

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/266968364>

# Dinâmicas de exportação para a literatura brasileira na primeira década do século XXI

Article · January 2013

CITATIONS

0

READS

38

1 author:



Villarino Pardo

University of Santiago de Compostela

34 PUBLICATIONS 11 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Processos de internacionalização e exportação da literatura brasileira contemporânea [View project](#)

All content following this page was uploaded by Villarino Pardo on 21 October 2014.

The user has requested enhancement of the downloaded file.

BRASIL BRAZIL



**ALOEUV**  
*Sociedade Literária de Erico Veríssimo*

44

ISSN 0103-751X



REVISTA DE LITERATURA BRASILEIRA

Nº 44 / ANO 24 / 2011

# BRASIL BRAZIL

A JOURNAL OF BRAZILIAN LITERATURE

BRASIL BRAZIL



Copyright © 2011 by Brasil/Brazil

ISSN 0103-751X

**BRASIL BRAZIL**

---

**BROWN UNIVERSITY**

**President**

Ruth J. Simmons

**Provost**

Mark S. Schlissel

**Vice-President for Research**

Clyde L. Briant

**Dean of the Graduate School**

Peter M. Weber

**Chair, Department of Portuguese and Brazilian Studies**

Luiz Fernando Valente

**Director of Graduate Studies, Department of Portuguese and Brazilian Studies**

Nelson H. Vieira

---

**ASSOCIAÇÃO CULTURAL  
ACERVO LITERÁRIO DE ERICO VERISSIMO**

**Presidente**

Luis Fernando Verissimo

**Secretária-Geral e Tesoureira**

Maria da Glória Bordini

**Curador**

Fernanda Verissimo

---

**ENSAIOS**

**Cenas de uma morte plagiária**..... 5  
Eneida Maria de Souza

**Mais uma vez, "o velho colóquio de Adão e Caim"** ..... 15  
Regina Zilberman

**Literary perspectives on Brazilian national identity:  
before and after modernism**..... 35  
Tania Martuscelli

**Dinâmicas de exportação para a literatura brasileira  
na primeira década do século XXI** ..... 53  
M. Carmen Villarino Pardo

**At the center of an imperial capital:  
swamps, yellow fever, and gypsy parties**..... 65  
Bruno M. Carvalho

**ENTREVISTA**

**Salgado Maranhão: A vertigem horizontal** ..... 93  
Iraci Conceição de Souza

**LITERATURA**

**Sea of flames** ..... 109  
by Salgado Maranhão  
translated by Alexis Levitin

**RESENHAS**

**Adriano Espínola.**  
*Praia Provisória*..... 116  
Antônio Carlos Mousquer

**Laura Barbas-Rhoden.**  
*Ecological Imaginations in Latin American Fiction* ..... 120  
Rex P. Nielson

**Maya Talmon-Chvaicer.**  
*The Hidden History of Capoeira* ..... 123  
Oscar C. Pérez

**Rubem Fonseca.**  
*José* ..... 126  
Luciana Paiva Coronel

---

**DINÂMICAS DE EXPORTAÇÃO PARA A LITERATURA  
BRASILEIRA NA PRIMEIRA DÉCADA DO SÉCULO XXI<sup>1</sup>**

**M. Carmen Villarino Pardo**

Galabra-Universidade de Santiago de Compostela

**Abstract:** Taking into account some recent events in Portugal related to the dissemination of Brazilian literature, we intend to analyse some Brazilian institutional policies oriented to, among other things, the spreading of cultural and literary Brazilian products.

**Key-words:** Cultural dissemination; Brazilian literature; market.

O Número 1007 do *Jornal de Letras*, correspondente ao período de 6 a 19 de maio de 2009, trazia um especial sobre Literatura Brasileira. Nessas páginas encontramos depoimentos de professores/as que trabalham em universidades portuguesas sobre literatura e cultura brasileiras.

No artigo assinado por Maria Leonor Nunes líamos uma síntese que tentava focar o assunto:

O país convidado desta 79ª edição da Feira do Livro de Lisboa, que se prolonga até ao próximo dia 17, é o Brasil; enquanto, em simultâneo, embora por acaso, decorre, de 7 a 10, a 2ª edição do *Letras em Lisboa*, que reúne escritores brasileiros e portugueses. Assim, pareceu-nos oportuno dedicar um tema à Literatura Brasileira [...] (*Jornal de Letras*, 2009: 8).

Nas páginas desse especial aparecem opiniões a propósito da presença e das ausências da produção literária brasileira em Portugal, na diacronia e na sincronia das dinâmicas sistêmicas.

Ora, o que mais destacaria é o comentário da jornalista indicando que essas duas iniciativas decorrem “em simultâneo, embora por acaso” (*Jornal de Letras*, 2009: 8), a que também acrescento as palavras do Diretor do periódico, José Carlos de Vasconcelos, quem indica, em alusão a estas duas iniciativas: “O que me parece é não se terem estabelecido entre as duas iniciativas as sinergias que seriam úteis a ambas, e ao público [...]” (*Jornal de Letras*, 2009: 3).

O fato de o Brasil ser o país convidado na 79ª Feira do Livro de Lisboa em maio de 2009 (30 de abril-17 maio) coincidiu também com outros eventos desse tipo, mas em lugares bem diferentes, como Lima e Santo Domingo. Isto é, o Brasil foi também o país convidado de honra na 12ª Feria Internacional del Libro de Santo Domingo (FIL 2009) – 20 de abril a 3 de maio – e da XIV Feria Internacional del Libro de Lima (FIL-Lima 2009), celebrada entre 23 de julho e 5 de agosto.

É claro que esses três convites têm repercussões diferentes e, também, planificações diferentes. Não podemos, nem queremos, comparar o que significam essas participações dos pavilhões editoriais brasileiros em lugares como Lisboa, Lima e Santo Domingo. Mas, sim, pretendemos chamar a atenção para o que significam essas propostas em termos de mercado editorial e de planificação de estratégias empresariais.

Nesse dossier do *Jornal de Letras* pessoas de destaque no meio universitário português comentavam as “ainda atuais dificuldades” de circulação literária entre Portugal e o Brasil. Aludiam também ao importantíssimo trabalho feito, a partir do espaço acadêmico, das universidades portuguesas para diminuir essas dificuldades e, no decorrer histórico, mas sobretudo em tempos recentes, o esforço de determinadas editoras – Livros do Brasil, Quasi, Campo das Letras, Caminho, entre outras. Mostravam uma queixa comum a propósito de o livro brasileiro continuar sendo “mal divulgado em Portugal” (*Jornal de Letras*, 2009: 10).

De entre esses comentários coincidentes, de modo geral, em assinalar o problema e em apontar as diferentes causas, o professor Arnaldo Saraiva indicava: “Acho que o esforço editorial não tem sido, por outro lado, acompanhado pela crítica nos jornais e revistas”. E acrescentava que era necessário também um maior apoio das instituições culturais brasileiras. Em palavras suas: “Deviam empenhar-se mais na promoção e na divulgação de seus autores em Portugal” (*Jornal de Letras*, 2009: 10).

Na mesma linha, a professora Maria Aparecida Ribeiro comentava que “o esforço não deve ser apenas português” e que “a Embaixada do Brasil deve unir-se à universidade e desenvolver uma política nesse sentido, auxiliando na promoção de eventos [...]”. E concluía: “Essa política deve inclusive transpor as fronteiras de Lisboa e estender-se a todo o país” (idem).

Esse texto tem justamente a ver com alguns desses assinalamentos, mas tenta ligá-los com o que venho denominando “a internacionalização dos mercados da literatura e da cultura brasileiras atualmente”. Trata-se de um projeto de pesquisa,<sup>2</sup> ainda incipiente, mas que tratará de conhecer a presença da literatura brasileira no exterior – nomeadamente na Europa ocidental – e estudar em que medida os produtos literários brasileiros aparecem diferenciados entre os produtos culturais brasileiros e como são considerados em termos de exportação, mercados, instituições e planificação.

Nos últimos anos encontramos com maior frequência a ideia de uma presença brasileira no exterior que se aproxime da ideia de “marca BRASIL”, a que o mercado editorial não é alheio.

Em termos desse mercado, conhecemos as cifras de produção e desenvolvimento que estão crescendo nos últimos anos:

Hoje, o Brasil responde por 50% do total de livros produzidos na América Latina. De acordo com o diretor executivo da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Eduardo Mendes – fazendo uso de dados relativos à pesquisa anual encomendada pela entidade à Fundação Instituto de Pesquisas

Econômicas da Universidade de São Paulo (FIPE/USP) –, em 2008 o País publicou 51.129 títulos – classificados entre didáticos, gerais, religiosos ou Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP) –, dos quais 19.174 estavam em sua primeira edição. “Isto representa um volume de 340,3 milhões de exemplares produzidos”, destacou Rosely Boschini.<sup>3</sup>

Os dados relativos à leitura no Brasil são uma preocupação cada vez mais presente nas políticas públicas de governos municipais, estaduais e federal; mas ainda é escassa nesta primeira década do século XXI a preocupação com as planificações internacionais e a concretização de programas de atuação nesse âmbito.

Durante anos, as queixas de setores destacados e agentes concretos da sociedade brasileira em matéria de cultura foram – e continuam sendo – dirigidas aos índices de analfabetismo. Informes recentes, como o da pesquisa *Retratos da leitura no Brasil* (2007),<sup>4</sup> mostram que os investimentos estão dando resultados; apesar de o país ainda contar com uma rede insuficiente de bibliotecas públicas e de a distribuição ser um problema sem resolver.

Esses objetivos continuam de atualidade, mas começa a ganhar peso também uma perspectiva que, acompanhando as propostas do professor israelita Itamar Even-Zohar, podemos entender como a aceitação, pouco a pouco, de a literatura não ser unicamente uma coleção de textos, sobretudo os “legitimados”, e aceitar mais a ideia da literatura como instituição social e uma rede que implica um “sistema literário”. Nesse sentido, e em palavras do próprio Even-Zohar, “la distinción entre ‘bienes’ y ‘herramientas’ en esta red sería un paso adelante para liberar el análisis de la ‘literatura’ del aislamiento que ha resultado de tratarla como un fenómeno *sui generis*” (1999: 29).

Nessa consideração, a “literatura” não é entendida como um instrumento “estético”; é, ao contrário, “una institución social muy poderosa e importante, uno de los instrumentos más básicos de la mayoría de las sociedades humanas, para ordenar y manejar su repertorio de organización de vida, es decir, su cultura” (Even-Zohar, 1999: 33).

Se os bens “pertencem a alguém”, quanto às ferramentas, precisamos definir, entre outras questões, “quem as controla” e, portanto, quem está por trás do uso e da configuração de repertórios e de determinar quais são os repertórios oficiais – e em que momento – assim como aqueles que pertencem a outros grupos, centrais ou periféricos (cf. Even-Zohar, 1999c). Estamos falando, também, de planificação cultural.

Cada vez mais, agentes com capacidade de intervenção social (especialmente no nível das políticas públicas) atendem a cultura – entendida no sentido mais amplo – para elaborar planos de um modo ou de outro em termos culturais.

É aqui onde aparece, de novo, a questão da planificação cultural, nesse caso em termos de exportação. Coincidiu com o professor Even-Zohar em que “planificar una cultura constituye claramente un modo de crear nuevas opciones en un repertorio” (Even-Zohar, 1999b: 74) e que, quando acontece uma atividade de planificação – independentemente das consequências de fracasso ou sucesso – a entidade correspondente (mesmo coletiva) atinge, de modo geral, uma melhora nas suas condições de vida; isto é, produz-se a longo prazo uma certa dinâmica, um aumento da vitalidade que possibilita a essa entidade o acesso a opções de que previamente pôde ser excluída. É o fenômeno que ele designa como “energia” (1999b: 73).

Nos últimos anos, detectamos alguns sinais dessa vitalidade no nível das ações institucionais brasileiras. Poderíamos pensar mesmo que já não existe uma dinâmica de estar à espera de agentes e editores estrangeiros virem ao Brasil à procura “de um outro *boom* latinoamericano” e sim uma tendência a encontrarmos agentes brasileiros que saem para vender, nesse caso, produtos literários.

Mencionamos, como exemplo, as dinâmicas mais visíveis nesse terreno em relação às parcerias e convênio entre a Apex (Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos)<sup>5</sup> e a Câmara Brasileira

do Livro. O convênio, assinado em 23 de julho de 2008, tem como premissa que “o livro brasileiro precisa ser conhecido e respeitado também fora do Brasil”.<sup>6</sup> Para difundir o livro produzido no Brasil no mercado internacional, o convênio “Projeto Setorial Integrado (PSI) do Mercado Editorial” prevê um conjunto de ações, entre elas a venda de direitos autorais, participação em feiras e eventos internacionais e programas de incentivo às exportações, como apresentação do mercado brasileiro para empresários e formadores de opinião estrangeiros.<sup>7</sup>

Pessoas com responsabilidade na Apex-Brasil, como o ex-presidente Alessandro Teixeira, opinam que a parceria contribuirá para a promoção do País através da imagem de uma economia moderna e de avançada produção científica e editorial.<sup>8</sup>

Em linhas gerais, o convênio entre a Apex e a Câmara Brasileira do Livro (*Projeto Brazilian Publishers*) pretende criar condições para que as empresas estejam aptas à venda de direitos autorais, estimular o perfil exportador das editoras, ampliar o acesso a compradores estrangeiros, além de consolidar a presença do mercado editorial brasileiro no exterior.

Em palavras de quem foi gestor do projeto na Apex-Brasil, Christiano Braga (2008):

O incentivo à venda de direitos autorais brasileiros não é apenas uma complementação ao crescimento da indústria nacional do livro, como também uma necessidade de expansão e consolidação da marca Brasil, expondo outras facetas e dimensões positivas do país. Esse projeto conseguiu a adesão de importantes editoras brasileiras e tem uma estratégia fundamentada e coerente com o atual cenário dessa indústria no Brasil.<sup>9</sup>

O convênio implica atuações já concretas como a identificação e avaliação dos principais mercados-alvo na compra e venda de direitos autorais (estudo da Unidade de Inteligência Comercial da Apex-Brasil), um *site* específico sobre o projeto (em inglês e espanhol), um *software* de gerenciamento internacional de produtos e de contatos para as empresas que participam da iniciativa, um serviço de consultoria visando capacitar

as empresas com as melhores práticas de editoras internacionais na compra e venda de direitos,<sup>10</sup> etc. Coincidem em que divulgar e fortalecer a imagem do mercado editorial brasileiro no exterior passa necessariamente pela participação em feiras internacionais.

Nessa área, a CBL e a Apex-Brasil elaboraram um cronograma dos principais eventos relacionados com o livro que aconteceriam entre julho de 2008 e 2010.<sup>11</sup> Assim, em 2008 essa aliança permitiu a participação de editoras brasileiras em encontros internacionais do livro com apoio do governo federal, tais como a Feira de Frankfurt e a Feira de Guadalajara, no México. Em 2009, e depois do balanço positivo da iniciativa anterior, estabeleceu-se uma agenda para planificação das atividades. Nessa linha, apoiaram a presença de editoras brasileiras para 2009 nas Feiras Internacionais do Livro de Bologna, Madrid, Frankfurt, Guadalajara e Buenos Aires (e não, veja-se, por exemplo, na de Lisboa).

De modo que, através desse tipo de acordos, o setor editorial passa a fazer parte das agendas das “Feiras Setoriais 2009” (neste caso, como “Entretenimento e Serviços”). Em setembro de 2009 (18/09/2009), a CBL e a Apex-Brasil mostraram os resultados das ações conjuntas desenvolvidas em 2008-2009 para uma delegação de jornalistas dos Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha, China e Índia, membros do *Projeto Imagem*, entre as duas entidades.<sup>12</sup>

Alguns agentes do setor editorial consideram que a venda de direitos autorais de obras brasileiras para o exterior começa a ser realidade. Entre eles está R. Boschini – Presidenta da CBL em 2008-2009 –, para quem “a falta de profissionalização [do mercado editorial brasileiro], durante muito tempo, representou o principal entrave para a venda de direitos autorais ao mercado estrangeiro”.<sup>13</sup>

Alguns dos responsáveis pela assinatura e o desenvolvimento do acordo concordam em indicar que, no relativo ao mercado editorial, algumas empresas brasileiras ainda precisam adotar determinadas

estratégias que as situem em condições de igualdade no mercado internacional. Assim, por exemplo, para R. Boschini, uma dessas estratégias é “criar a cultura do *Foreign Rights Agent* dentro das empresas – alguém especialista em direitos autorais, bastante comum nas editoras estrangeiras, mas ainda uma novidade no Brasil”.<sup>14</sup> Para ela, é necessário também profissionalizar a cadeia produtiva a fim de as empresas adotarem práticas globais aceitas na maioria dos países. “Isso passa pela internacionalização dos produtos de maneira orientada e divulgação estratégica da cultura e da produção intelectual brasileiras”, indica também Boschini.

De fato, outro foco do convênio é o *Projeto Comprador*, que prevê a vinda de executivos de editoras estrangeiras, agentes literários e presidentes de feiras internacionais do livro ao Brasil. O primeiro encontro entre empresários estrangeiros e as editoras brasileiras aconteceu em agosto de 2008, em São Paulo e no Rio de Janeiro, aproveitando a realização do Congresso Ibero-Americano de Editores.<sup>15</sup>

Para o coordenador do Plano Nacional do Livro e Leitura – em 2009 –, José Castilho Neto, esse acordo CBL-Apex-Brasil ajudará a ampliar a comercialização de títulos brasileiros em línguas estrangeiras, já que o governo brasileiro “tem apoiado a presença de representantes do mercado em feiras e eventos internacionais, além de investir na ampliação e apoio à tradução”.<sup>16</sup>

Promove-se a imagem do Brasil e contribui-se para uma planificação estratégica de promoção comercial. Os objetivos parecem cumpridos, em parte, com essa parceria; atendem também a demanda de alguns representantes do setor editorial que vinham reclamando – como Mauro Palermo, diretor executivo da editora Nova Fronteira – que, “para que o Brasil consiga de fato aumentar a venda de títulos para o exterior, a participação do governo é fundamental”<sup>17</sup> explica, no decurso da Feira de Frankfurt de 2008:

O Brasil é um péssimo vendedor de livros. Em muitos países com menos tradição literária que o Brasil, como a própria Turquia, os governos oferecem subsídios para a tradução e promoção de seus livros e escritores no exterior. O Brasil não faz isso, o que dificulta a proliferação dos autores brasileiros fora do Brasil.<sup>18</sup>

De modo geral, nessas feiras internacionais do livro, os editores compram mais direitos autorais para vender no país de origem do que vendem.

Em junho de 2010 anunciou-se que o Brasil será, pela segunda vez, o país homenageado na Feira de Frankfurt, em 2013.<sup>19</sup> Será um espaço de novas oportunidades para a divulgação da “marca Brasil” em termos culturais e para conhecer novos processos e dinâmicas na exportação da literatura brasileira.

Em 2004, Felipe Lindoso no seu livro *O Brasil Pode Ser um País de Leitores?* afirmava: “Países como Estados Unidos, França e Canadá estão levando muito a sério o aspecto das questões culturais nas negociações comerciais. Essa percepção, infelizmente, não é ainda muito forte no Brasil [...]” (2004: 202).

“Essa percepção”, que refere, começa a ser mais visível nos finais da década com convênios e acordos entre diferentes instituições, públicas e privadas; mas, concordamos com ele em que o sucesso de propostas de planificação cultural em termos de exportação está estreitamente ligado à construção de políticas culturais integradas internamente; em que, e cito palavras dele para concluir: “[...] a discussão sobre políticas culturais sairia do gueto da ‘questão da cultura’ e do reino do simbólico para o terreno muito mais complexo e vital dos acordos multilaterais de comércio” (Lindoso, 2004: 203).

## NOTAS

<sup>1</sup> A versão prévia deste texto foi apresentada no *Congresso Internacional "Literatura Culta e Popular em Portugal e no Brasil"* (12-14/10/2009), organizado pelo Departamento de Filologia Românica da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, em homenagem ao Professor Arnaldo Saraiva. Essa circunstância fez com que mantivéssemos as informações e referências cronológicas até 2010.

<sup>2</sup> Projeto a desenvolver dentro do grupo de pesquisa Galabra da Univ. de Santiago de Compostela. Vide, por exemplo, o trabalho: [http://www.grupogalabra.com/images/stories/pdf/carmen/novos/mercados\\_para\\_a\\_literatura\\_brasileira.pdf](http://www.grupogalabra.com/images/stories/pdf/carmen/novos/mercados_para_a_literatura_brasileira.pdf).

[http://www.apexbrasil.com.br/portal\\_apex/objeto/texto/impressao.wsp?tmp.estilo=&tmp.area=27&tmp.texto=6128](http://www.apexbrasil.com.br/portal_apex/objeto/texto/impressao.wsp?tmp.estilo=&tmp.area=27&tmp.texto=6128).

<sup>3</sup> [http://www.apexbrasil.com.br/portal\\_apex/objeto/texto/impressao.wsp?tmp.estilo=&tmp.area=27&tmp.texto=6128](http://www.apexbrasil.com.br/portal_apex/objeto/texto/impressao.wsp?tmp.estilo=&tmp.area=27&tmp.texto=6128).

<sup>4</sup> Trata-se de uma pesquisa feita pelo Ibope para o Instituto Pró-Livro e publicada no livro do mesmo nome, com a parceria da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2008, organizada por Galeno Amorim.

<sup>5</sup> "A Agência de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex-Brasil é um Serviço Social Autônomo, criado pelo Decreto nº 4.584 de 05/02/03 e pela Lei 10.668, de 14/05/03. A missão da Apex-Brasil é promover as exportações de produtos e serviços brasileiros, consolidando a cultura exportadora. A Apex-Brasil trabalha em parceria com o poder público e organizações privadas, com o objetivo de inserir novas empresas exportadoras no mercado internacional, ampliar e diversificar mercados para os produtos brasileiros e, em consequência, gerar emprego e renda". <http://www.apexbrasil.com.br>

<sup>6</sup> <http://www.apexbrasil.com.br>

<sup>7</sup> Pelas normas do convênio, a Apex-Brasil participa com 50% dos custos de todas as ações e as empresas participantes e a CBL com os outros 50%. Até o momento, 28 editoras estão inscritas no projeto. A estimativa de negócios gerados pelo PSI é de aproximadamente US\$ 1,563 milhão nos próximos dois anos.

<sup>8</sup> "Nossa proposta é revelar para outras nações as características de um país de economia moderna e de avançada produção científica, contribuindo para ampliar nossas exportações de forma qualificada e renovando positivamente a imagem do Brasil", ressalta Alessandro Teixeira".

<sup>9</sup> <http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp.24/7/2008>.

<sup>10</sup> A primeira ação nesse sentido foi o workshop do alemão Frank Jacoby-Nelson, especialista em direitos autorais, que aconteceu nos dias 1 e 2 de julho de 2008, em São Paulo.

<sup>11</sup> A Feira do Livro de Frankfurt 2008, a Feira Internacional del Libro de Guadalajara, no México – também em 2008, na Bologna Book Fair, em março de 2009, na Itália, e na London Book Fair, que acontece em Londres em abril de 2010. O convênio prevê a participação das empresas em duas edições de cada uma dessas feiras, com exceção da Feria Internacional del Libro de Madrid, onde as empresas participam apenas na edição de outubro de 2009. Cfr. <http://www.apexbrasil.com.br.25.07.2008>.

<sup>12</sup> "O Projeto Imagem, ação importante para divulgar a marca brasileira, traz formadores de opinião estrangeiros ao Brasil para conhecer o mercado editorial nacional". ([http://www.revistafator.com.br/ver\\_noticia.php?not=47851](http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=47851)).

<sup>13</sup> [http://www.fiorde.com.br/I\\_FiordeOnline\\_Not.asp?not=31949](http://www.fiorde.com.br/I_FiordeOnline_Not.asp?not=31949).

<sup>14</sup> [http://www.fiorde.com.br/I\\_FiordeOnline\\_Not.asp?not=31949](http://www.fiorde.com.br/I_FiordeOnline_Not.asp?not=31949).

<sup>15</sup> <http://www.apexbrasil.com.br.25.07.2008>.

<sup>16</sup> [http://www.fiorde.com.br/I\\_FiordeOnline\\_Not.asp?not=31949.24/09/2009](http://www.fiorde.com.br/I_FiordeOnline_Not.asp?not=31949.24/09/2009).

<sup>17</sup> <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3727600,00.html>. Júlia Carneiro, 20/10/2008, "Feira do Livro de Frankfurt termina com recorde de público".

<sup>18</sup> <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3727600,00.html>. Júlia Carneiro, 20/10/2008, "Feira do Livro de Frankfurt termina com recorde de público".

<sup>19</sup> "Jürgen Boss, diretor da feira alemã, assinou em Brasília o protocolo de intenções juntamente com o ministro brasileiro da Cultura, Juca Ferreira. 'Seremos um dos dois únicos países homenageados na feira por duas vezes; é como sediar a Copa do Mundo do Livro', disse o ministro à Deutsche Welle" (in <http://www.cultura.gov.br/site/2010/06/28/brasil-sera-convidado-especial-da-feira-de-frankfurt-em-2013/>).

## TRABALHOS CITADOS

AMORIM, Galeno (Org.). *Retratos da leitura no Brasil*. São Paulo: Instituto Pró-Livro; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2008.

EVEN-ZOHAR, Itamar. La literatura como bienes y como herramientas. In: VILLANUEVA, Darío; MONEGAL, Antonio; BOU, Enric (Coords.) *Sin fronteras: ensayos de Literatura Comparada en homenaje a Claudio Guillén*. Madrid: Editorial Castalia, 1999a. p. 27-36. Disponível em:

[http://www.tau.ac.il/~itamarez/work/spapers/trabajos/polisistemas\\_de\\_cultura.htm](http://www.tau.ac.il/~itamarez/work/spapers/trabajos/polisistemas_de_cultura.htm).

EVEN-ZOHAR, Itamar. Planificación de la cultura y mercado. In: SANTOS, Montserrat Iglesias (Coord.) *Teoría de los polisistemas: estudio introductorio, compilación de textos y bibliografía*. Madrid: Arco, 1999b. p.71-96. Disponível em:

[http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas\\_de\\_cultura.htm](http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas_de_cultura.htm).

EVEN-ZOHAR, Itamar. *La fabricación de repertorios, supervivencia y éxito dentro de las condiciones de heterogeneidad*. [Tradução do autor e de Elias Torres Feijó do texto original apresentado como leitura plenária no 5º Congresso Internacional da IASS, Dresden, 6-11 de outubro 1999, e publicado com o título "The Making of Repertoire, Survival and Success under Heterogeneity". In: ZURSTIE-GE, Guido (Ed.). *Festschrift für die Wirklichkeit* [To Honor Sigfried J. Schmidt]. Darmstadt: Westdeutscher Verlag, 1999c. p. 41-51]. Disponível em:

[http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas\\_de\\_cultura.htm](http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas_de_cultura.htm)

<http://www.apexbrasil.com.br>

<http://www.exportnews.com.br/noticia.php?noticia=129&titulo=Editoras%20brasileiras%20querem%20ampliar%20participa%C3%A7%C3%A3o%20no%20mercado%20externo>. 25/07/2008. Acesso em: 04/01/2010.

<http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp?area=noticias&codigo=13121.24/7/2008>. "Editoras brasileiras querem ampliar participação no mercado externo". Acesso em: 12/01/2010.

[http://www.revistafator.com.br/ver\\_noticia.php?not=47851.30/07/2008](http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=47851.30/07/2008). "Apex-Brasil e Câmara do Livro incentivam exportação de conteúdo literário". Acesso em: 04/01/2010.