

**Organizadoras**

Ana Elisa Ribeiro

Carla Viana Coscarelli

**Conversas  
com editores**

Belo Horizonte

FALE/UFMG

2007

**Diretor da Faculdade de Letras**

Jacyntho José Lins Brandão

**Vice-Diretor**

Wander Emediato de Souza

**Comissão editorial**

Eliana Lourenço de Lima Reis

Elisa Amorim Vieira

Lucia Castello Branco

Maria Cândida Trindade Costa de Seabra

Sônia Queiroz

**Capa e projeto gráfico**

Glória Campos

Mangá – Ilustração e Design Gráfico

**Preparação**

Ana Elisa Ribeiro

**Formatação**

Michel Gannam

Angélica Campos

Anderson Freitas

**Revisão de provas**

Alunos da oficina de Edição da FALE/UFMG

Alunos de pós-graduação *latu sensu* do IEC Puc-Minas

**Endereço para correspondência**

FALE/UFMG – Setor de Publicações

Av. Antônio Carlos, 6627 – sala 3025

31270-901 – Belo Horizonte/MG

Telefax: (31) 3499-6007

*e-mail*: vivavozufmg@yahoo.com.br

## **Sumário**

### **Apresentação . 5**

Ana Elisa Ribeiro

Carla Viana Coscarelli

### **Mitos e falácias sobre a leitura no Brasil . 7**

Entrevista com Aníbal Bragança

### **Produção de livros e tino comercial . 14**

Entrevista com Raquel T. Yehezkel

### **A Autêntica Editora e a produção de livros . 21**

Entrevista com Rejane Dias dos Santos

### **O bom revisor de textos . 27**

Entrevista com Plínio Martins Filho

### **Editores e escritores . 30**

Bate-papo com vários editores

## Apresentação

Ana Elisa Ribeiro  
Carla Viana Coscarelli

O que é uma entrevista? Um método de coleta de dados? Um modo de fazer programas de tevê? Um bom bate-papo? E como publicar entrevistas? Em forma de diálogo teatral? Ou como nas “revistas de mulher pelada”? Qual é sua referência de texto impresso de entrevista? As páginas amarelas das revistas semanais, tais como a Veja? As famosas entrevistas da Playboy, que, segundo os marmanjos, são o verdadeiro chamariz para a compra? O que é uma entrevista “pingue-pongue”? O que a faz diferir do diálogo? Ou do chat? Como dar uma solução gráfica aos diferentes turnos de entrevistador(es) e entrevistado(s)? Em que circunstâncias as pessoas podem ser entrevistadas? Que materiais e instrumentos podem ser empregados na entrevista? Que diferenças há entre a atuação do jornalista e a do cientista social? O que é “gancho”? Como fazer um entrevistado “travado” se soltar? Como agir de forma discreta e adequada em uma entrevista? Quais são suas referências de entrevistas de televisão? O Jô Soares? A Leila (que todos já chamam de “Leila Entrevista”)? A Roberta Zampetti (Brasil das Gerais)? O Michel Melamed? O Antônio Abujamra e suas Provocações olho-no-olho? O Faustão, que não deixa ninguém falar? Ou a Adriane Galisteu, com caras e bocas? Ou a Leda Nagle e seus colares chamativos? Quais são suas referências de formatos de programas de entrevistas? O Sem Censura ou o Provocações? O Estrelas ou o quadro do Chapéu, do Raul Gil? O Roda Viva ou o Rede Mídia? Ou ainda aquele programa da tevê educativa em que o entrevistador nem aparece, já que o foco, bem próximo, é no entrevistado?

Como se pode notar, a entrevista é um gênero que, impresso ou não, circula amplamente em nossa sociedade. Parece particularmente interessante saber sobre os “personagens” da vida real. Entrevistas vendem revistas,

jornais, programas de tevê, de rádio e livros. Há obras impressas inteiras só com entrevistas. Nelas, o texto é mais do entrevistado do que do entrevistador, embora alguns deles se exponham o tempo todo.

Neste Viva Voz, propusemos à turma de Oficina de Textos: Edição, da Faculdade de Letras da UFMG, no primeiro semestre de 2007, o desafio de entrevistar personalidades do mundo da edição, especialmente a de livros. A equipe que se formou correu atrás dos entrevistados, fez contatos, marcou encontros, gravou, transcreveu, editou e revisou. O resultado está aqui.

Os temas abordados foram a leitura e a produção de livros no Brasil, assim como os processos reais de edição, principalmente em editoras de Belo Horizonte. Se elas existem? Sim, existem. E têm estilos diferenciados de trabalhar. É importante frisar que um trabalho de historiografia das editoras mineiras ainda está por ser feito. Estas entrevistas podem servir de incentivo, quem sabe?

Alguns estudantes de Letras optaram por dar soluções gráficas ao texto que o tornassem o pingue-pongue original, a conversa, o bate-papo, com a voz do entrevistado em volume mais alto do que a do entrevistador. De qualquer forma, a este cabe tecer boas perguntas, puxar o fio da conversa. Já outros alunos optaram por redigir textos em que a entrevista serviu como base, o entrevistado tornou-se fonte. De qualquer forma, estão aqui nossas conversas sobre livros. Boa leitura.

## **Mitos e falácias sobre a leitura no Brasil – Entrevista com Aníbal Bragança**

*Professor da Universidade Federal Fluminense e coordenador do Núcleo de Produção Editorial da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), Aníbal Bragança é um dos mais eminentes estudiosos da história editorial brasileira. O cruzamento entre História e Comunicação resulta em uma fértil trilha de pesquisas em que o livro está sempre em foco. Historiador pela UFF e doutor em Comunicação pela USP, Aníbal Bragança conseguiu unir o útil ao agradável e é um dos poucos pesquisadores do livro disponíveis para um bate-papo. Em 2004, ele coordenou o I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, que em 2008 terá uma segunda edição. E para que não se diga que isso é uma iniciativa isolada, o prof. Bragança é coordenador do Núcleo de Pesquisa do Livro e da História Editorial no Brasil (LIHED). A conversa com ele foi pela Internet, mas o assunto não foi nada virtual. A idéia era discutir mitos e máximas esquisitas sobre a leitura e o leitor. Aníbal Bragança foi enfático e objetivo nas respostas.*

■

### **Viva Voz: É verdade que o brasileiro não lê?**

**Aníbal Bragança:** Afirmações genéricas sempre levam ao erro. Não são todos os brasileiros que não lêem, mas também não são todos os franceses que lêem. A diferença é que percentualmente muito mais franceses gostam de ler do que brasileiros. E por quê? A primeira razão é que a maioria dos brasileiros não sabe ler. Cerca de 75% não estão plenamente alfabetizados e têm dificuldade de compreender textos, especialmente os que têm alguma complexidade. E assim a leitura não é prazerosa, o que leva ao desinteresse. Mas o tema é muito complexo e tem a ver com outras variáveis: tardia implantação das práticas de cultura letrada no país,

grande riqueza cultural nas práticas da oralidade, ignominiosa desigualdade social, baixíssima valorização do trabalho, o que leva as pessoas a trabalharem demais para sobreviver, impedindo que haja tempo para um lazer variado e rico, etc.

### **VV: Há pesquisas sérias sobre a relação do brasileiro com a leitura?**

**AB:** Há sim, feitas sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro, feitas por organismos internacionais sobre a compreensão da leitura entre jovens estudantes, etc. Mas não um acompanhamento sistemático sobre as práticas sociais de leitura no Brasil, o que certamente nos permitiria um maior conhecimento sobre esse campo.

### **VV: Pode-se, de fato, considerar que ainda vivemos na era do analfabetismo funcional e que isso é muito diferente da situação do resto do mundo?**

**AB:** O Brasil é um país extremamente diverso em sua riqueza cultural e em sua realidade social. Podemos falar de uma elite que está na mesma situação das elites culturais de qualquer país do mundo, participando dos mesmos fóruns, congressos, etc., mas a maioria da população está muito distante das práticas de leitura mais complexas. Mas não creio que se possa chamar de uma "era". É uma decorrência das políticas públicas que privilegiam os interesses do grande capital internacional – especialmente desde o golpe militar de 1964 e que continuam muito firmes nos governos recentes – e deixam de atender aos interesses reais da sociedade brasileira como um todo. Então faltam recursos para o nosso desenvolvimento, gerando desemprego, subemprego, baixos salários entre a maioria que está empregada, e sem o investimento público necessário para oferecer educação de qualidade a todos, o que resulta que haja muitos indicadores em que o Brasil está muito abaixo de outros países, inclusive da América Latina, como, por exemplo, dos alunos que ingressam na escola e conseguem terminar o curso superior.

Provavelmente estaremos quase junto do Haiti nessa estatística comparativa. Mas há iniciativas para ampliar as práticas sociais de leitura, com grande mérito. Uma delas é capitaneada pelo Proler, da Fundação Biblioteca Nacional, e envolve muitos militantes em favor da leitura no país todo.

**VV: O que há de errado com *best-sellers* e auto-ajuda?**

**AB:** Penso que nessa área está tudo certo. Os *best-sellers* são a suprema aspiração de qualquer autor e de qualquer editor. Os livros de auto-ajuda continuam vendendo bem, dando lucros e prestígio aos seus autores e editores e, certamente, alguns resultados positivos a seus leitores. Acho que a questão deve ser vista de outro modo. Por exemplo: por que os livros de religião e auto-ajuda aumentaram suas vendas, enquanto livros ensaísticos e de literatura vendem menos? A resposta estará na análise da cultura de nosso tempo, em que há uma grave crise de referências, um extremado individualismo e narcisismo, em que não há tempo para ouvir e compartilhar dores e dificuldades do outro, muitas vezes até um membro da família, etc., o que leva as pessoas a buscarem no livro silencioso um caminho para encontrar palavras que as ajudem a encontrar solução para seus problemas. Creio que alguns assim o conseguem, se não os livros da área não venderiam tanto. Outra pergunta pertinente seria: por que as tiragens têm caído tanto na média e há uns pouquíssimos livros que têm enormes tiragens? De certa forma, isso é compreensível porque ocorre também em outras áreas da cultura e da arte, nas quais se fazem grandes produções, envolvendo milhões de dólares, e a grande maioria continua na planície, com audiências e receptores muito modestos. Tem a ver com a chamada "cultura do espetáculo".

**VV: O que são as leituras "ideais"?**

**AB:** Creio que uma resposta possível seja: as que são prazerosas para o leitor e as que o enriquecem. Para o autor

são aquelas que mostram que as sementes lançadas germinaram no espírito do leitor.

**VV: Que relação existe ou deveria existir entre a escola e a formação de leitores?**

**AB:** A escola deve ampliar o repertório cultural do aluno e, não, formatá-lo. Assim, uma das experiências que a escola deverá propiciar aos alunos é a do prazer da leitura, que só se consegue aprendendo a ler, e isto, só praticando a leitura. Para isso é necessário que o professor seja leitor. E a maioria dos professores se inclui entre os que não podem ler ou não são atraídos pelas práticas de leitura. O que torna um fracasso também nesta área a atuação da escola brasileira. Mas, felizmente, existem exceções que confirmam a regra.

**VV: Que relação existe ou deveria existir entre o ambiente doméstico e a formação de leitores?**

**AB:** Embora exista um sistema educacional para formar pessoas, a formação é ainda grandemente influenciada pelo exemplo dos pais, especialmente dos pais. Assim, se os pais têm uma boa relação com a leitura, se demonstram prazer em ler, se lêem prazerosa e carinhosamente para os filhos, certamente estão formando leitores. Embora não exista uma regra absoluta, crianças que nascem num ambiente onde a leitura faz parte do cotidiano terão muito mais chances de se tornar leitores e vice-versa.

**VV: Comente estas afirmações: "Livro no Brasil é caro, por isso as pessoas não lêem", "antigamente as pessoas liam mais do que hoje em dia", "antigamente o mercado de livros era muito mais seletivo e cuidadoso", "as novas tecnologias permitiram que qualquer um lance qualquer porcaria no mercado de livros".**

**AB:** Bem, por partes: "Livro no Brasil é caro, por isso as pessoas não lêem." É uma meia verdade, mas muito importante, especialmente para editores levarem em conta.

Isto porque não é apenas por causa da dificuldade econômica de comprar livros que as pessoas não lêem, como vimos antes, mas, desde o Garnier, muitos editores acham que são tão poucos leitores certos que estes comprarão o livro independentemente do seu preço e por isso cobram o máximo que podem, muitas vezes tendo como referência os preços internacionais, esquecendo que a mão-de-obra brasileira ganha muito menos. Isso quase sempre exclui uma grande parcela de compradores pela razão indicada na frase, pois o preço do livro pesa no bolso da maioria dos leitores potenciais. "Antigamente as pessoas liam mais do que hoje em dia" – isto está ocorrendo no mundo todo. Já é estatisticamente comprovado pelo número de jornais e de leitores de jornais. Mas a realidade é muito complexa, porque hoje também se lê de forma diferente, em suportes diferentes, como a tela do computador, só que conteúdos e formas em grande parte diferentes. Outra indicação será a queda na média das tiragens de livros, assim como ocorre com as dos jornais e das revistas impressos. Apesar de hoje se publicar muito mais que antes, publica-se muito para não ler, isto é, para ver, para mostrar, para consultar eventualmente, etc., o que é possível também porque os gráficos e os editores podem hoje fazer livros muito mais bonitos, ilustrados, com bom papel, etc. Mas isso não quer dizer que não existam leitores de livros. Felizmente ainda existem e continuarão a existir. Sobre as duas últimas frases: desde que houve o desenvolvimento da tipografia se publicaram obras boas e ruins, e os critérios mudam com o tempo e os interesses. Hoje acontece que a tecnologia gráfica possibilita mais facilmente as publicações de livros, inclusive em pequenas tiragens, o que leva a que mesmo obras com pouquíssima relevância ou interesse possam ser publicadas, mesmo que seja para distribuição entre amigos.

## **VV: Uma política de "livros de bolso" poderia, de fato, fazer com que as pessoas comprassem livros?**

**AB:** A questão do formato é apenas um aspecto da chamada, por Robert Escarpit, "revolução do livro". Livro de bolso deve ter tiragens muito mais amplas e ser distribuído por canais populares, com preços muito baixos em relação ao livro "de livraria". No Brasil, as edições "populares" que tiveram mais êxito nas últimas décadas foram com formatos comuns ou mesmo grandes, até com apresentação aparentemente sofisticada. Refiro-me às edições da Abril, em especial, vendidas em bancas de jornais, algumas em fascículos, formando coleções. Essas edições incorporaram novos compradores aos habituais, até porque chegaram e chegam às cidades e vilas onde não existem livrarias. E no Brasil, só existem livrarias num número muito restrito de cidades, o que prejudica enormemente a venda dos livros. E essa é muito mais uma questão para os editores inteligentes e inovadores enfrentarem, como o fez Monteiro Lobato, no início do século XX, praticamente sem deixar seguidores.

## **VV: Em 2008, o Brasil comemora os 200 anos da chegada da primeira prensa por estas bandas. Que ações (comemorativas e estimuladoras) poderiam ocorrer em todo o país?**

**AB:** A tipografia chegou muito tardiamente ao Brasil. Mas a vinda da Família Real ao Brasil, em 1808, teve repercussões muitíssimo importantes para a vida brasileira e isso será muito comemorado. Não sei se chegará aos espaços populares, mas para as elites econômicas e culturais haverá muita comemoração. Tanto o Brasil quanto Portugal estão empenhados em uma grande programação para marcar os 200 anos do que viria a fazer o Brasil independente.

Na nossa área dos estudos sobre a repercussão da instalação definitiva de uma editora no Brasil, a Imprensa Régia do Rio de Janeiro, estamos organizando o II Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial e iremos lançar alguns livros

que poderão mostrar o desenvolvimento dos estudos sobre o livro, a leitura, a vida literária, a história editorial, etc.

**VV: Fale sobre o Seminário de história editorial.**

**AB:** O primeiro Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial ocorreu em 2004, na Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro, numa realização da própria Casa com a Universidade Federal Fluminense, e o apoio da Capes, do caderno Prosa&Verso de *O Globo*, da Edusp, da EDUERJ e outros. Foi um evento marcante na área porque reuniu mais de 150 pesquisadores brasileiros e convidados estrangeiros que não só mostraram o seu desenvolvimento como abriram novas perspectivas que certamente irão ficar evidentes no II Seminário, que se realizará em 2008 e que, em breve, será divulgado. Por enquanto, sugerimos aos interessados que acompanhem o blog Ler, escrever e contar – <http://ler-e-escrever.blogspot.com>, onde informaremos as novidades.

**Revisão:** alunos da Oficina de Edição UFMG, alunos da especialização em Revisão de Textos do IEC PUC Minas.

**Revisão final:** Ana Elisa Ribeiro.

**Produção de livros e tino comercial –  
Entrevista com Raquel Teles Yehezkel**

*Raquel Teles Yehezkel é editora do Grupo Leitura, um dos maiores do país em vendas. Formou-se em administração de empresas pela Joseph College, na Universidade de Tel Aviv, e atualmente cursa a graduação na Faculdade de Letras da UFMG.*

*Nesta entrevista, Raquel expõe um pouco da história de sua editora, dos desafios da profissão do editor e da situação atual do mercado editorial. Em um bate-papo com muito humor, ela conta como começou nesta atividade e confirma a importância da paixão pelos livros como fator fundamental no seu ingresso na profissão.*

**Viva Voz: Como e quando você começou a trabalhar na área de edição?**

**Raquel:** Minha entrada na área foi mais ou menos por acaso. Minha família é dona do grupo Leitura e, este ano, estamos fazendo 40 anos, então não é bem assim por acaso. Eu já cresci neste ambiente. Tenho o hábito de ler desde novinha, sempre gostei de ler. Quando era mais nova, a Livraria Leitura era Editora e Livraria Lê, que depois se desmembrou. Então, desde novinha trabalhei com isso, vendo a confecção de livros. Minha irmã era formada em Belas Artes, aqui na UFMG, e ilustrava os livros. A outra era formada em português e fazia a revisão. Havia uma equipe grande, mas eu já convivia com essa data-limite para soltar um livro. Porém, a Editora Lê, naquela época, era editora dos livros didáticos e hoje é diferente da Editora Leitura. Depois, casei e fui para Israel. Nessa época, meu marido trabalhava com jóias e pretendia mudar de ramo. Era o período do governo Collor, que abriu o Brasil para as importações. Naquela época, tínhamos um amigo em Israel que era dono de uma editora pequena e editava livros de auto-ajuda e de alguns autores conhecidos. Nós acompanhávamos o seu processo de

editoração, porque ele fazia quase tudo sozinho. Israel já era um país bem mais desenvolvido em máquinas de impressão. Nosso amigo imprimia os livros e mandava publicá-los fora, e aí pediu para que eu os vendesse na livraria de minha família, aqui no Brasil. Seus livros foram os primeiros que trouxemos para o país, em 1994. Fizemos a tradução do hebraico para o português e trouxemos de Israel os primeiros livros de autoconhecimento. Para aumentar nosso público, meu marido, que é editor-chefe, visitou a feira de livros de Frankfurt, a maior do mundo, e viu livros infantis importados. A idéia era trazer o livro infantil cartonado, porque no Brasil não havia e continua não havendo fabricação desse tipo de obra. Então, fomos à feira de Frankfurt, escolhemos uma grande editora da Europa (que na época era a Pestalose, nosso primeiro fornecedor). Fizemos um contato inicial e, no primeiro contrato, tivemos a oportunidade de crescer juntas, porque começamos a fazer as importações junto às grandes editoras do Brasil. Os primeiros livros foram traduzidos em Israel e vinham para cá para ser impressos. Eu morava lá, meu marido vinha para o Brasil cuidar de impressão, divulgação e venda dos livros. Começamos a importar os livros e fiquei responsável pelas suas adaptações. Este é um trabalho que não se faz ao pé da letra, já que é preciso considerar a cultura do país. Então, começamos a exercer o papel de co-editores. A partir daí, compramos os direitos autorais de livros infantis da Itália, da França, da Inglaterra e freqüentávamos as feiras de Frankfurt e Bolonha. Havia livro, por exemplo, que às vezes vinha somente com as imagens e fazíamos o texto. Eu mesma fazia as adaptações. O trabalho foi crescendo muito nestas áreas infantil e de autoconhecimento. Eu estava mais concentrada na parte editorial e, meu marido, na comercial e também na editorial.

**VV: Você exerce outra profissão além de editora?**

**R:** Não, eu trabalho só com a editora.

**VV: Que tipo de editora você é?**

**R:** Sou mais executiva, porque não temos um conselho editorial dentro da editora, mas funcionamos como um conselho. Como o Nissim (editor-chefe) é ligado à parte comercial, é ele quem escolhe primeiro e vê se o projeto é viável comercialmente ou não. Se for, ele o encaminha para que eu dê opinião. Primeiro, ele olha e divide o que é da nossa linha: infantil e autoconhecimento. Interessa-nos a venda de impulso, que são generalidades (é o que a gente acha que o consumidor vai comprar, apesar de não ter ido procurar), pois nossa editora está muito voltada para venda de impulso. Eu trabalho na parte executiva. O livro chega à minha mão, dou uma olhada geral, vejo se o texto está bom ou se vai precisar de outras opiniões e se eu acho que precisa mais do que a minha opinião... porque um autor que já é conhecido não precisa de outra opinião. Outros textos não, eu chamo pessoas externas, às vezes colegas daqui, e aos revisores peço para ler e opinar. Chegamos a um consenso do que deve ser feito e eu acompanho toda a execução do livro. A partir do momento que decidimos: "vamos fazer esse livro", eu faço pelo menos uma leitura, que pode ser antes ou no final do processo. Prefiro fazer a leitura no final e passo a coordenar a edição. Mando para a primeira revisão e a revisora me manda de novo, porque a revisão não é fechada. Ela lê e fala: "isso aqui tem que mexer", outras vezes ela fala: "o que você acha que tinha que mexer?". Eu falo: "olha, eu acho que você deve melhorar o texto nesse e nesse ponto, eu acho que precisa amarrar melhor esse assunto". Então, muitas vezes, eu volto para o autor antes mesmo da revisão. Em cima da revisão, são feitas as sugestões e, dependendo do autor, ele fala: "aquilo que for correção, pode mudar à vontade". Há outros que trabalham na área de texto literário, aí não pode mexer, deve ser devolvido com as sugestões das revisões. Os textos da área de saúde, *Os sete pilares da qualidade de vida*, por exemplo, fazemos a revisão, corrigimos alguma parte que não esteja clara, mandamos de

novo para o autor, depois para a revisão e eu faço esse papel de coordenação. Planejamos quanto tempo esse processo vai demorar. Normalmente fazemos quatro lançamentos por ano, então temos três meses para trabalhar em cada livro. Sabemos, com antecedência, quais serão os próximos lançamentos. Seguimos um cronograma que é muito rígido por causa dos lançamentos.

### **VV: Você já teve problemas com algum autor?**

**R:** Tive vários, mas não chegaram a ser problemas, pois a gente os orienta. Muitas vezes devolvemos os livros. Às vezes as pessoas ligam e querem saber o porquê e pedem uma orientação. Eu explico qual é a linha da editora, que o livro não se encaixa na linha. Hoje em dia não se pode lançar um livro de uma pessoa totalmente desconhecida, mesmo quando o texto é bom, não temos como arriscar, o projeto passa a não ser viável economicamente para a editora. As pessoas não vão comprar um livro de alguém que nunca lançou nada, a não ser na área de saúde, por exemplo, *Os Sete pilares da qualidade de vida*, que é um tipo de livro específico para a área. Alguém que nunca escreveu, mas é um professor que já publicou várias teses, tem uma bagagem e um relacionamento com a escrita, então decidimos que aquele empreendimento é viável. Normalmente, nesse ponto não há atrito com o autor, é mais uma questão de explicar qual é o nicho da empresa, onde ele deve se encaixar, ou se ele é novo, como deve fazer, por exemplo, criar blogs para ter seus próprios leitores, procurar escrever em jornais ou ser colaborador, ou publicar dentro da universidade, para quando ele for lançar um livro, já ter uma rede. Porque senão a editora quebra. É muito difícil não ter problema com autor, algumas vezes o relacionamento é conflitante, apesar disso, temos relacionamentos bons e duradouros. O Ribeiro, por exemplo, está conosco há sete anos. A maioria dos relacionamentos são pautados na confiança, porque se o autor pedir para eu prestar contas a cada vez que reimprimir

um livro, será uma situação difícil, então é necessária uma relação de confiança entre autor e editor (deve ser tudo estabelecido em contrato, qual é o nível de prestação de contas que eu devo a ele). Temos um ou dois casos de conflito em que o autor fala: "cadê os livros?" e aí temos que prestar contas ao estoque, tudo isso acontece.

### **VV: O que faz um editor?**

**R:** Há vários aspectos sobre a atividade de um editor, o primeiro seria selecionar os livros para publicar. É o que chamamos de *feeling*, a capacidade de saber o que vai ou não vender. Acho que não é fácil perceber o mercado, tanto que erramos algumas vezes, mas vamos aprendendo a conhecer o nosso espaço. O mercado é muito amplo e é interessante aprender o que é bom e o que tem tido sucesso. No entanto, o que é sucesso nem sempre é aquilo que você tem vontade de publicar, porque não dá retorno financeiro. É importante saber qual é o meu público, trabalhar criando objetivos para ele. Queremos trabalhar com literatura, mas somos uma editora pequena, não podemos errar. Muitas vezes vamos trabalhar com o que mais vendemos: infantil, autoconhecimento, e tentar crescer em literatura devagarzinho, que é o nosso objetivo final, pois o objetivo do editor é trabalhar sempre com o que ele gosta. Trabalhar com literatura é o que nós preferimos, mas nem sempre é viável. Assim, o papel do editor é muito amplo, pode ser desde a seleção até o desenvolvimento de projetos, discussão, sugestão, execução, acompanhamento e mediação na relação autor e editor-chefe.

### **VV: Como alguém pode se tornar editor? Quais são os requisitos necessários?**

**R:** O editor tem que ser uma pessoa de cabeça aberta para enxergar novas vertentes, não pode ficar fechado em só um tipo de leitura. Também tem que ter *feeling*, que não está ligado só à capacidade comercial; não é só descobrir o bom

autor, ele tem que ser viável para a editora. Nem sempre você escolhe o que acha bom, mas o que o público quer. A editora tem que se sustentar, nós somos uma editora comercial, não fazemos co-edição com o autor.

**VV: Existem cursos superiores específicos para editoração? Como é a área de pesquisa em editoração?**

**R:** Não. Já vi curso técnico, oficina para editores de textos. A área é bem deficitária, principalmente na parte empresarial. Ano passado teve um curso de formação em Ouro Preto, que foi mais uma troca de experiências. A editoração no campo jornalístico está mais avançada, não aqui na Letras.

**VV: Qual é a demanda no mercado por profissionais de editoração?**

**R:** Aqui temos duas partes: uma ligada à literatura e à lingüística e outra ligada aos contatos comerciais. A editora precisa das duas partes, por isso eu trabalho com dois consultores: um da área de lingüística e outro, de literatura e ele consegue trazer projetos dessas áreas, pois é crítico literário, conhece muitos escritores e tem uma rede de contatos com jornalistas. Em Minas Gerais, esse é um campo restrito. Porém, há muitas editoras menores fazendo publicações empresariais e institucionais. Elas demandam e produzem jornais e revistas, pois há muitas empresas que precisam. Então, se você pensar em termos de literatura e de livros didáticos, a demanda pode ser pequena, mas há um leque aberto em outros tipos de jornalismo, publicações empresariais e institucionais.

**VV: O mercado editorial mudou muito nos últimos anos? Vocês precisaram se adequar ao mercado?**

**R:** Toda editora que quer sobreviver comercialmente tem que se preocupar com o mercado. A não ser que ela tenha uma grande instituição financiando, senão não sobrevive. A maioria das editoras quebram porque elas arriscam, porque o

que manda no final são os números de livros vendidos. Se não consegue vender, você acaba inviabilizando a sua empresa. Para você realizar a tiragem, depende do seu público. As grandes editoras estão dominando o mercado editorial, está havendo uma grande concentração. Hoje a Leitura ocupa a sexta ou sétima posição no Brasil. As grandes editoras têm comprado as pequenas, e muitas abriram capital para a bolsa e bancos. Quase todas elas têm uma instituição financeira que banca. Fora isso, há uma grande entrada de editoras estrangeiras que chegam com poder de compra grande, tomando o espaço de editoras menores.

**Entrevista:** Camila Madureira e Riverson Silva.

**Edição:** Gerlane Roberto de Oliveira.

**Revisão final:** Ana Lúcia Souza.

Jane da Silva Coelho.

Kátia Norberto Pereira.

Márcia Rita Moreira de Souza.

## **A Autêntica Editora e a produção de livros – Entrevista com Rejane Dias dos Santos**

*A Autêntica completa dez anos em 2007, com mais de 400 títulos publicados. A editora atua na prestação de serviços para empresas públicas e privadas, oferecendo criação, edição de texto, editoração eletrônica, produção editorial e impressão de obras. Sediada em Belo Horizonte, a Autêntica Editora possui uma filial em São Paulo, o que facilita a circulação de seus produtos e serviços. O principal objetivo da editora é alcançar o público universitário, auxiliando na formação de professores e alunos. Os livros produzidos, de autores nacionais e internacionais, circulam em instituições de ensino superior e em escolas de ensino fundamental e médio (educação básica).*

*Com a criação do selo Gutenberg, a editora diversificou a produção, incluindo livros sobre Gastronomia e Turismo. A história da empresa se confunde com a de sua fundadora, a mineira Rejane Dias dos Santos. Em entrevista para o Viva Voz, Rejane fala um pouco sobre a editora, o processo de edição, mercado editorial em Minas Gerais e no Brasil, além da polêmica questão da Internet como suporte para divulgação de livros.*



### **História**

Rejane Dias dos Santos é formada em Jornalismo, mas também cursou a faculdade de Letras. Não chegou a completar o último semestre da graduação porque se mudou para Brasília, com o objetivo de dedicar-se ao mestrado em Literatura Brasileira. Foi no Distrito Federal que ela começou sua experiência de publicação em jornais de empresas e entidades.

De volta a Belo Horizonte, Rejane já conhecia todo o processo de produção de um jornal: diagramação (existia a

montagem, nada era feito utilizando *software*) e paginação. Logo, a dissertação foi ficando de lado e ela abriu uma agência de comunicação, uma empresa de produção gráfica de periódicos (jornais e revistas): “Naquela época (1997), se pensava que a Internet iria acabar com tudo quanto é comércio, então, eu achei que deveria entrar em outro negócio. Eu também estava um pouco cansada de prestar serviço e resolvi abrir a editora em 1997”.

O primeiro livro foi publicado em setembro de 1997. Desde essa época, Rejane mantém dois negócios paralelos: a editora, que investe na produção e na comercialização de livros, e a agência de comunicação, que funciona basicamente para produzir cartilhas, manuais e revistas.

Sobre o seu envolvimento com o mercado editorial, a fundadora da Autêntica Editora enfatiza: “Eu tenho a impressão de que a minha entrada no mercado editorial se deve muito mais à passagem pelo curso de Letras, pela relação que criei naquela época com o livro, do que pela Comunicação. Por outro lado, esta área me deu um pouco mais de mobilidade. Então, passei a ter experiência de produção gráfica, em função da minha atividade de profissional de Comunicação. Quando comecei a publicar livros, eu tinha uma estrutura completa que já produzia revistas e jornais. O que eu precisava era conhecer melhor a especificidade daquele negócio do livro”.

### **A Internet e o livro**

Atualmente, a Internet pode ser um grande meio de divulgação do livro. “A Internet virou um belo parceiro”, afirma Rejane. Ela acredita que, no futuro, os livros continuarão a ser publicados do jeito que são. O que possivelmente muda é a modalidade da circulação, ou seja, o livro poderá deixar de ser impresso da forma como é hoje e tornar-se digital.

Rejane também enfatiza que as editoras continuarão a existir, independentemente do suporte do livro: “A editora é

uma mediadora entre o autor e o consumidor. Ela existe para garantir que os produtos sejam bem-produzidos, tenham foco e circulem, seja em versão impressa ou em versão digital". Ela acrescenta: "Acho que o produto impresso nunca vai deixar de existir. É a mesma coisa que dizer que o audiovisual vai acabar com o cinema. O que o Brasil tem hoje são menos salas de cinema, mas existem produtos feitos para cinema e para DVD. Certamente, vai haver daqui a pouco também para Internet. Então, você vai ter livros feitos para o leitor que compra o produto impresso e para aquele que quer a versão digital".

### **O processo de edição**

A Autêntica Editora é composta pelas equipes de planejamento, produção, assessoria de imprensa, divulgação e vendas. A integração entre essas partes é imprescindível. Quando um original vem para a editora, é encaminhado para os coordenadores de coleções (o assunto é dividido por coleções). Por meio de um conselho editorial, cada coordenador define o que pode ser publicado por coleção. Após a aprovação do projeto, inicia-se o processo de produção, que, muitas vezes, demanda um editor para trabalhar na estrutura do texto e sugerir cortes. Feito isso, há uma revisão ortográfica e técnica. "Cada livro tem um tratamento diferente. Há livros cuja revisão é bastante simples e há livros em que a revisão é um pouco mais complicada", afirma Rejane.

Depois da revisão, são feitas a diagramação e a capa. Se o livro é de coleção, a capa é mais fácil de ser produzida (a editora já possui um projeto gráfico prévio); se não, ela pode ser terceirizada. "O que a gente tenta fazer é reduzir ao máximo o custo para esse livro, porque sabemos que qualquer acréscimo implica aumento do preço final de capa", enfatiza Rejane.

Após esse processo, normalmente feito em Minas Gerais, o autor expõe sua opinião final. Se ele aprovar, o livro

é encaminhado para a impressão. O livro é reimpresso em uma escala maior, caso atenda à discussão pública. A reimpressão acontece quando não há nenhuma modificação a ser feita, e a reedição, se são necessárias alterações. "A tiragem do livro é uma escolha que tem a ver com um pouco do nosso *feeling*, do que a gente acha que há de potencial nesse livro. Às vezes, ele tem potencial para venda institucional, venda para gestão pública, venda para governo, seja municipal, estadual ou federal".

### **A relação entre a editora e o autor**

Segundo Rejane, "há autores que são muito disponíveis para que as pessoas mexam no seu texto, mas há outros que não são tão disponíveis". Ela ainda acrescenta: "Há casos em que o livro chega tão limpinho que a gente diagrama para depois revisar. Então, é feita uma revisão com o livro já praticamente pronto". Sendo assim, se o autor tiver mais experiência em publicações, ele saberá entregar um texto pronto, facilitando o processo de edição, revisão e diagramação.

### **O mercado editorial no Brasil**

Rejane acredita que existe um mercado mineiro importantíssimo de produção de conhecimento, referência para o país inteiro em obras sobre educação, cursos literários e cultura negra: "Nós temos muitos bons autores sem repercussão nacional porque são muitas vezes publicados por editoras mineiras que têm dificuldades para transitar no eixo Rio-São Paulo." Ela também coloca o espaço de divulgação como o principal empecilho: "A nossa mídia [a mineira], que dá espaço para a divulgação dos nossos livros, é local, não tem alcance. Uma mídia de São Paulo ou do Rio, que dá espaço para os livros de editoras locais, tem repercussão nacional".

De acordo com Rejane, o mercado brasileiro é "muito frágil", pois existem poucos pontos de vendagem no Brasil. A

venda para o varejo está em quase 50% no estado de São Paulo. Em média nacional, 55% do consumo de livros está lá, enquanto Minas Gerais responde por menos de 4%.

“É difícil de falar sobre o mercado mineiro, tanto do ponto de vista de consumo como do ponto de vista de produção. O que eu acho é que nós temos hoje muito menos editoras do que nós já tivemos. Então, o mercado produtor está ficando monopolizado pelas grandes editoras, como as de São Paulo, que, por sua vez, estão sendo monopolizadas pelas editoras de fora”, enfatiza Rejane, citando o grupo espanhol Santillana, que hoje é detentor de várias editoras no Brasil.

### **O Salão do Livro**

Segundo Rejane, o livro no Brasil é considerado um produto “mítico”. É símbolo de *status* e conhecimento. E, por causa disso, o leitor comum, aquele que possui pouco hábito de leitura, tem vergonha de entrar em uma livraria. Sendo assim, a aquisição do livro é muito mais valorizada pelas pessoas do que a leitura em si: “Eu não imagino ninguém comprando um livro de cinco reais para dar de presente. As pessoas dão um presente lindo, não porque querem que a pessoa leia aquele texto, mas porque é um presente bacana, que custa trinta reais”.

Eventos como a Bienal de São Paulo e o Salão do Livro, em Belo Horizonte, são maneiras de divulgar o ato de leitura, além de ser um canal de interlocução entre as pessoas. Para Rejane, esses eventos competem um pouco com os livreiros, devido aos descontos, mas são um meio de defesa e venda dos produtos, além de propiciarem o contato entre as editoras, os leitores e os parceiros (compradores e vendedores).

### **A formação do editor**

Atualmente, não existe, no Brasil, um curso superior específico de edição. Existem cursos seqüenciais, de especialização para quem está na área. Para suprir essa carência, Rejane acredita que é essencial estar em contato com outros editores, acompanhando lançamentos e dividindo as experiências – o que funciona e o que não funciona no processo de edição.

Ela diz que a formação superior é importante para quem quer trabalhar na área de produção, divulgação e assessoria. Como exemplo, cita os funcionários de produção gráfica formados em Produção Editorial: “É uma diferença enorme. Eles têm muito mais desenvoltura, muito mais prática”.

Com relação à tradução de livros estrangeiros para o português, Rejane afirma que há uma carência no mercado por bons tradutores: “É muito difícil ter bons tradutores, principalmente porque eles não sabem português. Eles sabem traduzir, mas não sabem escrever em português. Isso é muito sério”. Para ela, um bom tradutor deve ser um leitor voraz, que escreve bastante e entende de literatura. Não basta estudar somente a língua estrangeira. Estudar a língua portuguesa é fundamental.

Finalizando, a fundadora da Autêntica Editora dá a dica para o sucesso: “Você só consegue ser bem-sucedido em qualquer negócio, com ou sem formação, se aquilo for feito com muita vontade, e se essa vontade for natural”.

**Entrevista:** Patrízya Caroline Baptista Martins.

**Edição:** Cristiane Paranaguá Alves Pereira.

**Revisão final:** Ana Paula Martins Pereira e Daniele Marzano Reis.

## **O bom revisor de textos – Entrevista com Plínio Martins Filho**

*Considerado um mestre na arte de fazer livros, Plínio Martins Filho é editor da Editora da Universidade de São Paulo (Edusp), da Ateliê Editorial, sua "aventura", e professor do curso de Editoração da Escola de Comunicação e Artes (ECA-USP). Um dos últimos representantes da figura do editor de livros cuidadoso e pouco interessado nos números, o professor defende o papel das pequenas editoras e fala do prazer de fazer livros para leitores que sabem degustar um bom texto e um bom projeto gráfico.*



**Viva Voz: Já que o senhor tem tanto envolvimento com o livro e nem tanto com a administração do dinheiro, que intervenção o senhor faz ou pede para fazer no texto. O que o senhor considera um bom profissional de texto?**

**Plínio Martins Filho:** Na realidade, como tive uma formação desde o texto, acho que ele deve ser lido por pessoas adequadas e o máximo de vezes possível. Sempre acho que qualquer texto tem que ter no mínimo três leituras e por três pessoas diferentes. Além disso, alguém que controle a qualidade disso, para sair uma boa revisão. Por exemplo, na Ateliê, eu tenho um revisor de texto que é uma espécie de controlador da qualidade dos textos. Passo todos os livros para ele ler. Não confio mais na minha revisão, mesmo com toda a experiência. Eu leio um livro, mas ponho sempre um revisor profissional. Não confio em quem não tem prática do texto. Aquele que faz por intuição, que faz muita crítica, que critica muito os outros, principalmente em tradução, pega a tradução e começa a falar mal, a melhor coisa é você começar a desconfiar. Por exemplo, estávamos fazendo um livro sobre economia da cultura, uma tradução francesa, de repente o

professor enviou para um especialista, um desses professores citados que fizeram estudos sobre casa editorial, que não entendem nada, mas se metem a fazer isso. De repente me encontrei com ele numa feira no Rio e ele começou a falar mal da tradução. Não considero isso. O tradutor tem mais de 30 anos de experiência, conheço muito bem o profissional, nunca vi uma tradução dele ser recusada. Retirei o livro. Não posso aceitar isso. Às vezes o designer gráfico quer se projetar sobre o design do livro, tem revisor que também quer fazer isso. Ele quer ser co-autor do livro. Não pode ser assim. O revisor tem que ser o profissional que vai melhorar o texto, que vai adequar, vai tornar correto. O bom profissional faz o texto ficar adequado ao leitor.

**VV: Quando o senhor fala que existe um profissional "adequado". Qual é a formação dele?**

**PMF:** Principalmente ter boa formação na área de língua portuguesa, conhecer bem a língua. Se for de tradução, conhecer bem as duas línguas. E muita prática. O revisor não é só leitor, é uma técnica. Você não lê um livro fazendo revisão como se lesse um livro para fruição. O revisor ter a leitura técnica, é o profissional que pode melhorar o texto. Pode interferir, pode consultar, conversar com o autor, pode dar a melhor forma para o texto, de acordo com o autor. É preciso ter muita segurança, ter conhecimento, ter muita humildade e fazer muita pesquisa. A maioria hoje não recorre nem ao dicionário. Às vezes acha uma palavra, pensa que está em desuso e tasca outra lá. Só que a anterior estava muito mais adequada. Ou fica mudando *isso por isto, através, por meio de*, esses você corta porque eles só pegam o supérfluo porque aprenderam algumas regrinhas. O bom revisor precisa ter muita experiência.

## **VV: É bom leitor.**

**PMF:** Tem que ser bom leitor, mas não da leitura de fruição. Ler letra por letra, palavra por palavra, frase por frase, parágrafo por parágrafo, capítulo por capítulo até o fim.

## **VV: O revisor que o senhor respeita aprendeu tudo isso onde?**

**PMF:** Na prática. Inclusive tem uma formação empírica. Um revisor que eu conheço era pobre, descobriu o primeiro erro da vida dele quando foi saber o próprio nome. É um cearense que estudou em colégio de padres. Aprendeu noções de grego, latim, etc. Não fez nem o colégio, aprendeu na prática. É um excelente tradutor, não é da área da literatura. Ele mesmo diz que não é tradutor de literatura, apenas traduz corretamente, então é melhor para livros acadêmicos, ensaios, aí sim, ele tem fidelidade e não inventa. O tradutor literário precisa de um pouco mais de criatividade, precisa dar soluções. Cada um tem um limite e deve saber disso.

**Entrevista:** Ana Elisa Ribeiro.

**Revisão final:** Fabiana Carvalho Pinto.

Juliana Rezende Gaudêncio.

Roberta Rezende.

## **Editores e escritores**

*Fórum das Letras de Ouro Preto, outubro de 2006. No saguão do evento, perto das estantes de livros, ao lado das pilastras arredondadas do Centro de Convenções da UFOP, uma roda de pessoas começa a se formar. Rejane Dias dos Santos, dona da editora Autêntica (BH), e Plínio Martins Filho, professor da USP, editor da Edusp e da Ateliê (SP), conversam sobre amenidades ligadas ao papel. Minutos depois, chegam a professora de encadernação Patrícia Giordano, o poeta Sebastião Nunes e a professora Zélia Versiani (UFMG). Era hora de ligar o gravador. Só podia sair um papo sobre livros. O oportunismo permitido num evento como esses ganhou asas. O começo da conversa faz lembrar o historiador Michel de Certeau, para quem livros são objetos muito diferentes dos textos que os autores escrevem. Para fazer coro com ele, Roger Chartier também dá a dica de que escritores não produzem livros, apenas (e isso não é pouco), escrevem textos, que serão tratados por profissionais de edição. Foi mais ou menos esse o tom da pergunta que deu início a este papo.*



## **Viva Voz: Quem faz livro é o autor ou é o editor (ou a editora)?**

**Plínio:** O autor escreve, quem faz o livro é o editor. Não é isso, Sebastião?

**Sebastião Nunes:** Não. O autor escreve o livro, às vezes, porque muitas vezes ele não escreve, manda outra pessoa escrever. O editor aprova ou não o livro.

**P:** E edita.

**SN:** Aí ele passa para um diagramador. O diagramador diagrama o livro, que é aprovado ou não pelo editor. Se não for, vai para o livro. Se for, vai para a gráfica. Então quem faz o livro é a gráfica.

**VV: Então quem faz o livro é a editora. Mas para você, não?**

**SN:** Não, para mim é a gráfica.

**P:** Mas a gráfica só faz se o editor mandar, se não ela não faz. Gráfica não faz se você não mandar.

**Rejane:** Quem faz o livro é o autor.

**P:** O que significa fazer um livro?

**VV: Era isso o que eu queria ver com vocês. Existem casos de autores ou livros que só são autores ou livros porque um editor pôs as mãos?**

**Rejane:** Tem livros que chegam muito prontos. Você submete a uma boa revisão, ao projeto gráfico. Agora, existem livros que vale a pena serem publicados que chegam muito primários, com problemas de estrutura. Isso não acontece muito com quem publica livro universitário porque, normalmente, quem escreve tem experiência de escrita, mas ensaios mais livres ou mesmo textos de não-ficção, que necessariamente não são para o público universitário, muitas vezes o editor refaz o livro. Já tive experiências de mexer muito, de quase refazer, mas é raro.

**Plínio:** Eu acho que não existe um sem o outro. O escritor depende do editor e o editor depende do escritor e se não houver essa parceria entre os dois, o livro não acontece. Especialmente hoje, um autor novo, se você não investir nele, vai ser um negócio complicado. E o autor hoje não pode esperar que a editora o faça se transformar no autor. Antigamente você tinha um pouco essa história. É tudo em função da editora, tudo a editora tinha que fazer. Então adoram falar mal da editora, mas hoje ela não faz mais nada. Se você quer fazer um autor antes de fazer um livro, tem que investir muito mais no *marketing* pessoal, transformar o autor, fazê-lo ficar famoso e virar personagem, para depois fazer o livro. Editora alternativa, editora pequena não tem verba para esse tipo de coisa.

**R:** Se o autor não circular hoje, se não for divulgador de seu próprio livro, se não for aos eventos, congressos e não tiver disponibilidade, a obra acontece pouco.

**P:** É bom alguém investir muito alto.

**VV: O que é uma boa equipe de edição? (A ponto de fazer um livro ficar melhor do que quando ele chegou na editora)**

**Sebastião Nunes:** No meu caso, uma boa equipe de edição sou eu. Eu faço tudo na editora, desde a faxina até a venda de livros. Recebo, reviso, brigo com os autores, corrijo.

**Rejane:** Mas o bolso dele é grande.

**Plínio:** Uma equipe boa precisa de muitos profissionais. Isso não quer dizer que não tenha um só que possa fazer tudo isso. De alguma forma, tem que existir uma certa coordenação desses profissionais, e essa é uma função. Tenho uma experiência numa editora universitária. Quando o sujeito entrega o livro, quantos profissionais passam para rever um livro: revisor, preparador, diagramador, revisor de provas, tudo isso. Alguém tem que controlar a qualidade, tem que fazer isso. Esse papel é importante para o editor e pode ser feito pelo próprio autor. Há excelentes autores. O Arnaldo Antunes publica os livros dele, faz tudo, entrega pronto, ele acompanha porque faz parte da concepção de alguns autores, o próprio livro já é concepção do artista. Já pensou tudo. Nesse sentido você tem as duas coisas.

**R:** É um autor multimídia.

**SN:** Tá tudo caminhando para isso.

**P:** Você pode concordar ou não, em geral o editor não concorda. É a profissão da gente.

**R:** Mas não estão abrindo mão da relação com a editora.

**SN:** Eu queria dar um conselho. Nas editoras, a gente recebe muito *e-mail*, pipoca *e-mail*, principalmente de autor se oferecendo. O cara me enviou mensagem dizendo: eu achei suas capas muito feias, então eu queria me oferecer para

fazer suas capas. Com esse intróito, eu nem me dei o trabalho de responder.

**Zélia Versiani:** O dono do *e-mail* não sabia que quem faz as capas é o Sebastião mesmo!

**R:** Ele deve pensar que você não tem dinheiro para contratar um bom capista. Deve pedir ao sobrinho. O fato é que uma boa equipe é na linha do que o Plínio falou. A tecnologia avançou demais, avança o tempo inteiro e parece que a cada dia a equipe fica mais produtiva, é capaz de produzir mais livros em menos tempo. E a equipe nunca está só dentro da editora. Eu uso, em alguns projetos, muito mais profissionais de fora.

**Entrevista:** Ana Elisa Ribeiro.

**Revisão final:** Fabiana Carvalho Pinto.

Juliana Rezende Gaudêncio.

**v**  
**v v**  
**v v**  
**viva voz**