

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Atena
Editora
Ano 2022

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2 /
Organizadores Edwaldo Costa, Juliana da Costa Feliz. –
Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0305-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.050221207>

1. Comunicação e cultura. I. Costa, Edwaldo
(Organizador). II. Feliz, Juliana da Costa (Organizadora). III.
Título.

CDD 303.4833

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O e-book *Comunicação e Cultura: Processos contemporâneos 2*, intenta uma empreitada tanto ampla quanto profunda, a fim de compreender algumas das mudanças socioculturais que marcaram a passagem do século XX para o século XXI e que explicam a convergência entre fatos comunicacionais e culturais.

A extensão do desafio intelectual da empreitada fica evidente desde o e-book 1, justamente por conta da abrangência da abordagem. Os campos da Cultura e da Comunicação, notadamente amplos, são suficientemente próximos e convergentes; no entanto, também o são distintos e específicos. Ambos caminham em trilhas próximas, imiscuem-se, dialogam, trocam influências, delimitam procedimentos sociais, definem comportamentos individuais.

Para abarcar discussões de tamanha monta, esta obra digital lança um olhar multidisciplinar para a Comunicação e a Cultura, mais especificamente sobre os processos contemporâneos. Como pode-se observar, os 17 artigos refletem uma pluralidade de assuntos interligados ao tema, permitindo um intercâmbio de conhecimentos, uma vez que apropria-se de contexto que envolvem a memória da imprensa e a perspectiva hermenêutica; o habitar em contextos híbridos; as comunicações durante a pandemia; o potencial de experiência aurática em fotografias em preto e branco; o novo newsmaking; o ambiente organizacional; a contribuição das mídias na promoção de cidadania; o feminicídio; as pautas religiosas; a economia colaborativa; as atividades laborativas sustentáveis; a indústria 4.0; a comunicação pela arte; a indústria literária; a resiliência no documentário e a discussão emblemática de uniformes esportivos femininos na mídia.

Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição. A partir desse material, esperamos que leitores e leitoras explorem as interconexões permitidas pelas Ciências da Comunicação, possam fazer reflexões e implicações de acordo com seus interesses de estudo, formação e prática, na esperança de produzir luzes para o mundo contemporâneo.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, ofereça uma contribuição plural e significativa para a comunidade científica e profissionais da área.

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz


SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A MEMÓRIA HISTÓRICA DO IMPRESSO E A PERSPECTIVA HERMENÊUTICA

Juliana da Costa Feliz


Edwaldo Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212071>

CAPÍTULO 2..... 21

HABITAR EM CONTEXTOS HÍBRIDOS: PRESENÇA SOCIAL, RIQUEZA MÉDIA, AUTO-APRESENTAÇÃO E AUTORREVELAÇÃO NO DIGITAL

Douglas Rossi Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212072>

CAPÍTULO 3..... 34


LAS COMUNICACIONES: UN RETO EDUCATIVO DURANTE LA PANDEMIA

Teresita de Jesús Marrugo-Puello

Jasleidy Ruiz-Herrera

Onasis Losada-Zamora


María Isabel Ramírez-Garzón

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212073>

CAPÍTULO 4..... 45

O POTENCIAL DE EXPERIÊNCIA AURÁTICA EM FOTOGRAFIAS EM PRETO E BRANCO

Marcia Boroski


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212074>

CAPÍTULO 5..... 60

O LEITOR MANDA NOTÍCIA (POR WHATSAPP): A INTERATIVIDADE NO NOVO NEWSMAKING DO DIÁRIO GAÚCHO

Beatriz Dornelles


Patrícia Specht

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212075>

CAPÍTULO 6..... 71

O CONTRIBUTO DOS MEDIA NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA NA CIDADE NAMPULA

Anifo Inusso Moniz Martinho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212076>







CAPÍTULO 7..... 82


PENALIZAÇÃO, PROTESTO E IMPOSIÇÃO: A DISCUSSÃO DE TRÊS CASOS EMBLEMÁTICOS DE UNIFORMES ESPORTIVOS FEMININOS E SUAS REPERCUSSÕES NA MÍDIA

Marcelo Ribeiro Tavares

Frederico Braida

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212077>


CAPÍTULO 8	97
FONTES UTILIZADAS EM MATÉRIAS SOBRE FEMINICÍDIOS - MARCADORES DO MACHISMO NO JORNAL A TRIBUNA/ES	
Jaciele Cristina Simoura Maria Emília Pelisson Manente	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212078	
CAPÍTULO 9	110
COMUNICAÇÃO E IGREJA CATÓLICA: PROPOSTA DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO DESENVOLVIMENTO DE PAUTAS RELIGIOSAS	
Elisa Ferreira Roseira Leonardi	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212079	
CAPÍTULO 10	136
REPRESENTATIVIDADE: REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA LITERÁRIA ATRAVÉS DO LIVRO-REPORTAGEM “NÃO. ELE NÃO ESTÁ”	
Eduardo Faria Andreza Alves José Gabriel Andrade	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120710	
CAPÍTULO 11	149
PERFORMANCE, MEMÓRIA E NARRATIVIDADE: AS CHAVES PARA A RESILIÊNCIA NO DOCUMENTÁRIO <i>KÁTIA</i>	
Jamilson José Alves-Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120711	
CAPÍTULO 12	168
INDÚSTRIA 4.0 E GESTÃO SUSTENTÁVEL PODEM COEXISTIR?	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120712	
CAPÍTULO 13	187
A REVITALIZAÇÃO DO CENTRO CULTURAL SESC GLÓRIA E O DESVELAMENTO DA CIDADE CRIATIVA _ A COMUNICAÇÃO PELA ARTE PARA EFETIVAÇÃO DE UMA DIALOGIA COM O ENTORNO	
Tatiana Gianordoli Teixeira Quadros Ivana Esteves Passos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120713	
CAPÍTULO 14	193
ECONOMIA COLABORATIVA: MODELO DE NEGÓCIOS COM ÊNFASE NA SUSTENTABILIDADE	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120714>

CAPÍTULO 15.....214

ATIVIDADES LABORATIVAS SUSTENTÁVEIS NA COLÔNIA PENAL AGRÍCOLA DO SERTÃO: UMA ANÁLISE DE SUA EFICÁCIA NA EXECUÇÃO PENAL

Iranilton Trajano da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120715>

CAPÍTULO 16.....218


O MODELO PERMA COMO DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

Antonio Aparecido de Carvalho

Marco Antonio Spada

Milton Carlos Farina

Leonardo Biche de Carvalho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120716>

CAPÍTULO 17.....224

VIVÊNCIAS DO SERINGUEIRO NA IMPRENSA AMAZONENSE: UM PANORAMA DAS REPRESENTAÇÕES (1890-1920)

Daniel Barros de Lima

Larissa Benevides da Costa Barros

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120717>

SOBRE OS ORGANIZADORES237

ÍNDICE REMISSIVO.....238

CAPÍTULO 10

REPRESENTATIVIDADE: REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA LITERÁRIA ATRAVÉS DO LIVRO-REPORTAGEM “NÃO. ELE NÃO ESTÁ”

Data de aceite: 04/07/2022

Eduardo Faria

Mestre em Ciências da Comunicação no ramo de Investigação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo – pela Universidade Braz Cubas, Mogi das Cruzes, São Paulo
<https://orcid.org/0000-0001-7977-1403>

Andreza Alves

Mestra em Ciências da Comunicação no ramo de Investigação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo – pela Estácio Pará
<https://orcid.org/0000-0002-3555-2644>

José Gabriel Andrade

Universidade Católica Portuguesa. Doutor Europeu e Professor auxiliar na Universidade do Minho, Braga, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-9778-5865>

RESUMO: Este estudo busca refletir sobre a Indústria Criativa da literatura no Brasil, bem como o desempenho no mercado editorial e literário através do livro-reportagem “Não. Ele Não Está”, de Maíra de Deus Brito, considerando a inclusão racial (aplica-se aqui, também, outros campos inclusivos) como uma maneira de consolidar o mercado, estimular a produção cultural bibliográfica e conquistar novos públicos por vezes negligenciados pela falta de representatividade. Proposta pela UNESCO, a Indústria Criativa tem a intenção de promover rupturas em cada nicho que atua, propondo

inovação e mudanças sociais; portanto, a partir da entrevista com a escritora, buscamos compreender a atuação da Indústria Criativa na literatura sob a ótica de uma escritora mulher e negra - características por vezes negligenciadas pela sociedade e pela indústria literária. Esta pesquisa foi desenvolvida para a disciplina de “Indústrias Culturais, Públicos e Mercados”, da Universidade do Minho, em Portugal, e ampliada considerando o recorte pós-pandêmico.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Criativa, literatura brasileira, UNESCO, representatividade literária.

REPRESENTATIVENESS: REFLECTION ON THE LITERARY INDUSTRY THROUGH THE BOOK-REPORT “NO. HE IS NOT”

ABSTRACT: This study seeks to reflect on the Creative Industry of Literature in Brazil, as well as the performance in the editorial and literary market through the book-report “No. He is not”, by Maíra de Deus Brito, considering racial inclusion (it also applies here to other inclusive fields) as a way of consolidating the market, stimulating bibliographic cultural production and conquering new audiences sometimes neglected by the lack of knowledge. representativeness. Proposed by UNESCO, the Creative Industry intends to promote ruptures in each niche it operates, proposing innovation and social changes; therefore, from the interview with the writer, we seek to understand the role of the Creative Industry in literature from the perspective of a black woman writer — characteristics sometimes neglected by society and the literary industry. This research was developed for the discipline

of “Cultural Industries, Publics and Markets”, at the University of Minho, in Portugal, and expanded considering the post-pandemic clipping.

KEYWORDS: Creative Industry, Brazilian literature, UNESCO, literary representation.

1 | INTRODUÇÃO

Mulher. Negra. Escritora, jornalista e Mestra em Direitos Humanos. Maíra de Deus Brito é um ponto fora da curva quando falamos em produção literária no Brasil, e sabe da sua importância enquanto mulher negra num país miscigenado, que privilegia a literatura dos homens brancos. “A literatura brasileira ainda é muito branca: sejam seus autores e autoras, sejam as personagens retratadas nas obras”, avalia a escritora quando questionada sobre a representatividade dos negros no mercado literário no país.

Em processo de divulgação da sua obra, o livro “Não. Ele Não Está”, a conversa com Maíra deu-se a partir do contato virtual, com o uso de entrevista estruturada. A falta de tempo, no entanto, não foi empecilho para que Maíra respondesse prontamente às perguntas dirigidas inicialmente no Messenger do Instagram e, posteriormente, complementadas no WhatsApp. Mas por que a escolha de Maíra?

Primeiramente, o livro da autora chama atenção por ser parte da produção literária no Brasil com uma temática tão necessária e atemporal que é o racismo e o genocídio da população negra. Em segundo lugar, por ser produzido por uma mulher negra, que fez da sua dissertação de Mestrado em Direitos Humanos, na Universidade de Brasília, uma obra de peso jornalístico. As características encontradas neste trabalho, mas sobretudo o protagonismo de Maíra para com o desempenho da literatura no Brasil, reforça o declínio do comportamento literário no país em relação ao protagonismo dos escritores brancos.

Maíra, portanto, atravessa a linha oscilante entre autor e publicação num mercado em instável no Brasil — como é o mercado literário e editorial. Mas, além disso, a autora rompe algumas imposições mercadológicas que veremos mais a fundo adiante, como a questão do sexo e a representatividade dos não-brancos.

Neste sentido, a obra da Mestra em Direitos humanos compreende aos preceitos da Indústria Criativa observada por HOWKINS (2001), por ser um trabalho literário que contribui para a promoção de uma nova retórica mais participativa e integradora. Neste livro, a criatividade da autora celebra o culto às mudanças vivenciadas na literatura brasileira através do protagonismo negro num mercado oscilante, que já experimentou uma crise intensa. Considerando os preceitos de FLORIDA (2002), a criatividade é o capital humano de valor inestimável, responsável por movimentar a economia e, conseqüentemente, contribuir para o crescimento dos mais diferentes setores das Indústrias Culturais.

Além disso, a obra promove uma ruptura social, racial e de gênero — não apenas por ser um livro-reportagem marcado por denúncias contra a população negra marginalizada, mas por ser um trabalho de uma mulher negra. Podendo, portanto, ser entendida como uma

forma de ascensão da criatividade literária negra que, por séculos, foi colocada embaixo do tapete, escondida no fundo das prateleiras nas livrarias pelo Brasil.

2 | METODOLOGIA

Para esta reflexão teórica sobre a Indústria Criativa no Brasil através do livro “Não. Ele Não Está” foi utilizada a entrevista estruturada por motivos citados acima; juntamente com pesquisas sobre o setor literário e editorial nos veículos de comunicação brasileiros, além do aporte bibliográfico sobre que a Indústria Criativa proposto por HOWKINS (2001), sobre a Criatividade enquanto capital humano proposto por FLORIDA (2002), além dos referenciais que fundamentam à importância da representatividade nos livros-reportagens (PENA, 2005), a relação híbrida entre jornalismo e literatura (WEISE, 2013) e estudos sobre o protagonismo literário no Brasil (DALCASTAGNÈ, 2005).

Para tanto a leitura do livro, somado a entrevista e pesquisas bibliográficas, permite-nos contribuir qualitativamente com a reflexão teórica sobre Indústria Criativa no Brasil, trazendo em primeiro plano o protagonismo negro na literatura e a representatividade como uma saída para este mercado que atravessa uma crise histórica, ocasionando o fechamento de livrarias pelo país. Para elucidar, em 2018, um levantamento realizado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas indica que o mercado editorial brasileiro encolheu mais de vinte por cento de 2006 a 2017, com perdas que somam quase um bilhão e meio de reais. Mas esta realidade tem sido alterada, possivelmente pela integração de novas publicações que contemplam à diversidade de autores(as) e histórias de grupos que contemplam outros públicos: os negros, os indígenas, além dos membros de comunidades LGBTQIA+, entre outros.

Sendo assim, para compreender o cenário atual da literatura e do mercado editorial brasileiro, refletimos com as ponderações e experiências vividas por Maíra de Deus Brito, numa simbiose entre entrevistadora e entrevistada, autora e personagem. As experiências e impressões da autora durante a publicação do seu livro, juntamente com os levantamentos bibliográficos e estudos estatísticos, nos guiarão nesta reflexão. Como afirma SOUSA (2006), o método de pesquisa qualitativa é relevante, pois possibilita a informação detalhada sobre os valores, experiências, motivações, sentimentos, comportamentos e características que podem ser observadas nos entrevistados.

3 | LIVRO-REPORTAGEM: RECORTES EM REALIDADES

Por ter formação em jornalismo, a dissertação de Maíra pode ser compreendida como um livro-reportagem. A escrita, como ela define, “é menos acadêmica”, e a liberdade literária faz com que tenhamos uma aproximação e um envolvimento afetivo maior pelos personagens retratados. Nesta liberdade narrativa que aproxima os públicos pelo

reconhecimento do enredo, encontram-se os conceitos de FLORIDA (2002), quando pontua que as Indústrias Criativas são caracterizadas pela aproximação de atitudes e comportamentos que refletem a própria vida dos indivíduos. Neste caso, a criatividade é a grande responsável por perceber situações triviais e, a partir disso, transformar algo comum (uma ideia, um produto, um serviço, etc.) algo a ser rentável. Ou seja, a expressão criativa torna-se uma espécie de capital humano que pode fazer a roda da economia girar.

A criatividade é multidimensional e se apresenta de diversas formas que se potencializam. É um erro pensar, como muitos, que ela se limita à criação de inventos espalhafatosos, novos produtos ou novas empresas. Na economia de hoje, a criatividade é generalizada e contínua: estamos sempre revendo e aprimorando cada produto, cada processo e cada atividade imaginável, e integrando-os de novas maneiras. Além disso, a criatividade tecnologia (FLORIDA, 2002, p. 07).

Este formato híbrido entre jornalismo e literatura explícito no livro também pode ser compreendido pelas reflexões de WEISE (2013), no qual afirma que o jornalismo é um fato, um acontecimento e, por isso, é entendido como realidade. Por outro lado, a literatura consegue juntar a realidade e ficção e com isso possibilita a criação de um outro produto no qual se enquadra o livro-reportagem. Por isso, o livro “Não. Ele não está” é importante enquanto literatura e livro- reportagem, porque ele traz à luz o genocídio da população negra a partir da sua principal vertente: o extermínio da juventude negra no Brasil. E ele consegue isso através da perspectiva das mães que perderam os filhos assassinados numa das cidades mais violentas do Brasil, o Rio de Janeiro.

Para PENA (2005):

A preocupação do jornalismo literário, então, é contextualizar a informação da forma mais abrangente possível, o que seria muito mais difícil no exíguo espaço de um jornal. Para isso, é preciso mastigar as informações, relacioná-las com outros fatos, compará-las com diferentes abordagens e, novamente, localizá-las em um espaço temporal de longa duração. (PENA, 2005, pag.7)

Ao integrar os elementos informativos, factuais e literários, a obra da mestra em Direitos Humanos, mais uma vez, encontra apoio nas ponderações de WEISE (2013) ao afirmar que

O jornalismo literário, além de trazer as informações completas, somadas a uma boa narrativa escrita, proporciona ao leitor uma visão mais ampla do acontecimento. Nesse contexto, o jornalismo literário vai além da abrangência dos fatos e, sim, ultrapassa os limites das informações. (WEISE, 2013, pag. 2)

Contudo, o livro-reportagem nada mais é do que um arquivo vivo, que oferece a possibilidade de preencher um vazio deixado em algum momento na história social. E essas histórias estão por toda a parte buscando alguém que se disponha a ouvi-las e tenha a iniciativa de cruzar os dados históricos para a fundamentação escrita, para, então, contá-las. Embora o livro-reportagem seja um gênero cada vez mais presente na literatura

brasileira, não há estatísticas sobre sua produção registrado na Biblioteca Nacional do Brasil e nem mesmo nos dados de registros da Agência Brasileira do ISBN.

4 | LIVRO NÃO-LIDO: HISTÓRICO DA CRISE EDITORIAL NO BRASIL

Existe uma Lei vigente no Brasil que institui a Política Nacional do Livro e estimula a produção literária, por meio da descoberta de novos autores e o fomento a este segmento das Indústrias Criativas. O projeto de Lei 10.753, de 2003¹, assinado na ocasião pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, garante entre outras coisas:

[...] III - fomentar e apoiar a produção, a edição, a difusão, a distribuição e a comercialização do livro; IV - estimular a produção intelectual dos escritores e autores brasileiros, tanto de obras científicas como culturais; VI - propiciar os meios para fazer do Brasil um grande centro editorial; X - instalar e ampliar no País livrarias, bibliotecas e pontos de venda de livro; XI - propiciar aos autores, editores, distribuidores e livreiros as condições necessárias ao cumprimento do disposto nesta Lei [...] (DIRETRIZES, 2003, cap. I)

Embora haja este estímulo governamental registrado em Lei, existem dificuldades para que escritores - e novos autores - tenham oportunidades de publicação no mercado literário. Estas limitações resvalam-se em sua grande maioria pela falta de recursos financeiros para investir na editoração e divulgação dos seus trabalhos. Seja pela falta de recursos próprios, parcerias, patrocínios ou incentivos financeiros. O dinheiro é fator determinante quando falamos em publicações literárias no Brasil.

Quando perguntamos para Maíra se ela considera que seja difícil publicar um livro no Brasil, ela é incisiva: “Não é fácil, pois demanda tempo e dinheiro.” Para driblar os obstáculos encontrados para a produção de um livro, alguns autores encontram na internet a saída para colocar em circulação suas obras. As “vaquinhas virtuais” podem ser a luz no fim do túnel para quem quer ingressar neste mercado, mas não tem condições financeiras para engatilhar o projeto literário.

Uma outra opção encontrada é a publicação de *e-books* em sites destinados a publicações independentes. Entretanto, embora seja um caminho menos dispendioso, em alguns destes sites o autor(a) precisa abrir mão de parte dos lucros com as vendas dos livros. O que talvez não seja vantajoso para quem se debruçou e investiu tempo na produção de uma obra.

No caso de Maíra, ela conta que teve o privilégio de contar com um dinheiro próprio para investir na publicação, por isso não foi preciso comprar ou vender direitos autorais para que seu objetivo fosse concretizado. Mas reconhece que alguns amigos não contam com as mesmas possibilidades de investir num projeto editorial.

“Eu tinha uma poupança que cobriu os gastos, mas tenho amigos lançando livros em

¹ O projeto de Lei N° 10.753, DE 30 DE OUTUBRO DE 2003, no qual institui as Diretrizes Gerais da Política Nacional do Livro está disponível no site da câmara dos deputados: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2003/lei-10753-30-outubro-2003-497306-norma-pl.html>

outras editoras e sem essa reserva de dinheiro, que tiveram que fazer campanhas como ‘vaquinhas virtuais’ com a pré-venda dos livros”, conta.

Por outro lado, quando falamos dos contratemplos financeiros encontrados pelos autores para publicação de suas obras, devemos considerar às oscilações no mercado editorial no Brasil. Em abril de 2019, quando esta pesquisa foi publicada pela primeira vez, em uma versão que não considerava a melhora no mercado editorial no Brasil durante e após a pandemia pela COVID-19, a Câmara Brasileira de Livros⁵ (CBL)² havia anunciado que o mercado editorial brasileiro passava por uma crise. A queda nas vendas estava relacionada a resseção econômica que assolava o país, além do aumento dos produtos em versão eletrônica. Mais recentemente, em 2022, no pós-pandemia, o mercado editorial apresenta um respiro, impulsionado sobretudo pelo mercado editorial digital.

A recente pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro” aponta que o faturamento das editoras com a venda de livros para todo o mercado registrou um crescimento seis por cento em 2021³. Já o levantamento “Conteúdo Digital do Setor Editorial Brasileiro” revela um acréscimo de vinte e três por cento no mercado e doze por cento a mais no faturamento com as vendas de conteúdos digitais.

Segundo o primeiro “Painel das Vendas de Livros no Brasil” em 2019, feito pela consultoria Nielsen Bookscan e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL)⁴, o país havia registrado queda de dezoito por cento em volume de vendas e dezenove por cento em valores. Na altura, o Presidente da CBL, Vitor Tavares, em entrevista à Agência Brasil, justificou que “os orçamentos pessoal e familiar diminuiram. As pessoas vão cortando consumo. O livro passa a ser considerado algo que pode esperar.” Mais adiante Tavares revela algo relevante que impacta diretamente na queda do mercado editorial, bem como no aumento dos custos para os autores publicarem seus livros: os hábitos de leitura dos brasileiros. “Somos um país de não-leitores”.

De acordo com os dados do último estudo realizado pelo Instituto Pró-Livro em 2016⁵, no qual mede o índice de leitura no Brasil, o brasileiro lê em média 2,43 livros por ano. Em percentual geral, quarenta e quatro por cento da população não lê e trinta por cento nunca comprou um livro. Um dado alarmante se considerarmos que o país tem mais de duzentos e oito milhões de pessoas, segundo o último senso realizado no Brasil.

A crise econômica pela qual o Brasil passa desde 2014 também é citada por Maíra, quando questionada se ela considera que seja difícil publicar no país: “É preciso dinheiro para fazer o investimento inicial e todos sabemos a crise que o país e os brasileiros estão

2 Entrevista disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-04/mercado-editorial-brasileiro-vive-criSES-aponta-cbl>. Acesso em 10/04/2019.

3 Pesquisa completa disponível em: <http://cbl.org.br/imprensa/noticias/pesquisas-producao-e-vendas-e-conteudo-digital-do-setor-editorial-brasileiro-de-2021-revelam-dados-do-crescimento-do-setor>

4 Levantamento disponível em: <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2019/setor-livreiro-tem-queda-de-12-por-cento-em-volume-de-vendas-e-11-por-cento-em-faturamento-no-quarto-periodo-do-ano/>. Acesso em 10/04/2019.

5 Versão em PDF do estudo sobre o Retrato da Literatura no Brasil, organizado por Zoara Faila, com o apoio do Instituto Pró-Livro: http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf Acesso em 10/04/2019.

passando. É algo que demanda tempo, é preciso fazer divulgação e mostrar a obra para sua rede de contatos.”

O fechamento das unidades da Livraria Cultura no Rio de Janeiro, São Paulo e Goiânia revela o “Apocalipse das Livrarias no Brasil”, como sugere a manchete da revista Exame em outubro de 2018. A empresa não revela os balanços financeiros, por isso não há valores sobre os prejuízos dos últimos anos, mas ela já fez parte do ranking de vendas de livros no país. Entretanto, os reflexos da crise econômica e a forte disputa com a Amazon fez com que a empresa fechasse unidades pelo Brasil. Segundo Sérgio Herz, presidente da companhia, o setor encolheu quarenta por cento neste período de recessão.

Embora a crise econômica brasileira, além da forte concorrência com empresas como a Amazon (que atualmente lidera o número de vendas de *e-books* e eletrônicos no Brasil) sejam determinantes para o desempenho da indústria editorial, em 2017, segundo à Agência Brasileira do ISBN, mais de noventa e seis mil registros foram atribuídos aos trabalhos editoriais desenvolvidos no país. O ISBN corresponde ao número de registro internacional que classifica um trabalho por título, autor, região, entre outras especificações.

5 | LITERATURA DOS EXCLUÍDOS: “EU, MULHER NEGRA, RESISTO”

Esta frase que aqui replico no intertítulo foi encontrada no livro Não. Ele Não Está: “Eu, mulher negra, resisto” e homenageia a obra literária de Alzira dos Santos Rufino. A escritora, ensaísta, poeta e ficcionista tem publicações em artigos de jornais nacionais e internacionais. É ativista de movimentos das causas de Mulheres Negras, apoia causas contra violência domésticas e parte de sua produção literária é voltada para as questões das mulheres negras, violência doméstica, racismo e representatividade. Assim como Maíra, Alzira ocupa uma porcentagem inferior aos homens brancos no mercado editorial no Brasil. Mas elas existem e resistem.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) em 2014, realizada pelo IBGE, cinquenta e três por cento dos brasileiros se declararam pardos ou negros, diante de pouco mais de quarenta e cinco por cento que se disseram brancos. Num mercado oscilante no Brasil, a representatividade literária abre portas para que mais pessoas se sintam representadas e tenham interesse em ler um livro. No país em que mais da metade da população é composta de pardos ou negros, ou como classifica Maíra em seu livro: “não-brancos”, a representatividade e a integração de pluralidades pode ser o caminho para estabilizar o mercado editorial e literário. Mas, acima de tudo, estimular o hábito de leitura aos outros públicos que buscam refletir sua realidade a partir das subjetividades encontradas na literatura.

DALCASTAGNÈ (2005) pontua em seu estudo que

Ao interromper suas atividades e abrir um romance, o leitor busca, de alguma maneira, se conectar a outras experiências de vida. Pode querer encontrar ali alguém como ele, em situações que viverá um dia ou que espera jamais

viver. Mas pode ainda querer entender o que é ser o outro, morar em terras longínquas, falar uma língua estranha, ter outro sexo, um modo diferente de enxergar o mundo. (DALCASTAGNÈ, 2005, p. 14)

Por isso ao falar de Redes de Cidades Criativas falamos também de integração. Atualmente, o Brasil tem aproximadamente duas mil e quinhentas livrarias atuantes⁶. Em 2012, o país contava com mais de três mil e quatrocentas livrarias em funcionamento, mas nem de longe consegue atingir o número considerado satisfatório para a UNESCO, que projeta o número de vinte mil livrarias atuantes como adequado, considerado a extensão territorial e o número de pessoas no país continental. Nesta conta a UNESCO considera que a cada cem mil habitantes seria indicado a presença de pelo menos uma livraria. Neste contexto, o crescimento das vendas de empresas virtuais, como também a falta de público nas lojas físicas, podem ser considerados ao analisar o mercado literário e editorial no país.

Entretanto, talvez o público literário brasileiro queira mais do que livros com histórias de brancos protagonistas e negros como mordomos e domésticas. Este desejo de pertencimento vai ao encontro com que sugere PENA (2005). Para o pesquisador:

Um bom livro permanece por gerações, influenciando o imaginário coletivo e individual em diferentes contextos históricos. Para isso, é preciso fazer uma construção sistêmica do enredo, levando em conta que a realidade é multifacetada, fruto de infinitas relações, articulada em teias de complexidade e indeterminação. (PENA, 2005, pag.9)

De acordo com DALCASTAGNÈ (2005):

O que se coloca hoje não é mais simplesmente o fato de que a literatura fornece determinadas representações da realidade, mas sim que essas representações não são representativas do conjunto das perspectivas sociais. O problema da representatividade, portanto, não se resume à honestidade na busca pelo olhar do outro quanto ao respeito por suas peculiaridades. Está em questão a diversidade de percepções do mundo, que depende do acesso às vozes não é suprida pela boa vontade daqueles que monopolizam os lugares de fala. (DALCASTAGNÈ, 2005, pag. 16)

“Quando vejo obras de mulheres como Conceição Evaristo e Djamilia Ribeiro nas vitrines das livrarias, sei que estamos tomando um lugar que também é nosso”, confessa Maíra. A autora conta que não sofreu nenhum tipo de discriminação durante processo de publicação do livro por ser mulher e negra. Ao contrário, sentiu-se respeitada durante e após o processo de editoração.

Um artigo publicado pelo El País durante a FLIP (Festa Literária de Paraty) em 2018 aborda a representatividade dos negros. No texto intitulado “Os negros como protagonistas na literatura num país maioria negra” é possível ter uma dimensão da discrepância existente na produção literária entre brancos e negros no país de todas as cores. No Brasil de 2022 ainda há um mercado consolidado na produção e investimentos de autores brancos, o que

⁶ Artigo: “As livrarias estão desaparecendo do Brasil”, disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/aslivrarias-estao-desaparecendo-dobrasil,842b3702d135b4d90c1ebcd379209b7es8xq5zz.html>. Acesso em 10/04/2019.

torna invisível e em segundo plano a produção literária de autores(as) negros. O periódico traz ainda um estudo que, coincidentemente ou não, Maíra havia passado durante a entrevista.

Tal Estudo corresponde a pesquisa coordenada pela professora Regina Dalcastagnè, da Universidade de Brasília (UNB), que evidencia dados indiscutíveis sobre a hegemonia branca e masculina nas produções literárias do Brasil. O estudo aponta que entre 2004 e 2014 apenas dois e meio por cento dos autores publicados não eram brancos. No mesmo recorte temporal, pouco mais de seis por cento dos personagens retratados nos romances eram negros, sendo que só quatro e meio por cento eram protagonistas da história. E, entre 1990 e 2004, cinco tipos de ocupações frequentes nos personagens negros eram: bandido, empregado doméstico, escravo, profissional do sexo e dona de casa.

Na pesquisa intitulada “Personagens do romance brasileiro”, DALCASTAGNÈ (2005) aponta ainda a predominância masculina. Entre 2004 e 2014, mais de setenta por cento dos romances brasileiros eram escritos por homens e quase trinta por cento produzidos por mulheres. Em relação à cor da pele, entre 2005 e 2014, quase noventa e oito por cento dos autores eram brancos, contra pouco mais de dois por cento de não-brancos.

Com intuito de equalizar este mercado seletivo, injusto e proporcionar integração entre autores, editoras e públicos, editorações segmentadas por nichos têm crescido no Brasil. Algumas, por exemplo, publicam material diversos do segmento LGBTQIA+. Outras, como a Malê, priorizam as publicações literárias de autoria negra. “Qualquer ação que vise democratizar a ampliação de leitores, terá que passar pela questão da diversidade e da representatividade na literatura”, comenta Vagner Amaro, homem negro idealizador da editora carioca Malê, em entrevista para o El País.

Assim como Amaro, Maíra também priorizou referências e inspirações de autores e autores(as) negros em seu livro. “Ao colocar referência a obras de Carolina Maria de Jesus, Elisa Lucinda e Baco Exu do Blues, entre outros, eu valorizo a produção artística negra e lembro que ‘nossos passos vêm de longe’, como já bem disse Fernanda Carneiro”, explica.

Esta questão central sobre representatividade já é percebida pela UNESCO, tanto que a Organização desenvolveu o projeto chamado “Uma nova página na História da África” e volta a publicar histórias sobre o continente africano depois de vinte anos. As primeiras coleções foram publicadas em 1964 e 1999 intitulada “História Geral da África”.

Por meio do Comitê Científico Internacional da coleção História da África, as publicações refletem os trabalhos de duzentos autores que desenvolveram o conceito de África Global. Esta retomada de publicar sobre a África em escala mundial (as primeiras edições foram publicadas em treze idiomas) possibilita a representatividade da cultura africana, negra e coloca-os como protagonistas na história de outros continentes. Com isso, tira o negro como plano de fundo cultural no qual tem sido renegado.

Para o presidente do Comitê Científico e professor da Universidade de Xiamen, na China, Augustin Holl, “este projeto tem o objetivo de capacitar os jovens, na África e

na diáspora, a entender melhor sua história e, conseqüentemente, lançá-los a um futuro no qual eles serão os donos de seus próprios destinos”. “Enquanto houver racismo e discriminação, haverá luta. Sigo lutando!” — Maíra de Deus Brito.

61 RECORTE PÓS-PANDÊMICO: A ASCENSÃO DA CRIATIVIDADE, PROTAGONISMO E RESPIRO NO MERCADO EDITORIAL

Em 2019, quando esta pesquisa estava sendo elaborada para a disciplina de “Indústrias Culturais, Públicos e Mercados”, no Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, em Braga, Portugal, o mercado editorial brasileiro enfrentava uma grande crise econômica. A crise impactava os mercados editoriais até chegar às livrarias, com o fechamento de unidades pelo país. Mas o que a Indústria Literária no Brasil, o público e os diferentes mercados não poderiam imaginar é que, meses depois, seríamos todos atravessados por uma pandemia. A COVID-19 chacoalhou o mundo. As Indústrias tiveram que se reinventar para captar públicos e fazer a economia e os mercados engrenarem para girar em novas perspectivas antes inimagináveis.

A ascensão da “CRIATIVIDADE” foi a saída determinante para minimizar os impactos financeiros da crise sanitária. Nunca uma palavra fez tanto sentido quanto esta nestes tempos. A criatividade se tornou solução, novos negócios, possibilidades, opção... a volta por cima para a pandemia global. FLORIDA (2002) já havia pontuado que a criatividade humana havia se tornado um agente central na economia e na vida das sociedades e a pandemia pela COVID-19 veio reforçar a ideia do autor.

Intercalando entre os períodos de medo em incertezas, a criatividade passou a ser latente no dia a dia dos brasileiros, impulsionada sobretudo pelas redes digitais. Ao passo que muitas pessoas precisaram se isolar, novos hábitos foram surgindo e novas perspectivas consideradas. O consumo de livros, a prática da escrita, a motivação para tentar algo novo e a formação de comunidades nas redes com interesses em comum foram determinantes para enfrentar a pandemia provocada pelo vírus SARS-CoV-2.

Recentemente, no início de 2022, o segundo Painel do Varejo de Livros no Brasil, produzido pela consultoria Nielson Bookscan e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) indicou o crescimento de vinte e três por cento nas vendas de livros em 2021, em relação ao ano anterior. Enquanto em 2020 foram comercializados mais de 42,5 milhões de livros, em 2021 foram mais de 55 milhões de exemplares. O que indica uma retomada no hábito de leitura no cotidiano dos brasileiros no período de pandemia e pós-pandemia.

O aquecimento da Indústria Literária no Brasil destaca-se na atualidade também pelo número crescente de títulos exportados. Em artigo publicado, MATOS (2021) argumenta que o público fora do Brasil não se interessa apenas pelos livros clássicos, com também demonstram interesse em obras que abordam questões de populações nativas do

Brasil, costumes e assuntos religiosos. No texto, MATOS (2021) escreve que os livros do Indígena Ailton Krenak estão entre os mais exportados do Brasil para o exterior. Mais um ponto que reforça que a saída para a crise da Indústria Literária no Brasil pode estar na representatividade de autores e autoras, em toda sua diversidade, nuances e diferenças.

Para ROSÁRIO (2021), o crescimento assistido no Brasil sobre o número de publicações de livros e o surgimento de novos autores negros, é explicado a partir de editoras independentes e antirracistas, que impulsionam a presença de novos produtos plurais, oferecendo maior diversidade. Ou seja, a democratização do mercado editorial, por intermédio das pequenas editoras, corroboram para o bom desempenho da Indústria Literária no Brasil e, além disso, contribuem para haja uma mudança no mercado e no público pelo país. Como afirma Vagner Amaro, da Malê, em entrevista à ROSÁRIO (2021), a medida que novas histórias ganham força através de autores plurais e diversos, impulsionam o consumo por parte de públicos interessados em leituras produzidas por negros, mulheres, indígenas e por membros da comunidade LGBTQIA+.

7 | CONSIDERAÇÕES

O fechamento contínuo de livrarias pelo Brasil reflete a crise pelo qual o país atravessa desde 2014, além da forte concorrência com o mercado digital como no caso da americana Amazon. Com isso, coloca-o cada vez mais distante das projeções ideais da UNESCO de vinte mil livrarias operantes. Embora o brasileiro — como revela e pesquisa do Instituto Pró-Livro — não tenha o hábito de leitura, a falta de representatividade literária pode ser considerada como peça-chave no estímulo ao consumo de livros. Sendo assim, a falta de representatividade pode refletir no mercado editorial.

Num país com mais de duzentos milhões de pessoas, onde mais da metade da população é composta por não-brancos, é preciso pensar na literatura como agente integrador e no mercado editorial como proporcionador desta integração. Esta mudança de mercado, considerado a Indústria Criativa Literária no país, vai ao encontro das propostas de HOWKINS (2001), no qual as mudanças ditam a nova retórica original e criativa na literatura. Ou seja, a literatura negra compreende às rupturas propostas pela Indústria Criativa. Neste ponto, além da representatividade racial, podemos citar também a representatividade de gênero, étnica, sexual, entre outros, como determinantes para o êxito literário e editorial.

Editoras como a Malê têm assumido o papel de democratizar o acesso à literatura aos não-brancos, além de fomentar a produção literária de autores(as) negros do país e do mundo. Por isso “democratizar” e “representatividade” podem ser entendidas como palavras de ordem para trazer um fôlego para o mercado editorial e atrair novos leitores.

Os estudos de DALCASTAGNÉ (2005) sobre o papel dos personagens negros na literatura e a hegemonia branca e machista no mercado literário do Brasil indicam a

realidade vivenciada pelo setor durante décadas. O trabalho pioneiro de Dalcastagnè é um alerta, num primeiro momento para a necessidade de refletir o protagonismo negro na literatura, mas, também, sobre a necessidade de continuar pesquisando sobre os novos avanços na pauta. Durante esta reflexão, por exemplo, não foi localizado um levantamento sobre o número de aurores(as) negros nos últimos anos, bem como o aumento no número de editoras que contemplam este público, para que pudéssemos comparar com os estudos de Dalcastagnè.

Embora, em forma de Lei, o Brasil incentive a produção editorial e a promoção de novos autores, na prática a falta de investimentos financeiros impede que estes novos autores tenham seus livros publicados. Em contexto específico, esta dificuldade pode ser potencializada para autores negros. Isso porque, a literatura brasileira ainda é muito branca, e esta “branquitude” em autores e personagens apontados pelo estudo de Dalcastagnè pode dificultar, tanto o patrocínio, quanto o interesse por parte das editoras.

Por último, o trabalho de Maíra, neste caso, vai além de ser um contributo jornalístico de denúncia social quanto ao genocídio da população negra no Brasil. Ele também é parte da engrenagem da Indústria Criativa literária que se esforça para se manter atuante e democrática. Por trás do trabalho da Mestra em Direitos Humanos existe todo um contexto de ruptura social da mulher negra que, através do seu livro-reportagem, consegue ganhar visibilidade nacionalmente sendo a voz de mulheres, jovens e homens negros silenciados pela sociedade e, também, pelo mercado literário.

REFERÊNCIAS

BRASIL, A. Mercado editorial brasileiro vive crises, aponta CBL. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/04/mercado-editorial-brasileiro-vive-criises-aponta-cbl.html> . Acesso em 18/04/2019

BRASIL, C. N. Comitê se reúne no Brasil para finalizar coleção de livros da UNESCO sobre história da África. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/comite-se-reune-no-brasil-para-finalizar-colecao-de-livros-da-unesco-sobre-historia-da-africa/>. Acesso em 18/04/19

BRASÍLIA, U. O. Uma nova página na história geral da África. Brasília. Disponível em: http://www.unesco.org/new/pt/brasil/aboutthisoffice/singleview/news/a_new_page_in_the_general_history_of_africa/. Acesso em 18/04/19

CIVIL, P. D. C. Capítulo I da Política Nacional do Livro - Diretrizes Gerais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/L10.753.htm. Acesso em 18/04/2019

DALCASTAGNÈ, R. A personagem do romance brasileiro contemporâneo: 1990- 2004: Estudos de Literatura Brasileira, nº26, pp.13-71, Brasília, 2005.

DESIDÉRIO, M. Crise na Cultura escancara apocalipse das livrarias no Brasil. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/crise-na-cultura-escancara-apocalipse-das-livrarias-no-brasil/> Acesso em 18/04/2019

FLORIDA, R. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.

HOWKINS, J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Londres: Allen Lane, 2001.

ISBN, A. B. (s.d.). *International Standard Book Number: Agência Brasileira do ISBN*. Disponível em: <http://www.isbn.bn.br/website/site/relatorio/estatistica/relatorioProducao>. Acesso em 19/04/2019

OLIVEIRA, A. d. Os negros como protagonistas na literatura num país de maioria negra. *El País*, 20 de abril de 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/cultura/1526921273_678732.html. Acesso em 20/04/2019

MATOS, T. Como mercado de livros brasileiros aumentou vendas para fora e lucrou mais no 1º semestre de 2021 que em 2020 inteiro. Artigo G1, 31 de outubro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/08/31/como-mercado-de-livros-brasileiros-aumentou-vendas-para-fora-e-lucrou-mais-no-1o-semester-de-2021-que-em-2020-inteiro.ghtml>. Acesso em 20/01/2022

PENA, F. *O jornalismo Literário como gênero e conceito: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 2005. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7731125638559101947920017565822228960_2.pdf

ROSÁRIO, F. Editoras independentes aceleram o crescimento de publicações de pessoas negras. *ALMA PRETA*, 10 de novembro de 2021. Disponível em: <https://almapreta.com/sessao/literatura/editoras-independentes-aceleram-o-crescimento-de-publicacoes-de-pessoas-negras>. Acesso em 20/01/2022

SOUSA, J. (org). *A prática antes da teoria e o foco no objetivo: uma proposta para o ensino universitário de jornalismo. Ensino e Pesquisa em Comunicação*. São Paulo e Rio de Janeiro: Intercom e UERJ, pp. 83-96, 2006.

WEISE, A. F. (s.d.). *Para compreender o jornalismo literário: Observatório de Imprensa*, São Paulo, 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorioacademico/_ed730_para_compreender_o_jornalismo_literario/. Acesso em 18/04/2019

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise do discurso 1, 10, 14, 18, 19, 20, 150

Audiência 8, 61, 62, 63, 64, 66, 68

C

Campo comunicacional 19, 46

Ciências Sociais e Humanas 18

Comunicação 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 18, 19, 20, 27, 29, 32, 33, 45, 48, 50, 52, 58, 59, 60, 62, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 97, 98, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 145, 148, 150, 155, 167, 174, 175, 176, 178, 179, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 196, 197, 198, 206, 209, 211, 224, 237

Contemporaneidade 7, 8, 9, 60, 81, 88

Cultura 7, 8, 13, 29, 46, 51, 58, 59, 61, 63, 68, 69, 70, 74, 78, 80, 90, 91, 96, 100, 101, 102, 106, 115, 117, 118, 134, 142, 144, 147, 148, 166, 172, 184, 185, 188, 190, 191, 192, 208, 229, 231

D

Dialógica 15, 17, 18, 189, 190, 192

Diálogo 16, 109, 112, 114, 116, 127, 128, 133, 156, 176, 187, 188, 189, 191, 196

Discurso 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 68, 73, 75, 104, 106, 107, 108, 113, 119, 134, 150, 156, 166, 226, 229, 231, 235

E

Esfera pública 9

Etnografia da comunicação 11

H

Hermenêutica 1, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

História 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 19, 20, 46, 55, 58, 60, 65, 81, 84, 85, 93, 94, 95, 100, 102, 103, 109, 114, 126, 127, 129, 131, 139, 144, 145, 147, 151, 152, 154, 156, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 192, 224, 225, 226, 227, 228, 231, 232, 233, 234, 235, 237

I

Imaginário 5, 8, 9, 11, 85, 143, 159, 166, 191

Imaginário social 8

Impresso 1, 2, 3, 5, 6, 7, 20, 45, 62, 63, 64, 65, 72, 98, 115, 134

Informação 1, 2, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 27, 28, 47, 60, 64, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 79, 80, 81, 99, 110, 111, 112, 119, 133, 138, 139, 172, 174, 175, 176, 184, 185, 191, 194, 196, 208, 237

J

Jornais 1, 6, 10, 19, 46, 61, 62, 69, 70, 72, 75, 77, 78, 80, 98, 108, 142, 226, 234

Jornal impresso 6, 45, 62, 63, 64, 65, 98

Jornalismo 1, 2, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 45, 46, 63, 70, 72, 73, 97, 99, 102, 103, 109, 110, 112, 119, 121, 133, 134, 136, 138, 139, 148, 187, 237

L

Leitura analítica 10

M

Mediação 8, 21, 22, 32, 198

Memória 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 19, 20, 83, 149, 150, 151, 153, 158, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 189

Memória coletiva 4, 5, 6, 8, 9, 19, 162, 165, 166

Mídia impressa 2

N

Narrativa 7, 19, 20, 55, 109, 138, 139, 150, 151, 152, 158, 160, 164, 167

Notícia 2, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 20, 60, 61, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 87, 98, 103, 109, 110, 112, 119, 120, 121, 126, 129, 132, 133, 228, 230

Noticiabilidade 10, 12, 13, 110, 111, 112, 119, 120, 121, 126, 127, 128, 132, 133, 134

O

Organizações 8, 88, 105, 173, 177, 188, 189, 192, 193, 199, 200, 201, 218, 219, 222, 223

R

Realidade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 18, 49, 50, 57, 61, 66, 99, 103, 107, 138, 139, 142, 143, 147, 153, 191, 213, 226

Revistas 1, 44, 45, 46, 72, 133, 185

S

Signos 14, 19, 211

Símbolos 14, 18, 19, 49, 115

Sistema midiático 7

Sociedade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 20, 29, 59, 60, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 83, 84, 86, 91, 93, 94, 98, 99, 100, 102, 106, 115, 116, 117, 119, 136, 147, 150, 151, 154, 160, 165, 168, 169, 171, 172, 173, 183, 187, 188, 189, 193, 194, 200, 201, 216, 226, 228, 229, 234,

T

Teoria da interpretação 14, 15, 20

Teoria do jornalismo 11, 13, 109

Texto 8, 10, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 30, 45, 51, 64, 100, 101, 106, 108, 109, 124, 143, 146, 149, 151, 167, 233

Texto midiático 10

Transmissão 2, 3, 8, 28, 112

Traquina 7, 12, 13, 19, 20, 109, 120

V





Valores-notícia 13, 119, 120

Veiculação 50

Veículo de comunicação 13

W

Wolf 12, 13, 20, 61, 70, 109, 120

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2


Ano 2022

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Atena
Editora
Ano 2022