



## Produção acadêmica, estratégia e tendências: uma análise bibliométrica de artigos sobre o mercado editorial brasileiro de 2002 a 2022

*Academic production, strategy and trends: a bibliometric analysis of articles on the brazilian publishing market from 2002 to 2022*

 Alex Rodrigues Zani<sup>1a</sup> and  Carlos Roberto Domingues<sup>2b</sup>

 Federal Center for Technological Education of Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brazil<sup>1</sup>

 Federal University of Uberlândia, Uberlândia, MG, Brasil<sup>2</sup>

### Resumo

**Objetivo:** Identificar o que se produziu no ambiente acadêmico, no período de 2002 a 2022, acerca do mercado editorial brasileiro e, a partir disso, analisar os elementos e agentes sob a ótica da teoria da vantagem competitiva de Porter.

**Metodologia:** Foi conduzida uma pesquisa de caráter exploratório, com dados apresentados de forma quantitativa e qualitativa por meio de uma revisão bibliométrica. Foram utilizadas as Leis de Bradford, Zips e Lotka. O levantamento se deu na base SciELO e a análise das produções foram realizadas com apoio dos softwares “Microsoft Excel”, “IRaMuTeQ” e “VOSviewer”

**Resultados:** A análise quantitativa revela a tendência na publicação de artigos no período de 2002 a 2022, principalmente a partir de 2010, assim como a quantidade de autores que publicam sobre o mercado editorial brasileiro; nota-se a preferência pela escrita individual sobre o tema e a dispersão de artigos em periódicos diferentes. A análise evidencia que 65,11% de artigos são frutos de pesquisas individuais, logo, não há significativa colaboração entre os pesquisadores. A análise longitudinal das formas ativas das palavras-chaves revela tendências de estudo ao longo dos anos, além de assuntos centrais nas discussões em relação ao comércio, pesquisa e cultura do livro. A análise de similitude revelou destaque e concentração de estudos acerca dos assuntos “livro”, “editorial”, “tradução” e “literatura”, e potencial interesse de trabalhos por temas adjacentes como “contemporâneo”, “independente”, “jornalismo”, “social”, “mulher” e “negro”; a análise porteriana refletiu o alto poder de barganha dos fornecedores e a concentração de poder de editoras dominantes, dificultando a entrada de novos concorrentes.

**Contribuições:** Identifica os principais interesses de pesquisa nas últimas duas décadas dentro do setor, destacando sua importância econômica e social e oferecendo *insights* estratégicos sobre sua cadeia produtiva e análise setorial, visando enriquecer futuros estudos acadêmicos e a compreensão de gestores acerca do macroambiente do setor e da cadeia produtiva do livro.

*Palavras-chave:* mercado editorial, bibliometria, cadeia produtiva do livro, análise de similitude, Porter



### Authors' notes

Conflict of interest: The authors have not declared any potential conflicts of interest

Corresponding author: Alex Rodrigues Zani - [zani@aluno.cefetmg.br](mailto:zani@aluno.cefetmg.br)

### Cite as / Como citar

American Psychological Association (APA)

Zani, A. R., & Domingues, C. R. (2025, Mayo/Aug.). Academic production, strategy and trends: a bibliometric analysis of articles on the brazilian publishing market from 2002 to 2022. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, 24(2), 1-35, e25904. <https://doi.org/10.5585/2025.25904>

(ABNT – NBR 6023/2018)

ZANI, A. R.; DOMINGUES, C. R. Academic production, strategy and trends: a bibliometric analysis of articles on the brazilian publishing market from 2002 to 2022. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, v. 24, n. 2, p. 1-35, e25904, Mayo/Aug. 2025. <https://doi.org/10.5585/2025.25904>

<sup>a</sup> Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens (POSLING), Linha IV - Edição, Linguagem e Tecnologia, do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG).

<sup>b</sup> Doctor in Business Administration from the Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) - [carlos.domingues@ufu.br](mailto:carlos.domingues@ufu.br)



## Abstract

### Academic production, strategy and trends: a bibliometric analysis of articles on the brazilian publishing market from 2002 to 2022

**Objective:** Identify what has been produced in the academic environment from 2002 to 2022 about the Brazilian publishing market and analyze the elements and agents from the perspective of Porter's Theory of Competitive Advantage.

**Methodology:** This is an exploratory study with data presented quantitatively and qualitatively through a bibliometric review. The Bradford, Zips and Lotka laws were used. The survey was carried out on the SciELO database and the productions were analyzed using the "Microsoft Excel", "IRaMuTeQ" and "VOSviewer" software.

**Results:** The quantitative analysis reveals a trend in the publication of articles in the period from 2002 to 2022, especially from 2010 onwards, as well as the number of authors publishing about the Brazilian publishing market; there is a preference for individual writing on the subject and a dispersion of articles in different journals. The analysis shows that 65.11% of articles are the result of individual research, therefore, there is no significant collaboration between researchers. Longitudinal analysis of the active forms of keywords reveals study trends over the years, as well as central issues in discussions regarding commerce, research and book culture. Similarity analysis revealed the prominence and concentration of studies on the subjects of "book", "publishing", "translation" and "literature", and potential interest in works on adjacent subjects such as "contemporary", "independent", "journalism", "social", "women" and "black"; Porterian analysis reflected the high bargaining power of suppliers and the concentration of power of dominant publishers, making it difficult for new competitors to enter the market.

**Contributions:** Identifies main research interests over the last two decades within the sector, highlighting its economic and social importance and offering strategic insights into its production chain and sector analysis, with a view to enriching future academic studies and managers' understanding of the sector's macro-environment and the supply chain of books.

*Keywords:* publishing market, bibliometrics, book production chain, similarity analysis, Porter

## Resumen

### Producción académica, estrategia y tendencias: análisis bibliométrico de artículos sobre el mercado editorial brasileño de 2002 a 2022

**Objetivo:** Identificar lo que se ha producido en el medio académico entre 2002 y 2022 sobre el mercado editorial brasileño y, a partir de ahí, analizar los elementos y agentes desde la perspectiva de la teoría de la ventaja competitiva de Porter.

**Metodología:** Se realizó un estudio exploratorio, con datos presentados cuantitativamente y cualitativamente a través de una revisión bibliométrica. Se utilizaron las leyes de Bradford, Zips y Lotka. La encuesta fue realizada en la base de datos SciELO y las producciones fueron analizadas utilizando los softwares "Microsoft Excel", "IRaMuTeQ" y "VOSviewer".

**Resultados:** El análisis cuantitativo revela una tendencia en la publicación de artículos en el período de 2002 a 2022, especialmente a partir de 2010, así como el número de autores que publican en el mercado editorial brasileño; hay una preferencia por la escritura individual sobre el tema y una dispersión de artículos en diferentes revistas. El análisis muestra que el 65,11% de los artículos son resultado de investigaciones individuales, por lo tanto, no existe una

colaboración significativa entre investigadores. Un análisis longitudinal de las formas activas de las palabras-chaves revela tendencias de estudio a lo largo de los años, además de asuntos centrais nas discusiones en relación con el comercio, la pesquisa y la cultura del libro. El análisis de similitud reveló la prominencia y concentración de estudios sobre los temas "libro", "edición", "traducción" y "literatura", y el potencial interés por trabajos sobre temas adyacentes como "contemporáneo", "independiente", "periodismo", "social", "mujeres" y "negro"; el análisis porteriano reflejó el alto poder de negociación de los proveedores y la concentración de poder de las editoriales dominantes, lo que dificulta la entrada de nuevos competidores.

**Aportes:** Identifica los principales intereses de investigación en las últimas dos décadas dentro del sector, destacando su importancia económica y social y ofreciendo visiones estratégicas sobre su cadena de producción y análisis sectorial, con vistas a enriquecer futuros estudios académicos y la comprensión de los gerentes sobre el macroentorno del sector y de la cadena de producción del libro.

*Palabras clave:* mercado editorial, bibliometría, cadena de producción del libro, análisis de similitud, Porter

## Introdução

O mercado editorial tem apresentado uma dinâmica própria e é afetado pelas tecnologias bem como pelo desenvolvimento da língua, pelos costumes, pelos aspectos socioeconômicos, enfim, pode ser visto como um organismo vivo, uma vez que está em constante evolução e desempenha um papel fundamental na disseminação e troca de conhecimento, cultura, ideias e ideais. O termo por si só, “mercado editorial”, ou “indústria editorial” abrange toda a cadeia produtiva de materiais impressos ou digitais em circulação, passando pela preparação dos materiais, produção, publicação, distribuição e venda de livros, revistas, jornais, e-books, audiolivros e outras formas de mídia nesses formatos. Esse mercado possui a capacidade de se adaptar às mudanças e demandas de seu público consumidor. Uma característica contemporânea dos livros, por exemplo, comprova a volatilidade desse mercado por meio de um fenômeno conhecido como convergência (Jenkins, 2008), que pode ser exemplificado com livros que geraram filmes (como ocorreu com *Alice no País das Maravilhas* e *Cidade de Deus*) ou jogos eletrônicos (como é notado em *Resident Evil* e *Assassin's Creed*). Os encontros gerados por esse mercado facilitam o crescimento de ambientes transmídia, e permitem, levando em consideração a visão empresarial, explorar esses novos mercados e criar modelos de negócios que geram oportunidades simultâneas em diferentes indústrias (Rodrigues et al, 2014).

Para Thompson (2023), a convergência dos desafios enfrentados pelas economias criativas se reflete na indústria do livro e na influência das tecnologias que interagem com o mercado editorial. Ele observa que, na era atual de dispositivos móveis e internet, os meios de comunicação tradicionais estão sob pressão crescente devido a novas formas de comunicação e padrões de uso da mídia. O autor aponta o exemplo em que muitos jornais foram forçados a encerrar suas atividades, enquanto outros tiveram que reduzir suas operações e demitir funcionários devido à queda na circulação e perda de receita publicitária. Há também o caso da indústria musical, que passou por uma transformação significativa entre os anos 1990 e início dos anos 2000, com a substituição de CDs e discos de vinil por downloads digitais e serviços de streaming. Vemos que essas mudanças resultaram em uma queda dramática na receita da indústria musical na primeira década do século XXI, com uma redução de mais da metade do faturamento total das vendas de música gravada nos Estados Unidos da América. O autor conclui que, embora o disco de vinil tenha experimentado um modesto retorno nos últimos anos, ele representa apenas uma pequena fração do faturamento total da indústria musical atualmente.

Do ponto de vista econômico e político, o mercado editorial desempenha um papel expressivamente significativo. É um setor que gera empregos em diferentes áreas, como escrita, edição, revisão, tradução, design, marketing e vendas e contribui ativamente para a economia ao estimular o comércio de produtos que incluem, mas também que cruzam a cadeia produtiva do livro, como aqueles presentes na indústria do papel e celulose, da indústria gráfica e da tecnologia. Ao se tratar de números, é um mercado que faturou de R\$ 2 bilhões a R\$ 5 bilhões por ano, ao longo dos últimos 15 anos no Brasil (FIPE, 2007; Nielsen Bookdata, 2023). Logo, trata-se de um mercado relevante, com uma cadeia produtiva complexa, que promove o acesso à educação e formação de cultura, gera novos empregos e contribui ativamente para a economia do país, sendo pertinente o estudo aprofundado de seu funcionamento e de seus resultados, mudanças e tendências. Assim para compreender o mercado editorial brasileiro a pesquisa teve como ponto de partida o estudo da produção acadêmica sobre o tema, em uma perspectiva bibliométrica, no período de 2002 a 2022, em seguida os elementos encontrados foram analisados sob a ótica do modelo das forças competitivas de Michael Porter (Porter, 2004).

Os resultados para o campo são um estímulo para que editores consultem este material a fim de melhor definir suas estratégias de publicação e tenham contato com as tendências da indústria editorial. Dentre os caminhos estratégicos pode-se considerar a identificação dos padrões de publicação, a possibilidade de diversificar seu público-alvo, expandir seu catálogo, entender a popularidade de determinados temas e autores e até mesmo prever demandas futuras.



Também se dá caminhos para a compreensão mais apurada do mercado editorial e permite que os editores tomem decisões informadas sobre quais tipos de livros publicar, como direcionar seus esforços de marketing e como posicionar suas publicações de forma mais eficaz no mercado. No contexto atual de economia, em que tecnologia, inovação e conteúdo cultural são fatores competitivos, empresas e setor público devem se preparar para compreender as tendências do mercado. Esse esforço abre espaço para futuras pesquisas que aprofundem o conhecimento sobre os temas abordados e discutam ações e reações para promover a competitividade da indústria nacional e a disseminação de conteúdo brasileiro (Mello et al, 2016).

Para alcançar o objetivo desta pesquisa, se fez necessário discorrer sobre o mercado editorial brasileiro, levantar a produção científica em um determinado intervalo de tempo sobre esse setor, coletar e analisar as publicações encontradas, reunir uma base de dados e organizar os dados de acordo com a temática proposta. Este estudo é uma pesquisa de caráter exploratório, com dados apresentados de forma quantitativa por meio de distribuição de frequência, bem como análises de vieses qualitativos, tornando a abordagem mista. A apresentação dos resultados e discussões apontam a análise geral dos artigos, a análise de coautoria, a análise da frequência dos termos ativos das palavras-chaves no período de 2002 a 2022, a análise de similitude e a análise porteriana do setor. Os resultados indicam uma grande contribuição para o mercado editorial, destacando sua importância econômica e social e oferecendo *insights* estratégicos à cadeia produtiva do livro e à análise setorial.

### Referencial Teórico

Reimão (2018) afirma que é consenso entre os estudiosos considerar o ano de 1922 como o ano de início da indústria cultural no Brasil, com o advento do rádio, que se uniu às revistas periódicas, teatro de revista, indústria fonográfica e filmes musicais. No entanto, foi apenas na década de 1960 que a indústria cultural se desenvolveu de forma significativa no país, com o lançamento do Jornal Nacional pela Rede Globo em 1969. A televisão é o setor dominante da indústria da comunicação no Brasil pós-1960, seguido pelo rádio e cinema. A produção editorial brasileira, por sua vez, tem sido menos estudada em comparação com outros ramos da produção cultural industrializada.

Sob um panorama histórico, o setor da indústria editorial é, literalmente, bilionário: no ano de 2006, o faturamento de vendas ao mercado somado às vendas ao governo foi de R\$ 2,8 bilhões (FIPE, 2007) e, no ano de 2021, o mesmo resultado foi de R\$ 5,8 bilhões (CBL, SNEL, Nielsen BookData, 2022). Os índices incluem as obras dos subsectores de livros didáticos (DID), obras gerais (OG), religiosos (REL) e científicos, técnicos e profissionais (CTP). Esses valores



são segmentados entre as vendas ao mercado, que representa menor percentual de participação, e ao governo que, no período compreendido de 2006 a 2021, representa maior percentual de participação, indicando que o Estado é o maior cliente dessa indústria, validando o fato dos livros didáticos serem classificados como os líderes de venda dentre os outros subsetores. Logo, o maior consumidor individual de livros no Brasil é o Governo Federal, por meio do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e do Programa Nacional Biblioteca na Escola (PNBE). Os avanços tecnológicos estão transformando os setores culturais e de entretenimento, trazendo oportunidades e incertezas. Na indústria do livro, a internet e as tecnologias digitais podem ampliar o acesso à leitura e criar oportunidades para todos os envolvidos na cadeia produtiva. Entre as principais tendências observadas no Brasil e no mundo, destacam-se: os diferentes ritmos de difusão dos e-books nos diversos países; a entrada de novos atores e o surgimento de novas atividades; o aumento da concentração de mercado, especialmente nos elos de livrarias e editoras de livros didáticos (LD) e científicos, técnicos e profissionais (CTP); e o surgimento de novos modelos de negócios, como a autopublicação e as assinaturas de conteúdos digitais (Mello et al, 2016).

Nesse sentido, Earp e Cornis (2005) consideram a existência de um impacto das novas tecnologias no mercado editorial, principalmente com a chegada de grandes *players* como a Amazon.com e o estabelecimento de um modelo de e-commerce para o mundo do livro, assim como o papel das grandes cadeias de distribuição online no negócio do livro, o impacto do e-book nos modelos de negócios entre editoras e consumidores, a ascensão da impressão por encomenda (*print-on-demand*), o sistema de impressão digital na indústria do livro e o papel do *internet printing protocol*.

Em relação ao impacto das tecnologias digitais no mercado editorial, Thompson (2023) reflete como essa revolução afetou a indústria do livro, considerada a mais antiga das indústrias de mídia. O autor observa que o livro impresso existe há mais de cinco séculos, desde as experimentações de Johann Gutenberg com a prensa de tipos móveis por volta de 1440. Ele destaca o papel fundamental dos livros na criação, acumulação e transmissão de conhecimento, especialmente nas ciências humanas e sociais, além de sua importância no enriquecimento da vida social, cultural e política. Thompson nota que, apesar das mudanças nas formas de impressão e venda dos livros desde o surgimento do mercado no século XV, o formato básico do livro permaneceu praticamente inalterado ao longo dos séculos. O autor questiona, ainda, se essa persistência do livro impresso como objeto físico continuará na era digital, indagando se ele sofrerá o mesmo destino dos discos de vinil. Thompson levanta essas questões para provocar uma reflexão sobre o futuro do livro impresso diante das transformações tecnológicas atuais.

Diante desses desafios, Mello et al (2016) citam que, para que as novas tecnologias digitais possam caminhar mais rapidamente rumo ao seu potencial pleno no Brasil, é necessário superar uma série de desafios, e ainda não é possível identificar um agente que esteja atuando como catalisador da difusão dessas tecnologias digitais. O governo, por meio de seu poder de compra, teria condições de assumir esse papel, incentivar o desenvolvimento e o uso gradual dessas tecnologias e, assim, dirimir incertezas, principalmente quando combinados com ações de estímulo à leitura e de formação de novos leitores.

É necessário, portanto, pesquisar e analisar constantemente o mercado editorial brasileiro, para que todos os agentes da cadeia produtiva do livro possam compreender, além do próprio impacto e modelo de atuação, como e quais estratégias os concorrentes estão adotando em seus modelos de negócios. Em seu estudo, Rodrigues et al (2014) reconheceram uma lacuna nos estudos sobre os desafios e implicações estratégicas enfrentados pelos players da indústria editorial e a necessidade de compreender melhor o ecossistema editorial no Brasil, as mudanças pelas quais ele vem passando e o seu impacto na estrutura da indústria, nos modelos de negócio, na rentabilidade e até na sobrevivência das empresas estabelecidas. Os resultados apontam algumas armadilhas que emergem da literatura sobre Inovação e Ecossistemas e que podem ajudar executivos e acadêmicos a entender por que a história se repete constantemente e por que os operadores históricos que enfrentam tecnologias disruptivas geralmente não conseguem reagir, levando seus negócios à falência e abrindo espaço para novas empresas. com abordagens inovadoras, mentalidade diferente e novos modelos de negócios.

A análise do ambiente competitivo de uma indústria é importante para compreender as relações entre os participantes, identificar influências do setor e avaliar mudanças e tendências que podem afetar a rentabilidade. O modelo das cinco forças, desenvolvido por Michael Porter, trata da identificação das características naturais básicas das indústrias que determinam o conjunto das forças competitivas e, portanto, a rentabilidade da indústria. As cinco forças competitivas — entrada, ameaça de substituição, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre os atuais concorrentes — refletem o fato de que a concorrência em uma indústria não está limitada aos participantes estabelecidos. Para uma indústria, clientes, fornecedores, substitutos e entrantes são todos considerados "concorrentes", com sua maior ou menor importância, de acordo com cada particularidade (Porter, 2004).

O entendimento da estrutura de uma indústria é o ponto de partida para a análise estratégica, cujo foco está na identificação das características básicas dessa indústria, enraizadas em sua economia e tecnologia, permitindo modelar adequadamente a estratégia competitiva que



deve ser estabelecida. A partir dessa análise, surgem os pontos fortes e pontos fracos das empresas, que são compostos por características técnicas e econômicas importantes para definir a intensidade e criticidade de cada força competitiva (Porter, 2004). Embora limitado e estático (representa a lucratividade de um setor em um determinado momento, em uma determinada situação), o modelo de cinco forças de Porter ainda é válido para analisar a lucratividade de um setor em um momento específico. No entanto, é necessário complementá-lo com abordagens que considerem a dinâmica de uma indústria, incluindo fatores em movimento e a prospectiva dos caminhos futuros, além de considerar questões tecnológicas e de inovação que estão ausentes nesse modelo (Félix & Félix, 2013).

Sendo assim, ao combinar a análise bibliométrica com outras estratégias, como a abordagem das cinco forças de Porter, torna-se rica a compreensão da dinâmica setorial. A análise bibliométrica pode fornecer um contexto histórico e teórico, ajudando a identificar lacunas no conhecimento atual e orientando a seleção e o desenvolvimento de abordagens complementares. Com a combinação de diferentes estratégias de análise, se fortalece a validade dos resultados obtidos, uma vez que diferentes métodos e perspectivas são utilizados para avaliar um setor e, assim, construir uma vantagem competitiva.

### **Procedimentos Metodológicos**

Este estudo é um trabalho de revisão bibliométrica que buscou identificar as produções científicas realizadas em periódicos nacionais e internacionais, em língua portuguesa, entre 2002 e o segundo semestre de 2022, acerca do mercado editorial. Para Silva (2008), o estudo bibliométrico serve para organizar certas quantidades de informação, que de alguma forma poderiam permanecer desordenadas e sem leitura, mesmo sendo consideradas um material de qualidade pelos estudiosos e, segundo Pritchard (1969), as principais características da bibliometria envolvem: i) identificar tendências e crescimento de determinado conhecimento; ii) estudar a dispersão e a obsolescências de certos assuntos científicos; iii) medir o impacto dos estudos publicados e as informações disseminadas no meio acadêmico; iv) quantificar a cobertura das revistas científicas e v) identificar quais autores e instituições são mais produtivos no meio acadêmico.

As Leis que regem este estudo estão representadas na Tabela 1 abaixo:

**Tabela 1**

*Leis da bibliometria*

Leis	Medida	Objetivo
Lei de Bradford	Grau de atração do periódico	Identificar os periódicos mais relevantes que dão maior vazão a um tema em específico
Lei de Zipf	Frequência de palavras-chave	Estimar os temas mais recorrentes relacionados a um campo de conhecimento
Lei de Lotka	Produtividade do autor	Levantar o impacto da produção de um autor numa área de conhecimento

Fonte: Adaptado de Chueke e Amatucci (2015).

A pesquisa tem início com a busca de artigos sobre o tema e, também, ao identificar se havia pesquisa bibliometria sobre a área, para tanto não foi inserido, na primeira pesquisa, o filtro de data de início, uma vez que a identificação dos primeiros escritos sobre o tema é tida como um indicador fundamental. Considerando a ausência de bibliometrias na área, pode-se afirmar que a importância desta pesquisa está em suprir essa lacuna acadêmica e contribuir para as organizações.

Este estudo é de caráter exploratório, com dados apresentados de forma quantitativa por meio de distribuição de frequência, assim como análises de vieses qualitativos, tornando esta uma abordagem mista, que combina ou associa as abordagens qualitativa e quantitativa. Conforme Richardson (2017), este plano de pesquisa seguiu o projeto exploratório sequencial QUANTI quali, se iniciando com coleta de dados e análise quantitativa e, posteriormente, realizando análise qualitativa, findando na interpretação de toda a análise conjunta.

Tendo em vista as vantagens da bibliometria em identificar tendências, medir o impacto das publicações e quantificar a cobertura das revistas científicas, essa metodologia permite aos editores e profissionais do ramo uma visão ampla das preferências e demandas dos leitores. Além disso, ao medir o impacto das publicações, a bibliometria fornece uma avaliação objetiva do alcance e da influência de estudos e temas específicos, auxiliando na seleção de títulos para publicação e na definição de estratégias de marketing, por exemplo. Ao quantificar a cobertura das revistas, a bibliometria pode ajudar a fornecer insights valiosos para a tomada de decisões sobre investimentos em novos projetos editoriais e na expansão do catálogo de uma editora.



**Tabela 2***Framework descritivo das etapas e critérios de construção da base*

<b>ETAPA</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Etapa 1	Busca por artigos em bases variadas como Web of Science, SPELL, Periódicos CAPES e SciELO.
Etapa 2	Definição pela base SciELO, definição dos termos de busca a partir de palavras-chaves e definição dos softwares utilizados.
Etapa 3	Levantamento de 635 artigos.
Etapa 4	Aplicação do filtro temporal de artigos publicados entre 2002 e 2022 e consequente exclusão de 127 artigos.
Etapa 5	Análise e leitura individual do título, resumo e palavras-chaves dos 508 resultados, avaliando questões como relevância temática, tipo de publicação e idioma.
Etapa 6	Conclusão da base final com 129 artigos e tratamento nos softwares definidos.

*Fonte:* Elaboração dos autores.

A fim de cumprir com o objetivo deste estudo, utilizou-se a *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, uma biblioteca virtual de revistas científicas brasileiras em formato eletrônico, para a realização da pesquisa por artigos, por se tratar de uma base consagrada e de amplo repertório para o campo organizacional no âmbito nacional e regional<sup>c</sup>, que organiza e publica textos completos de revistas na Internet/Web, assim como produz e publica indicadores do seu uso e impacto. Previamente à decisão pela SciELO, foram realizadas pesquisas nas bases corriqueiras da administração como o Portal de Periódicos da CAPES e a Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL), onde notou-se baixo retorno de resultados que capturassem o mercado editorial em outras ciências, como letras ou economia. A decisão pela base encontrada na SciELO revelou resultados significativos de artigos multidisciplinares, incluindo áreas da pedagogia, letras, economia, e administração, o que gerou dados mais robustos bem como a possibilidade por sua configuração das análises serem feitas pelos softwares escolhidos. Os termos de busca foram definidos a partir das palavras-chaves “mercado editorial”, “mercado literário”, “edição de livros”, “edição de literatura”, “produção editorial”, “editoração” e “editoras”, que foram empregadas no campo de busca separadas pelo operador booleano OR, cuja função é encontrar registros que contenham ao menos um dos termos separados pelo operador.

O levantamento na base *SciELO* retornou 635 resultados. Após aplicação do filtro cronológico, foram excluídos 127 resultados, restando 508 com o período de tempo

<sup>c</sup> Uma vez que na biblioteca constam periódicos sul-americanos, não somente brasileiros.

compreendido de 2002 a 2022. Após o corte de outros retornos presentes na busca que não são aplicados a este estudo – ou seja, editoriais, livros, resumos e resenhas –, deu-se continuidade à análise manual de exclusão dos resultados. Como o foco de estudo desta pesquisa diz respeito ao mercado editorial, foram retirados os artigos envolvendo movimentos sociais, análises relacionadas à produção científica e periódicos acadêmicos, gêneros literários, crítica literária e entrevistas. Em relação ao recorte linguístico e geográfico, foram selecionados artigos que dizem respeito ao mercado editorial no Brasil, mas que possuem publicação em periódicos estrangeiros. Sendo assim, soma-se na seleção de artigos deste estudo as publicações de fora do Brasil, em idiomas como o inglês e espanhol, mas que analisam o mercado editorial brasileiro.

Dessa maneira, após análise manual e individual do título, resumo e palavras-chaves dos 508 resultados, focando em um recorte temporal de 2002 a 2022, cuja temática principal fosse o mercado editorial brasileiro, chegou-se ao resultado de 129 artigos. A justificativa da pesquisa ser composta por trabalhos a partir de 2002 deve-se ao fato de ser nesse ano que nota-se o início de uma frequência de publicação acerca do tema, podendo, assim, captar a evolução do assunto nos últimos vinte anos.

Com a base de dados coletada, elaborou-se uma tabela no software Microsoft Excel com a organização dos dados de cada uma das produções, separando-os por autores, título, resumo, ano de publicação, periódicos e palavras-chaves, de modo a montar as tabelas com cada dado a ser analisado. Para a criação da nuvem de termos em palavras-chaves e análise lexical e longitudinal das palavras-chaves, utilizou-se o software de análises textuais IRaMuTeQ<sup>d</sup> (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*)<sup>e</sup>. Tal software foi desenvolvido pelo pesquisador francês Pierre Ratinaud em condição de *open source*, sobre modelo estatístico R e linguagem Python, e permite a realização de levantamentos lexicográficos (Jardim; Vasques, 2019). Para esta pesquisa, realizou-se a análise de similitude, que permite identificar as coocorrências entre as palavras e seu resultado apresenta indicações da conectividade entre as palavras, auxiliando na identificação da estrutura do conteúdo de um corpus textual (Camargo; Justo, 2018). As análises de coautoria foram realizadas com o uso do software VOSviewer, escolhido por ser um projeto livre e gratuito, conter ampla documentação sobre seu funcionamento, ter interface gráfica robusta e, para esta análise em específico, ser compatível com os dados obtidos e organizados previamente no Microsoft Excel. Além do mais, Caneppele et al (2023) mostra que o VOSViewer tem se mostrado uma ótima opção de

<sup>d</sup> Versão 0.7 alpha 2, com R-4.1.3.

<sup>e</sup> A análise foi realizada em um notebook da marca AVELL, de processador de modelo Intel(R) Core(TM) i7 de 12ª Geração, com placa de vídeo GeForce RTX 3050, 32 GB (gigabytes) de memória RAM e sistema operacional Windows 10 Home de 64 bits.



software em pesquisas bibliométricas, pela vantagem de ser utilizado em diversas bases de dados, atender técnicas de mapeamento adequadas à demanda do pesquisador e ser executado em diversos sistemas operacionais, além de poder ser iniciado diretamente da Internet.

Considerando então o mercado editorial, elaborou-se uma análise estratégica a partir das cinco forças de Porter (2004), que trata das ameaças encontradas pelas empresas ao imergir neste novo mercado. As cinco forças constituem elementos agrupados em um modelo delineado por Porter (2004), que têm a capacidade de exercer influência sobre a atratividade do mercado. Dessa maneira, foram levados em consideração os fornecedores, os possíveis novos concorrentes, a intensidade da rivalidade entre os concorrentes, os compradores e os produtos substitutos. Essas forças englobam as normas de competição, que possibilitam que as empresas adotem práticas corporativas visando obter taxas de retorno superiores aos custos, afetando diretamente a rentabilidade (Porter, 2004).

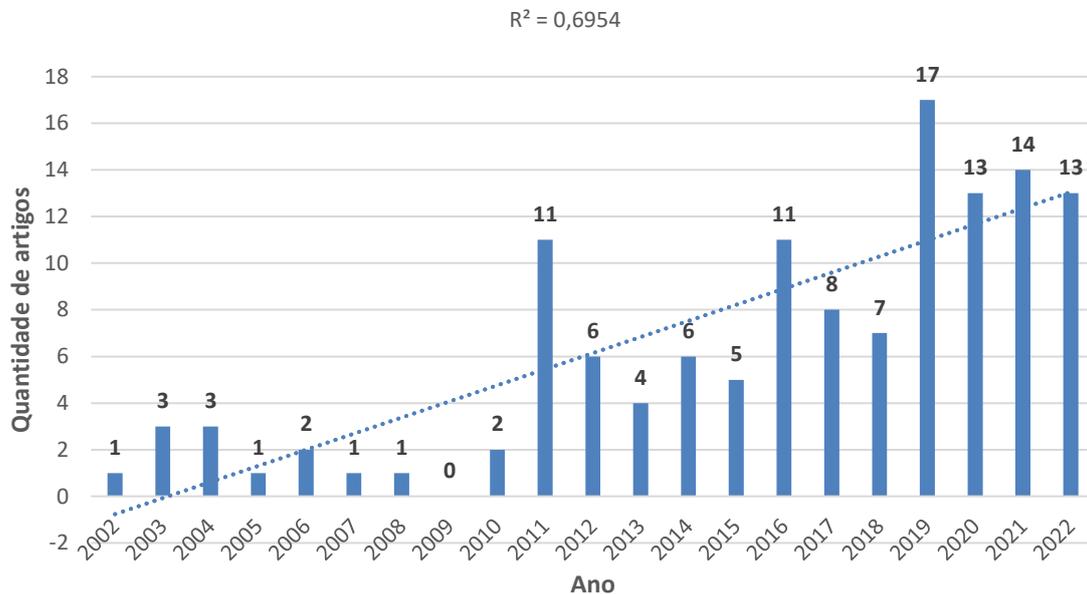
### **Análise dos Dados e Discussão dos Resultados**

Este capítulo apresenta a descrição e análise dos dados gerados nesta pesquisa, a fim de identificar as principais características de estudos encontrados sobre o mercado editorial na base *SciELO*, no período de 2002 a 2022. Para melhor visualização do resultado, foram elaboradas as figuras e tabelas a seguir, visando facilitar a compreensão das análises com base no ano de publicação dos artigos, principais revistas e autores, temas e palavras-chaves.

Na Figura 1 a seguir, temos a representação gráfica da quantidade de artigos publicados por ano, compreendido pelo intervalo de 2002 a 2022, somando 129 artigos.

**Figura 1**

*Total de artigos publicados por ano*

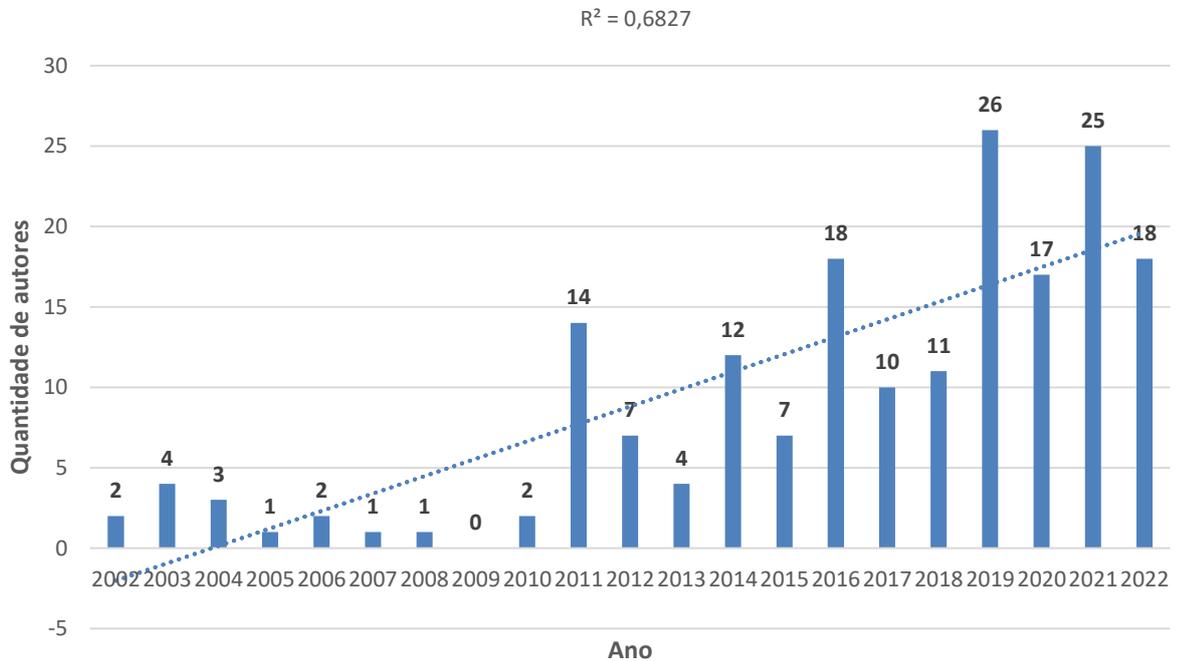


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Na Figura 1 observa-se uma publicação incipiente até 2008 e em 2009 a publicação foi zero. A partir de 2002 até 2010, nota-se a baixa frequência, representando 10,85% do total de artigos, com média de 1,56 artigo por ano. De 2011 a 2018, há um aumento nos resultados, representado, somente nesse período, 44,96% dos artigos encontrados, com a média de 7,25 artigos por ano; em comparação ao período anterior, houve um aumento de 314% nos resultados. No ano de 2019, é possível notar outro pico de publicações, representando o início do período compreendido até 2022. Somente nesse período, de 2019 a 2022, estão concentrados 44,18% dos artigos desta pesquisa, com a média de 14,25 artigos por ano, o que aponta para a relevância de estudos recentes no campo. É possível notar um aumento considerável nos estudos a cada ciclo com cerca de 8 anos; caso essa tendência se mantenha no ciclo iniciado em 2019, será, então, o ciclo com a maior quantidade de publicações acerca do tema.

**Figura 2**

*Quantidade de autores publicados por ano*

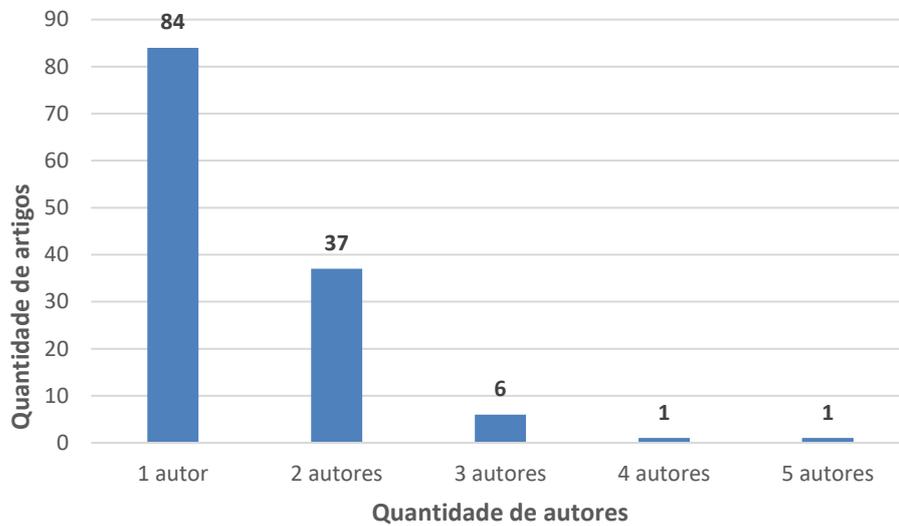


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

A Figura 2 aponta que a quantidade de autores que publicaram no período foi de 185 para um número de 129 artigos, com a média de 1,43 autor por artigo, indicando uma baixa frequência de artigos em coautoria. É possível observar a distribuição crescente do número de autores, acompanhando o crescimento das publicações e o aumento de interesse de mais pesquisadores neste tema. Ainda, nota-se que entre os anos de 2019 e 2022, concentra-se 46,48% do número total de autores, se assemelhando ao ciclo de publicações por ano (Figura 1). Logo, constata-se o aumento do número de pesquisadores e produção a respeito do tema.

**Figura 3**

*Relação da quantidade de autores por artigo*



*Fonte:* Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Na Figura 3, é possível identificar a produção individual, com 84 artigos representando 65,11% do total, seguido pela preferência por dois autores, 28,69% dos artigos. Os artigos com três, quatro e cinco autores representam, somados, 6,20% dos artigos.

**Tabela 3***Relação da quantidade de artigos por periódico*

<b>Periódico</b>	<b>Quantidade de artigos</b>
Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea	19
História da Educação	7
História (São Paulo)	6
Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos	3
Revista de História (São Paulo)	4
Cadernos CEDES	4
Educação em Revista	3
Revista Brasileira de História	3
Linguagem em (Dis)curso	3
Topoi (Rio de Janeiro)	3
Revista Brasileira de História da Educação	3
Educar em Revista	3
Sociedade e Estado	3
Revista Estudos Feministas	3
Outros (48)	62

*Fonte:* Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Como mostra a Tabela 3 acima, os periódicos acadêmicos que mais publicaram artigos somam 68 publicações, representando 52,30% do número total de artigos, o que aponta uma concentração de publicações sobre o tema em um número reduzido de revistas, principalmente ao considerar as seis primeiras revistas da tabela, que concentram 44 artigos e 33,84% do total. Destaca-se, nessa lista, a revista *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, com o total de 19 artigos no período de 2002 a 2022, concentrando 14,62% dos artigos encontrados nesta pesquisa. No mais, outras 48 revistas concentram 62 artigos desta base, com a média de 1,29 artigo por periódico, representando 47,69% dos resultados, validando a Lei de Bradford. Tendo em vista o escopo e a linha editorial dos cinco primeiros periódicos da Tabela 2, nota-se a concentração de artigos sobre o tema em periódicos da área da literatura, da história, da educação e da comunicação. Esse resultado está alinhado com o fato de existirem artigos com estudos: que visam compreender os aspectos complexos - econômicos, ideológicos, políticos e históricos - que perpassam os campos da literatura e da edição de livros no país (Cargnelutti, 2020); sobre os livros escolares como instrumentos para a promoção da identidade nacional

italiana no Brasil durante os primeiros anos do fascismo (1922-1925) (Barausse, 2016); sobre como e por que dois livros da Editora Alfa-Omega se caracterizaram como livros de oposição à ditadura então vigente no Brasil e o papel político que estas obras desempenharam no período estudado (Maués, 2020) e sobre editoras dedicadas à publicação de e para mulheres, além de considerações sobre a edição independente (Ribeiro, 2022).

#### Tabela 4

*Relação de autores com mais artigos (a partir de dois)*

<b>Autor ou autora</b>	<b>Quantidade de artigos</b>
Ribeiro, Ana Elisa	4
Maués, Flamarion	4
Szpilbarg, Daniela	2
Peres, Eliane	2
Nóbrega, Leonardo	2
Muniz Jr., José de Souza	2
Luca, Tania Regina de	2
Leão, Andréa Borges	2
Filgueiras, Juliana Miranda	2
Czajka, Rodrigo	2
Camargo Jr, Kenneth Rochel de	2

*Fonte:* Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Na Tabela 4 acima, representando a Lei de Lotka, revela-se a produtividade de cada um dos 185 autores em relação ao tema, indicando dois autores com quatro artigos publicados no topo, mas que, no geral, apresentam uma baixa produtividade, com a média de 1,43 artigos publicados por autor. Com base na análise dos dados desta pesquisa, é possível concluir que os dois autores com maior quantidade artigos estão com publicações veiculadas no periódico com maior quantidade de artigos, indicando a correlação entre os autores que mais publicam e o periódico com mais publicações (Tabela 2).

**Tabela 5***Relação da quantidade de ocorrências de termos em palavras-chaves*

<b>Termo</b>	<b>Quantidade de ocorrências em palavras-chaves</b>
livro	36
editorial	35
literatura	33
mercado	22
história	20
edição	13
didático	13
tradução	12
literário	12
infantil	12
editora	12
brasileiro	12
brasil	12
educação	11
editor	11
mulher	7
cultura	7
publicação	6
negro	6
intelectual	6
independente	6
escola	6
ensino	6
cultural	6
comunicação	6
campo	6
acesso	6

*Fonte:* Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

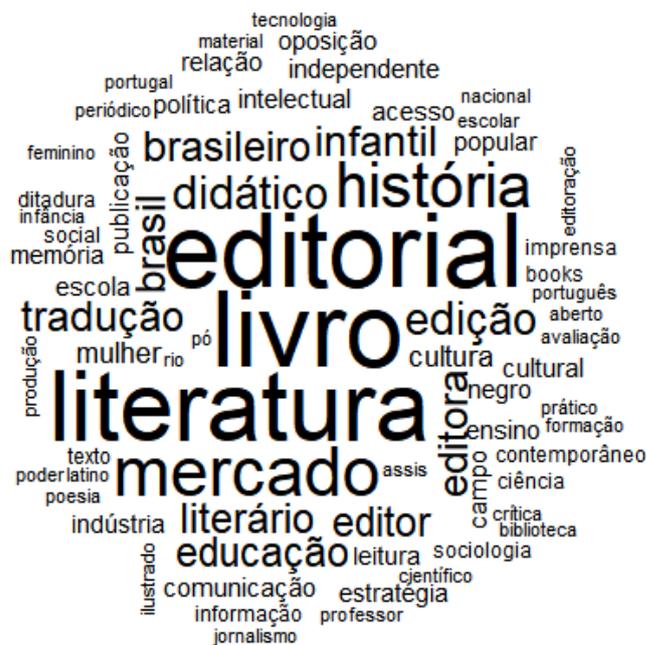
Para realização das análises das palavras-chaves, foi utilizado o software IRaMuTeQ, revelando, na Tabela 5 acima, os termos com maior frequência nas palavras-chaves, com os termos “livro”, “editorial”, “literatura”, “mercado” e “história” representando 42,94% das ocorrências. Desse *corpus*, é possível notar a segmentação na frequência das palavras, sendo as primeiras, a partir de 13 ocorrências, classificadas como tópicos principais desta base e, os termos com menos de 12 ocorrências classificadas como subtemas desses tópicos principais, como pode-se notar pelo fato dos termos “literário”, “infantil”, “mulher”, “negro”,

“independente” e “comunicação” serem áreas de pesquisas contempladas pelo estudo do livro e do mercado editorial.

De modo a responder à Lei de Zipf (1949), elaborou-se no software IRaMuTeQ, a partir da inclusão de 550 palavras-chaves em seu corpus textual, a nuvem de palavras representada na Figura 4:

**Figura 4**

*Nuvem de termos presentes em palavras-chaves dos artigos*



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Foram retiradas as conjunções e conectivos (de, como, e, para, em), partindo da recorrência mínima de seis repetições de cada termo integrante das palavras-chaves. Nota-se que as palavras em destaque no centro da nuvem são as de maior ocorrência, estando “livro” presente em 10,59% das ocorrências, “editorial” em 10,29%, “literatura” em 9,71% e “mercado” em 6,47%. Observa-se que as palavras mais usadas na composição das palavras-chaves dos artigos possuem ligação direta com o tema desta pesquisa, indicando tópicos relevantes de objeto de estudos adjacentes na produção acadêmica acerca do mercado editorial.

Dessa forma, a análise quantitativa dos artigos permitiu identificar uma tendência de aumento de estudos acadêmicos acerca deste tema, uma vez que é crescente a publicação de artigos no período de 2002 a 2022, principalmente a partir de 2010, assim como a quantidade de autores que publicam sobre o mercado editorial brasileiro. Ainda, pode-se notar a preferência

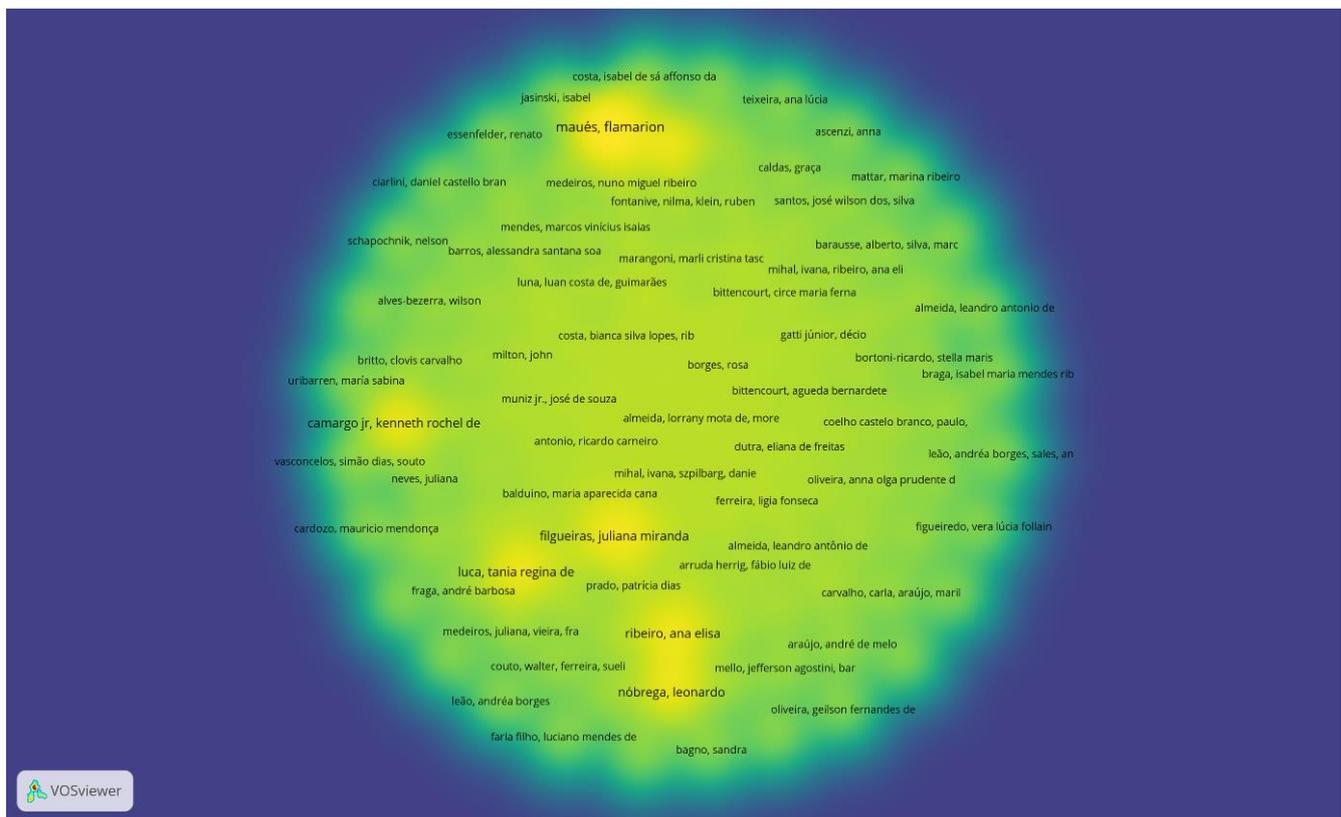
pela escrita individual sobre o tema e a dispersão de artigos em periódicos diferentes e, mesmo que haja um periódico com 19 publicações, indicando a concentração do tema, tem-se a média de 2 artigos por periódico, comprovando a Lei de Bradford.

**Análise de Coautoria**

Para Vanz e Stumpf (2010), a coautoria é o resultado da efetiva e substancial colaboração entre os pesquisadores de um estudo, mais vital e mais ativa do que a simples troca de materiais, informação e comentários. Ou seja, são coautores aqueles que participam integralmente da elaboração da pesquisa e compartilham a responsabilidade do conteúdo e defendem a ideia e os resultados apresentados.

**Figura 5**

*Mapa de calor relacionando a coautoria entre os autores na base de dados*



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Em relação a coautoria encontrada neste estudo, é possível notar na Figura 5 acima que a diversidade nos padrões de coautoria em artigos ao longo de 2002 a 2022 revela uma falta de colaboração significativa entre pesquisadores, evidenciada pelo fato de 65,11% dos artigos serem escritos por apenas um autor (Figura 3). Assim, pode-se afirmar que o interesse é

individualizado, isto é, não envolve grupos de pesquisadores, bem como não há projetos de pesquisas que envolvam professores e alunos.

Nota-se que a falta de colaboração entre pesquisadores pode ter consequências negativas, como a limitação de perspectivas inter e multidisciplinares. A colaboração entre pesquisadores de diferentes disciplinas ou com diferentes áreas de especialização pode enriquecer futuras pesquisas do mercado editorial, levando a uma abordagem mais abrangente e inovadora para os problemas e desafios encontrados. Cabe considerar o papel das instituições acadêmicas na promoção da colaboração e a função da academia com políticas que incentivem e valorizem a colaboração interdisciplinar e, até mesmo, internacional, contribuindo para o avanço de estudos no campo editorial.

### *Análise da frequência dos termos ativos das palavras-chaves no período de 2002 a 2022*

Na intenção de melhor visualizar a maneira com que as palavras-chaves foram distribuídas nos artigos durante o período deste estudo, fez-se a Figura 6 a seguir, facilitando a análise longitudinal dos termos, o que permite a identificação da evolução e/ou o histórico dos temas de pesquisa.

As formas ativas foram identificadas pelo software Iramuteq a partir da inserção individual das palavras-chaves dos artigos agrupados por ano. O software é responsável por reconhecer as formas ativas das palavras-chaves e indicar a sua frequência; para a construção das formas ativas, o software desconsidera conectivos e preposições. Os termos em negrito e itálico são aqueles que se repetem ao menos uma vez e os termos em cores destaques servem apenas para facilitar a visualização e avanço das ocorrências ao longo do tempo.

Figura 6

Representação da quantidade de ocorrência das formas ativas das palavras-chaves do corpus deste estudo ao longo do tempo

Quantidade de ocorrências da forma ativa	Ano																			
	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
6			livro																	
5												literatura								
4	mulher	negro	literatura	literatura			livro		mercado			mercado								
	história	livro	infantil				comunicação													
	edição	literário	história																	
		independente	editorial																	
3	social	literatura		material	livro	literatura	tradução	livro	editorial		literatura	tradução						livro		
		editorial		editorial			mercado	editorial			editorial									
		brasileiro		cultura			editorial													
	texto	sociologia	oposição	tecnologia	literatura	reportagem	serviço	editor	prático	escol a	infantil	teletrabalho		estratégia				sonho	feminista	
	negro	propaganda	mercado	rio	história	psicologia	política		oposição		educação	relação							ensino	
	mercado	mercado	ilustrado	português	brasil	literário	literário		editora		acesso	livro							editorial	
	literatura	história	feminino	mulher		infantil	identidade					literário							avaliação	
2	independente	edição	ditadura	inovação		escola	científico					latino								
	ethos	editora	brasileiro	história		brasileiro	campo					indústria								
	educação	editor	brasil	espírita			brasil					cultura								
		desempenho		escolar								contemporâneo								
		departamento		didático								americano								
				colonial																
				cartilha																
				brasileiro																
														resistência						
														popular	português	política	livro	popular	publicação	sexualidade
														poeta	pessoa	oposição	história	pauta	professor	sexologia
														nordestino	língua	mídia	ensino	função	produção	psicanálise
														militar	livro	livro	editor	edição	planejamento	mercado
														intelectual	especial	linguagem	didático	editora	livro	história
														imprensa	educação	leitura	didático	fundamental	editorial	
														história	discurso	história	cultura	formação		
														esquerdo	didático	educação	autoria	editor		
														edição	deficiência	editorial	autor	ciência		
														edutor	análise	editora		bioética		
														ditadura		crítica				
														cultural						
														cordel						
														comunista						

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.



O termo “livro”, destacado em fundo amarelo, tem sua primeira aparição em 2003, e segue aparecendo consecutivamente nas formas ativas das palavras-chaves até o ano de 2007, quando é novamente encontrado nos anos de 2011, 2015, 2016, 2018, 2020 e 2021. É possível notar o avanço e crescimento de interesse de pesquisas por esse produto em específico, integrante do mercado editorial, em comparação com outros produtos, como o jornal, a revista ou até mesmo os e-books. Sua primeira aparição, com apenas uma ocorrência no ano de 2003, seguido pelas últimas aparições, no ano de 2021 com quatro ocorrências e no ano de 2020 com seis ocorrências, revelam o termo como ascendente na importância enquanto objeto de estudo em pesquisas, principalmente a partir de 2011, quando o termo passa a ter pelo menos duas ocorrências em suas aparições. O constante destaque dado ao termo "livro" reflete a importância fundamental desse produto na indústria editorial, destacando-o como o ponto central dos debates e interesses dos pesquisadores. Além disso, o livro é o grande responsável por materializar e se conectar com outros termos no topo da frequência, como é o caso de livros didáticos, livros infantis, livros literários (romances, contos, poesia) e livros de história.

Acompanhando o fato de o mercado editorial ter grande interesse pelos livros didáticos, é possível notar que as pesquisas também valorizam essa área, uma vez que, apesar do termo “didático” ser notado nos anos de 2004, 2005, 2007 e 2019, há outros termos suplementares que representam estudos sobre os livros didáticos, como “professor”, “educação” e “escola”. Nota-se que o mesmo acontece com o termo "mulher", com quatro aparições no ano de 2022 e duas no ano de 2019. No entanto, outros termos que podem representar essa classe de estudos aparecem em outros momentos, como é o caso de "feminista", em 2003, e "feminino", em 2020. Existe ainda a questão de o termo "editora" significar uma empresa que edita e publica livros, ou uma profissional que faz a edição de um livro, cabendo, portanto, a necessidade de olhar de maneira individual para cada artigo com esses aspectos para a correta classificação temática.

Assim como o avanço da aparição do termo "mulher" nos estudos, há outros termos que surgem, principalmente, a partir do ano de 2017, revelando-se como temas emergentes em pesquisas, são eles: "brasileiro" (em 2017, 2019 e 2020), com indicativos de avanço nos estudos em território nacional; "negro", com quatro aparições em 2021 e duas em 2022, indicando um recente interesse por estudos sobre raça e movimentos sociais e o termo “infantil”, com primeira aparição em 2012, mas com ocorrência novamente em 2017 e 2020, indicando a importância dada ao segmento de livros infantis pelos pesquisadores.

Existem alguns termos cujo aparecimento acompanham o crescimento de publicações a partir de 2011 (Figura 1), como é o caso de “literatura”, “editorial” e “mercado” (este com primeira aparição em 2002, inclusive). A persistência desses termos ao longo do tempo sugere



que a discussão dentro desse campo continua sendo a indústria editorial, além disso, a presença recorrente da forma ativa "mercado" indica um interesse contínuo na dinâmica econômica e comercial do setor editorial, como vendas, tendências de consumo e estratégias de mercado. Sob outra perspectiva, a frequência do termo "literatura" sugere que a discussão se estende além das questões puramente comerciais, abrangendo também aspectos artísticos, culturais e acadêmicos relacionados à produção e circulação de obras literárias. Em conjunto, esses termos refletem a interseção complexa entre o aspecto comercial e o aspecto cultural da indústria editorial, bem como o constante interesse em entender e responder às mudanças nesse tema em constante evolução.

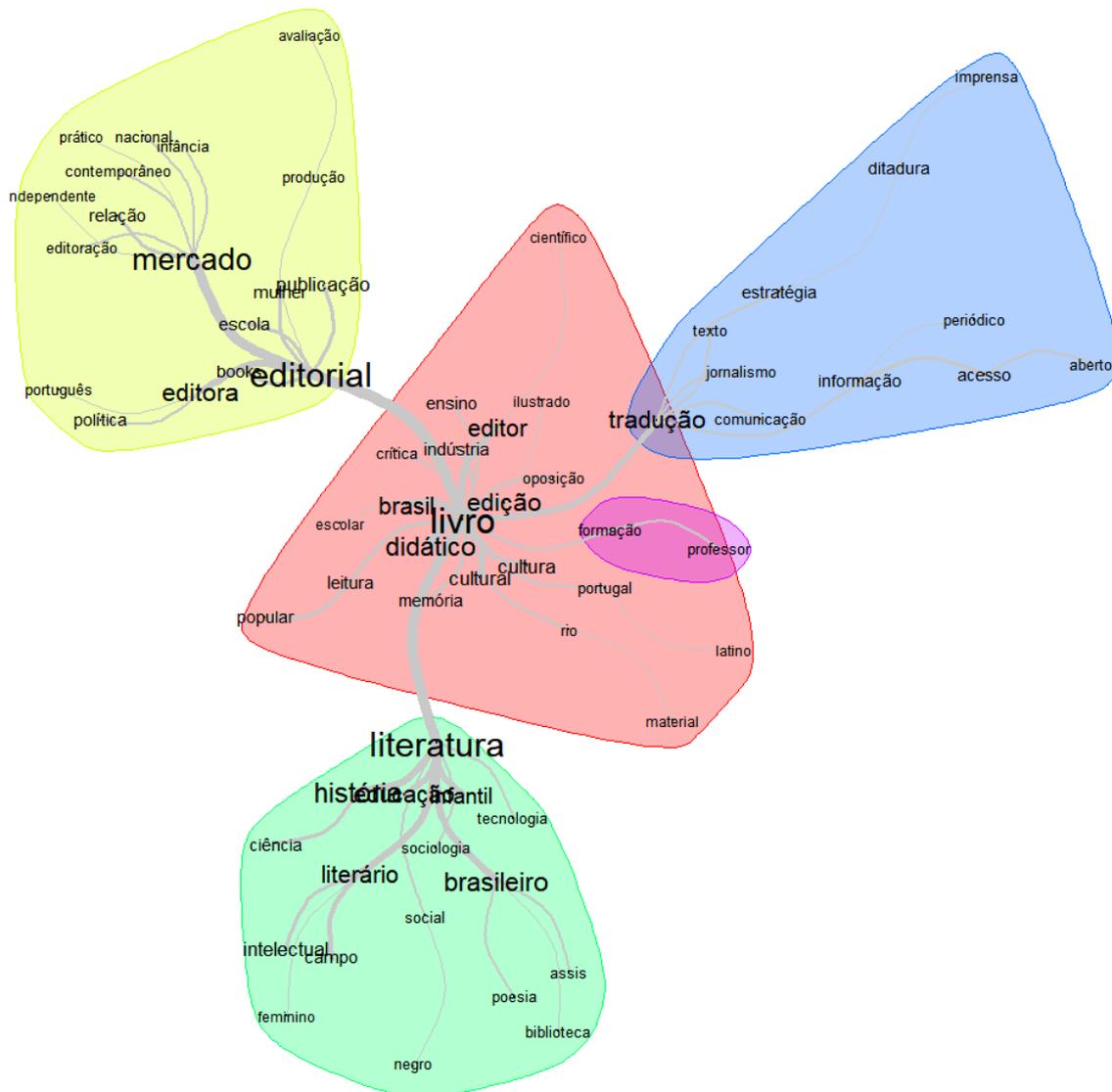
De modo geral, a análise longitudinal das formas ativas presentes nas palavras-chaves do *corpus* desta pesquisa pode fornecer informações relevantes sobre a evolução dos temas de pesquisa, permitindo identificar tendências emergentes, mudanças de foco e lacunas no conhecimento. Para profissionais do mercado editorial, essa análise oferece a compreensão das demandas e interesses dos leitores e fornece insights valiosos para profissionais do mercado editorial, orientando estratégias e a tomada de decisões.

### *Análise de Similitude*

Na Figura 7, vemos as comunidades de similitudes geradas a partir da inclusão de 550 palavras-chaves no software IRaMuTeQ, referentes aos 129 artigos desta pesquisa. Nota-se a maior comunidade no centro, liderada pela palavra "livro", com a maior quantidade ocorrência nas palavras-chaves, com uma pequena comunidade inserida contendo as palavras "formação" e "professor", e outras três comunidades menores e periféricas, vinculadas à comunidade central, representadas pelas palavras "editorial", "tradução" e "literatura".

Figura 7

Gráfico de similitudes com a formação de comunidades contendo os termos em palavras-chaves dos artigos



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa, IRAMUTEQ.

No termo central do gráfico de similitudes, temos a comunidade em destaque com a palavra “livro”, com proximidade e ligação direta com as palavras “brasil”, “didático”, “edição”, “editor”, “indústria” e “cultura”, validando que esses são os termos da base temática deste estudo, e retomando a relevância que o subsetor de livros didáticos possui no mercado editorial brasileiro. Ainda, é possível notar termos que derivam e complementam as pesquisas em temáticas relacionadas às ligações da palavra central, como “leitura”, “oposição”, “crítica”, “ilustrado” e outras com maior distanciamento, como “material”, “latino” e “científico”. Por fim, nota-se a comunidade inserida quase que integralmente na comunidade central, formada

pelos termos “formação” e “professor”, indicando um papel significativo para essa área de conhecimento, uma vez que professores são os principais agentes para a utilização eficiente de livros didáticos e materiais educacionais, que constituem a principal fatia de faturamento do mercado.

No ramo gerado pelo termo “literatura”, conectado ao termo central “livro”, vemos a presença de outros três termos significativos vinculados a ele, sendo “história”, “educação” e “infantil”, criando uma comunidade correlacionada às vertentes literárias que os artigos apresentam. Isso pode ser notado ao encontrar os termos “ciência”, “sociologia”, “feminino”, “social”, “poesia” e “biblioteca”, indicando como a literatura histórica, infantil e educacional possuem a sua importância na consolidação de pesquisas envolvendo o mercado editorial.

No ramo gerado pelo termo “editorial” vemos uma ramificação de termos que partem deste, assim como ramos que partem do termo “mercado”, diretamente vinculado ao primeiro. Nas ramificações ligadas ao termo “editorial”, é possível notar os termos “português”, “editora” e “política”, “book”, “escolha”, “mulher”, “publicação”, “produção” e “avaliação”. Aqui, percebe-se como os estudos vinculados ao termo “editorial” apresentam um envolvimento com editoras, a publicação em si e a relevância da presença do termo “mulher”, destacando o vínculo que os estudos da presença e inserção de mulheres no mercado e suas participações em casas editoriais. A seguir, temos o termo “mercado”, com os principais ramos “editoração”, “independente”, “contemporâneo”, “nacional” e “infância”, criando a comunidade de estudos que focam no recorte do mercado da atualidade (como é possível notar na Figura 1, com o aumento de artigos a partir de 2010) e a presença de uma comunidade envolvida no estudo do mercado independente que, apesar de existirem pesquisas integrais tentando definir o que é uma editora “independente”<sup>f</sup> e quais e quem são seus agentes, essa comunidade demonstra o interesse pela academia em compreender este termo.

Na comunidade gerada pela ligação do termo “tradução” ao termo central “livro”, nota-se como o mercado de livros em outras línguas possui sua relevante parcela nas pesquisas acerca do mercado editorial. Nessa comunidade, nota-se a presença dos principais termos “estratégia”, “texto”, “jornalismo”, “comunicação” e “informação”.

A correlação entre o termo central “livro” e os três periféricos “editorial”, “tradução” e “literatura” indica estudos que visam ampliar as pesquisas nessas áreas de conhecimento que estão inseridas no mercado editorial, como é o caso do envolvimento das atividades relacionadas à publicação de livros e seus agentes; o ato de tornar obras literárias de outros

<sup>f</sup> Como é possível notar em Silva (2022).

idiomas, países e culturas acessíveis a um público mais amplo, possibilitando que obras sejam lidas em diferentes línguas ao redor do mundo, e o meio pelo qual as obras de gêneros como romance, poesia, drama e conto são compartilhadas e acessadas. Embora o mercado editorial seja compreendido por outros produtos além do livro, o fato do termo “livro” ser o central e com maior ocorrência na base de palavras-chaves dos artigos deste estudo indica como a indústria do livro possui um grande foco de interesse e deriva outros estudos acadêmicos em indústrias paralelas.

Do ponto de vista estratégico, a análise de similitude resultante na identificação das comunidades centrais e suas ramificações é uma ferramenta estratégica valiosa para editores e gestores na administração de editoras em um ambiente competitivo de mercado. Na comunidade formada pelo termo “literatura”, por exemplo, tem-se as ramificações "feminino", "negro", "poesia" e "infantil", temas que sugerem assuntos em pauta nas pesquisas acadêmicas e que podem refletir na demanda por consumo dentro desses nichos. Além disso, a comunidade exclusivamente formada pelos dois termos “professor” e “formação” indica a importante possibilidade em se ter um planejamento dedicado aos livros didáticos, principalmente caso o modelo de negócio da editora possua um planejamento estratégico direcionado para editais governamentais. Ao compreender as interconexões e relações entre esses termos, os profissionais do setor podem identificar tendências emergentes, demandas do público e lacunas no mercado.

Da análise de similitude, portanto, nota-se o destaque e concentração de estudos acerca dos assuntos “livro”, “editorial”, “tradução” e “literatura” enquanto principais tópicos para o entendimento do mercado editorial no Brasil, indicando um potencial interesse de trabalhos por temas adjacentes, a partir da presença dos termos “contemporâneo”, “independente”, “jornalismo”, “social”, “mulher”, “negro” e “ensino”.

### *Análise porteriana do setor*

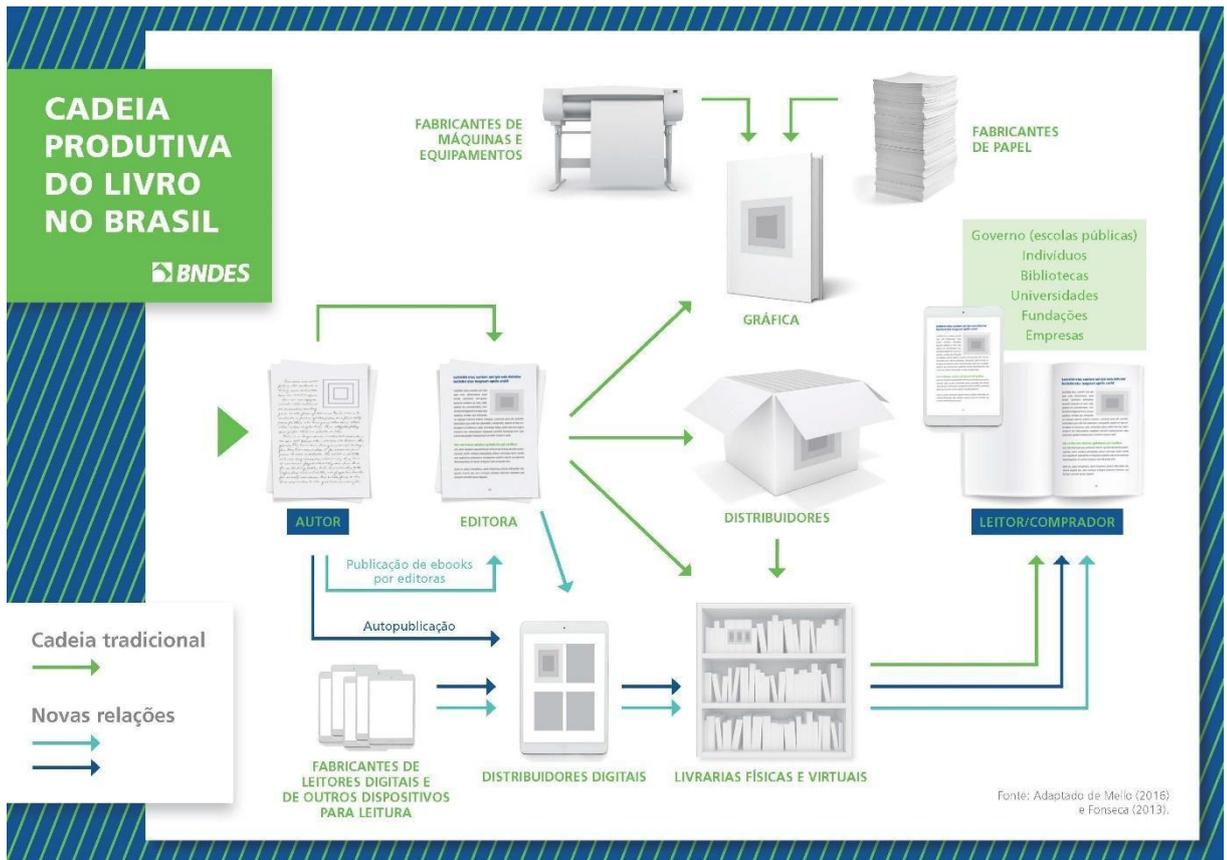
De acordo com Porter (2004), para formular uma estratégia competitiva eficaz, é essencial estabelecer uma relação entre a organização e o ambiente em que está inserida. As indústrias, assim como outras empresas, também sofrem influências de forças externas. O grau de concorrência em uma indústria, definido como um ambiente onde ocorre a competição entre empresas, é determinado pelo conjunto das cinco principais forças competitivas. Essas forças são responsáveis por determinar o potencial lucrativo de um determinado mercado e incluem ameaças de novos entrantes, que são empresas recém-chegadas que trazem relativo potencial inovador e dividem o mercado com os concorrentes existentes.



Mello et al (2016) exploram as transformações significativas na indústria do livro devido aos avanços tecnológicos, o infográfico a seguir identifica os principais participantes envolvidos na cadeia produtiva do livro no Brasil.

**Figura 8**

*Cadeia produtiva do livro no Brasil*



Fonte: Mello et al (2016).

Levando em consideração os artigos analisados para a revisão bibliométrica e, tendo como bases as cinco forças apresentadas por Porter (2004) e a cadeia produtiva do livro, elaborou-se a análise a seguir.

***Poder de barganha dos fornecedores***

No mercado editorial, os agentes fornecedores são as gráficas e distribuidoras e também os próprios autores, que atuam como fornecedores de conteúdo. Os autores possuem determinado poder de barganha, especialmente os autores que já possuem obras publicadas e relevância no cenário, que podem exigir melhores contratos e royalties mais altos. No entanto, as editoras também têm a capacidade de selecionar os autores com os quais desejam trabalhar

e possuem a questão de relevância histórica de obras publicadas em seu catálogo. As gráficas e distribuidoras podem ter algum poder de negociação e, em sua maioria, estão vinculados a qualidade da prestação de serviços, qualidade de atendimento, qualidade final do projeto (após acabamento) e possibilidade de personalização, mas as editoras geralmente possuem várias opções disponíveis no mercado, o que pode reduzir esse poder de barganha. Ainda em relação às gráficas, o poder de barganha é expressivo, uma vez que seus custos estão de acordo com a cotação do dólar (Brigatti, 2022) na qual se baseiam os preços de vários dos insumos usados na impressão de livros: papel, tintas, blanquetas de borracha (que transmitem a tinta para o papel) e chapas de impressão. Ou seja, o aumento do preço dos insumos, é repassado ao consumidor.

### ***Poder de barganha dos compradores***

Os compradores no mercado editorial brasileiro são, principalmente, os leitores e as livrarias. A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, realizada pelo Instituto Pró-Livro (IPL) em 2019, considera “leitor”<sup>8</sup> aquele ou aquela que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses, e indica que o Brasil possui cerca de 52 milhões de leitores. Dessa maneira, com a ascensão das plataformas de vendas online, tanto de *e-commerce* quanto de lojas *on-line* próprias de livrarias e a popularização dos e-books, os leitores possuem mais opções de compra e acesso a maior variedade de títulos. Isso aumentou o poder de barganha dos compradores, uma vez que existe maior facilidade na hora de comparar preços e optar por diferentes meios de leitura (digital ou impresso). As livrarias, por sua vez, possuem seu relativo poder de negociação, com o poder de decisão sobre quais livros entrarão em seu catálogo e capacidade de negociar margens de lucro e prazo de pagamento com as editoras.

### ***Ameaça de novos entrantes***

Embora o mercado editorial brasileiro seja competitivo, a entrada de novos concorrentes enfrenta barreiras significativas. Esta indústria requer um investimento considerável em capital para início da disputa competitiva, uma vez que é necessário um aporte para aquisição de computadores e softwares, direitos autorais, profissionais qualificados, conhecimento acerca das etapas editoriais e relacionamentos com autores, além de enfrentar todos os desafios na distribuição e promoção de livros que, hoje, contempla os espaços físicos e digitais. As editoras estabelecidas, ou “tradicionais”, por sua vez, já possuem uma presença consolidada, com marcas reconhecidas e uma base de leitores fiéis, o que dificulta a penetração de novos entrantes no mercado.

<sup>8</sup> O “não-leitor”, por sua vez, é considerado aquele ou aquela que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses. (IPL, 2020).



### *Nível de rivalidade*

O mercado editorial brasileiro apresenta significativa rivalidade entre os concorrentes. Ao analisar a Tabela 6 abaixo, por exemplo, é possível notar, de 2015 a 2022, a concentração das empresas que estiveram presentes entre as cinco editoras com maior número de títulos vendidos no ano, na categoria “geral”<sup>h</sup>.

### **Tabela 6**

*Lista de editoras entre as cinco editoras com mais títulos vendidos no Brasil na categoria “Geral”, de 2015 a 2022*

<b>Editora</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Soma</b>
Sextante	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Grupo Companhia das Letras	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Gente	0	0	1	1	1	1	1	1	6
Grupo Editorial Record	1	1	1	0	0	0	1	1	5
Intrínseca	1	1	0	1	1	1	0	0	5
Nobel	0	1	1	1	0	0	0	0	3
Grupo Editorial Alta Books	0	0	0	0	1	1	1	1	3
Ciranda Cultural	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Planeta	0	0	0	0	1	0	0	0	1

*Fonte:* Elaboração própria a partir de dados de PublishNews e Câmara Brasileira do Livro.

Nesse período, as duas editoras que dividem o topo são Sextante e Grupo Companhia das Letras, com títulos com maior número de vendas durante todos os oito anos, seguidas pela editora Gente, com títulos entre as cinco maiores por 6 vezes, e o Grupo Editorial Record e Intrínseca, por 5 vezes entre as cinco maiores editoras dado o volume de vendas anuais.

É possível notar que, apesar de existirem várias editoras no país, desde grandes editoras tradicionais até editoras independentes que variam de acordo com o volume de vendas e grau de complexidade de gestão, cada uma possui seus segmentos de competição em relação aos diferentes níveis de rivalidade. Essa competição, muitas vezes, é impulsionada pela busca por títulos de relevância, disputa por espaço nas livrarias e pela conquista de novos leitores. Dessa

<sup>h</sup> A categoria “geral” engloba livros de “ficção”, “não ficção”, “autoajuda”, “infantojuvenil” e “negócios”, e os dados foram retirados dos relatórios anuais do portal PublishNews, um portal especializado em notícias e informações sobre a indústria do livro, criado em 20 de julho de 2001 pelo editor e consultor Carlo Carrenho e que conta com o apoio da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

maneira, é possível perceber que o mercado também é caracterizado por uma concentração de poder nas mãos de algumas editoras dominantes, o que pode dificultar a entrada de novos concorrentes.

### *Produtos substitutos*

Com o avanço da tecnologia, a ameaça de produtos substitutos no mercado editorial tem aumentado nos últimos anos. Para além da popularidade dos e-books e audiolivros enquanto alternativas aos livros impressos, tem-se outras formas de entretenimento que disputam pela atenção de leitores, como é o caso das redes sociais, da ascensão de streamings e do crescimento da indústria de filmes, séries e jogos digitais. Ainda assim, é possível classificar viagens e outros meios de lazer enquanto produtos substitutos ao ato da leitura, pois são formas alternativas de entretenimento e fontes de conhecimento e, nesse caso, leva-se em consideração o tempo, interesse e recursos financeiros dos consumidores. Mudanças nas preferências e nos hábitos de consumo também afetam a demanda por livros, além de outros fatores.

Da análise porteriana do setor, é possível compreender, a partir de uma visão sistemática, quem são os agentes, quais as etapas e quais as indústrias que cruzam a cadeia produtiva do livro. Nota-se, por exemplo, o papel do escritor enquanto principal fornecedor da cadeia, sendo este quem dá início aos processos e relações com outros agentes, indústrias e fornecedores. Além disso, a identificação do que está sendo produzido no ambiente acadêmico pode ser uma forma de capturar elementos e aplicar em uma análise de microambiente por meio das 5 forças de Porter, tornando-se uma ferramenta de auxílio para gestores e editores fazerem planejamento, tomarem decisões, fazerem escolhas editoriais e qualificar melhor o posicionamento no mercado editorial.

### **Conclusão**

Conforme apresentado ao longo deste trabalho, é possível notar a relevância do mercado editorial no desenvolvimento econômico, social e na atuação enquanto indústria que possibilita o acesso ao conhecimento através de livros e outros formatos de conteúdo impresso no Brasil. Com os resultados encontrados, foi possível identificar e analisar o que se produziu no ambiente acadêmico, no período de 2002 a 2022, acerca do mercado editorial brasileiro e, a partir disso, analisar os elementos e agentes sob a ótica da teoria da vantagem competitiva de Porter, beneficiando pesquisadores e profissionais do tema. Para o campo da estratégia, este estudo deixa muito claro que as organizações editoriais devem ser consideradas para fins de preenchimento de lacunas no que diz respeito a pesquisas empíricas, isto é, capturar estratégias



para a gestão das cinco forças de Porter em um ambiente vinculado com o setor público bem como um alto grau necessário de planejamento estratégico emergente e focado em nichos.

Acredita-se, portanto, que este levantamento bibliométrico acerca do mercado editorial brasileiro contribui com o reconhecimento do setor como tema de estudo, apontando os principais temas de interesse nos últimos vinte anos, apresentando o panorama do mercado e sua influência na composição e inserção em uma cadeia produtiva maior; colabora com a análise do mercado a partir de uma visão estratégica calçada na ótica da cadeia produtiva do livro e da análise setorial e auxilia com pesquisas futuras a respeito da produção acadêmica deste tema e suas tendências. Recomenda-se que gestores e editores acompanhem os temas e tendências de pesquisas acadêmicas relacionadas ao mercado editorial e mantenham-se atualizados sobre as mudanças e demandas do ambiente para garantir a relevância e competitividade dos negócios. Ao entender as preferências do público, as inovações tecnológicas e as dinâmicas de consumo, os gestores e editores podem tomar decisões mais informadas e estratégicas. Isso não apenas ajuda a antecipar as necessidades do mercado, mas também permite a identificação de oportunidades de crescimento e diferenciação.

Quanto a sugestões para trabalho futuros, uma possibilidade é a ampliação de palavras chaves que poderão capturar outros artigos, uma vez que novas tecnologias, cenários e interesses de pesquisas levam a criação de novos termos. Isso pode envolver estudos sobre como as tecnologias estão mudando a produção, distribuição e consumo de livro; mudanças nos padrões de consumo de livros; o impacto das políticas governamentais e regulamentações na indústria editorial, incluindo leis de direitos autorais, políticas de subsídios e regulações de preços de livros e sobre o funcionamento do mercado editorial brasileiro quando comparado com diferentes países e regiões para identificar tendências globais e diferenças culturais na produção e consumo de livros. Também se notou que existem outros trabalhos e pesquisas acadêmicas sobre o tema, mas que não se enquadram enquanto “artigo”, foco desta pesquisa, como é o caso de trabalhos de conclusão de curso (monografias), dissertações, teses e, principalmente, livros. Por isso a importância de um estudo sobre o estado da arte em outras categorias de produções, como os repositórios de dissertações e teses das principais instituições de pós-graduação do Brasil que possuem publicações nessa área temática e catálogos de editoras que possuem em seu portfólio livros técnicos e científicos que contemplam dados e análises do tema.

## Referências



- Barausse, A. (2016). Os livros escolares como instrumentos para a promoção da identidade nacional italiana no Brasil durante os primeiros anos do fascismo (1922-1925). *História Da Educação*, 20(49), 81–94. Retrieved from: <https://doi.org/10.1590/2236-3459/60384>
- Brigati, F. (2022, March 21). Preço do papel dispara, e editoras encolhem tiragem de livros e HQs. Folha de S. Paulo. Retrieved from <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/03/preco-do-papel-dispara-e-editoras-encolhem-tiragem-de-livros-e-hqs.shtml>
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2018). Tutorial para uso do software IRAMUTEQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires). Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição, Universidade Federal de Santa Catarina. Retrieved from <http://iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-portugais-22-11-2018>
- Caneppele, N. R., Shigaki, H. B., Ramos, H. R. & Ribeiro, I. (2023). A utilização do software VOSviewer em Pesquisas Científicas. Editorial. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, 22(1), 1-8. Retrieved from: <https://doi.org/10.5585/2023.24970>
- Cargnelutti, C. M. (2020). A construção de um espaço literário para vozes afro-brasileiras: Terra Negra, de Cristiane Sobral, e a editora Malê. *Estudos De Literatura Brasileira Contemporânea*, (61). Retrieved from <https://doi.org/10.1590/2316-40186114>
- Chueke, G. V., & Amatucci, M. (2015). O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. *Internext*, 10(2), 1-5.
- Earp, F. S., & Kornis, G. (2005). *A economia da cadeia produtiva do livro*. Rio de Janeiro: BNDES.
- Félix, I. M. N., & Félix, C. D. C. (2013). Forças de Porter na era da internet: contextualizando o modelo tradicional com outras abordagens. *Revista Organização Sistêmica*, 4(2), 35-69. Retrieved from <https://www.revistasuninter.com/revistaorganizacao sistemica/index.php/organizacaoSistemica/article/view/183>
- Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. (2007). *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. São Paulo. Retrieved from <https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2022/05/Producao-e-Vendas-do-Sector-Editorial-Brasileiro-2006.pdf>
- Instituto Pró-Livro. (2020). *Retratos da leitura no Brasil*. 5ª edição. Retrieved from <https://www.prolivro.org.br/wp->

[content/uploads/2020/12/5a\\_edicao\\_Retratos\\_da\\_Leitura-\\_IPL\\_dez2020-compactado.pdf](#)

- Jardim, M. C., & Vasques, L. F. (2019). A “boa combinação” entre Gênero e Sociologia Econômica: Uma (re) leitura dos mercados inspirada em Viviana Zelizer. *Novos Olhares Sociais*, 2(2), 122-149.
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Convergence culture. *Convergence*, 14(1), 5-12. Retrieved from [https://www.google.com/url?q=https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9434/2/BS43\\_corrigeido\\_P\\_BD.pdf&sa=D&source=docs&ust=1686517391309238&usg=AOvVaw1Op2C3aO3CnV2aqZ1rSZb5](https://www.google.com/url?q=https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9434/2/BS43_corrigeido_P_BD.pdf&sa=D&source=docs&ust=1686517391309238&usg=AOvVaw1Op2C3aO3CnV2aqZ1rSZb5)
- Maués, F. (2020). Edição, política e ditadura: dois livros de oposição da Editora Alfa-Omega. *História* (São Paulo), 39. Retrieved from <https://doi.org/10.1590/1980-4369e2020003>
- Mello, G. A. T. D., Nyko, D., Garavini, F. M. J. N., & Zendron, P. (2016). Tendências da era digital na cadeia produtiva do livro. Rio de Janeiro: BNDS Setorial. Retrieved from [https://www.google.com/url?q=https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9434/2/BS43\\_corrigeido\\_P\\_BD.pdf&sa=D&source=docs&ust=1686517391309238&usg=AOvVaw1Op2C3aO3CnV2aqZ1rSZb5](https://www.google.com/url?q=https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9434/2/BS43_corrigeido_P_BD.pdf&sa=D&source=docs&ust=1686517391309238&usg=AOvVaw1Op2C3aO3CnV2aqZ1rSZb5)
- Nielsen Bookdata. (2022). Desempenho Real do Mercado Editorial Brasileiro. Rio de Janeiro: Nielsen BookData. Retrieved from [https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2022/08/1657814096381SC3A9rie\\_HistC3B3rica\\_PCR24\\_2021\\_V1-3.pdf](https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2022/08/1657814096381SC3A9rie_HistC3B3rica_PCR24_2021_V1-3.pdf)
- Porter, M. E. (2004). *Estratégia Competitiva – Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência*. Elsevier Brasil.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of documentation*, 25, 348.
- Reimão, S. (2018). *Mercado editorial brasileiro*. São Paulo: ECA-USP.
- Richardson, R. J. (2017). *Pesquisa Social - Métodos e Técnicas*, 4ª edição. Grupo GEN. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597013948>
- Ribeiro, A. E. (2022). Mulheres na edição: o caso de Tânia Diniz e o mural Mulheres Emergentes. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, (107), 75-92. Epub. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi107.4203>
- Rodrigues, M. A. D. S., Chimenti, P., Nogueira, A. R. R., Hupsel, L. F., & Repsold, A. (2014). From print to screen: changes and challenges facing the Brazilian publishing industry. *Revista de Administração* (São Paulo), 49, 491-505.

- Silva, A. C. D. (2022). Entre lebres e quelônios: o que se entende por editora “independente”. (Trabalho de Conclusão de Curso). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, São Paulo.
- Silva, J. M. P. D. (2008). O estado-da-arte da literatura em economia e gestão da inovação e tecnologia: um estudo bibliométrico. (Tese de Doutorado). Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Thompson, J. (2023). O futuro dos livros. *Matrizes*, 17(1), jan./abr. Retrieved from <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/210686/193626>
- Vanz, S. A.; Stumpf, I. R. C. (2010). Colaboração científica: revisão teórico-conceitual. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 15(2), 42-55.

