

Representatividade: reflexão sobre a indústria literária através do livro-reportagem “Não. Ele Não Está”¹

Eduardo FARIA²

Andreza ALVES³

Universidade do Minho, Braga, Portugal

Resumo

Este estudo busca refletir sobre a indústria criativa da literatura no Brasil, bem como a crise no mercado editorial e literário através do livro-reportagem “Não. Ele Não Está”, de Maira 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.

Palavras-Chave: Indústria criativa, literatura brasileira, UNESCO, representatividade literária

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 as

¹ Trabalho apresentado no DT 7 - Comunicação para Cidadania (Comunicação, Espaço e Cidadania) – da XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando 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. e-mail: eduardofaria202@gmail.com

³ Mestranda em Ciências da Comunicação no ramo de Investigação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo – pela Estácio Pará. e-mail: andrezaalvescontato@gmail.com

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 queda 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 em crise. Além disso, 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, escondido 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 que fundamentam a 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.

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.

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 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 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: 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 2003⁴, 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 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.

⁴ O projeto de Lei Nº 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>

“Eu tinha uma poupança que cobriu os gastos, mas tenho amigos lançando livros em outras editoras e sem essa reserva de dinheiro, que tiveram que fazer campanhas como “vaquinhas virtuais” com a pré-venda dos livros.”

Por outro lado, quando falamos dos contratempos financeiros encontrados pelos autores para publicação de suas obras, devemos considerar o declínio no mercado editorial no Brasil. No último mês de abril, a Câmara Brasileira de Livros⁵ (CBL) anunciou que o mercado editorial brasileiro passa por uma crise. A queda nas vendas pode ter sido impulsionada pela ressecção econômica que assola o país, além do aumento dos produtos em versão eletrônica.

Segundo o primeiro Painel das Vendas de Livros no Brasil em 2019, feito pela consultoria Nielson Bookscan e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL)⁶, o país registrou queda de dezoito por cento em volume de vendas e dezenove por cento em valores. Para o Presidente da CBL, Vitor Tavares, em entrevista à Agência Brasil: “Os orçamentos pessoal e familiar diminuíram. 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 (a falta de) hábitos de leitura dos brasileiros. “Somos um país de não-leitores”, lamenta Tavares.

Segundo o último estudo realizado pelo Instituto Pró-Livro em 2016⁷, 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 senso do último ano.

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

⁵ Entrevista disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-04/mercado-editorial-brasileiro-vive-crisis-aponta-cbl>

⁶ 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/>

⁷ 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

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 foi encontrado 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 em erosão 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 integração pode

ser o caminho para estabilizar o mercado editorial e literário. Mas, acima de tudo, estimular o hábito de leitura de 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 atuantes⁸. 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 pertencer vai ao encontro com que sugere Pena (2005), no qual

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

⁸ Artigo: "As livrarias estão desaparecendo do Brasil", disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/aslivrarias-estao-desaparecendo-do-brasil,842b3702d135b4d90c1ebed379209b7es8xq5zz.html>

das perspectivas sociais. O problema da representatividade, portanto, não se resume à honestidade na busca pelo olhar do outro ou ao respeito por suas peculiaridades. Está em questão a diversidade de percepções do mundo, que depende do acesso à voz e 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) do último ano 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 2019 ainda há um mercado consolidado na produção e investimentos de autores brancos, o que torna invisível e sem 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 a 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 LGBTQ. 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.”

Esta questão da 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 à 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”.

“Em quanto houver racismo e discriminação, haverá luta. Sigo lutando!” - Maíra de Deus Brito.

6. 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 que o é objetivo aqui, 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 a literatura aos não-brancos, além de fomentar a produção literária de autores(as) negros do país e do mundo. Democratizar e representar podem ser entendidas como palavras de ordem para trazer um fôlego para o mercado editorial e atrair novos leitores.

Os estudos de Dalcastagnè (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 autores(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.

O trabalho de Maíra, portanto, 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.

7. 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/about-this-office/single-view/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.** Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/cultura/1526921273_678732.html. Acesso em 20/04/2019

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/77311256385591019479200175658222289602.pdf>

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 20/04/2019