

# COMER & BEBER

MERCADO EDITORIAL

## Tá nas prateleiras, pesso

**● Foi-se o tempo em que a gastronomia só interessava a donas-de-casa e iniciados no mundo da culinária. Hoje, comer e beber bem é prioridade de todos. Reflexo disso é a quantidade de livros e revistas dedicados ao assunto. Basta olhar as prateleiras das livrarias**

FABIO FREIRE  
Repórter

Os títulos são os mais diversos: vão das publicações voltadas para iniciantes e donas-de-casa dispostos a testar seus dotes na cozinha, preparando receitas de renomados chefs, a livros para estudiosos nos assuntos que permeiam a culinária e a gastronomia, história da comida, sociologia dos alimentos, técnicas avançadas de culinária etc. De romances que têm o mundo gastronômico como pano de fundo, passando por obras pautadas por pesquisas na área, até livros de arte recheados de imagens que dão água na boca, as opções são as mais diversas e cabem em todos os bolsos.

Mas nem sempre foi assim. Apesar do mercado editorial voltado para publicações culinárias e gastronômicas estar crescendo a cada ano, ocupando cada vez mais espaço em prateleiras de livrarias e em bancas de revistas, chegando até a portais especializados disponíveis na internet, a realidade nem sempre foi essa e, até pouco tempo, os livros se restringiam a obras de receitas, de preferência de personagens conhecidos da televisão: caso dos livros da Ofélia.

Hoje, os tempos são os outros e os livros da Ofélia, as receitas do tradicional Donna Benta e de outros chefs conhecidos como Olivier Anquier, Jamie Oliver, Gordon Ramsay, Heston Blumenthal, Alex Atala, entre tantos outros, disputam a atenção com publicações várias, de grandes editoras que têm catálogos específicos para o gênero a pequenas editoras que lançam esporadicamente livros na área de gastronomia.

### Linha editorial

Os motivos para esse crescimento de títulos são vários. Eles vão desde a segmentação cada vez mais visível das publicações, acompanhando uma tendência do mercado editorial como um todo, sempre buscando públicos especializados, até a profissionalização do setor gastronômico, hoje visto como um mercado de trabalho sustentado, principalmente, pelo surgimento da ideia de turismo gastronômico e do aumento do número de cursos no setor. O fato dos chefs terem atingido status de celebridade também ajuda.

Entre relançamentos e lançamentos, o setor vem se sustentando e ganhando representatividade nos lucros das editoras, algumas ganhando destaque e prestígio nesse segmento. Caso da Editora Senac São Paulo, que já recebe mais de 30 Gourmands World Cookbook Awards, a maior premiação editorial da área gastronômica. "A gastronomia é uma área de forte atuação da instituição Senac São Paulo, por isso, é uma das



prioridades de nossa linha editorial. Nesse segmento, livros técnicos são muito procurados e existe uma lacuna no mercado nesse quesito, que procuramos com as nossas publicações suprir", conta Marcus Vinícius Barili Alves, gerente corporativo e editor da Editora Senac São Paulo.

Publicando livros de gastronomia desde sua fundação, em 1995, inicialmente, a editora lançava livros para atender a demanda dos cursos da instituição. De acordo com Marcus Vinícius, depois a instituição criou uma unidade independente e passou a vender livros no circuito comercial, além de editar obras que também eram úteis ao público não especializado. Atualmente, o setor representa 11% das vendas da casa e, em 14 anos de existência, mais de 300 mil exemplares foram vendidos.

### ● O interesse é pelas obras que mostrem a relação da gastronomia com a história

"Hoje vemos a profissão de chef ganhar status e mais pessoas começam a se interessar não só pela culinária, mas pelos assuntos que a cercam. No início, publicávamos livros de receitas apenas", afirma Marcus. "Com a evolução e o crescimento do mercado gastronômico nacional e internacional, as publicações ganharam outro viés, associando às receitas reflexões históricas, sociológicas, antropológicas, filosóficas ou técnicas", destaca.

Diante do mercado editorial que se configura, não basta ape-

nas a publicação de livros de receitas. O interesse maior é pelas obras que mostrem a relação da gastronomia com a história e o quanto ela é influenciada pela cultura de determinada sociedade. Daí a evolução dos títulos que chegam às prateleiras das livrarias e a preocupação crescente das editoras com a qualidade gráfica e de conteúdo dessas publicações.

A Editora Publifolha, por exemplo, prioriza a relevância do tema, a importância do autor e, claro, a qualidade editorial e gráfica do material. "Não existe uma diferença entre o catálogo de culinária e o das outras áreas da editora", discorre Ana Lucia Busch, diretora executiva da Publifolha. "Uma peculiaridade de culinária é a escolha de títulos ricamente ilustrados, uma vez que gastronomia é uma área que mexe muito com os sentidos e fotografias e ilustrações chamam muita atenção", acredita.

Mesmo não tendo uma pesquisa que mapeie o público consumidor desse tipo de publicações, Ana Lucia acredita que ele é bem aberto. "Mulheres e homens, solteiros e casados. Pessoas que querem aprender a cozinhar, pessoas que já sabem e querem aprender novas técnicas e receitas etc". Para atender a esse amplo público, a Publifolha conta com um catálogo ativo de cerca de 40 títulos.

"Temos notado que o mercado está em crescimento e que todos os títulos lançados têm sido muito bem recebidos pelo público", anima-se. "O crescimento está ocorrendo no mercado editorial em geral, tanto em número de lançamentos como em quantidade de editoras. A área de culinária e gastronomia está seguindo a mesma tendência", analisa Ana Lucia. ●

## Espaço garantido nas livrarias do País

Se as editoras estão investindo nos catálogos de livros gastronômicos e culinários, as livrarias não ficam atrás e têm aberto cada vez mais espaço nas suas prateleiras para esse tipo de publicação. Com previsão de inauguração, em Fortaleza, para janeiro de 2010, a Livraria Cultura, uma das maiores do País, dedica um espaço privilegiado a essas publicações desde sua inauguração, há 27 anos.

"Antes o espaço era pequeno, dedicado a livros de receitas como Donna Benta e Ofélia", conta José Carlos Honório, responsável pela aquisição dos títulos de arte. "Com a proliferação de cursos e o reconhecimento dos chefs, houve uma maior abertura e visibilidade para o segmento. A partir daí, começamos a adquirir livros nacionais e estrangeiros sobre gastronomia".

"Hoje temos prateleiras inteiras dedicadas ao tema, com mesas sempre cheias de novidades dos lançamentos do setor", afirma José Carlos. "A prioridade são os livros sobre culinária brasileira, história da gastronomia do País, entre outros, mas temos publicações de todos os lugares. Esse é um dos nossos diferenciais", acredita.

Mesmo não precisando a quantidade de livros no catálogo da livraria, nem mesmo a porcentagem que essas publicações representam na vendagem total da Cultura, José Carlos Honório conta que, dentro do setor de arte, composto por 37

### FIQUE POR DENTRO

Portal tem como foco alimentos orgânicos



Nem só de livros e revistas sobrevive o mercado editorial gastronômico. É cada vez maior o número de sites, blogs e portais dedicados a novidades e assuntos culinários. Um deles é o Portal Orgânico, revista eletrônica sobre alimentos orgânicos focada em atender um público que busca uma melhor qualidade de vida, associada a preservação e a sustentabilidade ambiental e social. Criada em 2004, juntamente com os sites de Agricultura Orgânica, Nutrição Orgânica e Gastronomia Orgânica e Funcional, o projeto começou a ser desenvolvido em 2001/2002. Com cerca de 180 mil visitas por mês, o portal disponibiliza cerca de 300 artigos relacionados à produção orgânica de alimentos elaborados por especialistas em cada área específica - Agricultura, Nutrição e Gastronomia - e fazem parte do conteúdo portal mais de 1.400 mil notícias sobre orgânicos. (www.portalgastronomia.com.br).

segmentos, a gastronomia/culinária representa uma fatia grande de vendagem, com vendas crescendo anualmente. "Nosso diferencial é a diversidade de títulos". (FF) ●

