

**IFRJ - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E  
TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO  
BACHARELADO EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**GABRIELLE CRISTINE GAETE SERRA**

**FANTASIA LITERÁRIA BRASILEIRA DE ENTRETENIMENTO E  
INTERNET: IMPLICAÇÕES NO MERCADO EDITORIAL NACIONAL**

Nilópolis - RJ  
2018

GABRIELLE CRISTINE GAETE SERRA

**FANTASIA LITERÁRIA BRASILEIRA DE ENTRETENIMENTO E  
INTERNET: IMPLICAÇÕES NO MERCADO EDITORIAL NACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do Curso de Bacharelado em Produção Cultural, como cumprimento parcial das exigências para a conclusão do curso.  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Viviane de Guanabara Mury

Nilópolis – RJ

2018

Serra, Gabrielle Cristine Gaete

Fantasia literária brasileira de entretenimento e internet: implicações no mercado editorial nacional / Gabrielle Cristine Gaete Serra; Orientadora Viviane de Guanabara Mury -- Nilópolis, RJ, 2018.

62 .f., il ; 30 cm

Trabalho de conclusão de curso de Bacharelado em Produção Cultural - Instituto Federal Rio de Janeiro - IFRJ, como cumprimento parcial das exigências para conclusão de curso.

## RESUMO

O trabalho realizado investiga se houve alterações na dinâmica de inserção dos livros de fantasia escritos por autores brasileiros no mercado editorial, provocadas pelo uso da internet por parte de autores e público leitor. Classificamos como literatura de fantasia as obras ficcionais que apresentam como elemento central nos seus enredos o sobrenatural, englobando os gêneros fantástico e maravilhoso, com foco nas produções que constituem literatura de entretenimento, elaboradas, portanto, para atender às demandas mercadológicas. Para este fim, valemo-nos de uma metodologia descritiva, que nos permitisse a observação e a caracterização das relações entre os elementos que configuram nosso escopo, tomando por base teorias relativas à cultura de massa, em especial as conceituações de Umberto Eco, e à cibercultura, com destaque para Pierre Lévy e Henry Jenkins. As análises são possibilitadas por meio de pesquisas sobre o mercado, dados sobre produção e consumo de livros, utilização de redes sociais digitais por parte de público e autor, trajetória de publicação dos autores, construindo um panorama que nos evidencia as variações ocorridas.

Palavras-chave: fantasia; literatura brasileira de entretenimento, cultura de massa; internet; mercado editorial brasileiro.

## **ABSTRACT**

This research investigates if there were changes in the dynamics insertion of fantasy books written by Brazilian authors in the publishing market, caused by the use of internet by authors and readers. We classify as fantasy literature the fictional works that have the supernatural as central element in their plots, encompassing the genres fantastic and wonderful, focusing on the productions that constitute entertainment literature, elaborated, therefore, to meet the market demands. For this, we use a descriptive methodology that allows us to observe and characterize the relations between the elements that shape our scope, based on theories related to mass culture, especially the concepts of Umberto Eco, and the cyberculture, focusing on Pierre Lévy and Henry Jenkins. The analyzes become possible per market researches, data about book production and consumption, use of digital social networks by public and authors, authors's trajectory of publication; constructing a panorama that shows us the variations that occurred.

Keywords: fantasy; brazilian entertainment literature, mass culture; internet; brazilian publishing market.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. REALISMOS IRREALISTAS: O FANTÁSTICO E O MARAVILHOSO.....</b>	<b>11</b>
<b>3. CULTURA DE MASSA E LITERATURA DE ENTRETENIMENTO.....</b>	<b>16</b>
<b>4. DO ROMANCE-FOLHETIM À FANTASIA DE ENTRETENIMENTO .....</b>	<b>22</b>
<b>5. UMA BREVE TRAJETÓRIA DA PRODUÇÃO EDITORIAL NO BRASIL.....</b>	<b>28</b>
5.1 Breve histórico do mercado editorial.....	28
5.2 Mercado editorial na atualidade.....	37
5.3 Fantasia nas editoras.....	41
<b>6. INTERNET E CIBERCULTURA: RELAÇÕES SOCIAIS NO MEIO VIRTUAL... .....</b>	<b>44</b>
<b>7. FANTASIA NACIONAL E INTERNET.....</b>	<b>49</b>
7.1 Dados sobre as trajetórias de dez escritores de fantasia.....	50
7.1.1 Affonso Solano.....	51
7.1.2 André Vianco.....	51
7.1.3 Carolina Munhóz.....	53
7.1.4 Eddie Van Feu.....	53
7.1.5 Eduardo Spohr.....	54
7.1.6 FML Pepper.....	55
7.1.7 Leonel Caldela.....	56
7.1.8 Raphael Draccon.....	57
7.1.9 Renata Ventura.....	57
7.1.10 Renato Rodrigues.....	57
7.2 Escritores de fantasia e internet.....	59
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>71</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>74</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>81</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso visa compreender quais as implicações proporcionadas ao cenário editorial brasileiro, com foco no segmento da literatura de fantasia de entretenimento, por meio da intensificação do uso da internet como canal de comunicação de massa.

Denominamos literatura de fantasia o conjunto de textos ficcionais que apresentam como elemento central nos seus enredos o sobrenatural, isto é, um evento que transgredir as leis que organizam o mundo real com o qual o leitor está familiarizado (ROAS, 2001, p. 8). Seriam exemplos deste modo ficcional obras como *Harry Potter*, *Guerra dos tronos*, *O Senhor dos anéis*, entre outras. No entanto, nosso foco está direcionado às obras que constituem literatura de entretenimento: aquelas que visam satisfazer o gosto do maior número possível de consumidores (PAES, 1990, p.26). Excluiremos, portanto, os textos de autores da chamada “literatura de proposta”, isto é, aquela que se propõe a criar uma visão de mundo singular, dotada de diversidade no modo de representação literária que se diferencia por seu nível de estilo narrativo, demandando maior esforço de interpretação do leitor e não se submetendo às exigências de mercado.

Destacamos aqui o livro enquanto produto cultural, optando por explorar o universo da literatura de fantasia de entretenimento por ser um segmento de produção literária que constantemente dialoga com outras mídias, atraindo olhares do público. Tomemos como exemplo os filmes e séries baseados em livros de fantasia, que agregam grande número de fãs, e eventos que acontecem em torno do tema, reunindo fãs e escritores, como a Odisseia de Literatura Fantástica, que realiza em 2018 sua 5ª edição em Porto Alegre - RS. Fica evidente, pois, que as produções da fantasia movimentam uma economia cultural e, diante disso, esperamos compreender onde o produto literário nacional de entretenimento se insere neste cenário.

Embora o livro possa se relacionar com diversas outras mídias, movimentando público considerável, acaba por vezes sendo esquecido em meio às múltiplas possibilidades de estudos da produção cultural. Segundo a autora Sandra

Reimão (1996, p. 2), “muito se tem estudado também sobre o rádio e o cinema no Brasil. Entretanto, a produção editorial brasileira, como fato comunicacional, parece ser um dos ramos menos estudados da produção cultural industrializada”. Entre os trabalhos produzidos no curso de Produção Cultural do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, isso fica também evidente, sendo poucos os estudos realizados em torno da produção literária e editorial. Embora a amplitude da grade curricular compreenda disciplinas como teoria literária e literatura brasileira, bem como produção editorial, não se tem enfoque nesse campo como possibilidade de área de atuação do produtor cultural.

A ausência de abordagens sobre temas relacionados à produção literária pode, no entanto, estar relacionada a uma questão maior que perpassa a indústria cultural de uma forma geral, como fica evidente na análise de Teixeira Coelho:

Os anuários estatísticos sobre a indústria cultural não costumam incluir dados sobre a edição de livros — o que já diz muito sobre o papel desse meio na dinâmica cultural brasileira. Em 1940, a tiragem de um bom livro girava ao redor de 3 mil exemplares; hoje, um bom livro roda exatamente a mesma coisa, embora a população do país em geral, e a letrada em particular, tenha dado um salto talvez inimaginável há cinquenta anos. Romances que hoje alcançam a margem de 30 mil exemplares são considerados enormes sucessos. Jorge Amado será, por enquanto, o único autor brasileiro que vendeu mais de um milhão de exemplares de suas obras, todas consideradas (marca alcançada ao final da década de 70). Em outras palavras, livro não conta neste país. (COELHO, 1996, p. 34)

Tendo considerado os fatores citados, acreditamos que as investigações a respeito do mercado da produção literária e editorial evidenciam-se como pertinentes aos estudos da produção cultural.

Para realizar nosso estudo, utilizaremos levantamento bibliográfico que proporcione embasamento necessário para as conceituações e teorias relativas à cultura de massa, literatura de entretenimento e à literatura de fantasia. Utilizando de embasamento teórico de autores como Umberto Eco, Theodor Adorno, José Paulo Paes, David Roas, Tzvetan Todorov, entre outros, buscaremos também observar as relações estabelecidas entre escritor e público, através das redes sociais virtuais, bem como a relação do autor com as editoras e suas trajetórias de publicação. Por meio de levantamento das editoras brasileiras e suas linhas editoriais, realizado através de dados disponibilizados pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros

(SNEL), esperamos ter uma amostra de quantas trabalham com os gêneros fantásticos e seus autores.

Serão utilizados também dados de pesquisas já existentes sobre o mercado editorial e hábitos de leitura no Brasil, incluindo as listas anuais de livros mais vendidos publicadas pelo PublishNews (site especializado em notícias e informações sobre a indústria do livro). As informações serão relacionadas aos conceitos de mídias sociais, cibercultura e cultura da convergência, buscando amparo teórico na contribuição de autores como Pierre Lévy, Henry Jenkins, Luís Mauro Sá Martino e Lúcia Santaella.

A pesquisa tem caráter descritivo, por permitir a observação, análise e correlação de fatores. Os dados coletados serão avaliados de forma qualitativa esperando que, ao ordenar e interpretar as informações obtidas, seja possível elucidar as dinâmicas estabelecidas no mercado editorial, identificando as implicações com relação às novas possibilidades de comunicação proporcionadas pelo uso da internet que tenham afetado a produção e consumo da literatura de fantasia de entretenimento no produzida em âmbito nacional.

## 2. REALISMOS IRREALISTAS: O FANTÁSTICO E O MARAVILHOSO

Comumente quando se menciona “literatura fantástica” estão contidos nesse termo diversos gêneros que abrigam textos cujos elementos presentes escapam do que conhecemos como real, apesar de suas diferenças quanto às classificações teóricas. Literatura de fantasia pode ser então considerado um termo genérico para tratar dos tipos de produção literária que Alcmeno Bastos (2007, p. 19) chama de “realismos irrealistas”, sendo esses todos os segmentos literários onde a realidade tal qual conhecemos se defronta com elementos insólitos ou, por vezes, inverossímeis. O Fantástico e o Maravilhoso são dois dos gêneros que podem ser classificados como realismos irrealistas, aos quais Bastos se refere, e serão aqui foco de análise.

O ponto comum entre ambos é a existência de elementos insólitos, remetendo a seres e situações que não fazem parte de nossa realidade cotidiana. Todavia, ambos os gêneros diferem-se pelo contexto das realidades onde se desenvolvem os acontecimentos. Enquanto o fantástico introduz um elemento sobrenatural em um contexto da realidade cotidiana tal como a conhecemos, contrariando as regras do mundo natural onde estão inseridos os personagens, que se iguala ao contexto real onde está inserido o leitor, o maravilhoso cria seu próprio mundo, diferente do nosso, onde prevalecem outras regras, e a existência de seres que, para nós, residem apenas em um imaginário de fantasia, é perfeitamente normal e não causa nenhuma espécie de distúrbio nos princípios da realidade do universo no qual estão inseridos.

Para exemplificar o fantástico, utilizando um popular exemplo da literatura estrangeira, que ficou também conhecido por sua adaptação para o cinema, podemos mencionar *Harry Potter*, da autora J. K. Rowling. Já nas primeiras páginas do livro é possível observar as quebras com a realidade em trechos como os seguintes:

Quando o Sr. e a Sra. Dursley acordaram na terça-feira monótona e cinzenta em que a nossa história começa, não havia nada no céu nublado lá fora sugerindo as coisas estranhas e misteriosas que não tardariam a acontecer por todo o país. O Sr. Dursley cantarolava ao escolher a gravata mais sem graça do mundo para ir trabalhar e a Sra. Dursley fofocava

alegremente enquanto lutava para encaixar um Duda aos berros na cadeirinha alta. Foi na esquina da rua que ele notou o primeiro indício de que algo estranho ocorria – um gato lia um mapa. Por um instante o Sr. Dursley não percebeu o que vira – em seguida, virou rapidamente a cabeça para dar uma segunda olhada. Havia um gato de listras amarelas sentado na esquina da rua dos Alfeneiros, mas não havia nenhum mapa à vista. Em que estaria pensando naquela hora? Devia ter sido um efeito da luz. Ele piscou e arregalou os olhos para o gato. O gato o encarou. Enquanto virava a esquina e subia a rua, espiou o gato pelo espelho retrovisor. Ele agora estava lendo a placa que dizia rua dos Alfeneiros – não, estava olhando a placa: gatos não podiam ler mapas nem placas. O Sr. Dursley sacudiu a cabeça e tirou o gato do pensamento. Durante o caminho para a cidade ele não pensou em mais nada exceto no grande pedido de brocas que tinha esperanças de receber naquele dia. (ROWLING, 2000, p. 7-8)

Os trechos descrevem o cotidiano da família Dursley, dentro da realidade tal como identificamos, onde há “terças-feiras monótonas e cinzentas sem nada que sugira o acontecimento de coisas estranhas e misteriosas”, quando de repente, tal realidade é perturbada por algo incomum, que foge ao natural, como um gato que lê um mapa. A partir desse momento, insólito e natural passam a coexistir na história. Esse é um acontecimento fantástico, que nos auxilia a formular a definição da literatura fantástica.

Para Tzvetan Todorov (2007, p. 37), um dos primeiros teóricos a se debruçar sobre a questão do fantástico e responsável pela obra que se tornou ponto de partida para estudos do assunto, “a hesitação do leitor é pois a primeira condição do fantástico”. O autor determina o fantástico como o momento em que os personagens e, conseqüentemente, o leitor se deparam com um fenômeno sobrenatural e hesitam entre escolher para este uma explicação natural, que se pode compreender de forma racional, como um produto da imaginação, ou sobrenatural, o que romperia com as leis da realidade tal como conhecemos (TODOROV apud ROAS, 2001, p. 15), a exemplo do que ocorre com o Sr. Dursley, no exemplo de *Harry Potter*, que conduz também o olhar do leitor diante dos acontecimentos. No entanto, o fantástico para Todorov seria, unicamente, esse momento de incerteza entre uma ou outra resposta, pois “ao escolher uma, deixa-se o fantástico para adentrar em outro gênero podendo ser o estranho ou o maravilhoso” (TODOROV, 2007, p. 31). Quando o Sr. Dursley e, conseqüentemente, o leitor, no exemplo citado, se voltam para uma explicação racional dos fatos e o personagem retorna aos acontecimentos naturais de sua vida cotidiana, o momento fantástico estaria encerrado, segundo a definição de Todorov.

Outros escritores, mais tarde, questionaram a definição de Todorov, especialmente por descrever o fantástico a partir de uma categoria externa ao texto, a cargo do leitor e não proveniente de recursos literários (BASTOS, 2017, p. 20). Outro problema dessa definição, segundo Roas (2001, p. 16), seria limitar o fantástico a uma simples fronteira que separa dois gêneros: o estranho e o maravilhoso. Posicionamento semelhante ao de Roas quanto à teoria de Todorov é o de Irène Bessièrre. Para a autora,

foge a Todorov o fato de que o sobrenatural introduz na narração fantástica uma segunda ordem possível, mas igualmente inadequada em relação à natural. O fantástico não deriva da hesitação entre estas duas ordens, mas de suas contradições e da sua recusa mútua e implícita. (BESSIÈRE apud CESARANI, 2006, p. 65)

Partindo disso, o fantástico não seria então apenas um momento de ruptura, mas sim a introdução de toda uma nova realidade possível. Nesse sentido, o que caracterizaria o gênero não seria apenas a oscilação entre escolher uma ou outra realidade, por parte de personagens e leitor, mas o estabelecimento de uma coexistência dessas duas realidades conflituosas que se mantém ao longo da história.

Pierre-Georges Castex, pioneiro sobre os estudos da literatura fantástica na França, afirma que o fantástico se distingue de ficções convencionais como narrações mitológicas ou contos de fada, pois não necessita transportar nossa mente para outros mundos, como ocorre na literatura maravilhosa; trata-se aqui do quadro da vida real que é invadido pelo mistério (CASTEX apud CESARANI, 2006, p. 46). Roger Caillois tem uma definição similar que identifica o fantástico como “uma ruptura da ordem reconhecida, irrupção do inadmissível dentro da inalterável legalidade cotidiana, e não substituição total de um universo real por um exclusivamente fantasioso” (CAILLOIS apud CESARANI, 2006, p. 47).

Em todas as definições, mesmo na de Todorov, apesar das controvérsias apontadas, é possível observar que a marca do fantástico é a quebra dos parâmetros da realidade através de um evento que introduz aquilo que foge ao natural e provoca desequilíbrios no universo onde se passam os acontecimentos, universo este que é exatamente como o nosso.

Quando adentramos o campo do maravilhoso ocorre, diferente da literatura fantástica, a substituição total da realidade tal qual conhecemos por um universo completamente novo criado no âmbito da fantasia. Alcmemo Bastos define o maravilhoso como

a representação de uma realidade inteiramente diferente (?) daquela em que nos movimentamos, a da sobrenaturalidade por excelência, um “mundo arbitrário e impossível”, ou ainda, um mundo no qual os “objetos, seres ou eventos” “possuem probabilidade interna, tem causalidade no âmbito da própria diegese e não apelam, portanto, à atividade de deciframento do leitor”. (BASTOS, 2007, p. 25)

Como o mundo criado já se apresenta de forma completamente distinta à realidade habitual do leitor, é possível compreender que se está diante de um outro universo que possui regras próprias e onde o aparecimento de seres e acontecimentos que, se inseridos no nosso contexto de realidade nos fariam questioná-la, são, nesse novo mundo criado, perfeitamente possíveis e não causam perturbações no cotidiano dos personagens que nele estão inseridos. Há, então, a substituição total do mundo natural, tal como conhecemos, por um novo universo completamente inverossímil.

Para exemplificar esse gênero literário podemos utilizar outra famosa produção literária estrangeira que adquiriu grande visibilidade por meio de adaptação para o cinema, *O Senhor dos Anéis*, de J.R.R. Tolkien. Na primeira página do primeiro livro da série, já é possível observar a introdução de um universo com regras próprias, diferente do nosso, onde habitam seres que estão fora de nossa realidade, como fica claro no trecho abaixo:

Quando o Sr. Bilbo Bolseiro de Bolsão anunciou que em breve celebraria seu onzentésimo primeiro aniversário com uma festa de especial grandeza, houve muito comentário e agitação na Vila dos Hobbits. Bilbo era muito rico e muito peculiar, e tinha sido a atração do Condado por sessenta anos, desde seu notável desaparecimento e inesperado retorno. As riquezas trazidas de suas viagens tinham agora se transformado numa lenda local, e popularmente se acreditava que a Colina em Bolsão estava cheia de túneis recheados com tesouros. E se isso não fosse o suficiente para se ter fama, havia também seu vigor prolongado que maravilhava as pessoas. (TOLKIEN, 2000, p. 21)

É possível observar que a realidade retratada na história difere da nossa, logo de início, afinal trata-se da representação do cotidiano de *hobbits*, que são seres inexistentes em nosso mundo. O cenário apresentado é a Vila dos Hobbits, um local completamente fictício, e ao invés de comemorar cento e onze anos, como aconteceria em nossa realidade, em sua contagem comemora-se o onzentésimo primeiro aniversário de Bilbo Bolseiro. Portanto, já no princípio da obra somos ambientados em um novo cenário que nos é completamente desconhecido e foge à realidade do leitor.

O que diferencia a literatura maravilhosa da fantástica é que no maravilhoso aquilo que para nós seria sobrenatural não entra em conflito com o contexto em que sucedem os feitos, logo não se produz o efeito que ocorre no fantástico. Na literatura maravilhosa, o sobrenatural é mostrado como natural, num espaço muito diferente do lugar onde vive o leitor, por isso aceitamos sem questionamentos tudo que ali acontece (ROAS, 2001, p. 10). Aquilo que seria considerado irreal torna-se natural, criando-se um mundo distinto onde o que consideramos insólito é, nesse contexto, parte da realidade cotidiana do mundo maravilhoso.

Ao longo deste trabalho chamaremos de literatura de fantasia obras pertencentes aos gêneros fantástico e maravilhoso, produzidas no âmbito da literatura de ampla circulação de mercado por autores brasileiros. Ambos os gêneros adquiriram popularidade, nos últimos anos, devido às influências da produção estrangeira de obras de fantasias como as que citamos anteriormente, e é a este segmento de produção do mercado editorial nacional que direcionaremos nosso olhar.

### 3. CULTURA DE MASSA E LITERATURA DE ENTRETENIMENTO

É comum ao campo dos estudos da literatura que se faça distinção entre dois modelos literários. José Paulo Paes os denomina, “literatura de proposta” e “literatura de entretenimento”, com base nos conceitos estabelecidos por Umberto Eco. Outros termos também utilizados como sinônimos para estes dois modelos literários, respectivamente, são: “literatura de massa”, ou “literatura de mercado”, e “alta literatura” ou “literatura erudita”.

Primeiramente, é necessário compreender as distinções, estabelecidas pelos autores, entre dois modelos culturais que abrangem uma amplitude maior que a do campo literário em si: cultura de entretenimento e cultura de proposta (ECO, 1976, p. 60). É a partir dessa distinção dos dois modelos de cultura que surgem as segmentações de literatura de entretenimento e literatura de proposta, pois essas estão inseridas nesses “modelos culturais”, respectivamente.

Umberto Eco foi responsável pela utilização dos termos “cultura de proposta” e “cultura de entretenimento”, visando minimizar o juízo de valor que carregavam os termos utilizados anteriormente. Apesar de considerar conceitos como o de “cultura de massa” genéricos e ambíguos, além de impróprios, por gerarem “polêmicas improdutivas”, o autor compreende que há necessidade de recorrer a eles para facilitar o entendimento do leitor (ECO, 1976, p. 8). Para Eco (1976, p. 9), o surgimento de uma “cultura de massa” representa um alargamento da área cultural que se torna possível através do acesso das classes menos favorecidas aos bens culturais, possibilitado pelos processos industriais; logo a comunicação de massa passa a ser parte integrante do nosso universo. Eco busca esclarecer que ambos são modelos distintos de produção, porém igualmente relevantes. Para o autor, “a diferença de nível entre os vários produtos não constitui *a priori* uma diferença de valor, mas uma diferença da relação frutiva, na qual cada um de nós alternadamente se coloca” (ECO, 1976, p. 58). Umberto Eco estabelece, portanto, que não há diferença de valor cultural ou intelectual de ambos os modelos de produção, sendo possível que um mesmo consumidor usufrua alternadamente dos dois tipos de produto.

Com base na nomenclatura e nas discussões sobre os modelos culturais, propostas por Eco, José Paulo Paes (1990, p. 25) formula as distinções entre literatura de entretenimento e literatura de proposta. O primeiro modelo é aquele que pretende dialogar com o que é conhecido pelo maior número possível de consumidores, e para atingir esse alcance atribui menor importância de originalidade de representação, se abstendo de usar recursos de expressão que, por serem inéditos ou muito pessoais, provoquem estranhamento ao consumidor e frustrem as expectativas do gosto médio, ou seja, daquilo que já é reconhecido e tem aprovação do grande público, que é a quem se destina esse tipo de produção literária. A literatura de proposta, por sua vez, seria aquela que se produz com o objetivo de representar uma visão de mundo “singular e inconfundível” (PAES, 1990, p. 25), problematiza valores e desafia o consumidor a um esforço maior de interpretação; podendo até haver também o propósito do entretenimento, não sendo este um fator essencial (PAES, 1990, p. 28). Sua prioridade é impactar o leitor com elementos que não lhe sejam habituais.

Nos aproximamos da abordagem de Eco no sentido de ver a tal “cultura de massa” e a “literatura de entretenimento” como parte integrante da vida cotidiana do público, de maneira geral. E, uma vez que optamos por utilizar o termo “fantasia literária brasileira de entretenimento”, a fim de delimitar que, dentro das distinções propostas nos campos de estudo da literatura, estamos nos voltando a um tipo de produção específico, destacamos aqui aquele que consideramos ser o fator principal de diferenciação de ambos os modelos, no que afeta nossa análise: a relação que os modelos literários estabelecem com o mercado editorial.

Enquanto as obras da literatura de entretenimento dependem de sujeitar-se às demandas mercadológicas para atingir seu propósito de publicação e conexão com o maior número possível de leitores, a literatura de proposta, por sua vez, se legitima por meio da crítica especializada e acadêmica. A legitimidade das obras de entretenimento é atribuída pelo consumo em massa e pela expressão do contentamento do público através do quantitativo de vendas (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 127). Por isso, as obras desse segmento apresentam a preocupação de criar um texto que consiga estabelecer vínculos com seu leitor, utilizando ganchos que prendam sua atenção por um período prolongado de tempo até a chegada do

clímax da história (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 125); não por acaso as sagas fantásticas costumam ter tanta receptividade de público.

O que atrai aqui nossa atenção para a produção literária de entretenimento é, justamente, a relação que a mesma estabelece com o leitor, do qual depende seu êxito. Reside aí a diferença de prioridades quanto aos objetivos de produção dos dois modelos, apesar de muitas vezes essa distinção provocar comparações que induzem ao questionamento da validade de uma literatura de entretenimento enquanto produto cultural. As discussões sobre a validade, ou não, da existência de uma literatura de entretenimento costumam girar em torno de comparações desta com a literatura de proposta, questionando assim o valor cultural existente na literatura de massa. Aranha e Batista afirmam que

a leitura de uma obra da literatura de massa é, muitas vezes, vista como “inferior” por parte de teóricos mais tradicionalistas, especialmente na crítica literária. Posicionamento este muitas vezes adotado em relação a outras expressões literárias de cunho popular, sobre os quais pesa a acusação frequente de “nada exigir” do leitor, além do mero entretenimento e desfrute, em contraposição à chamada alta literatura ou literatura culta. (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 125)

Theodor Adorno (1975, p. 287), que cunhou, juntamente com Horkheimer, o termo “indústria cultural” para tratar da produção massiva de produtos culturais, é um exemplo de teórico que aponta uma carência de preocupação com a qualidade de conteúdo do produto criado para suprir essa indústria, tendo este uma atenção voltada exclusivamente ao atendimento das demandas de mercado. Para Adorno,

o que na indústria cultural se apresenta como um progresso, o insistentemente novo que ela oferece, permanece, em todos os seus ramos, a mudança de indumentária de um sempre semelhante; em toda parte a mudança encobre um esqueleto no qual houve tão poucas mudanças como na própria motivação do lucro desde que ela ganhou ascendência sobre a cultura. (ADORNO, 1975, p. 289)

Apesar da possibilidade de produção massiva e constante, para Adorno, o produto da cultura de entretenimento não apresentaria inovação alguma, sendo apenas variações de um mesmo conteúdo, explorado de múltiplas formas a fim de gerar retorno financeiro. Portanto, na perspectiva adorniana, tais produções não teriam

propósito ou valor, já que oferecem sempre o que o consumidor anseia sem propor nenhuma dialética ou objeção, além de impor esquemas de comportamentos sem quase permitir evasões, trazendo sensações falsas de que o mundo está em ordem e frustrando seus consumidores na felicidade propiciada pelo produto cultural. Para Adorno (1975, p. 295), esses fatores ainda impediriam que os indivíduos fossem capazes de desenvolver autonomia, tomar decisões ou fazer julgamentos de forma consciente.

Aranha e Batista (2009, p. 125), discordam do posicionamento adorniano, adotando uma perspectiva semelhante à de Umberto Eco, que estabelece literatura de entretenimento e de proposta apenas como categorias distintas. O produto da literatura de massa é visto por esses autores como um novo modelo literário que surge visando a democratização de uma cultura literária que, até então, se restringia apenas a determinados segmentos da sociedade da época. O objetivo é atender a uma nova demanda sem intuito de se igualar à literatura de proposta. Eco (1976, p. 15) ressalta ainda que a utilização do termo “cultura de massa” configura uma definição de ordem antropológica válida para indicar um contexto histórico que, por sua vez, é bem descrito pelos autores Gláucio Aranha e Fernanda Batista:

a chamada literatura de massa surgiu em uma época de grandes transformações econômicas e sociais, voltada para um público que até então não possuía acesso fácil a nenhum tipo de cultura letrada. Esta grande massa foi a principal responsável pelo seu sucesso, através do consumo de obras mais acessíveis que levavam entretenimento a uma camada até então excluída. (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 129)

A camada a qual os autores se referem no trecho acima seria a classe trabalhadora. O intuito de tornar as obras da literatura mais acessíveis através de uma produção voltada para o grande público pode ser observado, por exemplo, na linguagem utilizada, que se aproxima do cotidiano do leitor por ter maior preocupação com a abrangência de penetração, enquanto a literatura de proposta não tem tal preocupação por buscar oferecer uma experiência única de leitura (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 125).

Acreditamos que não há uma fronteira que limite os alcances de ambos os tipos de produção e, como Eco bem ressalta, “o sistema de condicionamento denominado indústria cultural não apresenta a cômoda possibilidade de dois níveis

independentes, sendo um da comunicação de massa e outro da elaboração aristocrática que a precede sem ser por ela condicionada” (ECO,1976, p. 15). Na perspectiva de Eco, as duas seriam, portanto, partes complementares de um mesmo sistema, não concorrentes. A literatura de massa não surge com uma proposta de substituição da literatura de proposta, mas como um produto destinado a atender as demandas de um outro segmento de público. Teixeira Coelho também defende ser um erro a comparação da cultura fornecida por meios de comunicação de massa com a cultura produzida pela literatura (nesse caso, literatura de proposta) ou pelo grande teatro, acreditando que esta deveria ser comparada apenas com produtos provenientes de outros meios de comunicação de massa (COELHO, 1980, p. 8).

Reforçando a ausência de fronteiras que impedem ambos os tipos de produção literária de se relacionarem, embora sejam produtos culturais distintos, existe a possibilidade de haver muitas vezes uma convergência entre a legitimação conferida pelos especialistas e aquela atribuída pelo público massivo. O produto elaborado para ampla circulação de mercado pode vir a ser aclamado pela crítica e é possível que o produto destinado a ser material da cultura de proposta caia nas graças do grande público. Antes de ser reconhecido como produto da literatura de proposta, *Memórias póstumas de Brás Cubas*, obra do autor Machado de Assis, foi inicialmente publicado em forma de romance-folhetim, formato típico da literatura de massa que exploraremos de forma mais detalhada no próximo capítulo. *Dom Quixote*, consagrada obra do autor espanhol Miguel de Cervantes, elaborada no intuito satirizar as populares novelas medievais da época utilizando-se do próprio formato, por sua vez, tornou-se um sucesso de público, sendo traduzido para diversos idiomas e adaptado para outras diversas linguagens artísticas como teatro, balé, filmes e etc.

Nosso intuito, ao diferenciar ambos os modelos de produção, é exclusivamente delimitar nosso escopo de pesquisa, direcionando o foco para a inserção dos produtos da fantasia literária brasileira, elaborados com a finalidade do amplo consumo, em nosso mercado editorial. Não vemos distinções de valor cultural entre literatura de entretenimento e literatura de proposta, pois, tal como Eco e Coelho, identificamos ambos como produtos culturais distintos, onde cabe apenas a definição de cada modelo literário dentro de seus propósitos.

O interesse em, aqui, observar as dinâmicas de produção deste modelo que se convencionou chamar literatura de entretenimento, se dá, justamente, por vermos sua relevância enquanto parte integrante do cotidiano de seu numeroso escopo de consumidores, criando com estes conexões e exercendo, em ampla escala, o potencial que o livro possui de tornar-se meio de sociabilização, capaz de moldar identidades individuais e grupais (BELLEI, 2002, p. 13). Portanto, nos atrai voltar nosso olhar a este segmento de produção e à relação dessas obras e de seus autores com o público, evidenciando a relevância desse produto de comunicação de massa que, ao nosso ver, está longe de ser mera simplificação dos produtos de proposta.

#### 4. DO ROMANCE-FOLHETIM À FANTASIA DE ENTRETENIMENTO

Acreditamos ser necessário destinar um capítulo ao romance-folhetim devido à sua relação com as obras da literatura de entretenimento produzidas até os dias de hoje. Diversos autores mencionam o folhetim como um ponto de partida da literatura de entretenimento por conta das heranças que o modelo literário teria deixado para as obras que viriam posteriormente (ARANHA E BATISTA, 2009, p. 127). O romance-folhetim era publicado em capítulos semanais, sempre sendo finalizado com algum suspense para manter a curiosidade do leitor quanto à próxima edição (PAES, 1990, p. 31). Eliane Paz (2004, p. 7) destaca o romance-folhetim como um dos primeiros produtos da cultura de massa, do qual descenderia a literatura de entretenimento.

Segundo José Paulo Paes (1990, p. 31), já entre os séculos XVIII e XIX, nos países onde o desenvolvimento do capitalismo industrial possibilitou o aperfeiçoamento dos processos tipográficos, como Inglaterra, França e EUA, houve um alargamento do mercado de consumo de publicações e esse movimento foi responsável pela consolidação de uma classe média a cujas necessidades culturais a literatura moderna de entretenimento vinha atender. Para isso, fez-se necessário recorrer a um veículo que, de acordo com o autor, pode ser entendido como o primeiro veículo de comunicação de massa, graças à sua capacidade de atingir um público numeroso: o jornal. Seu surgimento marca um período de transformações econômicas e sociais, como a alfabetização em massa, demandada pela revolução industrial que exigia trabalhadores mais qualificados, gerando assim um grande número de leitores da empresa jornalística. O livro, que até então era produzido somente para atender às classes mais favorecidas financeiramente, torna-se um bem cultural de largo consumo (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 122).

Inicialmente em suas origens francesas, “le feuilleton” designava apenas um espaço no rodapé do jornal designado a diversas modalidades de entretenimento escrito como piadas, charadas, receitas de cozinha e beleza, últimas peças, livros recém saídos e etc., como explica Marlyse Meyer (2002, p. 137). Posteriormente os conteúdos passam a se padronizar e surge o que Meyer chama de “ficção em fatias

no jornal diário” (MEYER, 2002, p. 138). Ainda segundo a autora, a partir da década de 1840, “praticamente toda a ficção em prosa passa a ser publicada em folhetim, para depois, conforme o sucesso obtido, sair em volume” (MEYER, 2002, p. 140), e o termo folhetim passa a designar o novo modelo de publicação de romances. A popularidade do modelo literário se torna tamanha que, para a autora,

o folhetim haveria de se metamorfosear noutros gêneros, em função de novos veículos, com espantoso alargamento de público. Entre eles, o gênero que parece tipicamente latino-americano, a grande narrativa de nossos dias, a telenovela. (MEYER, 2002, p. 151)

Uma vez que os romances-folhetim passam a ser publicados em jornais, alcançando popularidade, o modelo literário passa a se fazer presente no cotidiano das pessoas, apresentando características da literatura de entretenimento que buscam tornar a leitura atrativa para o leitor de massa. Além dos ganchos de suspense deixados ao final de cada edição para prender a atenção do leitor, despertando sua curiosidade para edições futuras, o folhetim apresentava uma simplificação da linguagem, tornando-a mais acessível ao público geral (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 121), como vimos ser característica marcante do modelo de literatura de entretenimento. O formato apresentava também outras características próprias que são bem descritas no trecho abaixo por Gláucio Aranha e Fernanda Batista:

o surgimento do romance-folhetim marcou o início de um novo modelo de expressão literária caracterizado pela simplificação formal e acessibilidade da linguagem, dentre outros aspectos. Nestas histórias, verifica-se a predominância de personagens comuns e da estrutura narrativa do herói clássico. Tal modelo se consolidou no mercado, impulsionado, principalmente, pelas transformações econômicas e sociais da revolução industrial. (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 121)

Essas características consolidaram o romance-folhetim como um dos primeiros produtos da literatura de massa, tendo inclusive, segundo Paz (2004, p. 7), se tornado a base de sustentação financeira dos jornais, modificando as práticas editoriais de ficção contemporânea. Teixeira Coelho (1980, p. 5) caracteriza o folhetim como “uma arte fácil que se servia de esquemas simplificadores para traçar

um quadro da vida na época” e ressalta, ainda, o fato de sua produção não ser realizada por aqueles que a consumiam. Dentre alguns escritores reconhecidos por suas produções de romances-folhetim, podemos citar Alexandre Dumas, Edgar Allan Poe e Arthur Conan Doyle, tendo seus folhetins posteriormente recolhidos e transformados em livros (PAES, 1990, p. 31). Semelhante ao processo que demonstramos ter acontecido com Machado de Assis, a publicação das obras desses autores se deu primeiramente em romance-folhetim, modelo icônico da literatura de massa. No entanto, o diferencial estético de suas obras levou-as a serem consideradas, por meio da crítica literária, material de literatura de proposta. Esse movimento reafirma a complementaridade de cultura de massa e cultura de proposta dentro do sistema cultural, como defendido por Umberto Eco conforme vimos no capítulo anterior, e demonstra a importância que teve o romance-folhetim ao viabilizar a publicação de diversos autores com diferentes padrões estéticos. O formato permitiu a popularização cada vez maior da literatura no século XIX, em especial da literatura de entretenimento, fosse através das publicação segmentada de contos ou mesmo de livros inteiros, e possibilitou também o surgimento de autores desse modelo de literatura que se tornaram muito populares entre o público (PAES, 1990, p. 31).

No Brasil, inicialmente, autores como Pereira Silva e Justino José da Rocha passam a transplantar para o país a literatura de folhetim, reproduzindo histórias originárias na França; porém, a realidade retratada nos romances parisienses se distanciava muito da realidade do povo brasileiro. Por isso, surge, mais tarde, a preocupação de criar folhetins nacionalizando temáticas e personagens para que, com eles, o público leitor do Brasil pudesse se identificar (PAES, 1990, p. 32).

Entre alguns dos autores mais conhecidos que realizaram produções nacionais de romance-folhetim, podemos citar Machado de Assis, cujas produções figuram no âmbito da literatura de proposta, e outros autores como Euclides da Cunha (RODRIGUES, 2013, p. 11). Esses autores costumavam escrever folhetins sob encomenda para revistas, como é possível observar no relato de Rodrigues:

Machado de Assis escrevia folhetins, como por exemplo, *Casa Velha*, para que fossem publicados na revista carioca *A Estação* e estabeleceu uma relação de mais de vinte anos com a editora Garnier, que foi responsável por ampliar o mercado editorial da época, uma vez que a editora buscava

consolidação de um projeto comercial, com a criação de um catálogo de escritores e o autor tinha interesse de alcançar o público leitor e a crítica. (RODRIGUES, 2013, p. 11)

Nota-se que o folhetim, devido à popularidade que alcançou, se tornava uma vitrine para os autores exporem seus trabalhos. Era possível através desse veículo realizar suas publicações para que suas obras estivessem visíveis para a crítica e, mesmo assim, atingissem um público numeroso, ainda que fossem consideradas por críticos como literatura de proposta por se destacarem esteticamente.

Segundo Aranha e Batista (2009, p. 126), a publicação típica dos volumes em edições do jornal instaurou um modelo de narrativa fracionado cujos rastros podem ser observados hoje nos *best sellers* da literatura de entretenimento. A fragmentação em capítulos curtos, deixando ganchos para que o leitor anseie pelos os próximos capítulos, é um exemplo disso, estando presente em diversos segmentos da literatura de entretenimento, como romances policiais e histórias em quadrinhos. Outra característica apontada como marcante nesse modelo de literatura é o investimento no enredo que, normalmente, segue curso linear de ações dos fatos narrados - tendo início, meio e fim -, o que facilita adaptações das obras de entretenimento para outros suportes, tais como o cinema, utilizando ainda elementos clássicos capazes de proporcionar uma aproximação do leitor, como tensão, clímax, desfecho e catarse (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 127). Há também uma constante presença dos diálogos, que contribuem para maior adesão do leitor, e é possível perceber o desenvolvimento de personagens característicos como a presença de um herói clássico que enfrenta conflitos maniqueístas. O típico final feliz também é outra marca comum aos romances-folhetim e pode ser apontada como recorrente nos *best sellers* (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 127).

A fim de verificar a existência desses elementos nas obras dos autores brasileiros de fantasia no segmento de entretenimento, que são nosso principal objeto de pesquisa, tomamos como exemplo a obra *A Batalha do Apocalipse*, de Eduardo Spohr. O livro retrata as vivências do anjo renegado Ablon, exilado dos céus após se rebelar contra um tirano arcanjo Miguel. Durante o sétimo dia da criação, enquanto Yahweh descansa, os anjos são designados a cuidar do Céu e da Terra, sob comando do Arcanjo Miguel, que está obstinado a destruir a humanidade

devido ao ciúme que sente do amor de Deus pelos terrenos. O protagonista Ablon, condenado a viver entre os humanos e ser caçado pela eternidade junto aos demais anjos que o acompanharam na rebelião contra o arcanjo Miguel, representa a figura do herói clássico, que deve superar provações e enfrenta seus conflitos maniqueístas ao ter que decidir se, com a chegada do fim dos tempos, se unirá a Lúcifer, o anjo caído, para confrontar Miguel, ou esperará o despertar de Yahweh, para que o anjo tirano responda à justiça divina. O enredo segue curso linear, contendo início, meio e fim, e há momentos de tensão ao longo dos capítulos, deixando elementos a serem revelados, fazendo uso de ganchos destinados a prender a atenção e curiosidade do leitor. Há também a presença de um clímax que se apresenta com a própria batalha do apocalipse, enunciada desde o princípio da história. Os diálogos se fazem presente desde o prólogo, permitindo identificação do leitor com personagens. Nota-se também o momento catártico, quando o protagonista obtém os conhecimentos que lhe faltavam para entender o verdadeiro propósito da criação divina, permitindo-lhe transcender seus medos e sofrimentos, levando a história a um desfecho, que culmina, como esperado, em um final feliz.

Ainda para exemplificar a presença dos elementos descritos que conectam o romance-folhetim à literatura de fantasia, analisamos também a obra da autora Renata Ventura, *A Arma Escarlata*. O livro, que teve como inspiração a obra mercadologicamente consagrada da autora J.K. Rowling, *Harry Potter*, conta a história do menino Idá, morador da favela Dona Marta, que se descobre um bruxo ao ser convidado a estudar em uma escola de magia localizada secretamente no interior do Corcovado. O protagonista Idá apresenta-se mais como um anti-herói, por ser um personagem egoísta e de princípios morais controversos, portanto, não cumprindo exatamente o papel de herói clássico, apesar de também se ver constantemente diante de conflitos maniqueístas. A história segue curso linear, apresentando início, meio e fim e os capítulos também se utilizam de ganchos para prender o interesse do leitor. Os momentos de tensão se fazem presente com constância desde o início da história pelas complicações relacionadas ao envolvimento do menino com o tráfico de drogas e ao longo de seu percurso na escola de magia, devido ao seu temperamento impetuoso. Os momentos de catarse se dão através das angústias vivenciadas por Idá ao ser capturado por traficantes,

levando ao clímax da história: o conflito que o menino enfrenta, com a ajuda de seus amigos, contra Caiçara, o chefe do tráfico que o chantageava. Os diálogos são constantes desde o início do livro, e a história apresenta final feliz.

Apesar da impossibilidade de analisar aqui livros de todos os autores que são alvo de nossa pesquisa, acredita-se que as obras, em geral, partilhem dos mesmos traços verificados nos textos de Spohr e Ventura; cada uma com suas próprias particularidades.

## **5. UMA BREVE TRAJETÓRIA DA PRODUÇÃO EDITORIAL NO BRASIL**

Tendo estabelecido o que é a literatura de fantasia de entretenimento, nos interessa agora observar a produção desse segmento literário realizada por autores brasileiros e sua inserção no mercado editorial. Compreendemos aqui por mercado editorial toda cadeia de produção do livro, englobando todas as entidades que atuam em conjunto no processo de produção e consumo do livro, exercendo influências umas sobre as outras, desde o escritor, passando por editoras, agentes literários, instituições de incentivo à produção literária e a leitura, a crítica, os leitores (RODRIGUES, 2013, p. 15).

Antes, porém, de se chegar a esse processo estruturado de funcionamento do mercado editorial tal como existe hoje, onde a literatura de fantasia de entretenimento nacional busca seu espaço, há todo um histórico da inserção do livro enquanto objeto e produto cultural. Conhecer o histórico da produção literária no Brasil pode nos ajudar a compreender melhor o funcionamento dessa estrutura que tem por fim a chegada de um determinado livro a seus consumidores finais e, ainda, os motivos que levam determinados livros ao caminho da publicação formal por meio das grandes editoras.

### **5.1 Breve histórico do mercado editorial**

Segundo Flávia Goulart Rosa (2009, p. 80), a atividade editorial brasileira tem sua origem relacionada ao início da educação formal, o que resultou em sua chegada tardia, pois somente com a vinda da família real para o Brasil, em 1808, é que surgem os cursos superiores e livrarias, que passariam também a atuar como editoras, para atender às demandas deste segmento recém formado. Até esse momento, a coroa portuguesa havia impedido qualquer implantação dos meios de impressão no Brasil colonial devido à necessidade de controle político (HALLEWELL, 2012, p. 75). Não havia também um quantitativo de população leitora que pudesse justificar a inserção dos meios de impressão; a quantidade de habitantes era pequena e bastante espalhada ao longo do território e, mesmo

posteriormente, com o aumento da população vinda de Portugal, não havia o interesse de leitura por parte dos habitantes (HALLEWELL, 2012, p. 73).

Assim como a impressão, a importação de livros por livreiros também era regulada por Portugal. Devido a isso, havia uma parcela de livros contrabandeados que chegavam ao Brasil sem nunca terem sido registrados legalmente, dos quais se obtiveram relatos apenas por meio de visitantes estrangeiros (HALLEWELL, 2012, p. 104). Apesar da abertura posterior dos portos para comércio com outros países, havia ainda a censura quanto ao comércio livreiro, fazendo com que o crescimento do mercado de livros fosse mínimo (HALLEWELL, 2012, p. 109). Até o ano de 1822 a impressão régia deteve o monopólio da impressão no Rio de Janeiro, porém, em paralelo se desenvolvia o comércio ilegal de livros, tendo sido estimulado pela abertura dos portos, o que levou ao crescimento de uma indústria editorial voltada para trabalhos da língua portuguesa em Londres e Paris, para suprir suas demandas (HALLEWELL, 2012, p. 110).

Somente no ano de 1822 a censura aos manuscritos deixa de existir de fato e, junto da abolição, cessa o monopólio da imprensa que o governo detinha na capital (HALLEWELL, 2012, p. 122). É nesse período que surge uma maior atividade das oficinas de impressão, motivada pelo aumento da leitura graças aos interesses da população por política, que acompanharia as lutas pela independência do Brasil, resultando também no crescimento do número de livrarias (HALLEWELL, 2012, p. 124). Pouco mais tarde, a navegação a vapor surgida em 1827 permite o desenvolvimento de um comércio interno de livros que antes funcionava autonomamente em cada capital provincial, cujos vínculos comerciais se estabeleciam diretamente com a Europa, abastecendo maior parte de nosso material de leitura. No entanto, com a facilidade de comércio com o Rio de Janeiro, as produções locais de livros começaram a desaparecer por conta das dificuldades de competição com a capital (HALLEWELL, 2012, p. 132).

É também na década de 1820, sendo a chegada mais tardia nas províncias, que se muda a perspectiva cultural sobre a alfabetização das mulheres: o analfabetismo entre estas deixa de ser encarado como sinal de nobreza e começa a ser entendido como uma condição a ser combatida. Consequentemente o público feminino passa a integrar o grupo leitor, e dá-se início ao surgimento de material

direcionado especificamente para esse segmento de público (HALLEWELL, 2012, p. 175).

Na década seguinte, surge no Brasil um novo modelo literário, importado do modelo francês e que adquire grande popularidade: o romance-folhetim. Como vimos no capítulo anterior, trata-se de uma forma de publicação segmentada em edições de jornal (MEYER, 2002, p. 139), que buscava atender às necessidades do massivo público consumidor dos jornais, por isso o folhetim é considerado um dos primeiros produtos de cultura de massa e precursor da literatura de entretenimento (ARANHA e BATISTA, 2009, p. 121). Suas primeiras aparições surgem no Brasil em 1838 (MEYER, 2002, p. 142), sendo inicialmente compostas quase que exclusivamente de traduções do folhetim francês; mais adiante é que o modelo se torna um importante veículo das obras brasileiras de ficção. O modelo de romances-folhetim perdura por anos e só em 1885 a publicação do gênero começa a decair nos jornais, levando, mais tarde, às republicações das obras em forma de livro (HALLEWELL, 2012, p. 237). A ampla produção de romances em forma de livro no Brasil ganhou força em meados da década de 1860, momento em que o editor Baptiste Louis Garnier iniciou um trabalho intenso de publicação de obras brasileiras de ficção, preferindo editar coleções inteiras de um mesmo autor por identificar como uma preferência do público, apesar de raramente se arriscar a publicar o primeiro livro de um autor (HALLEWELL, 2012, p. 238).

A partir de 1850, passa a surgir uma demanda maior de livro escolares, adaptados às condições locais, que auxiliariam no progresso da educação nacional (HALLEWELL, 2012, p. 242). Até hoje o setor de livros didáticos é bastante explorado devido a essa necessidade de mercado que garante às editoras maior segurança, como veremos de forma mais detalhada na próxima seção deste capítulo.

No início do século XX, a preferência geral era pela publicação de coleções que levassem o consumidor a adquirir outros volumes; as obras isoladas eram quase sempre descartadas por representar um risco. Preferia-se também lançar em série obras de autores já falecidos criando coleções completas (HALLEWELL, 2012, p. 289), logo, para os novos autores o cenário não era muito promissor e restava arcar com as despesas da impressão por conta própria ou através de contribuições

de amigos e conhecidos, prática frequente na Inglaterra do século XVIII que foi introduzida no Brasil no início do século XIX. Outra opção era tentar a publicação em Portugal, porém, em muitos desses casos, o autor, principalmente quando não era conhecido, precisava ceder os direitos autorais ao editor português, restando-lhe apenas a satisfação de ver sua obra publicada (HALLEWELL, 2012, p. 290).

A primeira guerra mundial e suas consequências estimularam a produção local na indústria brasileira. Até 1917 eram poucos os pontos de venda de varejo de livros e praticamente limitados aos bairros mais ricos do Rio de Janeiro e São Paulo. A maior parte dos negócios se baseava em importações de Portugal e França; raramente, no Brasil, a produção editorial se aventurava a ir além da segurança proporcionada pela produção de livros didáticos e obras do campo de direito e legislação. Mesmo quando o fazia, suas vendas tornavam-se apenas atividade secundária das grandes livrarias (HALLEWELL, 2012, p. 347). Qualquer escritor brasileiro que quisesse publicar, com exceção de alguns poucos, deveria buscar os impressores por conta própria e depois responsabilizar-se pela distribuição de seus livros (HALLEWELL, 2012, p. 348).

A partir do ano de 1917, Monteiro Lobato inicia os primeiros passos que influenciariam o renascimento da atividade editorial brasileira, introduzindo práticas que revolucionaram as perspectivas do editor e do autor brasileiro (HALLEWELL, 2012, p. 349). Tendo seus dois primeiros livros lançados com números de vendas surpreendentes, Lobato arrisca-se a imprimir, em decorrência do sucesso de vendas de seu livro *Urupês*, uma tiragem de 8000 exemplares, algo incomum para um livro brasileiro de ficção na época. Até 1923 teriam sido feitas um total de 9 impressões da obra, somando 30 mil exemplares (HALLEWELL, 2012, p. 352). As vendas decorriam principalmente da propaganda boca a boca entre leitores. Os diferenciais que destacavam a obra de Monteiro Lobato consistiam em sua abordagem revolucionária quanto a tema, forma de expressão e busca por fluidez de linguagem, o que tornava a obra mais acessível à população de condições mais modestas (HALLEWELL, 2012, p. 253).

A inovação estilística da obra de Monteiro Lobato foi o fator responsável para sua importância no desenvolvimento da modernização das atividades industrial e livreira do país, criando assim um novo mercado para o livro enquanto produto e

mudando o estilo de escrita de forma que fosse possível atrair mais leitores (HALLEWELL, 2012, p. 356). Talvez por desenvolver o segmento literário de entretenimento, Monteiro Lobato tenha se tornado um dos nomes mais lembrados da literatura brasileira. Como vimos anteriormente, há uma busca por parte da literatura de mercado de atingir um público leitor numeroso e criar vínculos com o leitor, utilizando, para este fim, estilos de linguagens mais acessíveis e signos que dialoguem melhor com o que é reconhecido pela grande massa leitora da literatura de entretenimento. Foi exatamente o que Lobato fez, tendo a atenção de adaptar sua produção literária ao mercado de amplo consumo, visando contemplar camadas mais populares da sociedade e pensando seus livros como um produto que atenderia às demandas do mercado.

Monteiro Lobato, enquanto editor, foi também capaz de identificar que o maior problema que atingia o mercado de livros no país era sua distribuição, criando a partir daí uma rede de distribuidores espalhados por todo o Brasil que englobava não só livrarias como diversos tipos de lojas, a exemplo de farmácias e padarias (HALLEWELL, 2012, p. 358). Passou a publicar obras de autoria de seus amigos e de novos autores, traçando um movimento contrário ao dos editores tradicionais, que davam preferência a autores consagrados (HALLEWELL, 2012, p. 358). O autor e editor atuou também com originalidade no que diz respeito à propaganda, uma vez que, até então, a principal divulgação dos livros era verbal, por meio dos livreiros. Lobato investiu em ampla publicidade em jornais, o que, em 1918 era, segundo Hallewell (2012, p. 364), “uma afronta à dignidade de um livreiro respeitável”, uma vez que o livro estaria sendo exposto em um veículo de comunicação de massa como um outro produto qualquer.

As capas das edições também foram alvos de investimento de Monteiro Lobato. Até 1920, a capa padrão era apenas a reprodução em papel cinza ou amarelo da página de rosto. Percebendo que esse modelo de capa acabava por não despertar o interesse do leitor pelas obras em questão, Lobato optou por, desde o princípio de suas edições, convidar artistas para ilustrar as capas de suas publicações, de modo a tornar sua aparência externa atraente para o leitor. Além das alterações externas, Lobato compreendeu também a necessidade de modificar a aparência interna dos livros, investindo em novas tipografias mais modernas,

diagramação e importação de papel de qualidade (HALLEWELL, 2012, p. 364). Todas essas revoluções propostas por Monteiro Lobato nos aspectos da indústria editorial e as transformações exploradas por ele tornaram-se legado para editoras posteriores (HALLEWELL, 2012, p. 363).

Apesar das contribuições deixadas por Monteiro Lobato no plano da editoração, publicidade e distribuição, durante a década de 1920, a atividade editorial no Brasil só viria a se consolidar após a revolução de 1930, período em que a edição de livros em território nacional teve crescimentos fenomenais. É também quando Lawrence Hallewell (2012, p. 465) afirma ter sido o momento de surgimento de uma indústria editorial brasileira viável. José Paulo Paes concorda com essa afirmação, ao dizer que é “só a partir dos anos 30 se pode falar de uma indústria editorial realmente brasileira” (PAES, 1990, p. 36), pois, até então, a maioria de nossos livros eram impressos na França e em Portugal. No entanto, mesmo com o crescimento da produção editorial nacional, o mercado editorial brasileiro segue na sua tendência histórica de privilegiar o estrangeiro e já consagrado. É também entre as décadas de 30 e 40, que começam a surgir as grandes coleções de literatura de entretenimento, compostas por obras traduzidas principalmente do inglês e francês, de gêneros como romances de aventura e ficções científicas já demarcando a inserção do *best seller* estrangeiro desses gêneros no nosso mercado livreiro, facilitadas pela ausência de obras nacionais que ocupassem essa categoria (PAES, 1990, p. 31). Uma justificativa que Paes (1990, p. 36) encontra para tal ausência da produção de uma literatura brasileira de entretenimento que ocupasse espaço significativo no mercado é o baixo índice de público consumidor, uma vez que não houve um desenvolvimento de uma massa leitora considerável, como ocorreu em outros países onde o livro se instalou bem mais cedo. Isso também implicou que o escritor de entretenimento no Brasil adquirisse estatuto profissional tardiamente, não havendo, durante muito tempo, viabilidade de subsistência advinda da produção de literatura de entretenimento.

A explicação de Paes justifica, junto a outros motivos, a preferência por *best sellers* internacionais no campo da literatura de entretenimento. Uma vez que a dedicação profissional à produção de literatura de entretenimento não era uma atividade rentável e nem conferia os prestígios acadêmicos que sustentam a

produção de literatura de proposta, é compreensível que, durante muito tempo, tenha havido escassez de produtores da obra de entretenimento. Além disso, o alto investimento que o *best seller* carregava consigo em termos de publicidade atingia um alcance de público bem maior que o da produção nacional. O único segmento da literatura de entretenimento que não sofreu intensamente com a implantação do *best seller* foi a literatura infantojuvenil, o que Paes (1990, p. 35) atribui à contribuição decisiva de Monteiro Lobato, que na década anterior se dedicou intensamente a este tipo de literatura, buscando tornar, como vimos anteriormente, o livro atrativo enquanto objeto e aprimorando o trabalho de publicidade e de distribuição do mesmo.

Com a implantação da televisão, a partir de 1950, a população, que até então teve pouquíssima convivência com nossa literatura, passa a receber o impacto da comunicação de massa dos meios audiovisuais (LOPES, 1978, p. 63). Moacir C. de Lopes (1978, p. 55) afirma que a massa consumidora de cultura no Brasil passou diretamente da comunicação oral para o audiovisual, sem passar pela fase intermediária da comunicação escrita, como ocorreu em outros países, excetuando-se apenas as elites intelectuais, que eram minoria. A televisão surge, então, como uma nova fonte de entretenimento, de fruição mais imediata que a leitura, o que atribuiu a ela um maior potencial atrativo para o público consumidor, possivelmente removendo um pouco do peso da literatura de massa como fonte de entretenimento. Cabe lembrar que antes já havia o rádio, cumprindo também a mesma função de possibilitar ao público de massa uma experiência de entretenimento que não dependesse da leitura e fosse mais imediata.

Em meados dos anos 60 começa a haver um incentivo ainda maior do Estado no sentido de facilitar a aquisição de aparelhos de televisão pelo país (REIMÃO, 1996, p. 26). A TV se implanta com facilidade no Brasil como uma nova mídia de grande popularidade e dedicada, prioritariamente, ao entretenimento, antes que a indústria do livro conseguisse se consolidar e implantar no público o interesse pela leitura (REIMÃO, 1996, p. 10). Diferentemente da mídia televisiva, que teve seu crescimento enquanto indústria cultural muito veloz, possibilitando a criação e propagação de um entretenimento nacional, como no caso das telenovelas, o desenvolvimento da indústria do livro foi muito mais modesto e não propiciou grande

estímulo à uma produção nacional de literatura de entretenimento, tendo sido mais cômodo importar *best sellers* estrangeiros e traduzi-los, pois sua passagem em seus países de origem e outros já faz com que cheguem ao nosso mercado com a devida popularidade e prestígio publicitário, como afirma Paes (1990, p. 36). Com a televisão se estabelecendo como principal meio de comunicação no Brasil, um segmento específico de autores que tinham forte presença no meio adquiriu visibilidade facilitando suas entradas nas listas de *best sellers* (REIMÃO, 1996, p. 26).

Além da presença dos autores que possuíam visibilidade na mídia televisiva entre os *best sellers* da época, a análise de Sandra Reimão (1996, p. 19) sobre hábitos de leitura dominantes a partir da década de 60 mostra que esse espaço era dividido com obras que tinham como destaque as seguintes características: predomínio dos textos não-ficcionais sobre os ficcionais (excluindo os infantis e os didáticos); predomínio do autor estrangeiro sobre o nacional e manutenção de alguns blocos temáticos como os preferidos de vendagem, sendo estes: sexo e comportamento, política e economia. Ainda segundo Reimão (1996, p. 16), de acordo com balanço de listas realizadas pela revista *Veja* sobre livros mais vendidos, no ano de 1968 demonstra-se já forte presença da literatura de mercado e da indústria do *best seller*, mesmo que nessa época a produção editorial não estivesse ainda tão solidificada e não produzisse tanto rendimento quanto viria a produzir a partir dos anos 70.

Já no final dos anos 70 teremos o que a autora identifica como uma coabitação de diversos tipos muito distintos de literatura, destacando a presença de

textos atrelados ao star system televisivo, romances políticos, literatura nacional formalmente inventiva e de difícil fruição, literatura de massa e de gosto médio de autores nacionais consagrados, tudo isso ao lado de narrativas de massa de autores norte-americanos ao boom do “realismo fantástico” latino-americano. (REIMÃO, 1996, p. 29)

Para Reimão, essa multiplicidade de produções literárias se deu devido ao crescimento e solidificação do mercado, criando, conseqüentemente, uma maior segmentação (REIMÃO, 1996, p. 29). É a partir dos anos 70 que se iniciam também

as coletas de dados sobre o mercado editorial, com exceção do IBGE, que já produzia estatísticas gerais, mas não havia informações sobre títulos específicos (REIMÃO, 1996, p. 15).

Durante boa parte da década de 1980, “os escritores brasileiros foram responsáveis por no mínimo metade dos títulos que figuraram nas listas dos dez livros mais vendidos por ano, no segmento não-ficção” (REIMÃO, 1996, p. 41), enquanto no segmento de ficção a presença de autores nacionais era pequena. Para Reimão (1996, p. 36), um fator que justifica esses dados é que os leitores brasileiros da literatura de massa buscam informação nas produções originárias da língua portuguesa, mas quando vão em busca de entretenimento, procuram obras originadas em países estrangeiros. Essa seria também uma explicação para o baixo índice de autores ficcionais brasileiros quando se analisam as preferências do leitor, em comparação com o segmento da não-ficção. Reimão levanta, ainda, em análise dos livros mais vendidos nos anos 80, a hipótese de que, entre os fatores que fazem um livro sucesso de vendagem se encontram, além de elementos internos ao texto (assunto, enredo, técnicas e estilos narrativos, etc.), aspectos externos à produção literária como “a popularidade do escritor, que pode advir da divulgação de algum evento pessoal ou de seus trabalhos por outros meios como jornais, revistas, televisão, campanhas de marketing etc” (REIMÃO, 1996, p. 43). Essa é de fato uma possibilidade a qual devemos nos ater ao observarmos a inserção dos autores do segmento de fantasia de entretenimento no mercado editorial.

No início da década de 1990, a Câmara Brasileira do Livro estabelece convênio com Fundação João Pinheiro para o levantamento de dados sobre o mercado editorial brasileiro. Observou-se um crescimento considerável de autores nacionais entre os mais vendidos segundo lista realizada pelo Datafolha, tanto de ficção quanto de não-ficção; contudo, a presença de autores nacionais permaneceu sendo mais forte entre as obras de não-ficção (REIMÃO, 1996, p. 44). Dentre as obras de ficção mais vendidas, Reimão (1996, p. 44) afirma que “manteve-se a tendência a uma literatura média, sem gênero claramente definido”, ou seja, literatura adequada ao gosto médio do leitor de massa, sendo possível classificar por gêneros apenas quatro, em uma lista de quarenta. Desses quatro, três eram romances de aventura/espionagem de autores estrangeiros e um romance policial.

A chegada ao século XXI traz o que Rodrigues chama de “*superseller*”. Uma produção literária que consegue atingir público a níveis mundiais através de uma “comunicação global e estratégias mundiais de marketing” (RODRIGUES, 2013, p. 25).

Rodrigues define o *superseller* como:

um livro que em pouquíssimo tempo vende milhões de cópias, em diversos idiomas e em todas as partes do mundo. A série *Harry Potter*, de J. K. Rowling foi a grande sinalizadora de um novo tipo de publicação, na qual se busca aproximar os livros das características dos produtos de massa do cinema e da indústria fonográfica, que dominam o mercado consumidor global, obras que tem por idioma original a língua inglesa, publicados em enormes quantidades e voltadas, principalmente, para um público infanto-juvenil, público esse considerado tão importante nos dias atuais, que as principais livrarias dedicam grandes espaços para a ala exclusiva a essas publicações (RODRIGUES, 2013, p. 25)

Esse fenômeno do *superseller*, citado por Rodrigues, e exemplificado pela série *Harry Potter*, um representante da fantasia de entretenimento internacional que alcançou sucesso no Brasil, em parte, devido à exibição da adaptação feita para o cinema, serve de ponto de partida para nossa análise de como a transposição de mídias e a utilização da internet como ferramenta global de comunicação podem ter sido fatores expressivos para a popularização de autores de fantasia, como a própria J. K. Rowling, e como esse movimento teria afetado o mercado editorial brasileiro propiciando inserção dos autores nacionais da literatura de fantasias de entretenimento.

## 5.2 Mercado editorial na atualidade

Visando obter dados mais recentes que nos esclareçam acerca do movimento do mercado editorial atualmente, buscamos resultados de algumas pesquisas realizadas nos últimos três anos, que já passam a incluir também dados sobre a utilização da internet com relação aos hábitos de leitura. A pesquisa “Produção e vendas do setor editorial brasileiro”, realizada em parceria pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), Sindicato Nacional de editores do livro (SNEL) e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), tendo como ano base o de 2016, separa os exemplares produzidos em 4 subsetores, sendo eles: didáticos, obras gerais, religiosos e científicos, técnicos e profissionais. Apesar de os resultados mostrarem

os livros didáticos como os que permanecem em maior número de exemplares produzidos, como já vimos que é uma tradição do mercado editorial brasileiro, o setor Obras Gerais, que inclui as produções de ficção e não ficção (com exceção daquelas que figuram nas categorias: didáticos, religiosos, científicos, técnicos e profissionais), é a segunda subcategoria em número de exemplares, incluindo novos títulos e republicações. A análise de faturamento de exemplares vendidos para o mercado (excluindo os vendidos para o governo) mostra que o segmento de Obras Gerais, onde estão inclusas as obras que analisamos neste trabalho, é o que possui maior número de vendas de exemplares, sendo 97.096.535, de um total de 226.621.534. Quando se incluem as vendas feitas ao governo, o setor de livros didáticos é o mais bem sucedido. Nosso levantamento de editoras, realizado no primeiro semestre de 2017, a ser verificada na tabela no item Apêndice I, demonstra que apenas o setor de livros didáticos preenche quase 11% do total de editoras, e mesmo algumas que atuam em outros setores também se mantêm na produção de didáticos, talvez pela segurança proporcionada. Apesar de o setor de obras gerais possuir o maior quantitativo nas vendas gerais (excluindo as vendas feitas ao governo), a pesquisa “Desempenho do mercado livreiro: uma análise de 10 anos da pesquisa, produção e venda do setor editorial brasileiro”, desenvolvida no período de 2006 a 2015 pela FIPE junto a CBL e SNEL, aponta o subsetor de Obras Gerais como aquele de pior desempenho nos últimos 10 anos em termos de crescimento.

Quanto aos gêneros que os pesquisados costumam ler, de acordo com a 4ª edição da pesquisa Retratos da Literatura no Brasil, publicada em 2016 pelo Instituto Pró-Livro junto ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), as opções apontadas que poderiam englobar os livros de fantasia são apenas 5, de um total de 23: contos; romance; infantis; história em quadrinhos, gibis ou RPG e juvenis. Segundo a pesquisa, um setor que se tornou expressivo para o mercado editorial foi o de livros religiosos, que seguem sendo os tipos mais lidos pelos brasileiros (principalmente a Bíblia).

Dentro da mesma pesquisa, encontra-se uma amostra dos últimos livros lidos pelos pesquisados. A única obra de fantasia que aparece é o livro *A maldição do Titã*, da saga *Percy Jackson*, também conhecida devido à sua adaptação para o cinema. Entre os autores de últimos livros lidos pelos entrevistados nenhum escritor

de fantasia é mencionado. Já entre os livros mais marcantes citados pelos entrevistados aparecem os seguintes representantes da literatura de fantasia: *O pequeno Príncipe*, *Crepúsculo*, *Harry Potter*, *O Sítio do Pica-Pau Amarelo*, sendo apenas o último um representante da fantasia nacional.

Observa-se que a leitura das obras de fantasia em geral encontram relevância entre o público consumidor da literatura de entretenimento, apesar de o único exemplar brasileiro do gênero que consta entre os citados ser uma obra antiga de Monteiro Lobato voltada para o público infantojuvenil. Tendo mencionado o papel que o autor desenvolveu e a unanimidade do segmento infantojuvenil em permanecer intacto às influências do *best seller*, compreende-se porque a obra está entre os livros mais marcantes na opinião dos leitores, tendo possivelmente sido introduzida a estes desde a infância.

Em meio aos escritores citados como aqueles de que os leitores mais gostam encontram-se os brasileiros: Monteiro Lobato, Machado de Assis, Paulo Coelho e Maurício de Souza, que também aparecem entre os escritores mais conhecidos. Dois desses desenvolveram obras no segmento infantojuvenil cujas particularidades já foram mencionadas e, curiosamente, um dos autores mais queridos do público, Machado de Assis, é um autor de literatura de proposta.

Observando a longa trajetória que o livro percorreu para se instalar enquanto produto cultural no mercado editorial brasileiro, é compreensível que haja uma tendência a estarmos à mercê das referências de mercado de outros países e que essas obras cheguem em peso no Brasil conquistando o público, já que esse é o movimento que tem ocorrido desde o período colonial. Vemos alguns fatores sendo tendência constante ao longo do histórico da indústria do livro, como a preferência pela publicação de obras didáticas (desde o surgimento do mercado editorial, que tem sua criação atrelada às necessidades da educação formal); a predileção por *best sellers* estrangeiros, que já chegam ao Brasil carregados de forte publicidade; e uma abertura maior para autores previamente consagrados ou que já possuam notoriedade midiática por outros feitos. A prevalência de todos esses itens ao longo do histórico nos mostram um conservadorismo por parte das editoras, que optam por não correr riscos, dando preferência a escolhas de publicação que garantam retorno

de vendas. O leitor também mantém sua predileção pelas obras estrangeiras mais populares e de autores já conhecidos.

Vê-se através desses fatores que o ambiente editorial não se mostra muito propício a se abrir facilmente aos novos autores. O esperado é sempre que o autor já venha com nome consolidado, carregando público garantido e sendo certificado que haverá um grande quantitativo de vendas, o que torna o acesso à indústria editorial dificultado para escritores, principalmente de nicho, como é o caso da literatura de fantasia, com poucas editoras voltando-se para o segmento. É possível, no entanto, que novas possibilidades no processo de comunicação facilitem a publicação para novos autores do segmento, uma vez que as redes sociais virtuais disponíveis na internet são capazes de ampliar o alcance de público para que as editoras venham a ver o produto como um investimento lucrativo.

Os universos da fantasia têm atraído número cada vez maior de público, como veremos adiante de forma mais detalhada. É possível observar já a ampliação do quantitativo de obras estrangeiras da literatura de fantasia chegando às livrarias devido à influências de filmes e séries propagados por outros meios de comunicação, como por exemplo a série *Game of Thrones* e o filme *O lar das crianças peculiares*, ambas produções de fantasia inspiradas em livros *best sellers*. Esse processo também auxilia a atrair olhares do público e, conseqüentemente, das editoras para o segmento, abrindo caminho para que a produção nacional de literatura de fantasia de entretenimento ganhe também espaço entre o público.

Atualmente já temos autores da fantasia de entretenimento nacional que conquistaram grande visibilidade com suas obras, atingindo sucesso de público. Algumas dessas obras, inclusive, já começam a ser exportadas para outros países. Como exemplos desse movimento podemos citar os livros: *A Batalha do Apocalipse*, de Eduardo Spohr (publicado em Portugal, Alemanha, Holanda e Turquia) e *Dragões de Éter*, do autor Raphael Draccon (publicado em Portugal e no México), ambos autores brasileiros da literatura de fantasia no âmbito do entretenimento, cujas trajetórias serão descritas mais à frente.

### 5.3 Fantasia nas editoras

Foi realizado levantamento de um total de 393 editoras, visando compreender quantas desenvolviam trabalhos no segmento de fantasia onde os autores pudessem realizar suas publicações. Utilizamos como principal fonte de dados sobre as editoras o site do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), o número se aproxima do total de 374 editoras associadas à Câmara Brasileira do Livro (CBL). O levantamento foi realizado no período de junho a agosto de 2017. Foram adicionadas também outras editoras que não constavam na lista por não serem membros do sindicato, mas considera-se relevantes por aparecerem como editoras recorrentes de autores brasileiros de fantasia de entretenimento ou por atuarem diretamente na publicação desse segmento.

Para obter informações sobre os gêneros literários e assuntos publicados, utilizaram-se como fonte de informação os *sites* oficiais das editoras, ou páginas oficiais das mesmas em redes sociais. As descrições de assuntos e gêneros publicados foram informadas na tabela, apresentada no Apêndice I, tais como constavam nos canais de comunicação oficiais das editoras.

Do total de editoras, apenas 3% (12) citam especificamente os termos “Literatura Fantástica” e “Fantasia” como gêneros publicados, 8% (30) editoras, excluindo as que também afirmam publicar fantasias, declaram publicar obras de ficção não explicitando os gêneros, logo a literatura de fantasia pode ou não estar inclusa, e 25% (97) editoras afirmam atuar nos segmentos de livros infantis e infantojuvenis, onde há também possibilidade de estarem contidos livros de fantasia. Um total de 18% (74) das editoras não disponibiliza informação de seus segmentos de publicação por meio de *sites* oficiais ou não possui *sites* ou páginas oficiais na internet. Há ainda menos de 1% (2) de editoras que afirmam publicar livros de todos os gêneros e as 45% (179) restantes possuem outras linhas editoriais que não englobam obras de ficção, como livros técnicos e didáticos.

Entre as 393 editoras foram identificados selos que atendem à produção de fantasia em apenas 1% (5), sendo estas: Rocco, com o selo Fantástica Rocco, LeYa, com o selo Fantasy – Casa da Palavra, Grupo Editorial Record, com o selo Galera

Record, Novo Século, com o selo Novos Caminhos e Editora Modo, com o selo Lumus.

Como não há informações específicas sobre a literatura de fantasia de entretenimento, os números não são conclusivos para que identifiquemos com exatidão o quantitativo de editoras que podem ser veículos de publicação desse segmento literário. Porém, os números acima nos proporcionam uma noção de que a quantidade de editoras que pode estar atendendo a esse nicho literário é bastante restrita e, além disso, não há também como sabermos se essas editoras que afirmam publicar fantasia, ou mesmo as que não afirmam especificamente mas o fazem, publicam em sua maior parte obras nacionais ou internacionais.

Como vimos, mantém-se a tradicionalidade no mercado editorial. A maior parte das editoras volta sua publicação para livros técnicos e didáticos, e a literatura estrangeira ocupa maior espaço nas livrarias devido ao peso publicitário que carregam. Possivelmente as obras que estão nas maiores editoras são também aquelas que têm maior visibilidade devido à verba maior das quais essas editoras dispõem para divulgação e distribuição de suas obras. Não se sabe ainda o quantitativo de obras publicadas por essas editoras, uma vez que têm proporções diferentes.

É possível também que ainda haja preferência pelos grandes autores vinculados à grande mídia. Como vimos no capítulo anterior, a popularidade dos autores para além de suas obras vem também sendo atrelada à sua visibilidade midiática: o próprio caso do sucesso de Monteiro Lobato com *O Sítio do Pica Pau Amarelo* pode servir como exemplo. Uma vez que a obra já foi adaptada para a televisão, é compreensível que o livro seja ainda consagrado como referência no segmento, sendo lido por leitores da literatura de entretenimento desde a infância. Surgem, no entanto, novas formas de divulgação das obras e novas mídias que permitem que autores encontrem visibilidade, além de possibilitar novos caminhos para a publicação, permitindo também que o autor desenvolva uma relação mais estreita com seu público, o que se torna um fator de relevância para o consumo de produtos da literatura de entretenimento, uma vez que o público leitor é o alvo do produto e há uma busca por identificação com esse público. É possível que as novas possibilidades de comunicação permitam que novos autores encontrem meios para

fazer com que suas obras atinjam um público numeroso e futuramente sejam também lembrados na literatura de fantasia de entretenimento, como ocorreu com a própria J. K. Rowling com o fenômeno *superseller* (RODRIGUES, 2013, p. 25) de *Harry Potter*, representante do nicho literário que atingiu público mundial através de novos processos de comunicação global, como exposto no capítulo anterior.

Observando esse processo, esperávamos encontrar pelo menos mais selos voltados para a fantasia, devido à crescente visibilidade do segmento desde o sucesso literário e cinematográfico do próprio de *Harry Potter* e com outros produtos audiovisuais inspirados em livros, como *Game of Thrones*. Ao contrário disso, percebemos que a fantasia de entretenimento ainda é um segmento literário de nicho e como o setor de obras gerais não teve nos últimos 10 anos uma melhoria de desempenho em termos de produção e venda, como vimos anteriormente; em escala menor, isso pode acabar se refletindo na fantasia literária de entretenimento, uma vez que o segmento se volta para uma fração específica de leitores de entretenimento.

Outra possibilidade que talvez possa justificar a ausência de uma categoria específica nas editoras para a literatura de fantasia é que, muitas vezes, essas obras são categorizadas, de maneira mais ampla, como literatura infantojuvenil, como o escritor Leonel Caldela, autor dos livros *O Código Élfico* e *O inimigo do mundo*, menciona que ocorria com suas obras, durante um podcast disponível no site Jovem Nerd. Seus livros eram classificados e dispostos nas livrarias como literatura infantojuvenil, por se tratarem de fantasia, mesmo representando temática medieval, com cenas de violência que não eram apropriadas para a categoria. Uma vez que, em nosso levantamento de editoras, o segmento infantojuvenil corresponde a 25% das publicações, caso parte da literatura de fantasia esteja inserida nessa camada, é possível que esteja presente em maior escala entre as publicações formais realizadas por editoras.

## 6. INTERNET E CIBERCULTURA: RELAÇÕES SOCIAIS NO MEIO VIRTUAL

Analisar as formas de consumo de um produto cultural como o livro envolve pensar diversos fatores diante da complexidade do mercado editorial. A fim de avaliar as dimensões do alcance de uma literatura de fantasia brasileira de entretenimento e os meios dos quais a mesma se utiliza para alcançar seu devido fim de chegar às mãos do público, buscamos compreender se as novas conexões estabelecidas na internet influenciam as relações entre consumidores da literatura de fantasia de entretenimento brasileira e se as novas possibilidades de interação implicaram alterações significativas na propagação desse segmento literário, permitindo maior inserção do autor brasileiro de fantasia no mercado editorial.

Tendo a internet como ferramenta que possibilita diversos canais de comunicação de forte presença no cotidiano atual, direcionamos aqui nosso olhar para compreender sua utilização como veículo para a disseminação da literatura de fantasia de entretenimento escrita por autores brasileiros, devido às facilidades que as mídias disponíveis virtualmente podem proporcionar e à sua capacidade de criação e modificação de contextos culturais, sendo um elemento capaz de transformar identidades (BELLEI, 2002, p. 139) ao aproximar indivíduos com interesses comuns e permitir-lhes novas maneiras de se expressar e se relacionar com o outro.

No Brasil, é entre os anos 1994 e 1995 que a internet começa a se fazer presente no cotidiano das pessoas, graças a uma facilidade maior que se proporcionou à população na obtenção de computadores (MARTINO, 2015, p. 13). A partir daí, internet e as mídias digitais se tornam mais acessíveis tanto por meio de computadores quanto, mais tarde, de outros equipamentos, como os *smartphones* (MARTINO, 2015, p. 13). A conexão de computadores em rede dá origem a um espaço virtual: o ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 92).

Curiosamente, o termo “ciberespaço” surge em 1984, criado por William Gibson em uma obra da literatura de entretenimento: o romance de ficção científica denominado *Neuromante* (LÉVY, 1999, p. 92). Fora do contexto da obra, o termo é utilizado para tratar do espaço de interação virtual capaz de promover a interatividade entre usuários, programas e conteúdos onde cada indivíduo que o

acessa se torna parte desse universo a partir da troca informações e dados (MARTINO, 2015, p. 29). O ciberespaço, portanto, se utiliza das tecnologias digitais como infraestrutura para ser um espaço articulador de comunicação, sociabilidade e organização, bem como um novo mercado de informação e conhecimento (LÉVY, 1999, p. 30).

É nos anos 2000, com o crescimento da internet e das redes sociais, bem como de suas formas de produção colaborativas, que surge o que Tim O'Riley, em 2005, chamou de *Web 2.0* (MARTINO, 2015, p. 13). O termo define justamente o momento de grande intensificação da interatividade, colaboração, produção e consumo de conteúdos por parte dos usuários, diferente do primeiro momento, chamado de *Web 1.0*, que possuía características mais estáveis e limitadas (MARTINO, 2015, p. 13). No momento em que esses elementos passam a integrar o cotidiano das pessoas, nasce uma interação no meio virtual que converge hábitos culturais já existentes e novos, criados a partir das novas possibilidades de comunicação e produção de conteúdos possíveis através dessas ferramentas. As relações sociais entre indivíduos no ciberespaço dão origem a um sistema cultural próprio do meio virtual, advindo das múltiplas possibilidades de interação, denominado cibercultura. Segundo Martino, a cibercultura pode ser definida como uma "reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço" (MARTINO, 2015, p. 27). Lévy (1999, p. 130) a coloca como uma expressão dos interesses de construção de laços sociais, que tem como base a reunião em torno de centros de interesses comuns, o compartilhamento do saber, aprendizagens cooperativas e processos de colaboração, propagando um movimento social potente descentralizado e transversal (LÉVY, 1999, p. 132).

O ciberespaço é, portanto, o local virtual que promove os meios para o desenvolvimento de uma cultura de características próprias das relações sociais no meio virtual, envolvendo indivíduos em torno de produções culturais e assuntos de interesse comum. No entanto, apesar do surgimento de uma nova cultura que se estabelece diante das relações sociais do meio virtual, possuindo especificidades próprias, Martino (2015, p. 27) ressalta que a cibercultura permanece ainda conectada também à realidade *offline* e ambas exercem constante influência uma

sobre a outra. Antes das facilidades virtuais, já era comum encontrar grupos de pessoas se reunindo em torno de interesses comuns. No caso dos leitores, isso ocorria, por exemplo, em clubes do livro, apesar das limitações geográficas que dificultavam as possibilidades de encontro desse público. Hoje, através das redes sociais, esse agrupamento de fãs de qualquer objeto se torna facilitado, uma vez que se podem formar grupos virtuais focados em determinados assuntos onde diversos indivíduos podem interagir independentemente de suas localizações. Como afirma a autora Lúcia Santaella (1996, p. 38), a cultura das mídias tende apenas a colocar em movimento a cultura de modo geral, sendo um catalisador das diversas formas de cultura. A união de pessoas em torno de um assunto que as conecta vai além das possibilidades proporcionadas pelos recursos tecnológicos, tendo na verdade como principal mediador os interesses e afetos dos indivíduos, fazendo da interação humana o real princípio para a existência das comunidades virtuais (MARTINO, 2015, p. 45)

É uma ressalva importante feita por diversos autores que seria um erro acreditar que, antes do surgimento dos meios eletrônicos que permitem acesso a uma rede de informações conectada virtualmente, não houvesse articulação participativa na circulação de conteúdos, promovidos por esses grupos de consumidores. Apesar da facilidade que a tecnologia proporciona, o compartilhamento de informações por fãs sempre existiu; o que mudou foi a mídia disponível para circulação do conteúdo (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 25), uma vez que a internet tem o potencial de acelerar contatos e fluxos de informação (CÁRCERES, 2002, p. 73). A fim de exemplificar esse processo, podemos observar a publicação de livros por meio de financiamento coletivo. A prática é adotada pelos autores no Brasil desde o início do século XIX, como vimos no capítulo anterior, e hoje é possível encontrar plataformas digitais criadas especificamente para essa finalidade, permitindo que qualquer indivíduo que tenha interesse em colaborar com os custos de produção de uma obra possa fazê-lo com facilidade.

No que tange à produção da literatura de entretenimento de fantasia, assim como Jenkins, Green e Ford (2014, p. 171) dizem a respeito das novelas, cria-se um universo de contação de histórias que se torna maior que o objeto em si, sendo este um livro ou um programa de televisão. Esse universo de novas histórias, que na

literatura de entretenimento é criado utilizando diversos elementos para que haja a identificação do leitor, oferece aos fãs material vasto para debate que garante propagação de conteúdo, por criarem histórias envolventes que fazem com que o leitor se conecte ao universo ficcional (Jenkins, Green e Ford, 2014, p. 171). Essa relação criada entre leitor e a história que está sendo contada é o motivo para que o público alvo deste segmento literário permaneça disseminando conteúdo, trocando experiências e, para isso, mantendo-se conectados em grupos nas redes sociais virtuais.

Um caso interessante que demonstra essa conexão é a interação existente no grupo “# Armada Escarlata Brasil ( FC A Arma Escarlata )”, criado na rede social Facebook. O grupo é um fã clube da obra *A arma escarlata*, da autora Renata Ventura, e, além de a própria autora estar presente em contato com os fãs, alguns dos personagens do livro também possuem perfis criados na rede social para interagir no grupo junto aos leitores.

Uma vez que os fãs levam suas discussões em torno da fantasia de entretenimento para o meio virtual, devido às facilidades proporcionadas para encontrar indivíduos de interesses semelhantes, esse modelo literário passa também a ser elemento da cibercultura, e a interação gerada virtualmente pode também vir a alimentar o assunto fora do ambiente virtual. O público é agora capaz de “modelar ativamente os fluxos de mídia” (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 25), criando novas possibilidades de se apropriar de conteúdos produzidos e disseminando seus próprios interesses em uma proporção que antes não ocorria. O compartilhamento por parte do consumidor faz com que o produto cultural alcance um número cada vez maior de pessoas, possibilitando a existência de um modelo mais participativo de cultura onde o público, além de consumir, tem o potencial de remodelar o conteúdo, mesclando com outras referências, ressignificando os elementos e criando novos objetos. Tal movimento auxilia também a propagação, por meio das mídias, desses elementos de interesse do público, de forma que antes não era viável.

Essa interação entre os indivíduos que compartilham mensagens e acrescentam a estas suas próprias contribuições, tornando a si próprios produtores e propagadores de conteúdo através de diversas mídias, consiste no que Jenkins denomina Cultura da Convergência (MARTINO, 2015, p. 34). Tal movimento

possibilita também as criações chamadas “narrativas transmídias”, que podem ser abordadas por meio de vários formatos e em diferentes plataformas, cada uma com sua própria linguagem, ressignificando as experiências vividas pelos indivíduos e acrescentando novos elementos capazes de atrair novos consumidores de diversos nichos (MARTINO, 2015, p. 38). O sucesso das narrativas transmídias depende do engajamento do público com os produtos, além de seu envolvimento com a “cultura material” gerada a partir dessas produções (MARTINO, 2015 p. 39). É normal, por exemplo, que o leitor de fantasia, ao se identificar com seus personagens favoritos, queira adquirir objetos utilizados pelos personagens, ou produtos relacionados às suas obras favoritas, embora não seja muito comum esse investimento em produtos que estejam atrelados às histórias dos livros de fantasia brasileiros.

Poderemos a seguir observar como a criação de espaços de interação e troca de informações estabelecidas virtualmente entre produtores e consumidores da fantasia brasileira de entretenimento podem impactar as dinâmicas de interação, virtuais ou *offline*, e o consumo desse nicho de produção literária, uma vez que são possíveis as alterações por parte das comunidades virtuais nas relações culturais e comerciais não virtuais (MARTINO, 2015, p. 47).

## 7. FANTASIA NACIONAL E INTERNET

Visando observar como as novas possibilidades de interação proporcionadas pelo surgimento dessa cibercultura afetaram a produção e o consumo da literatura de fantasia realizada por autores brasileiros, buscamos conhecer a trajetória profissional de 10 autores e sua relação com os meios de comunicação virtuais, possibilitando verificar se houve mudanças significativas na aceitação desse segmento de produção dentro das editoras e entre o público leitor.

Escolhemos o Facebook como principal rede social a ser analisada, por conta da sua amplitude de alcance, que até o ano de 2016 já somava 102 milhões de usuários no Brasil, segundo informações do site. Acreditamos que a rede social virtual possa nos fornecer um indicativo do alcance de público dos autores, devido às múltiplas possibilidades de interatividade do site, que permite também o compartilhamento de conteúdo de outras plataformas, como por exemplo vídeos de YouTube, e *links* de *blogs* e *sites*. A rede social também dispõe da possibilidade de criação de grupos, que permitem reunir usuários por meio de seus assuntos de interesse. Podemos citar como exemplo os grupos “Armada Escarlata Brasil”, voltado aos leitores das obras da escritora Renata Ventura, e “Livros de Fantasia e Aventura - Skoob”, onde os usuários publicam postagens com frequência quase diária, trocando informações e opiniões sobre livros, sagas, autores. Os pedidos de indicação de livros também são recorrentes, e há tópicos com finalidade de se compartilhar o que se está lendo.

Interessante ressaltar que, como o próprio nome indica, o grupo se originou em outra rede social, o Skoob, uma rede voltada para leitores do Brasil e que se autodenomina a maior rede com tal objetivo no país. Porém, no grupo existente na rede social, identificamos baixa adesão por parte dos membros, sendo 6.889 participantes no total, e os tópicos postados, apesar de terem alguma frequência, normalmente obtêm poucas respostas, com algumas exceções. Já a versão do grupo que migrou para o Facebook possui 16.876 membros e postagens recorrentes onde usuários raramente deixam de obter retorno de outros participantes. A comparação entre o quantitativo de ambas as redes sociais foi realizada no mês de novembro de 2017.

Inicialmente acreditávamos que uma análise através da rede social Skoob poderia facilitar a verificação da relação dos leitores com a literatura de fantasia e seus autores, por ser uma rede social voltada especialmente para livros, onde estão presentes autores e editoras, além de permitir também reunião de usuários em grupos por temas de interesse e preferências de leitura. A rede social possui ainda uma sessão especial para os chamados *booktubers*, pessoas que produzem *vlogs* (conteúdo elaborado em formato de vídeo), veiculados através do YouTube, onde abordam assuntos relativos a livros e comumente resenhas sobre o que leram; uma versão em vídeo do que já faziam e ainda fazem os *blogs* literários. O Skoob também informa nas páginas dos autores quantos livros publicados cada um possui, quantidade de leitores e de seguidores e há ainda uma nota de avaliação de 0 a 5 com base na média feita das notas atribuídas por leitores. Apesar de todas essas especificidades de uma rede social voltada especialmente para o público leitor, a observação da rede não atendeu nossas expectativas na busca pelos meios de interação entre leitores da literatura de fantasia devido à baixa aderência dos usuários. Por isso utilizaremos os dados da rede apenas como demonstrativos que possam servir para fins de comparação.

### **7.1 Dados sobre as trajetórias de dez escritores de fantasia**

Os autores selecionados para análise foram: Affonso Solano, André Vianco, Carolina Munhóz, Eddie Van Feu, Eduardo Spohr, FML Pepper, Leonel Caldela, Raphael Draccon, Renata Ventura e Renato Rodrigues. A escolha dos autores se deu por meio de pesquisa de indicação de leitores, em grupos do Facebook, voltados para a fantasia literária. Optamos por um grupo que fosse heterogêneo em termos de trajetórias e visibilidade, contendo escritores tanto do segmento fantástico quanto maravilhoso. As informações abaixo descrevem uma breve trajetória de publicação dos escritores e foram retiradas de suas páginas oficiais (*blogs*, páginas de Facebook ou Skoob) e de entrevistas dadas pelos autores, disponíveis *online*. Há também informações sobre suas redes sociais e como os mesmos fazem uso delas na divulgação de seus trabalhos, tendo o quantitativo de seguidores nas redes sociais como um termômetro que indique o alcance de público nas duas redes

comparadas, Facebook e Skoob, como veremos adiante. O levantamento sobre a trajetória dos autores e dos dados das redes sociais foi realizado entre os meses de novembro de 2017 e janeiro de 2018.

### **7.1.1 Affonso Solano**

Affonso Solano lançou seu primeiro livro *O Espadachim de Carvão*, obra do segmento de literatura maravilhosa, pelo selo de fantasia da editora Leya (Fantasy - Casa da Palavra). O autor escrevia sobre tecnologia para site do G1, um portal digital de notícias, e é co-criador de um *podcast / videocast* onde são abordados temas como cinema, games, quadrinhos, literatura e cultura pop.

Solano publicou, junto com outros parceiros, durante 1 ano um quadrinho interativo pelo site Omelete. Ao fim do projeto, o autor resolveu utilizar tal material para a criação do livro *O Espadachim de Carvão*. A editora Rocco já havia entrado em contato antes com intenção de publicar o livro, porém este não estava ainda finalizado.

Posteriormente a editora Leya o procurou interessada em saber se ele possuía algum projeto de fantasia; foi quando teve a oportunidade de publicar o livro, que posteriormente se tornou uma franquia. Quando Solano assinou contrato com a editora para publicação, o livro ainda não estava finalizado, tendo recebido prazo de 8 meses de seu editor, o também escritor de fantasia Raphael Draccon, para a finalização.

O autor ainda atuou como editor do selo de fantasia da editora Leya. Seu alcance de público no Facebook era de 55.885 seguidores, enquanto no Skoob havia 302 seguidores, até nossa data de levantamento.

### **7.1.2 André Vianco**

Entre suas principais obras estão *Os Sete*, *O turno da noite*, *O Senhor da chuva*, todos exemplares da literatura fantástica. Vianco conta em entrevistas dada ao Programa do Jô, exibido pela rede Globo no ano de 2011, sobre sua experiência como autor, atuando principalmente no gênero de terror, escrevendo fantasias sobre

vampiros desde a década de 1990. Tendo publicado seu primeiro livro, *Os Sete*, de forma independente em 1999, o autor conta que na época não conseguiu a publicação através de editoras, pois os editores acreditavam que livros de terror de autores brasileiros não vendiam. Depois de ver sua publicação rejeitada por diversas editoras, ele optou por publicar com recursos próprios.

O processo de distribuição também foi realizado de forma independente: após imprimir uma tiragem, o autor foi pessoalmente até às livrarias solicitar que seus livros fossem colocados à venda. Alguns livreiros aceitaram expor o livro com a condição de pagar apenas pelas edições vendidas. Vianco conseguiu colocar seus livros à venda em uma média de 30 a 40 livrarias espalhadas pelo centro de São Paulo, criando uma rede de contatos, e ia sempre àquelas onde seus livros estavam à venda para colocá-los em destaque, além de pedir para que os livreiros o colocassem na vitrine.

Uma das livrarias onde o livro foi colocado à venda pertencia à Editora Novo Século que, devido ao grande número de vendas, resolveu publicar os livros de André Vianco. Hoje o autor escreve também romances e outros tipos de fantasia e já teve seus livros publicados também pelas editoras Aleph, Rocco e Leya. Em 2015 lançou o selo Calíope pela Giz Editorial, por onde passou a publicar seus livros e de outros autores.

O autor possui atualmente um blog, denominado Blog do Vianco, onde publica textos, divulga seu trabalho e se comunica com o leitor, expõe sua agenda de eventos e dá dicas a escritores iniciantes. Sua página oficial no Facebook contava com 24.647 seguidores, enquanto no Skoob, seu total de seguidores era de 2.368 até nossa data de levantamento.

Na opinião de André Vianco existiam, na época de sua primeira publicação, dificuldades para quem escrevia fantasia no Brasil e hoje, segundo o autor, existe menos preconceito com a literatura fantástica produzida por autores brasileiros devido às portas que foram abertas por esses autores da época, afirmando que hoje são mais bem recebidos no mercado além de haver outros meios de se publicar.

### 7.1.3 Carolina Munhóz

Carolina Munhóz é autora das obras *O Inverno das fadas*, *Feérica*, *O Reino das vozes que não se calam* (em co-autoria com a atriz e escritora Sophia Abrahão). As obras citadas e todas as demais escritas pela autora classificam-se como literatura fantástica.

Seu primeiro livro foi “A Fada”, escrito quando a autora tinha 16 anos. Munhóz relata que teve dificuldade de aceitação nas editoras, que tinham preferências por livros estrangeiros e não tinham costume de arriscar investimento em novos autores. A autora passou 4 anos procurando editora para publicar seu primeiro livro, que, por fim, foi aceito em 2009 pela editora Arte Escrita, posteriormente editado pela editora Novo Século e mais tarde pelo selo Fantasy - Casa da Palavra. A autora também já teve obras editadas pelo selo Fantástica da editora Rocco.

Carolina diz que ler as obras de autores nacionais a influenciaram a escrever seus livros. Entre os prêmios conquistados pela autora estão: *Prêmio Jovem Brasileiro de 2011*, *Destaques Literários de 2012*, *Saga Awards 2014*, *Geração Z Awards 2014*, *Atrevida Awards 2014*, *Oscar Literário 2015*, *Vox Populi Shorty Awards 2015* e *Capricho Awards 2016*. A autora menciona que, depois de publicar seu primeiro livro, decidiu se profissionalizar em seu trabalho como escritora e sugere, para os que querem seguir esse caminho, cursos ministrados por escritores *best sellers* e livros que auxiliam a compor a estrutura literária.

Nas redes sociais analisadas verificamos, até a data de levantamento, no Facebook, o quantitativo de 8.276 seguidores e, no Skoob, 384 seguidores da autora.

### 7.1.4 Eddie Van Feu

Eddie Van Feu é autora dos livros: *Portal*, *Lua das Fadas*, *Alcatéia*, *Uma Guerra de Luz e Sombras*, *Crônicas de Leemyar*. A autora possui obras tanto no segmento fantástico, quanto no maravilhoso.

*Portal* foi seu primeiro livro de fantasia, publicado em 2004 pela Editora Linhas Tortas. O livro foi uma das primeiras obras a serem publicadas pela pequena editora, que anteriormente atuava apenas na área de quadrinhos.

*Lua das Fadas*, outro livro publicado pela autora, foi inicialmente encomendado pela editora Escala, mas atualmente é também publicado pela Editora Linhas Tortas juntamente com outras obras escritas pela autora. Eddie Van Feu é uma das fundadoras da pequena editora, que publica principalmente os livros escritos pelos membros da equipe.

A autora e editora explica que alguns dos livros são publicados através de parceria com a plataforma *Bookstart* (ferramenta de financiamento coletivo voltada especificamente para a publicação de livros) para viabilizar os meios de publicação.

Quanto ao alcance de público nas redes sociais, verificou-se que a página de Facebook da autora possuía 11.653 seguidores, enquanto na página do Skoob encontravam-se apenas 145 seguidores.

#### **7.1.5 Eduardo Spohr**

Suas obras de destaque são *A batalha do apocalipse* e *Filhos do Éden*, ambas figurando no segmento fantástico. Spohr menciona em entrevista que, após escrever seu livro, enviou cópias para diversas editoras sem obter nenhuma resposta. O autor fazia parte da equipe do site Jovem Nerd, página que tem sua produção de conteúdo voltada para assuntos da cultura pop e entretenimento. Os responsáveis pelo site decidiram abrir uma loja virtual e vender nela exemplares de seu livro. Através da divulgação feita no site, os primeiros 100 exemplares esgotaram em 5 horas.

Posteriormente, mais 500 cópias foram vendidas também através do site. Passados 2 anos sem disponibilizar mais o livro na loja virtual, o autor menciona que, foram recebidos ao longo desse período 8.000 pedidos de reposição por *e-mail*, demandando assim a impressão de mais uma tiragem para venda. Spohr menciona que houve uma repercussão em *blogs* e redes sociais, e destaca essa facilidade proporcionada pela internet de se poder entrar em contato direto com seu público,

afirmando, ainda, que as redes sociais e *blogs* ampliaram a voz do público de jovens leitores.

A editora Verus, selo do grupo Record, resolveu publicar o livro em 2009 e, em 2012, Eduardo venceu o Prêmio da Fundação Luso Brasileira na categoria “revelação”. Hoje possui mais 5 livros publicados pela mesma editora e um livro, em colaboração com outros autores, publicados pela Nerdbooks, editora fundada pelo grupo do portal Jovem Nerd.

Eduardo Spohr fala ainda sobre o crescimento da literatura fantástica brasileira através da internet, pois acredita que já existia no Brasil o interesse pelo tipo de literatura, mas com as redes sociais, os leitores passam a se comunicar com mais facilidade e divulgar as obras, enquanto antes a divulgação em ampla escala ocorria somente através da grande mídia. Foi uma revolução no cenário que aconteceu devido aos leitores, segundo o autor.

Seu alcance de público no Facebook era, até nossa data de levantamento, 84.169 seguidores, enquanto no Skoob havia 2.928 seguidores do autor.

#### **7.1.6 FML Pepper**

FML Pepper é autora das obras *Não Pare!*, *Não Olhe!* e *Não Fuja!*, publicadas pela editora Valentina, todas obras de literatura fantástica. A autora finalizou seu primeiro livro, *Não Pare!*, em 2012. Pepper optou pela autopublicação no site da Amazon, porém a empresa ainda não atuava no Brasil, o que fez com que o livro não tivesse retorno com relação ao público internacional.

Quando a Amazon passou a atuar no Brasil, o livro da autora passou a figurar entre os 100 mais vendidos. A editora Valentina a procurou para publicar o livro, realizando com autora um contrato híbrido, categoria na qual a autora é uma das precursoras no Brasil, onde ela fica com os direitos absolutos dos livros digitais e divide com a editora os direitos do livro físico. FML Pepper recebeu o prêmio “*Woman Who Make It Happen*”, pela Amazon americana, por abrir os caminhos para o contrato híbrido com editoras no Brasil.

Os outros volumes foram escritos a pedidos dos leitores. No início de 2016 foi lançado o último livro da trilogia; a autora diz que tem vontade de publicar futuramente outros livros.

Seu alcance de público nas redes sociais é o maior entre os autores aqui analisados, sendo, no Facebook, 124.764 seguidores e, no Skoob, 132 seguidores

### **7.1.7 Leonel Caldela**

*O Código Élfico*, *A Lenda de Ruff Ghanor* e *O Inimigo do mundo* são algumas das obras do autor Leonel Caldela, que escreve tanto literatura fantástica, quanto maravilhosa. Para o autor, sua relação com o RPG (*role-playing game*: tipo de jogo no qual os participantes interpretam papéis, desenvolvendo uma narrativa coletivamente com auxílio de um sistema de regras) foi uma porta de abertura para o mercado literário através de seus contos. Aos 21 anos, possuía alguns contos e roteiros escritos, baseados em histórias de RPG, e resolveu levar seu material para um Encontro Nacional em São Paulo, onde entregou um de seus contos para os editores da Dragão Brasil, uma revista especializada no gênero. Seu primeiro conto demorou um ano para ser lido pelo editor, até que fosse convidado a escrever um romance em um cenário de RPG encomendado pela editora.

O autor conta que quando o livro ia ser publicado, após um ano escrevendo, a editora responsável deixou de efetuar pagamentos aos prestadores de serviços e a publicação do livro teve de migrar para outra editora, a editora Jambô. Tendo seu livro vazado na internet antes do lançamento, a distribuição foi bastante limitada no início, também por se tratar de uma editora que era ainda pequena. Leonel menciona que havia dificuldades na categorização de seu livro, que, por ser literatura de fantasia, era considerado infantojuvenil, apesar de tratar-se de temática medieval com cenas de violência, inapropriadas para a categoria.

Publicou depois o livro *O Código Élfico* pelo selo Fantasy- Casa da Palavra, da editora Leya e *Ozob*, em parceria com Deive Pazos, pela Nerd Books. Atualmente, grande parte dos livros do autor são publicados pela editora Jambô, onde o mesmo também é editor.

O alcance de público verificado nas redes sociais do autor foi, no Facebook, 795 seguidores e, no Skoob, 222 seguidores da página.

### **7.1.8 Raphael Draccon**

Raphael Draccon escreve obras nos segmentos de literatura fantástica e também maravilhosa. Algumas de suas obra são *Dragões de Éter*, *Cemitério de Dragões*, *Fios de Prata* e *Espíritos de Gelo*.

O autor publicou seu livro *Dragões de Éter* pela editora Planeta, tendo sido indicado pelo escritor Augusto Cury após roteirizar um de seus livros e ter recebido retorno positivo do autor. *Dragões de Éter* foi lançado no mesmo período de *Harry Potter* no Brasil e, apesar do momento inoportuno para lançamento e da falta de crença de alguns editores no potencial de seu trabalho, o livro tornou-se dos mais vendidos da editora devido, segundo o autor, ao sucesso e à divulgação que ocorreram através dos fãs no Orkut, já extinta rede social virtual.

O autor já teve obras publicadas pelas editoras Planeta, Leya (Casa da Palavra), Fantástica (Rocco). Alguns de seus livros também ganharam edições internacionais em países como Portugal e México. Draccon atuou também como editor, tendo sido coordenador editorial da editora Leya, e editor das obras de literatura fantástica do selo Fantasy – Casa da Palavra. Em 2014, estreou o selo de literatura fantástica nacional da editora Rocco, Fantástica Rocco.

Em entrevistas, o autor afirma que o mercado de literatura fantástica já se consolidou no Brasil, após a abertura de mercado proporcionada por escritores mais antigos, e criou-se um público que hoje tem maior confiança no escritor brasileiro de literatura de fantasia.

Em suas páginas nas redes sociais verificamos, no Facebook, 4.981 seguidores e, no Skoob, 1.242 seguidores.

### **7.1.9 Renata Ventura**

Inspirada pelo universo da saga *Harry Potter*, criado pela escritora J.K. Rowling, Renata Ventura escreveu seu primeiro livro, *A Arma Escarlata*. O livro trata

de uma história de bruxos ambientada no Brasil, sendo assim representante da literatura fantástica. Até o momento, 2 volumes da série foram lançados pela editora Novo Século. A autora afirma que a série terá 5 livros e haverá um sexto livro no mesmo universo, protagonizado pelo vilão da história.

Renata Ventura conta em entrevista que passa a maior parte de seu tempo nas redes sociais (Skoob, Facebook, etc.) em contato com seus leitores e sempre divulga seu trabalho frequentando eventos literários, eventos de RPG, entre outros. Há um grupo no facebook denominado “# Armada Escarlata Brasil (FC A Arma Escarlata)”, que abriga o fã clube da autora, onde ela interage constantemente com seus leitores. Os personagens dos livros também possuem perfis na rede social administrados pela autora, por meio dos quais se conectam com os fãs. Seu alcance de público nas páginas oficiais do Facebook e Skoob, foram, respectivamente 5.115 e 621 seguidores.

Segundo Ventura, os leitores brasileiros estão aceitando melhor a literatura nacional apesar de acreditar que as livrarias e editoras preferem comprar livros estrangeiros a apostar em novos talentos brasileiros.

#### **7.1.10 Renato Rodrigues**

Renato Rodrigues é autor da saga *Dragões de Titânia*, obra de literatura maravilhosa. O autor já atuava desde 1996 como cartunista, editor e escritor de revistas de seriados e livros de humor. Em 2011 lançou na Bienal do Livro do Rio de Janeiro seu primeiro livro de fantasia, *Os Dragões de Titânia – A Batalha de Argos*, inicialmente publicado pela editora Escala.

*Dragões de Titânia* se passa no mesmo universo dos livros da série *Crônicas de Leemyar*, da autora Eddie Van Feu, por isso em ambas as séries as histórias se cruzam em determinados momentos. Atualmente, *Dragões de Titânia* e os livros da sequência são publicados pela Editora Linhas Tortas, pequena editora da qual o autor é também um dos fundadores.

Na página oficial da obra no Facebook havia 1.033 seguidores, enquanto a página do autor no Skoob possuía um total de 28 seguidores.

## 7.2 Escritores de fantasia e internet

Uma vez tendo conhecimento da trajetória dos autores, de seus meios de publicação, suas relações com as redes sociais e com as editoras, podemos agora buscar avaliar se a utilização dos recursos do ciberespaço impactou de alguma forma a adesão da literatura de fantasia de entretenimento produzida por autores brasileiros.

Observando os casos dos dez autores, cujas trajetórias de publicação foram apresentadas anteriormente, nota-se que apenas André Vianco e Eduardo Spohr realizaram publicações físicas independentes, antes de serem absorvidos pelas grandes editoras. Os autores Carolina Munhóz e Leonel Caldela iniciaram suas publicações em editoras menores. Atualmente a autora já passou por várias grandes editoras, enquanto Caldela também já teve passagem pelo selo Fantasy - Casa da Palavra, da editora Leya, e tem grande parte de seus livros publicados pela editora Jambô, onde iniciou seus trabalhos e atuou também como editor.

Eddie Van Feu e Renato Rodrigues tiveram livros publicados pela editora Escala, para a qual já trabalhavam na produção de revistas, mas atualmente publicam suas obras por meio de sua própria editora de pequeno porte, a Editora Linhas Tortas. Alguns livros da autora foram viabilizados por meio de financiamento coletivo online, contando com o apoio financeiro dos leitores.

Raphael Draccon e Affonso Solano foram casos de autores que já iniciaram seus trabalhos em grandes editoras. Raphael iniciou suas publicações na editora Planeta e, posteriormente, migrou para as editoras Leya, pelo selo Fantasy - Casa da Palavra e Rocco, pelo selo Fantástica Rocco.

A trajetória de publicação da escritora Renata Ventura não foi mencionada nas entrevistas utilizadas como fontes de informação sobre o histórico de carreira da autora, portanto, não é possível afirmar se a mesma já iniciou suas publicações por meio da editora Novo Século, onde os livros são publicados atualmente, ou se houve algum tipo de publicação independente ou dificuldade para chegar à grande editora.

FML Pepper optou por autopublicar seu livro em *e-book* (publicação eletrônica) pela Amazon, sendo posteriormente convidada a publicar a versão física do livro pela editora Valentina, uma editora de pequeno porte.

Apenas os casos de Eduardo Spohr, que alcançou sucesso com seu livro *A Batalha do Apocalipse* devido à produção independente e vendas na loja virtual do site Jovem Nerd, e FML Pepper, que optou por publicar seu livro primeiramente no formato de *e-book*, tiveram a internet como item essencial para viabilizar a publicação de seus livros físicos por editoras. Podemos incluir também Affonso Solano, que, através do reconhecimento de seus trabalhos desenvolvidos anteriormente para *sites* e *blogs*, foi convidado a publicar seu livro.

Todos os autores estão, de certo modo, inseridos na cibercultura, seja através de *blogs*, *vlogs*, páginas em redes sociais, *podcasts* ou outros meios veiculados através da internet. Na maioria dos casos analisados, porém, observa-se que, apesar da utilização da internet enquanto canal de comunicação, a publicação formal por meio de editoras já consolidadas não foi, para a maioria dos autores, um processo simples, mesmo no caso daqueles que iniciaram suas carreiras numa época em que a utilização das mídias digitais já era mais acessível e recorrente. Entende-se que isso ocorre pois, dadas as observações de capítulos anteriores, ficou evidente para nós que há certo conservadorismo no setor editorial, que evita correr riscos, apostando normalmente em autores e obras de autores que têm retorno garantido, dificultando a entrada de novos autores no cenário. Apesar de alterar as relações com público, a utilização da internet, por enquanto, ainda não oferece as garantias de segurança de mercado visadas pelas editoras.

As editoras normalmente já possuem livros de autores mais conhecidos para investir e não se dispõem a correr riscos investindo na publicação de livros de novos autores que não possuem garantia de vendas, pois o autor novo normalmente não possui público formado (LOPES, 1978, p. 71). Há também a questão da publicidade: mesmo que as editoras dispusessem de verba para investir em propaganda para obras de pequenas tiragens, não seria equivalente às grandes divulgações dos *best sellers* estrangeiros. Para além dos desafios das limitações da própria editora, há ainda a resistência por parte das livrarias, sempre repletas de obras de autores mais conhecidos, onde o leitor já vai em busca de uma lista de livros que são mais populares (LOPES, 1978, p. 72). Lopes (1978, p. 72) destaca uma exceção, que se apresenta no caso dos autores que já possuem popularidade fora do campo da literatura e quando publicam suas obras já há garantias de que trarão consigo um

público potencial, o que também já vimos que é uma tradição desde o estabelecimento da televisão como principal meio de comunicação. O autor Affonso Solano foi também um exemplo desse movimento, sendo convidado a publicar sua obra por ser uma referência na produção de outras mídias.

Por outro lado, a visibilidade que uma editora espera de um autor e sua obra para investir nele seus recursos é um aspecto que as mídias digitais podem ajudar a desenvolver. Há uma utilização das redes sociais disponíveis na internet como canal de comunicação para chegar ao leitor. Os autores costumam manter *blogs*, como o de André Vianco, canais no YouTube onde falam de sua trajetória como escritores, dão dicas sobre escrita, anunciam sua agenda de eventos, como é o caso também da autora Eddie Van Feu, que possui no YouTube seu canal de *vlogs* chamado Vivendo e Escrevendo. Há também o exemplo da autora Renata Ventura, que afirma em entrevista passar mais tempo nas redes sociais interagindo com seus fãs, na página oficial de seu fã clube no Facebook, do que escrevendo propriamente. Ainda que as exigências por parte das editoras para publicação das obras aparentemente não tenham sofrido muitas alterações em decorrência das novas mídias, não se pode negar seu potencial de fazer com que informações se propaguem de forma rápida, o que também pode beneficiar os autores, tanto os novos, quanto os que já estão inseridos no mercado, uma vez que permitem o contato direto com o consumidor que é o alvo final do produto literário de entretenimento.

Como vimos, inclusive, alguns dos autores chegaram à publicação pelas editoras por divulgarem seu trabalho em *sites* ou *blogs*. A interação do autor com o público através das redes sociais virtuais pode ser um item facilitador, pois ajuda a manter o vínculo criado com o leitor além de atrair novos potenciais leitores, mesmo porque, normalmente o tempo e espaço disponíveis para exposição das obras para clientes em livrarias físicas costuma ser bastante limitado, quando não é nulo, tornando necessário que os livros deem retorno financeiro rápido (LOPES, 1978, p. 292). Por isso, é necessária uma constante divulgação das obras literárias já consolidadas e, principalmente, das novas, através das mídias.

No entanto, partindo da observação das atividades dos autores nas redes sociais, vê-se, por exemplo, que enquanto a autora FML Pepper acumulou seus 124.764 seguidores no Facebook, publicando em *e-book* e lançando a versão física

de seu livro por uma pequena editora, Raphael Draccon, tendo desde o princípio de sua carreira publicado em editoras grandes, possui na mesma rede social apenas 4% (4.981) do total de seguidores da autora. Tal fato nos leva a crer que, em termos práticos, muitas vezes não há uma relação direta entre visibilidade virtual e possibilidade de publicação em grandes editoras.

O que o uso dos recursos tecnológicos possibilita é uma maior facilidade em encontrar interlocutores virtuais de forma que poderia não ocorrer no mundo físico (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 46). O livro, além de um objeto propriamente, representa também um meio de sociabilização, compreendendo toda uma rede de indivíduos envolvidos em sua produção e consumo, criando um espaço comum, ao instituir valores comunitários, capaz de moldar identidades grupais e individuais (BELLEI, 2002, p. 13), uma vez que cada um que lê um determinado livro o faz à sua própria maneira e pode, a partir disso, oferecer suas próprias contribuições para conversas sobre seu conteúdo (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 197).

As recomendações boca a boca já eram fontes de informação com credibilidade entre o público. Com a amplitude que essa forma de propagação de conteúdo ganha através das redes sociais digitais, as empresas passaram a utilizar esse recurso, incentivando clientes a produzir conteúdo que estimule outros usuários ao consumo de seus produtos (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 109). Por parte dos autores brasileiros verificados isso não ocorre, porém algumas editoras atualmente já possuem seus próprios *blogs* ou fazem parcerias com outros *blogs* e *vlogs*, que já atingiram determinada popularidade entre o público leitor, para o desenvolvimento de resenhas divulgando suas obras publicadas, o que gera visibilidade para determinados livros e editoras.

Para compreendermos como a recomendação de livros por parte de outros leitores é um item de influência para a escolha de um livro, recorreremos aos dados da pesquisa “Retratos da literatura no Brasil”, realizada no ano de 2016, desenvolvida pelo Instituto Pró-Livro junto ao IBOPE, que demonstra os fatores mencionados para a escolha de um livro pelos leitores, mostrando que o tópico “tema ou assunto” ocupa 30% do total dos motivos pelos quais leitores escolhem seus livros, enquanto 12% faz sua escolha pelo autor, 11% afirma escolher através de dicas de outras pessoas, outros 11% pelo título, 11% realizam sua escolha pela capa, 5% por meio

de críticas/resenhas, 2% devido a publicidade/anúncio, 2% fazem sua escolha pelas editoras, 7% segue as dicas de professores, 1% faz sua escolha por outros motivos e 8% não sabe/não respondeu. Porém, no que tange a influência direta das redes sociais, os números são pequenos, evidenciando que apenas 2% dos leitores pesquisados têm sua escolha influenciada pelas mesmas. Quando o assunto é compra de livros, ainda dentro dos resultados da mesma pesquisa, os principais fatores que influenciam a escolha são tema ou assunto ocupando 55% do total, recomendações de amigos ou familiares são responsáveis por 20% da escolha de livros, 19% afirmam pautar a escolha no autor, 17% escolhem por título, 16% realizam sua escolha pelos preços, 4% levam em consideração críticas ou resenhas, 3% consideram recomendações em *sites* especializados, *blogs* ou redes sociais, 3% fazem sua escolha pelas editoras e 2% através de publicidade ou anúncios. Tanto entre os critérios de escolha quanto de compra, os números são baixos com relação à utilização das mídias digitais com a escolha de livros, levando-nos a crer que os leitores que utilizam os recursos da internet e redes sociais para tratar de assuntos dessa temática fazem parte de um pequeno nicho, sendo provavelmente ainda menor aqueles que utilizam as redes para realizar trocas sobre os assuntos da literatura de fantasia. No entanto, como se vê, há uma fatia considerável que leva em consideração indicações de amigos. Logo, pode ser que haja uma influência indireta da circulação de informações no ciberespaço, uma vez que as pessoas estão conectadas.

Quanto aos índices de participação do público leitor brasileiro na internet, observa-se que, segundo o Painel das vendas de Livro no Brasil, pesquisa desenvolvida pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros juntamente com a Nielsen Brasil no ano de 2016, entre os leitores, o total de usuários que faz uso da ferramenta é de 81%. Já no que tange os hábitos de utilização da internet com relação à literatura, apenas 19% dos leitores afirmam compartilhar em *blogs*, fóruns ou nas redes sociais sobre o assunto, incluindo temas de livros, autores, trechos de livros e etc. Um total de 15% utiliza a internet para ler livros e 13% afirmam usar a ferramenta para buscar informações sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, editoras e lançamentos, enquanto 8% escrevem *blogs*, fóruns ou nas redes sociais sobre literatura, temas de livro, autores, trechos de livro, etc.

Apenas um total de 2% afirmaram participar de elaboração de histórias coletivas, como *fanfics* (histórias de ficção criadas por fãs), por exemplo. Esses números demonstram a participação ativa, embora de uma parcela ainda pequena de leitores, quanto aos temas literários via internet e mostram ainda que parte desse grupo, embora pequena, se dedica à produção de novos conteúdos relacionados aos temas de livros.

Como mencionado anteriormente, observamos também o quantitativo de seguidores nas páginas oficiais dos autores nas redes sociais Facebook e Skoob. Analisando, por exemplo, o alcance de alguns autores nas redes sociais, esperamos ter um demonstrativo da quantidade de pessoas que esses autores atingem por meio das redes sociais virtuais e como ocorre a interação com o público em diversos canais.

Há, ainda, no Facebook, as páginas não oficiais dedicadas aos autores e às obras, criadas por fãs, porém aqui optamos por restringir nossa análise aos canais oficiais dos autores. Esses números nos mostram uma média do alcance dos autores por meio das redes sociais e permite um comparativo entre as duas. Vale lembrar que, como afirma Eleanor Bird Stribling, diretora de serviços ao cliente e pesquisa de distribuição, promoção e análise de vídeo online da empresa TubeMogul, apesar desses números que podem ser observados nas redes sociais nos darem um referencial quantitativo de fãs,

(...) esses dados não indicam o que esses fãs fazem, uma vez que eles fizeram amizade ou seguiram com o propósito de participar, promover ou apoiar a modalidade de mídia. (STRIBLING apud JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p.163)

Não é possível deduzir, a partir dessa amostra quantitativa, qual a relação estabelecida de fato entre os seguidores. Como solução para isso, Stribling recomenda que se observe a frequência com que os fãs interagem com uma modalidade de mídia (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 163). Nesse quesito, ficou claro, também, que a participação ativa dos usuários na rede social Skoob é muito baixa. Existe ainda o fato de que, assim como acontece nos espaços fora do meio virtual, o engajamento das pessoas e sua frequência de participação ativa no convívio no ciberespaço também não são iguais, embora dificilmente não haja

conexões, mesmo que minimamente (MARTINO, 2015, p. 29). Apesar dos números serem indicadores, não é possível, então, determinar a partir dessa amostra quantitativa em que medida essas pessoas estão engajadas e participando ativamente ou produzindo conexões e conteúdos com base em determinados assuntos, mesmo que demonstrem seu interesse seguindo o trabalho de um determinado autor em uma rede social.

O Skoob, por exemplo, que é uma rede social de nicho voltada especialmente para leitores, não demonstra uma aderência muito grande de usuários, talvez pelo baixo índice de leitores no país, e menor ainda no que tange à utilização da Internet pelos leitores com relação aos assuntos da literatura, como ficou claro nas pesquisas mencionadas acima. A pesquisa “Retratos da literatura no Brasil”, já abordada anteriormente, demonstra que apenas 56% da população brasileira é composta por leitores. Nesse caso, foram considerados leitores aqueles com 5 anos, ou mais, que afirmam ter lido, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses anteriores à coleta dos dados. Por livros, nesse contexto, são considerados livros em papel, livros digitais ou eletrônicos e áudio livros digitais, livros em braille e apostilas escolares, excluindo-se manuais, catálogos, folhetos, revistas, gibis e jornais.

Logo, fica evidente que a taxa de leitores ainda é reduzida no país. Como demonstrou o estudo World Culture Score Index, realizado pela agência NOP World para medir hábitos culturais em 30 países, o Brasil entra na lista em 27ª posição no ranking de leitura. Considerando, ainda, a informação advinda da pesquisa “Retratos da literatura no Brasil” de que cerca de metade dos leitores não são compradores de livros, não surpreende que, em um país onde o consumo de livros é muito baixo, uma rede social voltada especialmente para leitores não tenha grande movimentação, e grande parte das editoras não assuma os riscos de publicar obras de autores de fantasias nacionais que não atingiram grande visibilidade midiática, uma vez que, diferente das fantasias de entretenimento estrangeiras, aquelas não passaram por testes de aprovação de público em outros países.

A importação de títulos também é favorecida pela grande valorização das obras estrangeiras, principalmente da língua inglesa pois, além de ser possível

prever qual será a recepção do público, há ainda a questão de valor atribuído à obra estrangeira, visto que, como bem explica José Prado Bellei,

(...) dada a coincidência geográfica entre o acúmulo de capital econômico e a língua inglesa, o acúmulo *quantitativo* e *qualitativo* de material em língua inglesa é inevitável. E inevitável, também, é a exclusão maior ou menor de todo o capital simbólico de menor valor porque situado na periferia do capitalismo, como é o caso da língua portuguesa. O inglês está para o português como o real está para o dólar, só que com escala de valor diverso: um texto em inglês tem, provavelmente, um valor de mercado trinta ou quarenta vezes maior do que um texto em português, a despeito de outros valores (estéticos, éticos) que esse último possa ter. (BELLEI, 2002, p. 132)

Esse padrão atenua o fato do consumo de obras ficcionais estrangeiras ser maior, o que, segundo a autora Sandra Reimão (1996, p. 36), explica o baixo índice de autores brasileiros de ficção entre as preferências dos leitores, em comparação com o segmento da não-ficção. O leitor, assim como o escritor, acaba condicionado às ofertas do mercado desenvolvendo hábitos de leitura que não estão submetidos apenas a seus interesses pessoais, mas também às relações mercantis (PELLEGRINI, 1997), que nesse caso fazem da ficção de autores estrangeiros o padrão de consumo. Podemos observar isso facilmente avaliando as listas de livros mais vendidos, conforme quadro abaixo, onde constam as obras de fantasia que foram sucesso de vendas no Brasil nos últimos 3 anos, conforme lista de mais vendidos na categoria ficção do site PublishNews :

Ano de 2015:	Ano de 2016:	Ano de 2017:
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>A guerra dos tronos</b> Autor: George R. R. Martin Editora: LeYa</li> <li>● <b>Paraíso perdido - Filhos do Éden v.3</b> Autor: Eduardo Spohr Editora: Verus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Orfanato da Srta. Peregrine para crianças peculiares</b> Autor: Ransom Riggs Editora: LeYa</li> <li>● <b>Cidade dos etéreos</b> Autor: Ransom Riggs Editora: Intrínseca</li> <li>● <b>Biblioteca de almas</b> Autor: Ransom Riggs Editora: Intrínseca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Box – As crônicas de gelo e fogo</b> Autor: George R. R. Martin Editora: LeYa</li> <li>● <b>It - A coisa</b> Autor: Stephen King Editora: Suma de Letras</li> </ul>

O site PublishNews elabora o ranking de livros mais vendidos a partir da soma simples das vendas das seguintes livrarias: Argumento, Cultura, Curitiba, FNAC, Laselva, Leitura, Livraria da Vila, Martins Fontes SP, Nobel, Saraiva, SuperNews e Travessa. A soma total é tomada como uma amostra do quantitativo de vendas de livros no Brasil. Cada livraria é responsável por enviar uma lista com, no máximo, 20 livros mais vendidos em cada categoria, a saber: geral, ficção, não ficção, autoajuda, infantojuvenil e negócios. Cada título é considerado em apenas uma categoria e, como é possível observar, ao longo dos três anos apenas um livro entre os listados (*Paraíso perdido - Filhos do Éden v.3*, do autor Eduardo Spohr) listados é produção nacional, sendo as demais obras estrangeiras.

Como todos os pontos abordados anteriormente demonstram, a publicação de uma obra é resultado final de um sistema repleto de hierarquias e complexidade, que é o mercado editorial e, embora as redes sociais disponíveis na internet possam ser facilitadoras de um sistema de produção mais participativo e possibilitar a interação direta com autores e outros leitores, muitas vezes isso não é o bastante para modificar as regras de publicação às quais os novos autores de obras brasileiras de fantasia estão submetidas.

É também importante ressaltar que, conforme alguns dos autores que tratam das mídias digitais destacam, há uma crença irreal, que nos acomete por vezes, de que a internet teria sido um ponto de partida para interações sociais que antes não existiam, quando na verdade as articulações por parte do público já existiam e foram apenas modificadas ou amplificadas. Como explica o autor Luís Mauro Sá Martino,

pensar em mídias digitais exige um trabalho constante de autoanálise para evitar a tentação do “ano zero”, no sentido de pensar que tudo mudou, assim como a perspectiva de que tudo continua igual, apenas em outro ambiente. Seres humanos continuam sendo seres humanos, em toda sua paradoxal complexidade, mas conectados de uma maneira diferente a partir das mídias digitais. (MARTINO, 2015, p.10)

Seria um erro, então, pensar que essa participação ativa do público passaria a existir exclusivamente após o surgimento da internet enquanto meio de comunicação. Além disso, já eram existentes também as formas de produção e circulação alternativas de

mídia e a produção independente de conteúdos voltados para certos nichos de público (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 310).

No âmbito do segmento literário da fantasia nacional de entretenimento, é possível que já houvesse, antes dos recursos digitais, uma movimentação de produtores e leitores, mas que, ainda assim, esse engajamento não fosse suficiente para justificar que as grandes editoras empenhassem mais recursos em uma maior publicação desses livros, explicando a falta de alterações significativas nas relações com as editoras. O principal diferencial provocado pelo uso desta tecnologia consiste apenas na amplitude de interlocutores capaz de se alcançar através do ciberespaço, diferente do alcance limitado que se teria no espaço físico (MARTINO, 2015, p. 46). No entanto, como destacam Jenkins, Green e Ford (2014, p. 355), apesar de mídias propagáveis ampliarem o processo de participação das pessoas, o que gera possibilidade de promover mudanças culturais e sociais, não há nenhuma garantias de alcance de resultados.

Como vimos nos exemplos de trajetórias de alguns dos autores analisados, no caso da produção de literatura brasileira de entretenimento no segmento da fantasia, o percurso até a publicação formal continua árduo, apesar das facilidades geradas pelas interações digitais e, embora as novas possibilidades de comunicação tenham um papel de destaque por amplificar os meios de circulação de produtos culturais (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 25), os caminhos de acesso para a inserção nas editoras consolidadas permanecem os mesmos. No entanto, apesar de, aparentemente, não terem ocorrido alterações significativas no mercado editorial formal, certamente fica claro que houve modificações nos processos de comunicação, capazes de proporcionar ao autor maior amplitude da divulgação de seus trabalhos, adquirindo um público potencial, o que pode beneficiar outros meios de publicação de forma independente. É possível constatar que os meios não formais de publicação também foram beneficiados, e potencializados pela agilidade de comunicação e interação proporcionados pela internet. A publicação em *e-book*, como observamos no caso da autora FML Pepper, foi um exemplo desses elementos facilitadores produzidos pela existência da cibercultura, permitindo novas formas de conectar o leitor ao produto cultural, além de ser um meio de baratear os custos da publicação.

Observando especificamente o espaço ocupado pela fantasia de entretenimento neste cenário, é possível constatar também algum progresso no que diz respeito ao consumo, ainda que pequeno. Em entrevista publicada em 2014 pelo jornal eletrônico NH, Guilherme Dei Svaldi, editor chefe da editora Jambô, especializada na publicação de literatura de fantasia, afirmou que desde 2009 as vendas da categoria vinham crescendo 18% ao ano, sendo este um valor que o editor considera acima da média. Para a consultora e agente editorial Gabriela Nascimento, também entrevistada para a mesma matéria, os índices refletem o crescimento do número de fãs, composto em sua maioria pelo público jovem adulto. É possível ver, então, que o segmento cresce no mercado e o cenário é otimista para os autores de fantasia.

Duda Falcão, escritor do segmento, afirmou ao jornal que acredita que as obras internacionais como *As Crônicas de Gelo e Fogo* e *Harry Potter* ajudaram a atrair mais leitores. Vale lembrar que ambas as obras citadas tiveram suas adaptações para o audiovisual, atraindo públicos bastante numerosos e voltando os olhares para as sagas de fantasia. Embora os exemplos sejam da literatura estrangeira, e a produção nacional ainda permaneça carente de mais espaço, é importante ter obras do segmento com tamanha visibilidade.

A interação através das redes sociais via internet complementa, assim, as relações de troca entre o leitor com os universos criados pelos autores e com a própria figura do autor que se torna ídolo de seu público, permitindo também uma articulação mais viável entre o público numeroso da literatura de entretenimento. Uma vez que o leitor é o destino final do livro, compreendemos que, de algum modo, houve alterações nas relações estabelecidas no mercado como um todo. Avaliando o posicionamento dos autores e editores, é possível concluir que a fantasia literária de entretenimento conquistou avanços, mesmo que singelos. Avaliar as relações mercadológicas em torno do livro, principalmente de um segmento tão específico, não é tarefa simples. Portanto, após observar todos os pontos mencionados, cabe aqui uma importante ressalva feita por Moacir Lopes (1978, p. 99), que nos alerta para o fato da publicação dos autores da literatura de entretenimento não se resumir a um simples impasse entre autor e editor. O verdadeiro inimigo do autor da

literatura de entretenimento são as condições econômicas e culturais do povo como um todo, que afetam sua formação de público.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho nos possibilitou observar e compreender de forma ampla os fatores que envolvem a produção e consumo da literatura de fantasia de entretenimento no Brasil. Foi possível notar, ainda, como as ferramentas de comunicação geram influências nesse sistema, bem como nas relações socialmente estabelecidas em torno do produto cultural que é o livro. Conseguimos, também, através deste estudo, identificar onde se localiza a literatura de fantasia de entretenimento em meio ao complexo sistema editorial, formando um panorama geral que viabilizasse a compreensão dos múltiplos elementos necessários para compor a grande rede de produção em torno do objeto que é o livro.

Após estabelecer as literaturas fantástica e maravilhosa como nosso escopo, por serem os modelos mais comuns entre as produções de fantasia, e deixar evidentes os motivos pelos quais nos limitamos a estudar a produção dessa literatura no âmbito do entretenimento, excluindo a produção de proposta, foi necessário buscar no histórico da produção editorial nacional as prováveis causas da dificuldade de inserção desse segmento literário em maior escala no mercado. Levantando dados que relacionassem a utilização da internet e suas inovações em possibilidades de comunicação e sua utilização por parte do público leitor e dos autores, verificamos como essas novas possibilidades afetaram a produção e o consumo, e de que maneiras suas influências alteraram a realidade do cenário.

Analisar a atuação das editoras na atualidade nos permitiu ver que uma quantidade bem pequena se voltou especificamente para a literatura de fantasia. Ao observar as listas de livros mais vendidos nos últimos anos, percebemos que, além da baixa absorção da fantasia nacional por parte das editoras, o consumo se volta prioritariamente para as obras estrangeiras, seguindo uma tradição do mercado. As pesquisas sobre hábitos de leitura nos revelam que a taxa de leitores no país ainda se mostra modesta, sendo pouco mais de metade da população como um todo. No que tange à compra de livros e utilização da internet para explorar assuntos relacionados a obras literárias os números são ainda menores. Todos esses fatores justificam a preferência das editoras por se manter em zona segura, sem investir em produções que não apresentem retorno de vendas garantido.

Durante muito tempo, ainda, a produção nacional de literatura de entretenimento não recebeu grandes estímulos, e foi possível observar na fala dos autores que até períodos muito recentes acreditava-se que produções no campo da fantasia escrito por autores brasileiros não teriam sucesso de vendas. Hoje, apesar das dificuldades encontradas, o segmento se estabeleceu, embora em pequenas proporções, e vem evoluindo, segundo opiniões dos profissionais da área. Foi possível notar a presença ativa dos autores atuando no ciberespaço e identificar seus esforços para interação com os leitores. Suas trajetórias também evidenciaram que alguns já fazem uso de novos meios disponíveis através de recursos digitais para realizar suas publicações físicas ou digitais.

Nosso questionamento inicial consistia em saber se a utilização da internet e suas possibilidades de comunicação teriam implicado em alterações na absorção da fantasia literária nacional pelo mercado editorial. Ao observar e relacionar os múltiplos fatores, atestamos que a utilização das mídias digitais modificou as relações estabelecidas entre autor e público leitor e ainda facilitou outros meios de publicação não formais. Porém, ao contrário do que imaginávamos, a absorção da literatura de fantasia nacional por parte das grandes editoras não sofreu vastas alterações. Houve modificações, como era de se esperar, mas através dos relatos prévios dos autores, esperava-se encontrar impactos maiores, o que não se comprovou.

A relação que se estabeleceu da literatura de fantasia de entretenimento com a cibercultura e os processos de comunicação que se desenvolveram entre autor e leitor possibilitaram novas formas de atuação no mercado literário, novos meios de publicação e novas possibilidades de interação, capazes de fortalecer a literatura de fantasia de entretenimento brasileira enquanto segmento de mercado, possibilitando abertura de caminhos para que, futuramente, possa haver mais editoras que abram suas portas para o segmento e para novos autores.

Acreditamos que o desenvolvimento deste trabalho possibilitou lançar luz sobre a produção de literatura de fantasia que temos em nosso país, analisando suas relações com as possibilidades de comunicação da atualidade. Sabemos, porém, que ainda há muitas questões que cabem ser exploradas dentro do universo desta pesquisa e espera-se que, futuramente, possa haver mais olhares voltados ao

campo da literatura dentro da produção cultural, podendo ser realizadas pesquisas mais profundas que possam ouvir tanto público quanto profissionais da área, e dispor de mais material a ser explorado que trate diretamente na produção de fantasia brasileira.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Livros, artigos e trabalhos**

ADORNO, Theodor W. A Indústria cultural. In COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975. p. 287-295.

ARANHA, G.; BATISTA, F. Literatura de massa e mercado. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 20. p.121-131, 2009.

ASSIS, Machado de. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 3. ed. São Paulo: Martin Claret, 2012.

BASTOS, Alcmemo. **Os realismos irrealistas na literatura brasileira contemporânea**. Apostila adotada na disciplina “Tendências recentes da ficção (pós-60)” na Pós-Graduação da Faculdade de Letras da UFRJ, no segundo semestre de 2007.

BELLEI, S.L.P. **O livro, a literatura e o computador**. Florianópolis: UFSC, 2003.

CÁRCERES, J.G. Redes y Comunidades Virtuales: la Construcción Social en el Mundo, el Ciberespacio y el Hipermundo. In: PERUZZO, C. (Org.). **A mídia impressa, o livro, e as novas tecnologias**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. p. 69-91.

CESERANI, Remo. **O fantástico**. Curitiba: Editora UFPR, 2006.

CHAUVIN, Jean Pierre. O Realismo. In: ASSIS, Machado de. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 3. ed. São Paulo: Martin Claret, 2012.

COELHO, Teixeira. **O Que é Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: Sua História**. São Paulo: Edusp, 2012.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOPES, M.C. **A situação do escritor e do livro no Brasil**. Rio de Janeiro: Cátedra, 1978.

MARTINO, L.M.S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MEYER, Marlyse. Um fenômeno de leitura: o romance-folhetim francês do século XIX (roman-feuilleton) e sua repercussão no Brasil. In: PERUZZO, C. (Org.). **A mídia impressa, o livro, e as novas tecnologias**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. p. 137-153.

PAES, José Paulo. Por Uma Literatura Brasileira de Entretenimento. In: \_\_\_\_\_. **A Aventura Literária: Ensaios sobre Ficção e Ficções**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

PAZ, Eliane H. Massa de qualidade. In: I SEMINÁRIO BRASILEIRO SOBRE O LIVRO E HISTÓRIA EDITORIAL, 2004, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004.. Disponível em: <<http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/elianehpaz.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

PELLEGRINI, Tânia. **A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado**. 1997. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/memoria/projetos/ensaios/ensaio33.html>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

REIMÃO, Sandra. **Mercado Editorial Brasileiro, 1960-1990**. São Paulo: COM-ARTE FAPESP, 1996.

ROAS, David. **Teorías de lo fantástico**. Madrid: Arco/Libros, 2001, p. 7-44.

RODRIGUES, S.D.A. **Mashup brasileiro, a coleção clássicos fantásticos: a literatura como produto do mercado editorial**. Dissertação de Mestrado em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

ROSA, F.G.M.G. Os primórdios da inserção do livro no Brasil. In PORTO, CM. (Org.) **Difusão e cultura científica: alguns recortes**. Salvador: EDUFBA, 2009. pp. 75-92.

ROWLING, J.K. **Harry Potter e a Pedra Filosofal**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à literatura fantástica**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

TOLKIEN, J.R.R. **O senhor dos anéis: a sociedade do anel**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

- **Sites**

102 milhões de brasileiros compartilham seus momentos no Facebook todos os meses. Facebook para empresas. 19 abr. 2016. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-s-eus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>>. Acesso em: 28 maio 2018

A Batalha do Apocalipse chega à Alemanha! Confira a capa. Jovem Nerd. 21 maio 2012. Disponível em:

<<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/a-batalha-do-apocalipse-chega-a-alemanha-confira-a-cap/>>. Acesso em: 07 jun. 2018

Blog da série Os Dragões de Titânia. Disponível em:

<<http://www.dragoesdetitania.com/2011/06/sobre-o-autor.html>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Blog do autor André Vianco. Disponível em: <<https://blogdovianco.com/page/2/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Blog do autor Raphael Draccon. Disponível em:

<[http://www.raphaeldraccon.com/blog/?page\\_id=2](http://www.raphaeldraccon.com/blog/?page_id=2)>. Acesso em: 18 nov. 2017.

COMO NASCEU LUA DAS FADAS - VIVENDO E ESCREVENDO #001. Eddie Van Feu. 19 jan. 2017. Disponível em:

<[https://www.youtube.com/watch?v=gW\\_nUWxDxAQ&index=32&list=PL3r6KQ0W0F8\\_nS4QlpwS4cXbH6m1ttdNx](https://www.youtube.com/watch?v=gW_nUWxDxAQ&index=32&list=PL3r6KQ0W0F8_nS4QlpwS4cXbH6m1ttdNx)>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Desempenho do mercado livreiro: uma análise de 10 anos da pesquisa produção e vendas do setor editorial brasileiro. Pesquisa realizada por CBL, SNEL e FIPE.

[http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/08/10-anos-PesquisaFipe\\_Tabelas.pdf](http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/08/10-anos-PesquisaFipe_Tabelas.pdf)>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Editoras abrem inscrições para blogs parceiros de literatura. Publicação do portal A Tarde, por Mariana Paiva. 07 jan. 2014. Disponível em:

<<http://atarde.uol.com.br/cultura/literatura/noticias/1559835-editoras-abrem-inscricoes-para-blogs-parceiros-de-literatura>>. Acesso em: 28 fev. 2018.

Entrevista com a autora Carolina Munhóz concedida a Juliana Skwara. 19 set. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q2m-twloR4M>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Entrevista com a autora Carolina Munhóz concedida ao canal Nerd & Louco. 17 set. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tR25tldHyJ8>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Entrevista com a autora Renata Ventura concedida ao canal Ficçomos. 10 set. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0RWnR0jQ--g>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Entrevista com a autora Renata Ventura publicada no site Divulga Escritor, por Davi Medeiros. Disponível em:

<<http://www.divulgaescritor.com/products/renata-ventura-entrevista/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Entrevista com a escritora Eddie Van Feu concedida ao canal PodLer. 03 out. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jAdYsV4wmdw>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Entrevista com a escritora Renata Ventura concedida a Patrícia Fagundes. 10 jul. 2015. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_ZKrauhFJfA](https://www.youtube.com/watch?v=_ZKrauhFJfA)>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Entrevista com o autor Affonso Solano, concedida ao WorldRPGFest. 26 nov. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Sw6HsdOqk0>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Entrevista com o autor Affonso Solano, concedida ao canal Aprenda e Empreenda. 04 nov. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jB1fbuymNqQ>>. Acesso em: 10 jan. 2018

Entrevista com o autor Affonso Solano, concedida ao canal Território Nerd. 05. jun. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PytBpzhDqIM>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Entrevista com o autor Raphael Draccon concedida ao canal Nerd & Louco. 30 dez. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=E5Y2KZxJMEY>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Entrevista com Raphael Draccon - Bienal do Livro de São Paulo 2014. Canal Rádio JMS. 01 set. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XzmFQA946eo>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Entrevista Eduardo Spohr - Globo News Literatura. 17 ago. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tdQ7osgCzAE>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Escritor Eduardo Spohr lançou livro na internet que está entre os mais vendidos. Entrevista com Eduardo Spohr no Programa do Jô. Exibido em: 22 nov. 2010. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/1379994/>>. Acesso em: 10 jan. 2018. Fenômeno dos 'booktubers' difunde clássicos literários para público jovem. Felipe Cherubin em Colaboração para O Estado em 22 jul. 2017. Disponível em: <<http://alias.estadao.com.br/noticias/geral,fenomeno-dos-booktubers-difunde-classic-os-literarios-para-publico-jovem,70001898464> >. Acesso em: 28 fev. 2018.

Grupo “# Armada Escarlata Brasil ( FC A Arma Escarlata )” no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/214735095327006/about/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Grupo “Livros de Fantasia e Aventura” no Skoob. Disponível em: <https://www.skoob.com.br/grupo/2467-livros-de-fantasia-e-aventura>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Grupo “Livros de fantasia e aventura - Skoob” no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/LivrosFantasiaeAventura/about/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Jô Soares entrevista a autora FML Pepper. Exibido em 14 out 2015. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4538856/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Lista de associados ao Sindicato Nacional de Editores de Livros. Disponível em: <https://app.snel.org.br/ui/associado/listaAssociado.aspx> >. Acesso em: 22 abr. 2017.

Lista de Mais Vendidos de Ficção de 2015. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/9/2015/0/0>>. Acesso em: 23 jun. 2018.

Lista de Mais Vendidos de Ficção de 2016. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/9/2016/0/0>>. Acesso em: 23 jun. 2018.

Lista de Mais Vendidos de Ficção de 2017. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/9/2017/0/0>>. Acesso em: 23 jun. 2018.

Nerdcast episódio 379 - Literatura Fantástica Brasileira. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-379-literatura-fantastica-brasileira/>>. Acesso em: 10 jan.2018.

O escritor André Vianco fala sobre seu livro - Entrevista concedida ao Programa do Jô. Exibido em 20 abr. 2011. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/1490387/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página da autora Carolina Munhóz no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/escritoracarolinamunhoz/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página da autora Carolina Munhóz no Skoob. Disponível em: <https://www.skoob.com.br/autor/1538-carolina-munhoz>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página da autora Eddie Van Feu no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/eddievanfeuoficial/>>. Acesso em:10 jan. 2018.

Página da autora Eddie Van Feu no Skoob. Disponível em: <https://www.skoob.com.br/autor/3576-eddie-van-feu>>. Acesso em:10 jan. 2018.

Página da autora FML Pepper no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/fmlpepper/> >. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página da autora FML Pepper no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/7560-fml-pepper>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página da autora Renata Ventura no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/renataescarlata2012/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página da autora Renata Ventura no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/5555-renata-ventura>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página da série Os Dragões de Titânia, do autor Renato Rodrigues, no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/DragoesdeTitania/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página do autor Affonso Solano no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/affonsosolano/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página do autor Affonso Solano no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/8746-affonso-solano>>. Acesso em: 10 jan. 2018

Página do autor André Vianco no Facebook. Disponível em:  
<[https://www.facebook.com/andreviancoonline/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/andreviancoonline/?ref=br_rs)>. Acesso em: 10 jan. 2018

Página do autor André Vianco no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/38-andre-vianco>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página do autor Eduardo Spohr no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/eduardospohr/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página do autor Eduardo Spohr no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/746-eduardo-spohr>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Página do autor Leonel Caldela no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/Leonel-Caldela-250678371646639/>> . Acesso em: 18 nov. 2017.

Página do autor Leonel Caldela no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/1320-leonel-caldela>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página do autor Raphael Draccon no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/Raphael-Draccon-226192494061101/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página do autor Raphael Draccon no Skoob. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/165-raphael-draccon>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Página do autor Renato Rodrigues no Facebook. Disponível em:  
<<https://www.skoob.com.br/autor/5253-renato-rodrigues>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Painel das vendas de livros no Brasil. Resultados 1016 x 2015. Realizado por: Nilsen e SNEL. <http://www.snel.org.br/wp-content/themes/snel/docs/SNEL042016.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Produção e vendas do setor editorial brasileiro- ano base 2016. Realizado por: CBL, SNEL e FIPE. [http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/08/Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Pesquisa-Produ%C3%A7%C3%A3o-e-Vendas\\_2016\\_1.pdf](http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/08/Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Pesquisa-Produ%C3%A7%C3%A3o-e-Vendas_2016_1.pdf). Acesso em: 19 nov. 2017.

Quais são os países mais leitores do mundo? - Publicado por equipe BVL. 27 out. 2016. Disponível em: <https://bvl.org.br/quais-sao-os-paises-mais-leitores-do-mundo/>. Acesso em: 02 mar. 2018.

Retratos da leitura no Brasil - 4ª edição. Realizado por: Instituto Pró-Livro. Disponível em: [http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf). Acesso em: 19 nov. 2017.

Site da autora FML Pepper. Disponível em: <http://fmlpepper.com.br/>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Universo fantástico em expansão no mundo da literatura. Publicado por Jornal NH em 09 fev. 2014. Disponível em: [http://www.jornalnh.com.br/\\_conteudo/2014/02/entretenimento/14986-universo-fantastico-em-expansao-no-mundo-da-literatura.html](http://www.jornalnh.com.br/_conteudo/2014/02/entretenimento/14986-universo-fantastico-em-expansao-no-mundo-da-literatura.html). Acesso em: 02 mar. 2018.

VLOG Alcateia #50 - Resenha de "O Portal" e "Os demônios de Loudun". Eddie Van Feu. 12. jan. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NmHlwhZMilg>. Acesso em: 10 jan. 2018.

VLOG Alcateia #62 - Como publicar livros no Brasil?. Eddie Van Feu. 20. jul. 2014. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=iZPK\\_m-MR3M&list=PLMd1GBejU\\_NHpiFPUxr1UF-yS\\_TEAAkZF&index=53](https://www.youtube.com/watch?v=iZPK_m-MR3M&list=PLMd1GBejU_NHpiFPUxr1UF-yS_TEAAkZF&index=53). Acesso em: 10 jan. 2018.

## APÊNDICES

### Apêndice I - Levantamento de editoras, linhas editoriais e selos de fantasia.

	Editora   Nome fantasia	Gêneros publicados   Linha editorial	Sindicato	Possuem selos de Fantasia
1	5M EDITORA, EMPREENDIMENTOS, COMÉRCIO, SERVIÇOS, LICENCIAMENTOS E AGROPECUÁRIA LTDA   EDITORA AE	Paradidáticos	X	
2	7 EVEN BOOKS LTDA -EPP   EDITORA TOKA	Paradidáticos e idiomas	X	
3	A. A. WOELZ EDITORA - ME   NET E BOOKS EDITORA	Romance, aventuras, poesias, contos, crônicas, ciência, tecnologia, religioso e empreendedorismo	X	
4	ABACATTE EDITORIAL LTDA   ABACATTE EDITORIAL	Literatura infantil e juvenil	X	
5	ABOVE EDITORA E PUBLICACOES LTDA - ME   ABOVE - EDITORA E PUBLICACOES	Todos	X	
6	ACCESS EDITORA E COMERCIO DE LIVROS LTDA	Didáticos	X	
7	AEROPLANO EDITORA E CONSULTORIA LTDA	Arte e arquitetura, cinema e teatro, não- ficção, poesia e infantil	X	
8	ALAMEDA CASA EDITORIAL LTDA   451 FAHRENHEIT EDITORA DA CIDADE E QUINCAS	Ensaio, livros de artigos, clássicos e debates contemporâneos, história, obras de crítica literária, antropologia, filosofia e crítica de arte (prioriza as obras de não- ficção)	X	
9	ALINE GOSTINSKI ME   EMPÓRIO DO DIREITO	Direito	X	
10	ALMADENA EDITORA PRODUÇÕES ARTISTICAS E CULTURAIS	Obras que promovam o acesso ao amplo universo do conhecimento da cultura árabe e lusófona	X	
11	ALTADENA COMUNICAÇÃO SISTEMAS LTDA -ME	Biografia, científicos e técnicos, comunicação visual e design, economia, sociedade e filosofia, educação, literatura brasileira, literatura infanto-juvenil, poesia, teatro e artes	X	
12	AMGH EDITORA LTDA	Medicina	X	
13	APRAZIVEL EDIÇÕES LTDA	Museus, exposições, livros e edições especiais	X	
14	ARQUIPELAGO EDITORIAL	Jornalismo, literatura, ensaio,	X	

	LTDA	música, saúde e esporte, negócios, direito		
15	ARTE ENSAIO EDITORA LTDA - ME	Arte de segmentos e assuntos variados	X	
16	ARTES E OFÍCIOS EDITORA LTDA	Livros de literatura, variedades, ensaios, livros e guias de viagem produzidos no rio Grande do Sul	X	
17	ARTMED EDITORA LTDA	Ciências Biológicas, Medicina e demais áreas da saúde	X	
18	ASSOCIAÇÃO EDITORA ESPÍRITA F. V. LORENZ	Autoajuda, biografias, contos e romances espíritas	X	
19	ASSOCIAÇÃO RELIGIOSA EDITORA MUNDO CRISTÃO   NOME FANTASIA: EDITORA MUNDO CRISTÃO	Bíblias e livros de autores nacionais e estrangeiros e de diversos gêneros literários, sempre pautados pela postura teológica cristã	X	
20	ATHENEU EDITORA DE SÃO PAULO LTDA	Literatura médica nacional	X	
21	ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL CONTABIL E JURÍDICA LTDA.	Não encontrado	X	
22	ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL CONTINUADA LTDA	Temas de natureza fiscal, trabalhista e jurídica	X	
23	AUTOGRAFIA EDIÇÃO COMUNICAÇÃO E COMÉRCIO LTDA - EPP	Romances, poesias, trabalhos acadêmicos, coletâneas	X	
24	AYMARÁ EDIÇÕES E TECNOLOGIA LTDA	Livros didáticos, paradidáticos, transdidáticos, de literatura, obras de referência e livros para educação especial	X	
25	BARRA LIVROS E CURSOS EDITORA LTDA - ME	Não encontrado	X	
26	BECO DO AZOUGUE EDITORIAL LTDA. ME   AZOUGUE EDITORIAL	Poesia, ficção, ensaios, projetos especiais	X	
27	BEM-TE-VI PRODUÇÕES LITERÁRIAS LTDA	Títulos sobre literatura, arte, sociedade, história, cinema, teatro, música erudita e popular, arquitetura e jornalismo	X	
28	BOOKMAN COMPANHIA EDITORA LTDA -ME	Livros técnicos e publicações de pesquisa	X	
29	BORTOLAMASI COMUNICAÇÃO GLOBAL & DESIGN LTDA - ME   REVISTA GOOLACO	Autoajuda, espiritualidade, e histórico-biográficos	X	
30	BRINQUE BOOK EDITORA DE LIVROS LTDA	Infantil e juvenil	X	
31	BUQUI COMERCIO DE LIVROS DIGITAIS	Não encontrado	X	
32	CALLIS EDITORA LTDA	Infantojuvenil	X	
33	CAPIVARA EDITORA LTDA	Livros ilustrados ligados principalmente à arte, história,	X	

		arquitetura e fotografia do Brasil, com especial atenção ao século XIX		
34	CASA DA PALAVRA PRODUÇÃO EDITORIAL LTDA - EPP	Ensaio sobre o Rio de Janeiro, romances e livros de arte (não edita autores contemporâneos)	X	
35	CASA JORGE EDITORIAL LTDA-ME	Obras de não-ficção	X	
36	CASA PUBLICADORA DAS ASSEMBLÉIAS DE DEUS	Religioso	X	
37	CATIA ABARDES MOURÃO PEREIRA SILVA 89302192768   LER EDITORIAL	Obras de autores nacionais contemporâneos direcionadas ao público jovem adulto, romance, fantasia, literatura feminina e erótico contemporâneo	X	
38	CENTRO DE ESTUDOS VIDA E CONSCIÊNCIA EDITORA LTDA	Literatura espírita	X	
39	CENTRO ESPÍRITA LEON DENIS   CELD	Literatura Cristã Espírita	X	
40	CEPA -CENTRO EDITOR DE PSICOLOGIA APLICADA LTDA	Psicologia	X	
41	CIRANDA CULTURAL EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Infantil e juvenil	X	
42	CLAUDIO ROBERTO MARTINI (ZARABATANA)   ZARABATANA BOOKS	Quadrinhos	X	
43	COMA LIVROS EIRELI - EPP	Esotéricos	X	
44	COMBOIO DE CORDA EDITORA LTDA   COMBOIO DE CORDA	Materiais didáticos, literatura infantil e juvenil, dicionários, livros para o ensino religioso, idiomas, e soluções de tecnologia educacional	X	
45	COMPANHIA EDITORA NACIONAL	Infantis e infanto-juvenis, brasileiros e estrangeiros, obras originais e clássicas de gastronomia, biografias de nomes consagrados, livros sobre música e futebol, literatura e romances, autoajuda e negócios e outras publicações de não- ficção	X	
46	CONQUISTA EDITORA E COACHING LTDA - ME	Não encontrado	X	
47	CONSULTOR ASSESSORIA DE PLANEJAMENTO   EDIÇÕES CONSULTOR	Não encontrado	X	
48	CONTRAPONTO EDITORA LTDA EPP	Economia, história, filosofia, ciências sociais, ciências naturais, cinema e arte	X	
49	COOPERATIVA EDITORA E DE CULTURA MÉDICA LTDA   EDITORA COOPMED	Medicina	X	

50	CORES E LETRAS EDITORA LTDA	Não encontrado	X	
51	CORRUPIO EDIÇÕES E PROMOÇÕES CULTURAIS LTDA	Livros sobre culturas negras e diáspora africana	X	
52	CORTEZ EDITORA E LIVRARIA LTDA	Educação, serviço social, ciências da linguagem, ciências sociais, ciências ambientais e psicologia	X	
53	CRIA MINEIRA EMPREENDIMENTOS LTDA	Infantil	X	
54	CRIATIVO MERCADO EDITORIAL DE LIVROS E REVISTAS LTDA - ME	Arte-educação	X	
55	CTRLC EDITORA LTDA   POD EDITORA	Obras acadêmicas ou literárias	X	
56	CWA CASTRO -EPP   GRAFICA EXPRESSA	Não encontrado	X	
57	DANPREWAN EDITORA E COMUNICAÇÕES LTDA EPP	Literatura cristã	X	
58	DE PETRUS EDITORA E COMÉRCIO LTDA   DP ET ALII	Não encontrado	X	
59	DISCOVERY EDITORA LTDA-ME	Livros didáticos, com conteúdos e simulados de concursos públicos e cursos práticos de idiomas, filosofia, saúde, infantis, artesanato, culinária, entre outros	X	
60	DISTRIBUIDORA RECORD DE SERVIÇOS DE IMPRENSA S/A	Ficção de qualidade e entretenimento e reportagens e narrativas de não-ficção sobre temas polêmicos, históricos ou científicos	X	
61	D'LIVROS EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Autoajuda, motivacionais e manuais	X	
62	DOCUMENTA HISTÓRICA EDITORA LTDA - ME   EDITORA SECULO XXI	Preservação da memória cultural, patrimonial e ecológica	X	
63	DUBLE EDITORIAL LTDA - EPP	Não encontrado	X	
64	DUMARÁ DISTRIBUIDORA DE PUBLICAÇÕES LTDA	Não encontrado	X	
65	E REALIZAÇÕES EDITORA ,LIVRARIA E DISTRIBUIDORA LTDA -EPP	Educação	X	
66	EDC - EDITORA DIDÁTICA CIENTÍFICA	Didáticos e paradidáticos	X	
67	EDELBRA EDITORA LTDA	Educação básica	X	
68	EDIÇÕES ADUANEIRAS LTDA   E A L	Comércio exterior	X	

69	EDIÇÕES DE JANEIRO	Arquitetura, críticas, biografias, ensaios, fotografia, história, infantil e juvenil, literatura fantástica, música, poesia, política, sociedade e teatro	X	
70	EDIÇÕES ESCALA EDUCACIONAL LTDA	Livros didáticos, livros paradidáticos, revistas e séries	X	
71	EDIÇÕES MARÍTIMAS LTDA	Assuntos marítimos	X	
72	EDIÇÕES SM LTDA	Materiais didáticos, literatura infantil e juvenil, dicionários, livros para o ensino religioso, idiomas, e soluções de tecnologia educacional	X	
73	EDIÇÕES TEMPO BRASILEIRO LTDA	Não encontrado	X	
74	EDICON EDITORA E CONSULTORIA LTDA	Todos (edições custeados pelo autor)	X	
75	EDIOURO PUBLICAÇÕES DE PASSATEMPOS E MULTIMIDIA LTDA   EDIPASS	Não encontrado	X	
76	EDIOURO PUBLICAÇÕES LTDA	Romance, ficção, história e infanto-juvenis	X	
77	EDITORA 34 LTDA.	Ficção, filosofia, arte, teoria literária, ciências sociais, história, psicologia e psicanálise, economia, música, poesia e literatura infantojuvenil	X	
78	EDITORA AGE LTDA	Variados	X	
79	EDITORA ALEPH LTDA	Clássicos da literatura de ficção científica, publicações na área de ativismo quântico e nova era e publicações sobre turismo e hotelaria	X	
80	EDITORA ALPHABETO EIRELI	Livros didáticos pedagógicos	X	
81	EDITORA ALTO ASTRAL LTDA	Revistas sobre comportamento feminino, decoração, culinária, saúde e bem-estar, religiosidade, astrologia, infantil, entre outros	X	
82	EDITORA ANZOL LTDA	Não encontrado	X	
83	EDITORA AQUARIANA LTDA	Literatura, obras de referência e educação	X	
84	EDITORA ARARA AZUL LTDA   NINHO DO AUTOR EDITORA	Línguas gestuais, orais e/ou escritas, promoção das culturas surda e ouvinte e aceitação das diversidades humanas	X	
85	EDITORA ARQUEIRO LTDA	Fantasia, ficção científica, não ficção, policial,	X	

		romance, romance de época, terror e thriller		
86	EDITORA ARTES MEDICAS LTDA	Medicina	X	
87	EDITORA ATHENEU LTDA	Área de saúde	X	
88	EDITORA ÁTICA S/A	Didáticos e paradidáticos	X	
89	EDITORA ATLAS S/A	Saúde, jurídicos, ciências exatas, humanas e sociais aplicadas	X	
90	EDITORA AVERCAMP LTDA	Educação	X	
91	EDITORA BARAUNA SOCIEDADE EMPRESARIA LTDA - ME	Diversos	X	
92	EDITORA BERTRAND BRASIL LTDA	Livros franceses e portugueses	X	
93	EDITORA BEST SELLER LTDA	Livros de carreira, finanças, desenvolvimento pessoal, negócios, liderança, marketing, estilo de vida, saúde, relacionamento, moda e educação	X	
94	EDITORA BIRUTA LTDA	Infantil, infantojuvenil e educação	X	
95	EDITORA CAMPO MATÊMICO LTDA - ME   EDITORA COMPANHIA DE FREUD	Não encontrado	X	
96	EDITORA CANGURU LTDA	Infantojuvenil	X	
97	EDITORA CARAMBAIA EIRELI - EPP	Contos, teatro, crônicas, romances, novelas e dicionários nacionais e estrangeiros	X	
98	EDITORA CASA LYGIA BOJUNGA LTDA	Infantojuvenil	X	
99	EDITORA CEJUP LTDA	Didáticos, jurídicos e cultura	X	
100	EDITORA CIDADANIA LTDA - ME	Paradidáticos	X	
101	EDITORA CJA LTDA   TRAIRYBOOKS	Não encontrado	X	
102	EDITORA CLARIDADE LTDA	Não encontrado	X	
103	EDITORA CLARO ENIGMA LTDA.	Não encontrado	X	
104	EDITORA COMPOR LTDA	Infantil	X	
105	EDITORA COMUNITA LTDA.	História, auto ajuda, romances e filosofia	X	
106	EDITORA CRV LTDA	Conteúdos científicos	X	
107	EDITORA CULTURA EDITORIAL LTDA ME	Não encontrado	X	

108	EDITORA CULTURA MEDICA LTDA - EPP   EDITORA ETICA	Medicina, enfermagem, odontologia, fisioterapia e outras	X	
109	EDITORA CUORE LTDA-ME	Infantil e infantojuvenil	X	
110	EDITORA DA PONTE SOLUÇÕES EM EDUCAÇÃO   EDITORA DA PONTE	Não encontrado	X	
111	EDITORA DARKSIDE	Terror e fantasia		
112	EDITORA DECOR LTDA-EP	Não encontrado	X	
113	EDITORA DE CULTURA LTDA	Biografias, comportamento e história, comunicação, espiritualidade, gestão e negócios, infantis, juvenis e literatura brasileira	X	
114	EDITORA DE LIVROS COBOGÓ LTDA	Arte e cultura contemporânea	X	
115	EDITORA DO BRASIL SA   EBSA	Didáticos e infantil	X	
116	EDITORA DRACO	Publicação de autores nacionais de ficção e fantasia. Publica quadrinhos, romances e contos		
117	EDITORA E DISTRIBUIDORA CAETES LTDA	Livros, teses, ensaios, revistas acadêmicas na área de letras, cultura brasileira e estudos culturais	X	
118	EDITORA E DISTRIBUIDORA CULTURAL BRASIL LTDA - EPP.	Não encontrado	X	
119	EDITORA E DISTRIBUIDORA DE LIVROS CLARANTO LTDA	Didáticos	X	
120	EDITORA E DISTRIBUIDORA DE LIVROS MARTINS E MARTINS LTDA ME	Não encontrado	X	
121	EDITORA E DISTRIBUIDORA SANTA TEREZINHA LTDA - ME   EDITORA IDTS - INSTITUTO DE DIFUSÃO DE TECNOLOGIAS SOCIAIS	Tecnologia social	X	
122	EDITORA E DISTRIBUIDORA SUPLEGRAF LTDA	Didáticos	X	
123	EDITORA E LIVRARIA VILLA DAS LETRAS LTDA.   VILLA DAS LETRAS	Não encontrado	X	
124	EDITORA EDGARD BLUCHER LTDA	Livros técnicos e publicações de pesquisa	X	
125	EDITORA ESTAÇÃO LIBERDADE LTDA - EPP	Clássicos da literatura, filosofia, história, infantis, arquitetura, artes, literatura japonesa e literaturas de língua alemã	X	
126	EDITORA ÉTICA DO BRASIL LTDA - EPP	Didáticos	X	
127	EDITORA FÁBRICA DE IDEIAS LTDA	Didáticos	X	

128	EDITORA FERREIRA LTDA	Livros específicos para concursos públicos	X	
129	EDITORA FILOCALIA LTDA	Literatura, artes, filosofia, cultura clássica e espiritualidade	X	
130	EDITORA FORENSE LTDA	Jurídicos	X	
131	EDITORA FTD S/A.	Didáticos	X	
132	EDITORA GARAMOND LTDA	Comportamento e cultura contemporâneos, literatura, meio ambiente, sexualidade, política, ciências humanas, ciências sociais, filosofia, psicanálise e arte	X	
133	EDITORA GLOBO LIVROS LTDA.	Literatura (contos, romances e novelas), reportagem, ensaios (Ciências Humanas), biografias, obras de referência e infantis	X	
134	EDITORA GLOBO S/A	Literatura (contos, romances e novelas), reportagem, ensaios (Ciências Humanas), biografias, obras de referência e infantis	X	
135	EDITORA GOL LTDA	Livros, cursos em fascículos, guias e enciclopédia	X	
136	EDITORA GUANABARA KOOGAN LTDA	Medicina e saúde	X	
137	EDITORA GUARDA CHUVA LTDA	Clássicos da literatura; infantojuvenil, comportamento e questões contemporâneas	X	
138	EDITORA GUIA LTDA	Revistas, guias, anuários e livros voltados a vários setores específicos da economia, com destaque para os segmentos de governo, saúde e construção	X	
139	EDITORA GUTENBERG	Literatura nacional para jovens e adultos nos gêneros: fantasia, romance, distopia, suspense, chick-lit, entre outros		
140	EDITORA HARBRA LTDA	Auto ajuda, desenvolvimento humano, direito, didáticos e paradidáticos	X	
141	EDITORA HR LTDA	Infantis, cristãos e ficção	X	
142	EDITORA HYRIA LTDA - ME	Infantil, infantojuvenil, saúde e metodologia científica	X	
143	EDITORA ÍBIS LTDA - ME   SYBEX	Informática, literatura infantojuvenil, estudos de literatura, estudos de língua portuguesa, teatro, educação, estudos	X	

		medievais e mitologia		
144	EDITORA ILUMINURAS LTDA	Literatura filosofia, cinema, história, comunicação, semiótica, psicanálise, antropologia e educação	X	
145	EDITORA INTERCIÊNCIA LTDA	Técnicos e científicos	X	
146	EDITORA INTRÍNSECA LTDA	Ficção e não ficção	X	
147	EDITORA JAGUATIRICA DIGITAL LTDA	Biografias, contos, crônicas, ficção, fotografia, juvenil e infantil, não ficção, poesia, psicologia e romance	X	
148	EDITORA JAMBÔ	Rpg, quadrinhos e literatura fantástica		
149	EDITORA JOSÉ OLYMPIO LTDA	Clássicos da literatura brasileira	X	
150	EDITORA JPA LTDA	Não encontrado	X	
151	EDITORA KALANGO LTDA - ME	Espiritualidade, xamanismo, romances, contos e poesia	X	
152	EDITORA LÊ LTDA	Infantojuvenil	X	
153	EDITORA LENDO E APRENDENDO LTDA - ME	Não encontrado	X	
154	EDITORA LIBER LIVRO LTDA	Livros universitários	X	
155	EDITORA LINHAS TORTAS	Magia, esoterismo e literatura fantástica brasileira		
156	EDITORA LUZ ÀS NAÇÕES LTDA   BETHANY.COM.BR	Vida Cristã, liderança, autoridade espiritual, infantil, entre outros	X	
157	EDITORA MAGISTER LTDA	Jurídicos	X	
158	EDITORA MANOLE LIMITADA	Científicas, técnicas e profissionais	X	
159	EDITORA MARCA PÁGINA LTDA- ME	Infantil e infantojuvenil	X	
160	EDITORA MEDIAÇÃO DISTRIBUIDORA E LIVRARIA LTDA	Educação e infantojuvenil	X	
161	EDITORA MELHORAMENTOS	Infantis, juvenis, gastronomia e desenvolvimento pessoal, linha Disney e selo Michaelis de dicionários	X	
162	EDITORA MODERNA LTDA	Livros didáticos, material de apoio, obras de literatura e formação de professores	X	
163	EDITORA MOV PALAVRAS - EIRELI-EPP	Alfabetização e letramento de crianças e jovens e formação de professores reflexivos e leitores literários	X	
164	EDITORA MUNDO JOVEM 2004 LTDA   EDITORA JOVEM	Literatura infantil e juvenil	X	

165	EDITORA NARRATIVA UM LTDA	Projetos e pesquisas de história	X	
166	EDITORA NOESES LTDA	Direito Tributário, filosofia do direito e teoria geral do direito	X	
167	EDITORA NÓS LTDA	Literatura contemporânea adulta e infantojuvenil	X	
168	EDITORA NOVA ALEXANDRIA LTDA - EPP	Literatura brasileira, estrangeira, ensaios, arte, história, educação, culinária e humor	X	
169	EDITORA NOVA FRONTEIRA PARTICIPAÇÕES S/A	Clássicos e romances, livros de gastronomia e artes, literatura e obras de referência	X	
170	EDITORA NOVO FUTURO LTDA	Não encontrado	X	
171	GRUPO EDITORIAL NOVO SÉCULO	Ficção, cultura pop, HQs, Geektopia, quadrinhos, graphic novels, best-sellers YA e infantojuvenis, romance, distopia, suspense, chick-lit, fantasia, biografias de personalidades mundiais, obras de novos autores nacionais, terror, não ficção, livros cristãos, negócios, educação, autoajuda, qualidade de vida, marketing e comercial, desenvolvimento pessoal e profissional, soft business, gestão & carreira, finanças, tecnologia & inovação e saúde & bem-estar		Selo Novos Caminhos
172	EDITORA OFICINA DAS FINANÇAS LTDA ME   EDITORA OFICINA	Educação financeira	X	
173	EDITORA ORIGINAL LTDA   PANDA BOOKS	Infantil e juvenil, relatos de viagens, jornalismo investigativo, biografias (inclusive eróticas), contos e crônicas de autores contemporâneos, clássicos da literatura brasileira e romances para o público feminino	X	
174	EDITORA PAKA-TATU LTDA-ME	Literatura (poesia, romance, conto, ficção, infantojuvenil), filosofia, sociologia, ecologia, história, antropologia, economia, política, direito, saúde, didáticos e paradidáticos	X	
175	EDITORA PAPAGAIO LTDA - EPP	Livros infantis, juvenis, romances e jornalismo	X	
176	EDITORA PAZ E TERRA LTDA	Títulos que suscitem o pensamento crítico sobre nossa sociedade, referências nas áreas de ciências humanas e	X	

		sociais		
177	EDITORA PEQUENA ZAHAR LTDA	Infantojuvenil	X	
178	EDITORA PERSPECTIVA LTDA	Filosofia, psicanálise, crítica, literatura, arquitetura, semiótica, entre outros	X	
179	EDITORA PINSKY LTDA   CONTEXTO	Economia, turismo, comunicação (especialmente jornalismo), linguística, geografia, história e educação	X	
180	EDITORA PLANETA DO BRASIL LTDA.	Ficção, não-ficção, autoajuda, infantis e juvenis	X	
181	EDITORA PLÊIADE LTDA ME	Manual didático, dissertação, tese ou obra literária	X	
182	EDITORA POSITIVO LTDA	Sistemas de ensino, livros didáticos e dicionários	X	
183	EDITORA PROJETO EIRELLI-EPP	Literatura infantil e juvenil e publicações na área de educação	X	
184	EDITORA PRUMO LTDA - EPP	Ficção, não-ficção e infantojuvenil	X	
185	EDITORA PULO DO GATO LTDA	Leitura literária para crianças e jovens e na divulgação de obras sobre leitura, literatura e formação de leitores	X	
186	EDITORA RECORD LTDA	Ficção de qualidade e entretenimento, reportagens e narrativas de não-ficção sobre temas polêmicos, históricos ou científicos	X	Galera Record
187	EDITORA REVAN LTDA - EPP	Ficção, arte, ciências sociais, livros universitários, direito, arquitetura, clássicos da literatura brasileira e estrangeira, infantojuvenis, política, atualidades e biografias	X	
188	EDITORA REVIRAVOLTA LTDA	Não encontrado	X	
189	EDITORA REVISTA DOS TRIBUNAIS LTDA	Jurídico	X	
190	EDITORA RIANI COSTA LTDA - ME	Literatura infantil	X	
191	EDITORA ROÇA NOVA LTDA-ME.	Sustentabilidade, ecovilas, permacultura, economia solidária, organizações sistêmicas, comunicação não-violenta, livre aprendizagem, economia criativa, agroecologia, gestão de resíduos, saúde integral, bioconstrução, psicologia e ecologia profunda	X	
192	EDITORA ROCCO LTDA	Ficção e não-ficção contemporâneas	X	

193	EDITORA RUBIO LTDA - EPP	Técnico-científicos (Biociências e Saúde)	X	
194	EDITORA SATRY LTDA - EPP	Religiosos e filosóficos	X	
195	EDITORA SCHWARCZ S/A	Romances, ensaios, contos, literatura infantil e infantojuvenil	X	
196	EDITORA SCHOBA LTDA - ME	Não encontrado	X	
197	EDITORA SCIPIONE S/A	Didáticos e paradidáticos	X	
198	EDITORA SOPHOS LTDA - EPP	Educação infantil, ensino médio, livros paradidáticos, livros para educadores e para os pais	X	
199	EDITORA SPRINT LTDA - EPP	Não encontrado	X	
200	EDITORA TAVOLA INFANTO JUVENIL LTDA.   GLOBO KIDS	Não encontrado	X	
201	EDITORA TEMPO D IMAGEM LTDA. - EPP	Livros de fotografia	X	
202	EDITORA TRAREPA LTDA - ME	Arte, fotografia, ciências sociais, psicologia, psicanálise, filosofia, antropologia, história, educação e literatura	X	
203	EDITORA TRILHA DAS LETRAS LTDA - ME	Infantil e infantojuvenil	X	
204	EDITORA URBANA LTDA - ME	Entretenimento e cultura	X	
205	EDITORA VALENTINA LTDA	Literatura de entretenimento, urban fantasy, distopia, paranormal, romances femininos, thriller, chick-lit, pets, religiosidade, biografia, bem-estar, steampunk e literatura juvenil	X	
206	EDITORA VERMELHO MARINHO USINA DE LETRAS LTDA - EPP	Literatura fantástica nacional infantil, juvenil e adulta, obras clássicas, acadêmicas e de divulgação científica	X	
207	EDITORA VIAJANTE DO TEMPO LTDA	Infantojuvenil	X	
208	EDITORA VOLTA E MEIA LTDA.	Infantil e infantojuvenil	X	
209	EDITORA VOZES LTDA	Área religiosa (auto-ajuda, catequese, espiritualidade, devoção e orações, liturgia, sociologia religiosa, teologia e afins) e área cultural (administração, antropologia, comunicação, dinâmica de grupo, economia, filosofia, história, letras e literatura, metodologia, política, psicanálise, psicopedagogia,	X	

		serviço social, saúde e trabalho, sociologia)		
210	EGEIROS EDUCACIONAL LTDA - ME	Material pedagógico	X	
211	ELEMENTAR PUBLICAÇÕES E EDITORA LTDA - EPP	Infantil e infantojuvenil	X	
212	ELSEVIER EDITORA LTDA	Educação superior e profissional e revistas científicas	X	
213	ENSINART EDITORA LTDA - ME	Didáticos	X	
214	E-PAPERS SERVIÇOS EDITORIAS LTDA - ME	Conhecimento técnico-científico	X	
215	ESCOLA MULTIMEIOS	Projetos educacionais	X	
216	ESPIRAL EDITORA E DISTRIBUIDORA DE LIVROS LTDA - EPP	Didático e paradidático	X	
217	ESTAÇÃO DAS LETRAS E CORES EDITORA LTDA - ME	Moda, Comunicação e Design	X	
218	ESTUDIO F DESIGN, COMUNICAÇÃO E EDIÇÃO DE LIVROS LTDA - ME   ESTUDIO F	Não encontrado	X	
322	OITAVA RIMA EDITORA LTDA-ME	Clássicos universais e escritores inéditos da atualidade, preservando um olhar especial para autores brasileiros contemporâneos de ficção narrativa, poética ou teatral e obras infantojuvenis	X	
323	ORGANIZAÇÃO ANDREI EDITORA LTDA - EPP	Medicina, veterinária, agronomia, enfermagem, fisioterapia, medicina chinesa, acupuntura e homeopatia	X	
324	OURO SOBRE AZUL DESIGN EDITORA LTDA. - EPP	Literatura epistolar, ciências humanas, clássicos da literatura brasileira de ficção, literatura brasileira contemporânea	X	
325	OXFORD UNIVERSTY PRESS DO BRASIL PUBLICAÇÕES LTDA	Material didático de língua inglesa	X	
326	PACO E LITTERA EDITORA LTDA - ME   PACO EDITORIAL	Produção científica brasileira	X	
327	PALLAS EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Temas afrodescendentes, tarô, yoga, cuidados naturais de saúde, cultura cigana, devoções e práticas protetoras consagradas pela sabedoria popular	X	
328	PALMIERI E CIA LTDA EPP   EDITORA ESTUDOS AMAZÔNICOS	Autores e pesquisadores que voltam seu olhar para a Amazônia e didáticos	X	
329	PARÁBOLA EDITORIAL LTDA - EPP	Didáticos, educação, comunicação, contos e poesia	X	

330	PAX EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Livros voltados para a área de educação	X	
331	PEDRO EUGÊNIO GOMES PAZELLI   LIVRO LINDO EDITOR	Não encontrado	X	
332	PENNINHA EDIÇÕES LTDA - ME	Não encontrado	X	
333	PENSO EDITORA LTDA - ME	Biociências, ciências exatas, sociais , humanas, educação profissional e tecnológica	X	
334	PHORTE EDITORA LTDA	Educação física, docência e pedagogia, literatura e cultura, qualidade de vida e bem estar, saúde, gestão e liderança	X	
335	PIA SOCIEDADE FILHAS DE SÃO PAULO   PAULINAS	Atuação pastoral da Igreja, bíblia, catequese, ciências humanas e sociais, ciências da religião, comunicação social, desenvolvimento humano, educação e ensino religioso, espiritualidade, estudos bíblicos, família, literatura e literatura infantojuvenil, liturgia, pastoral, qualidade de vida, saúde, teologia e vida religiosa	X	
336	PINACOTECA DO RIO DE JANEIRO INSTITUTO CULTURAL SERGIO FADEL	Não encontrado	X	
337	PINAKOTHEKE ARTES LTDA - EPP	História da arte no Brasil	X	
338	PINAÚNA IDÉIAS INTEGRADAS LTDA - ME  PINAUNA EDITORA	Arte e cultura, auto ajuda, crônicas e contos, ficção, poesia, técnicos e científicos	X	
339	PINTO E ZINCONE EDITORA LTDA - EPP  GRYPHUS EDITORA	Ficção, biografia, cinema, espiritualidade, não-ficção e música	X	
340	PIONEIRA EDITORIAL LTDA-ME   EDIÇÕES TAPIOCA	Gastronomia	X	
341	PRI PRIMAVERA EDITORIAL LTDA - ME   PRIMAVERA EDITORIAL	Romances históricos, sociais e de memória, ficção brasileira e estrangeira, policiais e thrillers, educação, psicologia, psicanálise, cultura corporativa positiva, entre outras	X	
342	PUBLIBOOK - LIVROS E PAPÉIS LTDA   L&PM EDITORES	Ficção, reportagens, biografias e depoimentos, filosofia, literatura estrangeira, quadrinhos e infantojuvenil	X	
343	PUBLICAÇÕES BRASIL CULTURAL LTDA - EPP   EDITORA BRASIL CULTURAL	Didáticos	X	

344	PUBLICAÇÕES MERCURYO NOVO TEMPO LTDA - EPP	Esotérico-espirituais e de autoajuda, arquitetura e matemática associadas à arte, ficção, biografia, culinária, etimologia e editoração	X	
345	QUALITYMARK EDITORA LTDA	Recursos humanos, qualidade, finanças, responsabilidade social e educação	X	
346	QUARTET EDITORA & COMUNICAÇÃO LTDA	Não encontrado	X	
347	R & F EDITORA LTDA   LIVRARIA PARLENDIA	Aforismos, auto-ajuda, autobiografia, contos, cristianismo, crítica, crônica, didático, doutrinário, educação, especiais, espírita, finanças, fotografias, guia e turismo, histórico, humorismo, infantil, infantojuvenil, literários, memórias, natureza, novela, novidades, poesia, polêmica, religião, romance e turismo	X	
348	RAILSSA PELUTI ALENCAR	Não encontrado	X	
349	READER'S DIGEST BRASIL LTDA	Revistas sobre saúde, beleza, meio ambiente, cotidiano, curiosidades, relatos de vida, humor, diversão, pesquisas e atualidades	X	
350	REGINA DA ROCHA GREGORIO   EDITORA GREGORY	Não encontrado	X	
351	REPTIL EDITORA LTDA - ME	Arte e fotografia, guias, biografias, comportamento, gastronomia e infantojuvenil	X	
352	RJR PRODUÇÕES LTDA-ME	Não encontrado	X	
353	RODA VIVA EDITORA LTDA - EPP   RODA E CIA EDITORA	Infantojuvenil	X	
354	RONALDO PEREIRA REGO	Não encontrado	X	
355	ROVELLE EDIÇÃO E COMÉRCIO DE LIVROS LTDA.   EDITORA ROVELLE	Infantil, juvenil, poesia e pedagógicos	X	
356	SABER E LER EDITORIAL LTDA-EPP	Infantis	X	
357	SARAIVA EDUCAÇÃO S.A   ERICA, LÁTRIA	Produção de conteúdo para educação básica, preparatórios (concursos e exames como OAB), ensino técnico e superior, com destaque para a área e de Ciências Sociais Aplicadas (sobretudo em Administração, Economia e Contabilidade), interesse geral, infantil e juvenil, ficção e não-ficção, educação infantil, ensinos fundamental e médio e para os cursos pré-	X	

		vestibulares		
358	SARVIER EDITORA DE LIVROS MÉDICOS LTDA	Medicina	X	
359	SCOPPIO EDITORA LTDA - ME	Não encontrado	X	
360	SDS EDITORA DE LIVROS EIRELI   ESCARLATE	Ficção infantojuvenil	X	
361	SELO OFF FLIP EDITORA LTDA - ME   SELO OFF FLIP	Não encontrado	X	
362	SERIEMA INDÚSTRIA GRÁFICA E EDITORA LTDA-EPP	Não encontrado	X	
363	SERTÕES EDITORA LTDA - ME   SERTÕES	Soluções para educação básica e ensino médio	X	
364	SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL SENAC ARRJ   EDITORA SENAC RIO	Administração e negócios, beleza e estética, ciências humanas, comunicação e artes, desenvolvimento social, design, educação, turismo e hotelaria, gastronomia e enologia, informática, meio ambiente, moda e saúde, comportamento, política, esporte e cultura	X	
365	SERVIÇOS GRÁFICOS DE SERGIPE   SEGRASE	Livros de autores sergipanos e personalidades nacionais e internacionais, que promovam a educação, a cultura filosófica, científica e literária e o desenvolvimento tecnológico de Sergipe	X	
366	SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL	Bíblias	X	
367	SOCIEDADE DE AMIGOS DA BIBLIOTECA NACIONAL	Não encontrado	X	
368	SOCIEDADE LITERÁRIA EDIÇÕES E EMPREENDIMENTOS LTDA - ME	Ficção e não-ficção contemporâneas, gastronomia, negócios, crônicas de viagem, biografia, filosofia, história, avanços da ciência, bem estar e estilo de vida	X	
369	SOWILO EDITORA E DISTRIBUIDORA DE LIVROS LTDA	Educação e linguagem	X	

370	SUMMUS EDITORIAL LTDA	Administração, RH, astrologia, atualidade, políticas, direitos humanos, autoajuda, biografia, ciências sociais, cinema, comportamento, comunicação, corpo e saúde, crescimento interior, criatividade, culinária e alimentação, economia, negócios, educação, educação especial, fisioterapia, fonoaudiologia, gestalt-terapia, GLS, jornalismo, literatura erótica, ficção, ensaios, obras de referência, psicologia e psicoterapia, publicidade e propaganda, religião, espiritualidade, filosofia, temas africanos, terapia ocupacional, turismo e vida prática.	X	
371	SWA INSTITUTO EDUCACIONAL LTDA- ME   SWA INSTITUTO	Não encontrado	X	
372	SWQUALITY CONSULTORIA E SISTEMAS LTDA - EPP	Tecnologia da informação	X	
373	TERRA VIRGEM EDITORA E PRODUCOES CULTURAIS LTDA.	Fotografia, o fotojornalismo e textos- reportagem	X	
374	TEXTOS E HISTORIA SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES LTDA- ME	Não encontrado	X	
375	THEX EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Direito e legislação, ciências ambientais, literatura, negócios e infantojuvenil	X	
376	TOPBOOKS EDITORA E DISTRIBUIDORA DE LIVROS LTDA - ME	Artes, dicionários, biografia, memórias, ensaios, história, humor, infantojuvenil, jornalismo, literatura, lugares, poesia, política, economia e religião	X	
377	TROMBONE EDITORAÇÃO ELETRÔNICA   EDITORA BATEL	Livros de arte, literatura e história, saúde, humor, ensaios de economia e de administração e infantojuvenil	X	
378	UNI DUNI EDITORA DE LIVROS LTDA	Infantis e juvenis, livros e materiais pedagógicos	X	
379	VANGRAFI - INDUSTRIA GRAFICA E EDITORA LTDA-EPP   VANGRAPH	Não encontrado	X	
380	VERSAL EDITORES LTDA	Trabalhos jornalísticos, pesquisas históricas e o registro de diversas formas de expressão artística	X	
381	VERUS EDITORA LTDA	Estilo de vida, culinária, turismo, moda, guias de educação de cães, conhecimentos gerais e ficção	X	

		nacional e estrangeira		
382	VIA LETTERA EDITORA E LIVRARIA LTDA	Psicanálise, comportamento, teatro, música, literatura, histórias em quadrinhos, sociologia, saúde, ciências naturais e esportes	X	
383	VIDA MELHOR EDITORA S/A	Motivação, espiritualidade e desenvolvimento pessoal e profissional	X	
384	VIEIRA & LENT CASA EDITORIAL LTDA   V&L CASA EDITORIAL	Ciências biológicas, exatas e humanas e infantojuvenil	X	
385	VIVEIROS DE CASTRO EDITORA LTDA	Poesia e publicações acadêmicas nas áreas de filosofia, história e ciências sociais	X	
386	W.A.K. DISQUE LIVROS EDITORA E PUBLICAÇÕES LTDA-ME   DISQUE LIVROS	Educação, filosofia e sociologia, fonoaudiologia, gestão, matemática, metodologia da pesquisa, psicologia e psicanálise, saúde, pedagogia e infantil	X	
387	WAGNER SCHVABENLAND LOPES   ABRINDO PAGINA EDITORA	Não encontrado	X	
388	WALDYR LIMA EDITORA LTDA   CCLS PUBLISHING HOUSE ALL PUBLISHING HOUSE CCAA EDITORA	Ensino de língua inglesa	X	
389	WVA EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA	Educação, literatura infantil, mídia, psicologia, reabilitação, saúde, serviço social e trabalho (inclusão de grupos vulneráveis na sociedade)	X	
390	XENON EDITORA E PRODUTORA CULTURAL LTDA	Não encontrado	X	
391	YENDIS EDITORA LTDA	Saúde, educação e projetos especiais que visam gerar soluções para empresas	X	
392	ZAGODONI EDITORA LTDA - ME	Psicanálise e psicologia	X	
393	ZELIG PRODUÇÕES TEATRAIS, EVENTOS E LIVROS LTDA- ME   EDITORA ZELIG	Não encontrado	X	