Concorremos com mais de 400 municípios, foi um concurso do Instituto Natura, Projeto Trilhas, de 2014. Sou professora de escola pública e venho do chão da sala de aula; hoje faço parte da equipe técnica da Secretaria. O nosso projeto contempla crianças do ensino público, desde o berçário, passando por todos os alunos da educação infantil, do ensino fundamental 1. Em Atibaia atendemos até esse período de ensino, mas incluímos no projeto os alunos da EJA e professores.



O projeto, que se expande por todo o ano letivo com ações de fomento à leitura, tem como seu evento maior *A jornada literária*, com um dia de duração e contempla várias ações, entre elas: teatro, contação de histórias, palestra e distribuição de livro. Divido em dois momentos: um dirigido exclusivamente aos alunos, e outro dirigido aos professores, com palestras de formação e motivacional. Esse evento é aberto à iniciativa privada, via processos licitatórios, dos quais o Instituto Cultural Saber e Ler, de Magda Krauss, participa. Um trabalho em conjunto entre o livreiro, o editor e o órgão público, em prol do fomento do livro e da escrita.

O escritor quase livreiro

O admirado escritor Leo Cunha, filho de livreira, escreve basicamente literatura infantil e juvenil, e tem hoje cerca de 60 livros escritos, incluindo mais algumas traduções. Com mais de 2 milhões de livros vendidos, enfatizou: “Tive essa sorte em vida: crescer dentro de uma livraria”.



“Desfrutei desse privilégio em minha infância e adolescência, mas hoje apenas entre 20 e 30% das vendas dos meus livros são realizadas em uma livraria física, e isso devido a esses vícios do mercado atual. Boa parte da comercialização dos meus títulos são vendas diretas da minha editora para as escolas, outra parte são vendas de governo.

Claro que eu gostaria que todos tivessem passado por uma livraria. Eu sou um dos que defende como foi falado hoje de manhã: o escritor escreve, a editora publica, o distribuidor, quando for o caso, distribui ao livreiro e esse vende ao consumidor. Cada um no seu papel.

Eu cresci em Belo Horizonte nos anos de 1970 e 1980 praticamente dentro da livraria de minha mãe. Era uma livraria especializada em literatura infantil e juvenil, um das primeiras especializadas nessa área, se não a primeira, a segunda. O nome era Casa de Leitura e Livraria Miguilim. Lá não era apenas uma livraria, mas uma casa de leitura. Numa casa antiga, que além de ter o salão dos livros, tinha outras duas salas, que eram salas com almofadões, sofás, onde as pessoas iam apenas para ficarem lendo. Iam crianças, pais, professores. E eu tive o privilégio de ler tudo o que lá chegava, acabei conhecendo

vários escritores que iam à livraria, não apenas para lançamentos, autógrafos, mas para conhecer os livros, pois não era comum, à época, uma livraria especializada em literatura infantil. Cresci rodeado por esses escritores.

Ela não era apenas preocupada em vender os livros, também fazia um trabalho de formação, como excursões de escolas para conhecer uma livraria. Lá eles contavam para as crianças sobre o dia a dia de uma livraria, e depois de um tempo virei monitor. Uma boa opção, ainda para os dias atuais. Ela e sua sócia também levavam os autores que nos visitavam para as escolas e desenvolviam vários eventos internos, como encontros, oficinas, entre outros.

Hoje faço essas visitas às escolas, mas sempre levado por editoras. Quando eles iam, na época de minha mãe, tinham mais liberdade para falar de todos os seus livros, diferentemente de hoje, no meu caso, por exemplo, que acabo falando apenas do livro daquela determinada editora que me levou. A Casa de Leitura e Livraria Miguilim extrapolava suas paredes e chegava às praças, saíam atrás dos leitores e vendiam seus livros. Faziam a Hora do Conto. Ela era, e ainda é aos 80 anos, uma ótima contadora de história.

O mercado mudou muito, mas algumas dessas ideias podem ser aproveitadas. E, como já foi dito hoje em uma mesa do período da manhã, a importância na formação do funcionário é muito importante. Minha mãe, doutora em Literatura, professora, e sua sócia, também em educação, formavam os funcionários, os vendedores. Todos lá conheciam bem os acervos os autores, os temas, os gêneros. Sim, hoje a quantidade é bem maior, mas mesmo assim a formação é muito importante para que esse profissional possa atender e ajudar o leitor em suas escolhas.

“É importante dizer que a livraria era próspera, se mantinha e permitiu um patrimônio à minha mãe”, afirma ele. Então, aquele Leo virou escritor que publica coisas muito diferentes. Não sigo uma linha, mas isso é um reflexo direto do leitor que eu era, que lia de tudo. Porque sou filho daquela livraria, onde eu lia suspense, humor, teatro, enfim, de tudo.

Emocionado, ele conta as histórias de seus livros, histórias que vêm lá do Leo adolescente e de suas andanças pela livraria de sua mãe, encerrando sua apresentação belíssima.

Magda ressalta mais uma vez a diversidade de seus CNPJs no mercado do livro, e diz que a sua editora surgiu depois da livraria, e que todo esse conjunto, que inclui um Instituto, permitiu a ela criar a Caravana de Autores. “Procurei vários autores, entre eles o Leo, e buscamos assim facilitar a ida deles às escolas. Um projeto novo, buscando a parceria de outras editoras, com o objeto de atender a essa demanda de escolas fora de grandes centros, para termos sempre um autor para levar até eles. O padrinho da Caravana é o Walcyr Carrasco, um projeto que antes de tudo é uma ferramenta para o fomento à leitura.

Exemplo da A Página

“Queremos trazer para vocês um pouco do que fazemos e que realizamos lá no Sul, fala Gilmar Cosmo Jr., fechando esse último painel. “O nosso início, quando meu pai começou em 1997, também foi voltado para atender as escolas e as livrarias.”

“Éramos um distribuidor e tínhamos parceria com várias editoras, como a Melhoramentos e a Global, que estão conosco desde o início, entre outras. Nós fazemos esse trabalho de divulgação dentro das escolas, estamos sempre próximos, e quando geramos a venda, não necessariamente só A Página ganha, nós fazemos parcerias com as livrarias locais, algumas dentro das escolas, para respeitar toda essa cadeia.”



“Hoje temos dois centros de distribuição, um em Curitiba e outro em Porto Alegre, e nove lojas físicas. “Quando fazemos o evento nas escolas, levamos a livraria para dentro delas. Porque quando você consegue tocar a criança, que é o futuro leitor, possivelmente ela volta para a sua livraria, se ela encontrar um ambiente agradável, criando uma experiência de consumo diferente, como já foi dito.”

“Conseguimos nos consolidar nesses 22 anos em função dessa metodologia de trabalho, e desse modelo de negócio muito bem estabelecido desde sempre. Temos essa preocupação com toda a cadeia, porque quem paga essa conta, de todo mundo, é o leitor. É ele quem vai na livraria, compra o livro e faz com que toda essa roda gire.”

“Para as livrarias que têm essa pegada de levar o evento para dentro da escola, essa é uma estratégia muito importante. Temos que nos reinventar. Todo o dia é um novo dia. E é um recomeço para todo mundo. Não podemos ficar sentados esperando o cliente entrar, hoje a

Amazon está aí. Esse é o grande desafio para todo o mundo, não só das livrarias, mas das editoras, das distribuidoras.

FRENTE PARLAMENTAR MISTA EM DEFESA DO LIVRO, DA LEITURA E DA ESCRITA

A deputada federal Fernanda Melchionna esteve presente no segundo dia da 29ª Convenção da ANL, que aconteceu nos dias 28 e 29 de agosto de 2019 na cidade do Rio de Janeiro. Convidada por Gurbanov, ela defendeu a importância de um esforço conjunto, entre todos os atores da cadeia do livro, para a efetivação do Plano Nacional de Leitura e Escrita.

“Quero dizer que antes de deputada federal, numa condição que estou, sou bibliotecária. E, como bibliotecários, sabemos da importância do livro, da leitura e da dívida histórica que o Estado tem ao longo de anos, décadas e séculos, que faz com que nosso país ainda apresente índices tão baixos de leitores e do gosto pela leitura. Como bibliotecária, acredito que sempre podemos ganhar mais leitores, mas para isso precisamos desenvolver o que está lá em nosso Plano Nacional de Leitura e Escrita, que foi fruto de muita luta de vários setores para estimular a cadeia produtiva, o valor do livro como poder simbólico, a formação mediadores e, consequentemente, de novos leitores”, evidenciou Fernanda Melchionna.

“Para que isso aconteça, é preciso de iniciativas que envolvam, que englobem todos os atores dessa enorme cadeia constituída por escritores, ilustradores, editores, mediadores, livreiros, entre outros protagonistas, para que possamos condensar as iniciativas que efetivem uma frente social e política, não partidária. A criação de uma política para defender as leis e as iniciativas, que nos permitam sair de



rankings negativos, como o do Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA) realizado em 70 países, que coloca Brasil em 59º lugar, no que se refere ao índice de leitura.”

“Sabemos que metade de nosso país é formado por não leitores, e que a outra metade de leitores apresentam uma média de leitura anual de 4 livros, que envolve didáticos, paradidáticos e livros não terminados. Nosso desafio é enorme, temos muito o que realizar. Quero agradecer ao convite da ANL e de destacar a importância da presença da Associação e de todas os demais presentes ao lançamento da Frente Parlamentar Mista em defesa do livro, da leitura e da escrita. Juntos podemos, nas pautas que nos unificam, melhorar e garantir que o livro, a leitura e a literatura entrem como uma política de Estado, independentemente do governo, mas reforço que isso dependerá de muita luta e união”, finalizou a parlamentar.

Fechando a apresentação, Bernardo Gurbanov ressaltou sua crença com a chegada dessa nova geração à política nacional. “Espero que a síndrome institucional não os contamine e que consigamos quebrar essa inércia.”

ENCERRANDO A CONVENÇÃO



Fechando a 29ª Convenção, Bernardo Gurbanov destacou que essa edição foi uma das melhores da história da ANL.

Roger Chartier e sua defesa apaixonada do livro impresso e da livraria física como território de encontro humano.

Sergio Mena Barreto deu ‘um baile’ e nos mostrou que estamos muito atrasados no nosso varejo, no nosso ecossistema.

Um dos destaques é a transparência instalada no varejo farmacêutico. Isso permite a tomada de decisões, a autonomia das empresas e uma agilidade notável no serviço de reposição dos remédios.

E isso ele aprendeu não apenas aqui em nosso país, mas buscando pelo mundo experiências sobre o que de fato dá certo e o que pode ser utilizado. “Quero dizer com isso sobre os mercados do mundo; sim, temos de olhar para o mundo. Temos que olhar para o nosso mundo interno e para o externo. Eu reivindico muito esse olhar baseado na minha experiência. Eu viajo muito, subi num avião pela primeira vez em 1977, quando vim para o Brasil, e de lá par cá não parei de viajar. Já percorri, por questões profissionais, boa parte do mundo ocidental, e sempre recomendo para os jovens que viagem e conheçam o mundo, conheçam outras culturas e vejam que o nosso país, pode ser melhor. Existe, sociedades que funcionam muito melhor que nós, principalmente porque cumprem normas. Somos essencialmente transgressores. Em países latinos, isso é quase que um orgulho. Precisamos desse olhar. Até porque estamos propondo esse Manual de Boas Práticas, e eu não diria que se trata de um manual para *boy scouts*, como foi sugerido aqui, mas de uma proposta de condução ética para o nosso negócio.

A elegância de **Pedro Malan** e sua radiografia demográfica, econômica e social brasileira nos levou para uma viagem de compreensão da estrutura do país ao longo de sua história. Foi um verdadeiro luxo ter esse homem aqui falando para nós. E não sei se vocês repararam que ele fez referência a citações em seus idiomas originais. Ele falou em quatro idiomas: português, espanhol, francês e inglês.

Durante a Convenção Nacional de Livrarias-ANL, a Associação Nacional de Livrarias – ANL, a Câmara Brasileira do Livro – CBL, e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros – SNEL, receberam o Certificado de Membro Parceiro da Two Side Brasil.



Tivemos debates de mercado em situações conflitantes, mesmo entre amigos. A consignação, o mercado e as instituições. Para apimentar as relações, tivemos um pouco de fogo amigo. Algumas críticas. Críticas institucionais ao funcionamento das instituições.

Isso me fez lembrar de 1982. Fui à CBL e perguntei para o diretor executivo, à época, para que servia a Câmara Brasileira do Livro. Na verdade, o que eu queria era usufruir da vantagem que teria como associado da Câmara para pagar menos na Bienal do Livro pelo metro quadrado. Não fiquei apenas sócio, participei das Bienais, da primeira lá no Copacabana Palace, e fiquei por mais de 20 anos na diretoria da entidade em vários cargos, até ser vice-presidente durante oito anos e participar, por exemplo, com amigos que aqui estão, como o Mansur e a Dra. Fernanda, da homenagem ao Brasil em Bogotá/Colômbia, e em seguida em Frankfurt, na Alemanha. Uma operação de Estado muito intensa e patriótica, logo eu, um estrangeiro para dizer isso. Foi aquela ocasião que me fez sentir brasileiro.

A Gfk trouxe números de mercado e, de certa forma, duros. Ainda difíceis nesse ano de 2019. E a colaboração do Marcus Teles, como eu disse de início, “O homem que calculava”. A colaboração, os comentários dele são sempre muito esclarecedores. E é um homem que tem suas políticas comerciais claríssimas, como ninguém. E logo mais, talvez antes do final, a Leitura será a rede com maior número de pontos de vendas no país.

De novo Chartier, grande figura não só intelectual, mas humanamente. Emocionado, falei do orgulho em tê-lo na Convenção. Nessa última intervenção, tratou da definição do livro como objeto. Tratou da propriedade do livro e da propriedade intelectual daquele que produz o conteúdo. Para toda sobrevivência da livraria, nos deixa uma luz de esperança junto com minha querida, queridíssima professora Guiomar de Grammont, também muito orgulho de tê-la aqui.

Passou por aqui também **Sandro Magaldi**, falando da Gestão do Amanhã e a Cultura Exponencial, termo que eu não conhecia. Em todas as Convenções, pelo menos nessas últimas, essa é a 4ª que organizo, cuidamos de que as visões do nosso dia a dia profissional sejam múltiplas, desde o mundo da cultura, o mundo da economia e o mundo da gestão.

Já tivemos uma Convenção chamada “A Livraria do Futuro” e definimos, na época, como aquela livraria que conseguisse dar respostas às novas demandas, às novas tecnologias e às novas mudanças de consumo.

Sandro falou do futuro das nossas organizações, e acho que merece uma reflexão, principalmente essa última menção dele. Porque ele menciona algo nesse sentido, descreve como é o vínculo online e o presencial com o cliente, com o leitor. E diz que a relação online é transacional, mas a relação presencial é de relacionamento e de experiência. Em uma relação online, pelo menos de compra e venda, não cai nenhuma lágrima, mas na relação presencial podem cair várias. E isso é um capital de fidelização do cliente. Não é uma armadilha, não é uma manipulação.

Eu tenho gente hoje em Belém do Pará, onde está acontecendo a Feira Pan-Amazônica, onde vou há 15 anos, atendo em meu estande pessoalmente. E me avisaram hoje que tem gente que passa no estande e pergunta por mim, quer falar comigo e quer treinar o espanhol dele comigo. O que vai acontecer? Amanhã eu vou para lá. Venho da feira de Fortaleza, venho para a nossa, vou amanhã para a abertura da Bienal do Rio, depois pego um voo e vou para Belém. Tiro o terno, vou atender o público e depois vou fechar as caixas para preparar corretamente a logística.

E outro conceito do Sandro: “A rotina devora o Pensamento Estratégico todo dia no café da manhã”, ou seja, quando estamos na operação, não conseguimos pensar estrategicamente. Para pensar estrategicamente, precisamos parar, refletir e planejar. Com a idade, vamos mais apontando para o pensamento estratégico do que para a ação, porque estamos na idade do “condor”, quando começa a dor em tudo. Então, é melhor sentar e planejar corretamente, antes de cometer erros físicos.



Bem, o meu mandato termina no final deste ano e estou muito feliz de levar adiante um projeto e minhas convicções profissionais, das quais tenho plena certeza e provo com ações concretas. Trazer a indústria farmacêutica para esse âmbito era uma antiga aspiração minha, e o impacto que produziu aqui me devolve um *feedback* de certeza de que o caminho da preservação e organização sistema é por aí.

Para quem ainda pensa que as instituições não fazem nada, podemos mencionar o caso da deputada Fernanda Melchionna relançando a Frente Parlamentar em defesa do Livro e da Leitura, também a Lei da Política Nacional de Leitura e Escrita, que foi sancionada no governo Temer, para a qual eu e colegas de outras instituições do livro trabalhamos arduamente no mínimo por 10 anos. Eu fiz parte do PNLL, da sua Comissão Executiva e de colegiados do livro e da leitura do Ministério da Cultura. Fui vice-presidente do Grupo Ibero-Americano de Editores (GIE). Este ano fui convidado pela CANIEM Câmara Nacional da Indústria Editorial Mexicana, em março, para dar uma palestra de abertura num evento, com a presença do Presidente da Comissão de Cultura da Câmara dos deputados do México, porque o novo governo do México está olhando para o esse segmento de outra forma, e o pessoal de lá, conhecendo nosso trabalho, nos convidou para transmitirmos nossa experiência. E assim inúmeras palestras mundo afora e aqui no Brasil, em muitas cidades sempre falando de mercado, sempre falando de um mundo que no exterior é totalmente desconhecido. O Brasil é um enigma permanente.

De modo que a minha postura tem sido sempre de uma militância cultural e uma opção feita junto às entidades de classe que representam os interesses da nossa profissão. Nunca me filiei a nenhum partido político e nem vou me filiar. Nem aqui, nem na a Argentina: minha contribuição como cidadão é essa, e levo isso sempre adiante.

Claro que cada um pode pensar o que quiser, concordar ou não, e pode. Mas insisto estou muito satisfeito, muito emocionado e espero que realmente vocês, terminada essa experiência, se sintam transformados, e se sintam habilitados a pensar que é possível sim exercer nossa profissão, inovar e encontrar novos caminhos para a sobrevivência e o virtuosismo de nosso sistema.

Até uma próxima.

Link para as palavras finais de Bernardo Gurbanov: <https://www.anl.org.br/docs/FechamentoBernardo.mp3>



Realização e Desenvolvimento:

Associação Nacional de Livrarias (ANL)

Patrocinadores Masters: **UmLivro** e **RPS Eventos**

Apoio Institucional: **ABIGRAF Nacional**, **AEL-RJ**, **CBL**, **Embaixada da França no Brasil**, **Instituto Francês** e **SNEL**

Apoio Comercial: **Distribuidora Loyola de Livros**, **Editora Planeta**, **F1 Soluções** e **Melhoramentos Editora**

Apoio Cultural: **Edições Sesc**

Apoio de Mídia: **Publishnews**

Parceria: **Grupo Soma e Certificados** e **Two Side**.

Coordenação-Geral: Bernardo Gurbanov

Organização Geral: Francini Ramalho

Apoio Administrativo: Adriana Vieira

Recepção: Ana Paulo Monteiro

Produção Editorial e Assessoria de Imprensa: MGA Comunicações

Jornalista responsável: Marilu G. do Amaral

Fotografia: Immonem Barros