

Com atendimento  
personalizado, pequenas  
livrarias mantêm vendas





Indicações de livros por Whatsapp, entregas em carro próprio e conteúdo nas redes sociais foram algumas das estratégias usadas pelas pequenas livrarias e editoras paulistanas para enfrentar o período de confinamento imposto pela pandemia do novo coronavírus.

"A gente tentou substituir o presencial pelo online. Tiramos fotos do interior do livro, mandamos por Whatsapp e sugerimos livros", conta a livreira Roberta Paixão, proprietária da Mandarina, livraria da zona oeste da capital paulista.

De início, afirma ela, havia grande interesse por livros que falam de situações semelhantes à pandemia, como "A Peste", do argelino Albert Camus, e "Ensaio Sobre a Cegueira", do português José Saramago.

"De maio para cá, as pessoas estão pedindo livros de maior fôlego de leitura. Livros grossos", comenta Roberta a respeito da mudança do perfil de leitura, que, agora, inclui títulos como "Crime e Castigo", do russo Fiódor Dostoiévsk, e a "Montanha Mágica", do suíço Thomas Mann.

"O Oráculo da Noite", de Sidarta Ribeiro, é um sucesso de vendas", acrescenta, destacando que o autoconhecimento é um dos temas que ganharam força nas últimas semanas. O título do neurocientista traz reflexões a respeito dos sonhos.

### **Manutenção das vendas**

Apesar de ter sido pega de surpresa pelo fechamento da loja durante a quarentena, iniciada em março na cidade de São Paulo, Roberta conta que conseguiu manter as vendas. "A gente inventou isso de um dia para o outro", comenta sobre a necessidade de adaptação de um negócio que funcionava apenas de forma presencial. "No início, peguei o meu carro e a gente rodou São Paulo". [...]

### **Adaptações**

A Elefante optou ainda por adaptar a agenda de lançamentos aos acontecimentos. "Começamos a priorizar livros que têm mais a ver com o momento. Essas medidas acabaram funcionando para a gente e aumentaram muito as nossas vendas no site. Não chegou ao ponto de igualar a receita anterior com as livrarias, mas foi suficiente para a gente atravessar esses três meses sem ter que demitir ninguém", conta.

Assim, um dos títulos em pré-venda acabou se tornando um dos mais vendidos - "Pandemia e Agronegócio", do norte-americano Rob Wallace. "Ele relaciona muito o nosso modo de vida capitalista, e sobretudo de produção de proteína animal, com o surgimento de doenças infecciosas", detalha o editor. "Ensinando o Pensamento Crítico", da norte-americana Bell Hooks, também ajudou a puxar as vendas. "A gente lançou pouco depois dessa proliferação de manifestações contra o racismo nos Estados Unidos e no mundo".

Agora, com o as livrarias voltando a abrir, Tadeu diz que pretende seguir com os lançamentos, apesar do cenário com muitas incertezas. "Não temos a perspectiva de parar não", enfatiza. [...]

Fonte: UOL, 06 de julho de 2020.



**[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)**