



## SESSÃO - 04

### 4. A QUESTÃO DOS OLIGOPÓLIOS DO LIVRO NO BRASIL E NA ARGENTINA: INDEPENDÊNCIA E DIVERSIDADE COMO VALORES METADISCURSIVOS CONTRA-HEGEMÔNICOS

*José de Souza Muniz Jr\**

#### **Resumo**

Este trabalho aborda as contradições da edição de livros no Brasil e na Argentina, tendo em vista o protagonismo cultural e econômico de ambos os países no âmbito latino-americano, bem como as particularidades históricas e sociais de cada um. Discuto, em especial, o modo como tem se intensificado a concentração empresarial no setor por meio de fusões e aquisições lideradas por conglomerados nacionais ou estrangeiros. De outro lado, o trabalho considera o surgimento de pequenas editoras e de entidades que, lá e cá, buscam promover as bandeiras da independência e da chamada bibliodiversidade. Os parâmetros teóricos da análise empreendida advêm principalmente dos estudos da comunicação e do discurso. Sob esse prisma, a atividade editorial é vista — para além da oposição entre cultura e mercado — como um agenciamento de vozes sociais condicionado por injunções históricas e produtor de certos metadiscursos para legitimar-se.

**Palavras-chave:** editoração; livros; discurso; independência; bibliodiversidade

#### **Abstract**

This paper analyses the contradictions of book publishing in Brazil and Argentina, considering the cultural and economic protagonism of these countries in Latin America, as well as their historical and social particularities. I especially discuss the increasing in publishing concentration by fusion and acquisition processes led by national and foreign holdings. On the other hand, this paper considers the birth of small publishing houses and associations which, in both countries, try to promote the independent publishing and the bibliodiversity. The theoretical guidelines of the analysis come especially from the communication and the discourse studies. This way, publishing is seen — beyond the opposition between culture and markets — as an agency of social voices conditioned by historical injunctions and that produces certain metadiscourses so as to make itself legitimate.

**Keywords:** Publishing; books; discourse; independence; bibliodiversity

\* Graduado em Comunicação Social–Editoração pela Universidade de São Paulo (USP) e mestrando em Ciências da Comunicação, área de Teoria e Pesquisa em Comunicação, na mesma instituição. É membro do Grupo Comunicação e Trabalho (GCT) da ECA-USP, coordenado pela profa. dra. Roseli Figaro, e do Grupo Produção Editorial da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). E-mail: jose.muniz@usp.br



## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

### *O papel social das editoras de livros*

O editor é, muitas vezes, referido como aquele que dá voz a diferentes agentes da literatura, da ciência, da filosofia, da pedagogia, da religião e de outros campos, ao mesmo tempo disseminando e preservando o conhecimento produzido pela humanidade. Por meio dos livros que publica, ele permite que milhões de pessoas tenham acesso à informação, à educação e ao entretenimento. Sob esse aspecto, ele encarna o papel que é historicamente atribuído à imprensa em geral, no sentido de fixar essas garantias fundamentais às sociedades democráticas.

A edição de livros, assim, exerce papel fundamental na circulação de saberes nas universidades e nas escolas, bem como nos círculos artísticos, confessionais, empresariais etc. As editoras suprem (ou deveriam suprir) esses âmbitos da realidade social com mensagens representativas dos respectivos campos, ora salvaguardando as grandes obras da tradição, ora introduzindo novas obras que contribuam para debates sobre questões de interesse público.

Sob outra perspectiva, porém, o editor de livros é aquele que restringe o debate público ao regular a mediação entre produtores de mensagens e os sujeitos aos quais essas mensagens se destinam. Ao exercer seu papel de avaliar originais

para publicação, ele acaba por determinar, ao menos provisoriamente, quais textos circularão na sociedade. Se não isso, é pelo menos responsável por dar existência privilegiada a certos autores em detrimento de outros, que então passam a ocupar uma posição marginal no mercado simbólico de que desejam fazer parte. O editor acaba por realizar um ato de magia social, que separa os eleitos dos preteridos:

(...) qualquer rito tende a consagrar ou a legitimar, isto é, a fazer desconhecer como arbitrário e a reconhecer como legítimo e natural um limite arbitrário, ou melhor, a operar solenemente, de maneira lícita e extraordinária, uma transgressão dos limites constitutivos da ordem social e da ordem mental a serem salvaguardadas a qualquer preço. (BOURDIEU, 1998, p. 98)

Ao selecionar parte daquilo que lhe chega às mãos, o editor acaba participando de um conjunto de procedimentos que regulam o acesso dos públicos àquilo que se diz. “As editoras são, portanto, instituições que influem no que sabemos ou podemos saber. Os editores praticamente formam nossa opinião (...)” (Knapp, 1992, p. 13). Mas o estabelecimento das políticas editoriais é socialmente aceito; ele faz sentido para as pessoas porque organiza a enorme massa de conhecimento produzido:

(...) em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e terrível materialidade. (FOUCAULT, 1996, p. 8-9)

Em vez de privilegiar um viés em detrimento de outro, busco aqui considerar ambos os aspectos — o de disseminação/preservação e o de restrição/exclusão — como faces contraditórias da atividade editorial numa sociedade como a nossa, em que os valores democráticos estão em permanente embate com as características do capitalismo. Nesse sentido, a velha dicotomia cultura X economia, que tem pautado boa parte dos debates na área, deixa de fazer sentido. É necessário pensar uma e outra face do problema como contrapontos de uma balança, lados que se condicionam mutuamente num equilíbrio tenso<sup>1</sup>. Tal tensão é, nessa perspectiva, constitutiva da edição tal qual ela se dá nos marcos da sociedade em que vivemos.

Diz Bragança (2001, p. 25):

Nesse lugar, às vezes de juiz, às vezes de polinizador, entre as leituras possíveis e as efetivamente disponíveis na sociedade, entre a apatia e a dinamização do mercado de bens culturais, é que se deve buscar sua dimensão histórica, econômica, social e cultural.

Para empreender uma reflexão dessa natureza, vejo como fundamental pensar a edição de livros como um agenciamento de vozes sociais condicionado por conjunções históricas. O conjunto de

livros que um editor publica é, pois, uma atividade linguageira sempre provisória, nunca completamente coerente. Um catálogo editorial dá indícios de uma visão de mundo: o editor “se diz” a partir do que ele considera digno de ser dito, dos autores cujas vozes ele decide amplificar. Publicar, o ato de tornar público, é uma ação política, uma tomada de posição no campo das ideologias.

Ao mesmo tempo que age nesse duplo papel — pedra e ponte no meio do caminho entre autores e leitores —, o editor produz uma série de metadiscursos em busca de justificar e consagrar suas decisões. Quando a editora se pronuncia por meio do “Quem somos” de seu site, ou no lançamento de um novo título, vem à tona a tentativa de construir um *ethos*. É comum, nesses enunciados, que valores como qualidade, atualidade e relevância histórica/literária surjam como estrelas-guias das decisões editoriais. Essa imagem que uma editora constrói de si também deve ser analisada como construção discursiva: ela carrega consigo tanto uma finalidade de marketing (toda editora quer que seus livros sejam comprados pelo público) quanto uma tomada de posição no plano das ideias.

Na contemporaneidade, outro valor parece ter cada vez mais frequentado esses metadiscursos: a independência — e sua irmã mais que legítima, a diversidade. Isso está certamente relacionado ao





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

fenômeno da concentração editorial, que tem se intensificado no mundo todo e na América Latina em particular. A seguir, busco refletir sobre esses dois valores como contrapontos ao fenômeno global da oligopolização das editoras em grandes grupos. Apresento, antes, os casos do Brasil e da Argentina como exemplares dessa contradição.

### ***Transformações do mercado editorial: Brasil e Argentina***

Tem se ampliado, nas últimas décadas, o debate sobre a transnacionalização e a concentração das empresas de mídia no mundo todo. Em especial no campo da Economia Política da Comunicação, os analistas têm buscado fornecer respostas a esses fenômenos, bem como discutir os marcos regulatórios do setor. Para o caso argentino, Berra et al. (2003, p. 55) dizem que essa concentração, ocorrida nas duas últimas décadas do século XX, se deu de três maneiras distintas: horizontal (aquisições dentro do mesmo setor); vertical (aquisições dentro de uma mesma cadeia de produção); e conglomeral (fusões entre empresas de diferentes setores).

Com bastante intensidade na Argentina, o período foi marcado pelo predomínio de políticas neoliberais (Agudo, 2006, p. 100-1). Na era do Estado mínimo, muitas empresas estatais foram privatizadas, e os países incentivaram o

ingresso de capitais estrangeiros. Por isso, dessa concentração da mídia acabaram participando ativamente empresas de fora, principalmente norte-americanas e europeias.

No que tange à edição de livros, apenas mais recentemente o debate sobre a oligopolização do mercado tem tomado corpo. Até então, muito pouco se discutia sobre a oligopolização e a presença de grandes grupos estrangeiros no mercado editorial nacional — e isso quando já havia um amplo debate público sobre a presença estrangeira nos outros setores da comunicação. Entretanto, com as constantes notícias de fusões e aquisições, protagonizadas por essas empresas, essa questão veio à tona e tende a se aprofundar.

Hoje, é impossível pensar na dinâmica do setor editorial, em todo o mundo, sem levar em conta os movimentos que aproximam capital financeiro e capital produtivo, e a produção de conteúdos em diversas mídias, de modo integrado ou ao menos interconectado. Embora alguns autores destaquem a baixa rentabilidade das editoras em comparação com as empresas audiovisuais, por exemplo, o fato é que os grandes conglomerados midiáticos do mundo (Bertelsmann, Disney, Mondadori, TimeWarner, Planeta, Viacom, entre outras) possuem seus “braços editoriais”. (MUNIZ Jr., 2008, p. 2)

Editoras antes isoladas, muitas vezes pertencentes a uma família e ainda administradas por elas, passaram a integrar *holdings* que reúnem também





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

jornais, editoras de revistas, emissoras de televisão e rádio, empresas de internet etc. Em outros casos, editoras de livros foram se fundindo umas às outras. Se, num primeiro momento, os capitais se ligavam por afinidade de *métier*, nos últimos anos até mesmo empresas de *software*, bancos e educação participam de negócios editoriais:

As corporações foram extrapolando o perfil de multinacionais para constituir-se em grandes conglomerados que comportam empresas de diferentes razões sociais (...). Como redes, transcendem os territórios nacionais e continentais, mas mantêm a centralização na matriz, produzindo, transmitindo e controlando a disseminação de tecnologia, a criação de novos produtos, a ampliação ou a redução de suas bases em determinados mercados. (FÍGARO, 2005, p. 6)

Até os anos 1970, as editoras argentinas protagonizavam o mercado editorial de língua espanhola, atraindo inclusive autores de outros países e exportando títulos. Para Becerra *et al.* (2003, p. 76), isso tem a ver com as políticas educacionais adotadas desde fins do século XIX, que permitiram a formação de um amplo mercado interno de leitores. Nos anos 1990, o ingresso de capitais estrangeiros e o predomínio da importação irão reconfigurar esse cenário, muito embora a Argentina permaneça um dos países latino-americanos com maiores índices de alfabetização. As empresas transnacionais chegaram ao país e rapidamente adquiriram grandes e pequenas

caas locais, tendo em vista também todo o mercado hispano-americano.

Disso resultaram profundas mudanças na concorrência intercapitais do setor. No varejo, apenas vinte editoras (todas de capital estrangeiro) detêm mais da metade dos títulos. No caso dos livros didáticos, quatro das cinco mais importantes editoras pertencem a capital estrangeiro (Becerra *et al.*, 2003, p. 77). Os autores assinalam outros fenômenos: a proliferação de pequenas editoras, que se dedicam a nichos de público pelos quais as grandes corporações não têm interesse; o surgimento de editoras de livros vinculadas a jornais; e as editoras de esquema pago, cujas publicações são financiadas pelos próprios autores (*idem*, pp. 77-78).

No Brasil, onde a política neoliberal também teve efeitos, a internacionalização do mercado editorial também é uma tendência importante<sup>2</sup>. De maneira muito semelhante ao caso argentino, aqui as últimas décadas foram marcadas por intensa presença de editoras ou grupos midiáticos estrangeiros. Tal como no país vizinho, é particularmente forte a presença dos espanhóis, como a Prisa-Santillana e a Planeta. Porém, ao contrário da Argentina, o Brasil ainda não logrou formar uma massa de leitores. Em contrapartida, é dono do maior programa de distribuição de livros didáticos do mundo: o setor representa mais da me-





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

tade das vendas de livros no país (Saab *apud* Cassiano, 2005, p. 287). Tal como na Argentina, trata-se também de um segmento altamente concentrado: cinco editoras dominam o mercado, todas elas pertencentes a conglomerados.

Também aqui, acabou surgindo uma dicotomia. De um lado, as grandes editoras, líderes de mercado e quase todas pertencentes a grandes grupos. De outro lado as pequenas, dedicadas a filões menos rentáveis. Aqui e lá, algumas dessas pequenas editoras reúnem-se em associações que buscam fazer frente à oligopolização do mercado. É sobre elas que o próximo tópico trata.

### *Libre e Edinar: gritos de independência e diversidade*

Não é de hoje que a independência consagrou-se como um dos grandes valores do bom jornalismo, aquilo que define um profissional da área como “ético”. Neste caso, a independência “significa manter a autonomia para apurar, investigar, editar e difundir toda informação que seja de interesse público, o interesse do cidadão, e não permitir que nenhum outro interesse prejudique essa missão” (Bucci, 2008, p. 56). O debate sobre essa questão ganhou corpo à medida em que o jornalismo brasileiro foi se concentrando em enormes grupos de mídia. Esse fenômeno reduziu a pluralidade de vozes com projeção social e tornou mais estre-

tos os vínculos entre a atividade jornalística, o mercado e o entretenimento. Isso colocou em xeque o papel do jornalismo como atividade subordinada aos direitos da cidadania, dado que é tendência hegemônica que a seleção das notícias e modo de veiculá-las passa por critérios de mercado. Bucci (*idem*, p. 12) argumenta que é preciso assegurar:

a pluralidade e a diversidade de veículos no espaço público, de forma que tanto os debates políticos — pela multiplicidade de vozes e de pontos de vista pelos quais os fatos são reportados — como o regime de concorrência de mercado — pela multiplicidade de competidores econômicos — possam se dar de um modo minimamente não viciado. Isso significa que, no projeto da democracia, a imprensa deve informar a todos sem privilegiar os mais abastados, e também dar voz às diversas correntes de opinião.

Um debate semelhante tem ganhado força no mercado editorial nos últimos anos. Dois são os valores predominantes: independência e bibliodiversidade. É o tom das reflexões que Schiffrin (2006) faz tendo em vista o mercado editorial dos Estados Unidos, onde os cinco grandes grupos de mídia mundiais publicam 80% dos títulos.

Essas preocupações têm se traduzido nas associações ou alianças dos autoproclamados editores independentes<sup>3</sup>. Em âmbito internacional, a mais relevante é a Aliança Internacional dos Editores Independentes, composta por





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

editoras de 45 países diferentes. A independência, nesse caso, tem um sentido geopolítico bastante demarcado: a ideia é reunir editores independentes em relação aos grandes grupos que oligopolizam o setor, em especial os dos países desenvolvidos. No site, a organização demarca seus objetivos:

A Aliança organiza encontros internacionais e leva a cabo ações em favor da independência editorial. Além disso, dá respaldo a projetos editoriais internacionais sob a forma de apoio a traduções e coedições. Por fim, a Aliança contribui para promover e difundir as produções do Sul para o Norte, e busca, modestamente, inverter o sentido único dos fluxos comerciais. Desse modo, a Aliança participa da melhoria das possibilidades de acesso a obras e ideias, e da defesa e promoção da bibliodiversidade.<sup>4</sup>

Essas finalidades estão minuciosamente esclarecidas em três documentos coletivos da entidade: a Declaração de Dacar (2003), a de Guadalajara (2005) e a de Paris (2007). Na última delas, a entidade define o que é o editor independente:

Um editor independente concebe sua política editorial com total liberdade, de forma autônoma e soberana; não é órgão de expressão de um partido político, de uma instituição, de um grupo de comunicação ou de uma empresa. (...) A “financieirização” do mundo editorial — compra de editoras por parte de atores do mundo empresarial sem relação alguma com a profissão de editor e a instauração de uma política de rentabilidade elevada — implica uma perda de independência e, não raro, uma alteração da linha editorial.

A bibliodiversidade é definida, mais adiante, como a “diversidade cultural aplicada ao mundo do livro”<sup>5</sup>. Para a entidade, os editores independentes são “a garantia da pluralidade e da difusão de ideias”, numa situação em que os grandes grupos de mídia e edição ameaçam essa diversidade.

Neste e nos outros dois manifestos, outros valores são listados: solidariedade e justiça social; combate à discriminação; espírito associativo; democratização do livro; solidariedade com os países onde a liberdade de expressão é cerceada. A entidade diz agir contra a mercantilização da cultura e a uniformização dos conteúdos; reforçar as produções locais; exercer influência sobre negociações internacionais e políticas do livro e da leitura; proteger a diversidade linguística; lutar pelo em favor dos livreiros independentes; combater a censura direta, a censura indireta e a autocensura. Como se vê, há uma série de “bandeiras”, que predominantemente desembocam na fórmula da cidadania contra o mercado, sem no entanto negá-lo (já que as editoras são empresas e, como tal, dependem das vendas para sobreviver).

Assinam a Declaração de Paris editores de diversos países e representantes de associações de editores independentes de diversos lugares: África Francófona, Espanha, Índia, Itália, México, Chile, Brasil e Argentina. A Edinar (Editores In-





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

dependientes de la Argentina) conta com trinta associados, enquanto a Libre (Liga Brasileira de Editores) tem cem editoras. Ambas enfatizam, em seus *websites*, o compromisso com a bibliodiversidade e a independência editorial, reafirmando as finalidades da Aliança cuja declaração de interesses elas subscrevem.

Em ambos os países, a existência dessas alianças de editores independentes se contrapõe à de associações organizadas de editores que representam interesses que, se não chegam a ser antagônicos, são bastante distintos. No Brasil, a CBL (Câmara Brasileira do Livro); na Argentina, a Cámara Argentina del Libro (CAL). Embora também defendam o incentivo à leitura e às bibliotecas, por exemplo, e incluam editoras que não pertencem aos grandes grupos, essas entidades não se comprometem com as causas da independência e o combate à oligopolização do setor. Elas atuam mais no sentido de fomentar a exportação, realização de trâmites comerciais e burocráticos, entre outros. Entre os fundadores da CBL, estão os representantes de casas como Ática, Balsa Planeta, Siciliano e Cengage Learning, que encarnam justamente a financeirização/oligopolização que a Libre tanto faz questão de combater (pelo menos no plano do discurso).<sup>6</sup>

### *Considerações finais*

Para Bucci, o regime democrático

“exige a pluralidade dos veículos informativos no espaço público, exige a diversidade de pontos de vista e de opiniões — os conglomerados tendem à concentração de capital e de poder” (2008, p. 120). Essa reflexão transborda o campo do jornalismo, que está na mira do autor, e pode ser aplicada ao da edição de livros. Se pensamos no editor como o agente que carrega um duplo papel — o de semeador e de filtro —, é importante que exista uma quantidade de editoras que assegure a pluralidade de ideias em circulação. Isso não garante, mas condiciona o surgimento de um espaço público mais diverso.

Este é o compromisso assumido pela Edinar e pela Libre. Não se trata de propostas libertárias, mas da busca por um mercado editorial mais justo, que dê espaço à pluralidade de culturas, ideias, línguas. Suas reivindicações se dão dentro dos marcos de uma sociedade capitalista, mas têm por princípio uma ação coletiva, seja no âmbito da sociedade civil, seja no poder público, que garanta mais equilíbrio na concorrência entre as editoras e o combate às práticas predatórias de mercado. Afinal, “o poder dos conglomerados ameaça atropelar os princípios democráticos. (...) Sem diversidade, como é natural, não pode haver uma imprensa ética — pois ela tenderá a representar apenas a voz das grandes corporações” (idem, p. 14)





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

É necessário não ignorar a questão dos marcos regulatórios do setor. Se houvesse uma proteção à diversidade definida por uma política pública, com o combate à concentração das editoras nas mãos de poucos, teríamos alguma garantia de contemplar as diversas correntes ideológicas, estilísticas e pedagógicas. Isso serviria para eliminar (ou, pelo menos, abrandar) as consequências ruins que a dimensão do mercado exerce sobre a publicação de ideias, que é fundamentalmente espaço da cidadania. Essa garantia não pode ser considerada um luxo: ela se impõe como necessidade, principalmente em sociedades com a brasileira e a argentina, marcadas por profundas desigualdades.



### Referências bibliográficas

AGUADO, Amelia. Políticas editoriales e impacto cultural en la Argentina (1880-2000). *Información, Cultura y Sociedad*, Buenos Aires, n. 15, p. 95-105, 2006  
BARANDIARÁN, José María. Edición independiente o interdependiente? *Trama & Texturas*, n. 1, p. 79-84, 2006.  
BECERRA, Martín; HERNANDÉZ, Pablo; POSTOLSKI, Glenn. La concentración de las industrias culturales in: *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. Buenos Aires: Edi-

ciones CICCUS/Secretaría de Cultura de La Nación, 2003.

BORGES, Bárbara Guimarães. *Um novo cenário para o negócio do livro*. 171 f. Monografia (Comunicação Social–Editoração)–Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas: o que falar quer dizer*. São Paulo: Edusp, 1998.

BRAGANÇA, Aníbal. *Eros pedagógico: a função editor e a função autor*. Tese (Ciências da Comunicação)–Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008

CASSIANO, Célia Cristina de Figueiredo. Reconfiguração do mercado editorial brasileiro de livros didáticos no início do século XXI: história das principais editoras e suas práticas comerciais. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 281-312, jul./dez. 2005.

CASSIANO, C. *O mercado do livro didático no Brasil: da criação do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) à entrada do capital internacional espanhol (1985-2007)*. 252 f. Tese de Doutorado (Educação)–Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

FÍGARO, Roseli. Comunicação e trabalho: as transformações do trabalho na empresa de comunicação in: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005, Anais, São Paulo: Intercom, 2005.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurs-*





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

- so. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- KNAPP, Wolfgang. *O que é editora*. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- MOSQUEDA, Ana. *Dossier: La industria del libro en la Argentina* in: *Páginas de Guarda*, Buenos Aires, n° 1, pp. 74-86, otoño, 2006.
- MUNIZ JR., J. S. *Arautos do bom senso: a ética da avaliação/seleção de originais no discurso de três editores*. Monografia (Comunicação Social–Editoração). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.
- MUNIZ JR., J. S. *Movimentos recentes das editoras de livros e a situação dos trabalhadores do setor* in: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal (RN), Anais. São Paulo: Intercom, 2008.
- SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.
- WARTH, Mariana. *O editor e o seu ofício* in: *ALCEU*, v. 9, n° 17, pp. 115-127, jul/dez, 2008.

### Webgrafia

- <http://www.alliance-editeurs.org/>  
<http://www.edinar.com.ar/>  
<http://www.libre.org.br/>  
<http://www.cbl.org.br/>  
<http://www.editores.org.ar/>

### Notas

<sup>1</sup> Sob essa perspectiva, em Muniz Jr. (2006) são analisados os discursos de três editores brasileiros, que põem em evidência a contradição entre compromisso social/compromisso comercial do editor, bem como as questões da independência e da diversidade.

<sup>2</sup> Para detalhes sobre os processos de internacionalização e oligopolização do mercado editorial brasileiro, cf. Muniz Jr. (2008), que relaciona esses fenômenos à precarização dos trabalhadores do setor; Borges (2008), que faz um rico levantamento histórico sobre a formação de conglomerados em todo o mundo e o interesse de editoras estrangeiras no Brasil; e os trabalhos de Cassiano (2005, 2007), que tratam especificamente do mercado de livros didáticos e dos sistemas apostilados de ensino, e analisam a presença espanhola no Brasil, nesse segmento. Para dados sintéticos sobre a indústria editorial argentina, cf. Mosqueda (2006).

<sup>3</sup> Barandiarán (2006) é um bom contraponto a esse movimento, pois problematiza até que ponto um editor pode ser independente tendo em vista a trama de relações das quais sua atividade depende.

<sup>4</sup> Esta citação e as seguintes são do site da Aliança Internacional de Editores Independentes, na versão em língua espanhola. A tradução dos excertos é de responsabilidade do autor deste artigo.





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

---

<sup>5</sup> No sensato artigo de Warth (2008), essa questão é abordada com relação ao multiculturalismo e ao compromisso editorial de dar voz às minorias. A autora é editora e signatária da Declaração de Paris.

<sup>6</sup> Vale ressaltar, neste ponto, que este trabalho não tem por finalidade avaliar quais são as efetivas ações das entidades

citadas, mas de verificar como elas se relacionam no plano discursivo, das ideologias. Nesse aspecto, qualquer que seja a orientação factual da Libre, é importante dizer que ela se filia a uma rede de sentidos que se opõe à que dá fundamento à CBL e muitas de suas afiliadas.

