EDIÇÃO OUTUBRO/NOVEMBRO 22

Drummond

LIVRARIA

LANÇAMENTOS • NOVIDADES •

A vingança de Gutenberg

Por que os livros são o único tipo de mídia física cujas vendas estão crescendo?

FINAL FELIZ
O caminho ideal para a primeira publicação literária

CONECTADOS AO PAPEL
Sucesso da Bienal mostra que livros estão cada vez mais ligados ao lazer e entretenimento

DICAS • EVENTOS, FILMES E EXPOSIÇÕES • PODER GEEK

O caminho dos reis
R$ 169,90

Brandon Sanderson chegou na Trama

TRAMA

O deserto está vivo
R$ 59,90

Na boca do lobo
R$ 59,90

NOVA FRONTEIRA

O livro que mudou a minha vida
R$ 49,90

A cidade sem nome e outros contos
R$ 79,90

Novelas inacabadas
R$ 49,90

A vida como ela é...
R$ 99,90

petra

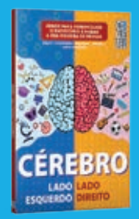
O Pequeno Príncipe comentado com a Bíblia
R$ 49,90

O poder da cura
R$ 29,90

O primeiro amor do mundo
R$ 69,90

COQUETEL

Cérebro lado esquerdo - lado direito
R$ 19,90



Cérebro lado esquerdo - lado direito
R$ 24,90

Cérebro lado esquerdo - lado direito
R$ 24,90

NOVO CÉU

Alcance um novo lugar

Os 5 passos do amor
R$ 39,90

Criação de filhos baseada na graça
R$ 39,90

As mais lindas histórias da Bíblia
R$ 49,90

PIXEL

O Super Almanaque com Os Aventureiros
R$ 39,90

O livro de colorir Luccas e Gi na Copa
R$ 24,90

Bruna por Bruna
R$ 29,90

AGIR

O sobrepeso emocional
R$ 49,90

Gestor pela primeira vez
R$ 59,90

Acompanhe nossas redes sociais

@novafronteira
@editorapetra
@coquetel
@editorapixel
@editoranovoceu
@editoratrama
@editoraagir

/editoranovafronteira
/editorapetra
/editoracoquetel
/editorapixel
/editoranovoceu
/editoratrama
/editoraagir

NOVA FRONTEIRA · AGIR · PIXEL · COQUETEL · petra · TRAMA · NOVO CÉU

sumário

4 *Carta a um leitor*

6 **MENSAGEM**
A revolução do pop

12 **ON THE ROAD**
Vendas de livros em alta

16 **PÉ DE LARANJA LIMA**
Final feliz

20 **CABEÇA DE PAPEL**
A vingança de Gutenberg

24 **A SANGUE FRIO**
Notas, eventos, exposições e afins

28 **1001 NOITES**
Novidades literárias

30 **OU ISTO OU AQUILO**
Viver é saudade prévia

EXPEDIENTE

Drummond LIVRARIA

Ano 1 • Nº2 • OUTUBRO/NOVEMBRO/2022

DRUMMOND LIVRARIA

Todos os direitos reservados.
Nenhuma parte desta revista pode ser reproduzida sob quaisquer meios existentes sem autorização por escrito da editora

Distribuição nacional e gratuita

EDIÇÃO, REDAÇÃO E ARTE
Agência StartUP Comunicação
www.agenciastartup.com.br
edgar@agenciastartup.com.br

DIREÇÃO EDITORIAL
Diego Drummond, Pedro Almeida, Vitor Tavares

REVISÃO
Cris Negrão

CAPA
Shutterstock

PUBLICIDADE E EVENTOS
Margô Catelli
eventos@drummondlivraria.com.br

DEPARTAMENTO FINANCEIRO
financeiro@drummondlivraria.com.br

COMPRAS
comercial@drummondlivraria.com.br

DRUMMOND LIVRARIA
Av. Paulista, 2073
Conjunto Nacional, Loja 153
Consolação, São Paulo/SP
01311-300

Vendas de livros em alta

SUCESSO DA BIENAL MOSTRA QUE LIVROS FÍSICOS CONTINUAM CONQUISTANDO ESPAÇOS MESMO NUM MUNDO COM CADA VEZ MAIS DISTRAÇÕES TECNOLÓGICAS

A pandemia fez o brasileiro mergulhar na leitura por inúmeros motivos, dentre eles o fato de muitos trabalharem de forma remota e terem ganho horas do dia que passavam no trânsito ou transporte. Essa nova situação apressou um *boom* da transformação tecnológica que colocou todo mundo ainda mais conectado: para estudar, trabalhar e até para entreter e as pessoas viram nos livros um refúgio para momentos de lazer e como ferramenta de desenvolvimento pessoal e bem-estar. A boa notícia é de que quando o mundo retomou as atividades presenciais, o brasileiro não deixou de lado o incremento do prazer a leitura, e o varejo de livros físicos continua aquecido.

DIVULGAÇÃO

Bienal histórica

Após um hiato de quatro anos, a 26ª Bienal do Livro de São Paulo deste ano, foi realizada no mês de julho, no Expo Center Norte. O evento bateu recorde de público com cerca de 660 mil visitantes em seus nove dias. Uma edição histórica e que registrou um ticket médio de R$ 226,94, com cada pessoa levando ao menos sete livros para casa, segundo pesquisa feita no evento pelo Observatório do Turismo, da SPturis.

Por mais que o mercado de livros se mostre fortalecido, ainda há espaço para crescimento, visto que uma pequena parcela dos brasileiros pode ser considerada leitora frequente de livros. A mais recente pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil**, mostra que 48% da população se declara não leitora de livros. "São brasileiros acima de cinco anos que não leram nenhum livro, nem mesmo em parte, nos três meses anteriores à pesquisa", conta Dante Cid, presidente do SNEL. Segundo ele, o brasileiro lê, em média, cinco livros por ano, sendo aproximadamente 2,4 livros lidos apenas em parte, e 2,5, inteiros. "Esses números mostram que falta o hábito de leitura no país, comportamento que foi alterado na pandemia, quando muitas pessoas retomaram o costume de ler. Temos um mercado com grande potencial", completa. Mas é importante notar que nessa percentagem onde apenas metade da população é considerada leitora, nesse percentual estão incluídos livros devocionais, escolares e afins. Se estes livros fossem excluídos, o total de consumidores seria muito menor, algo próximo de 25%, o que mostra haver espaço enorme para crescimento deste mercado.

Com o slogan "Todo mundo sai melhor do que entrou", a campanha da Bienal destacou os livros como protagonistas na transformação das pessoas, dos leitores e posicionou o evento como um polo do saber. O sucesso de público também reforça a importância desses espaços, como as livrarias, como ponto de encontro dos leitores para vivenciar experiências, trocar informações, encontrar seus autores favoritos e adquirir pessoalmente seus exemplares. "As livrarias têm papel fundamental nas vendas, e estamos vendo em algumas cidades a abertura de novas lojas. Nada se compara à experiência de ir à livraria, manusear os livros e conversar com o livreiro. O espaço deixado por grandes redes vem sendo preenchido por outras redes e livrarias menores", analisa Cid.

Público cativo

Em 2021, jovens de 18 a 29 anos compuseram o público que mais desenvolveu o hábito de leitura, passando de 63% para 72%, de acordo com dados do 11º Painel do Varejo de Livros no Brasil, realizado pela Nielsen BookScan e divulgado pelo SNEL e pela CBL. "A pandemia gerou uma certa redescoberta do livro como entretenimento, como fonte de lazer, mas antes disso, a leitura já vinha crescendo, principalmente entre as crianças e os jovens. Com o isolamento em casa e a diminuição do lazer nas ruas, isso acabou sendo impulsionado", relata Diego Drummond, CEO da Faro Editorial e sócio da Drummond Livraria.

ELISÂNGELA BORGES

A pandemia gerou uma certa redescoberta do livro como entretenimento, como fonte de lazer

DIEGO DRUMMOND, CEO DA FARO EDITORIAL E SÓCIO DA DRUMMOND LIVRARIA

* Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e pela Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares (ABRELIVROS), por meio do Instituto Pró-Livro (IPL).

Para ele, é um preconceito achar que as pessoas não vão ler porque têm um celular ou computador, quando, na verdade, os meios digitais estão ajudando o mercado editorial a girar ainda mais. “A internet está pondo mais vento no moinho justamente pelo fato de ajudar na desconexão. As pessoas que ficam muito tempo nas telas estão tratando os livros como um item de relaxamento, para se desconectar no mundo virtual e se conectar mais profundamente com histórias, reais ou não, com mais entrega, ao contrário da rapidez vivida na web”, discorre o executivo. E se a ideia é desconectar, os livros são perfeitos para isso. “Quando você lê um livro, não tem interferências, como *pop ups* e publicidades. Nada te interrompe, o que contribui para uma conexão maior com a leitura”, completa.

DIVULGAÇÃO

A manipulação de um livro em plataforma papel propicia uma experiência sensorial com o uso mais adensado de outros sentidos que não exclusivamente a visão; essa experiência cria mais conexão entre o ato e o abstrato, permitindo que o somático tenha também presença consciente e prazerosa que plataformas que transformam átomos em bits não permitem ainda”

Mario Sergio Cortella, filósofo, palestrante e autor de livros de grande sucesso, com o recém-publicado, “Diferentes sim. Desiguais, jamais!”.

NA MÃO DA JUVENTUDE

Dentre os livros que mais venderam no Bienal e que são sucesso no TikTok, na categoria ficção se destacaram as comédias românticas A hipótese do amor, de Ali Hazelwood e Imperfeitos, da dupla Christina Lauren, os Juvenis Heartstopper (Ed Seguinte) e Rádio Silêncio (ed Rocco) ambos de Alice Oseman, junto com Em águas profundas, de FT Lukens foram destaques entre os GLBTQIA+ internacionais. Vale ainda citar o sucesso estrondoso de Colleen Hoover, pela Galera Record, com seus dramas domésticos. Para um público geral e mais adulto o sucesso ficou por conta do lançamento do novo livro de Laurentino Gomes, fechando sua trilogia Escravidão, Ed Globo, as obras de Mario Sérgio Cortella, Leandro Karnal e o novato Abel Ferreira, técnico do Palmeiras, que causou alvoroço com o lançamento de Cabeça Fria, Coração Quente.

Nada tira o prazer de ter um livro em mãos

Outro movimento relacionado à internet é que ela está contribuindo para o aumento nas vendas dos livros físicos, ajudando nas indicações, nas referências do que ler, de que livro comprar. Mas, ainda assim, o on-line não tira o papel das livrarias como importante ponto de encontro de quem deseja não só comprar um livro, como ter experiências relacionadas a esse universo. “A pandemia mostrou que, sem as livrarias, as pessoas não experimentam novos livros. Elas compravam os mesmos títulos de sempre. Todos os livros que estavam na Bienal, estavam nas livrarias virtuais para serem comprados on-line, mas ali dava pra pegar na mão, ler a orelha, sentir o papel, conhecer o autor e até pegar um autógrafo”, relata Diego Drummond.

Tudo isso reforça o importante papel das livrarias na sociedade, como ponto de encontro, e como oportunidade de encontrar amigos antigos, fazer novos, conhecer de perto seus autores preferidos, transitar entre as prateleiras sem pressa, folhear os livros e, claro, reabastecer a biblioteca de casa. São locais de experiências.

Elaine Nunes, gerente Comercial e Marketing da Cortez Editora, atribui o crescimento de livrarias menores, mais intimistas e acolhedoras como fator fundamental na contribuição do aumento das vendas de livros. “Esse tipo de livraria está surgindo em várias capitais e elas oferecem um atendimento personalizado para auxiliar o leitor na busca de títulos que atendam às suas necessidades ou mesmo que estimulem a leitura por novos temas e/ou assuntos”, diz.

Elaine Nunes, gerente Comercial e Marketing da Cortez Editora

DIVULGAÇÃO

EXPERIÊNCIA DE VALOR

Durante a Bienal do Livro, um coletivo de livrarias chamou a atenção no Pavilhão do Expo Center Norte. Denominada **“A Grande Livraria”**, a ideia nasceu no pós-pandemia, para valorizar o ponto de venda original do livro: a livraria. A união de 27 *players* do setor livreiro, empresas de todos os portes e do Brasil inteiro, transformou o estande de 300 metros quadrados numa loja de livros. O *layout* convidava os visitantes à experiência de tocar, consultar e comprar as obras do seu interesse. Com o slogan “Tudo começa na livraria”, a campanha convidada as pessoas à incursão pelo conhecimento e pelas sensações.

Revitalização

Diferente de outras mídias e suportes como os CDs, nos quais aplicativos e plataformas digitais deram um xeque-mate, especialmente pela facilidade de transmitir e armazenar quantidades enormes de conteúdo, Diego afirma que, com os livros, esse plano físico não migrou da mesma forma para o digital, uma vez que, quem lê um livro por vez não precisa ter uma plataforma on-line para armazenar milhares de títulos, quando o gostoso mesmo é andar com o exemplar que está lendo no momento, levá-lo dentro do ônibus, em uma viagem à praia, ler no seu ambiente favorito. Nada tira o prazer de ter um livro em mãos!

Elaine Nunes também corrobora que a experiência de ler on-line não é a mesma de ler um livro impresso. “O mundo digital e interativo nos coloca a todo momento em alerta para mensagens de WhatsApp, redes sociais, às vezes nos causa um pouco de ansiedade. A leitura do livro digital é interrompida constantemente e afeta a concentração”, diz. Por outro lado, “o livro físico proporciona a experiência de senti-lo, ter algo nas suas mãos com texturas diferentes, com um perfume bom de algo novo que o leitor não consegue com o digital”, finaliza. ■