



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

LIVRO “MEU CAMINHO”: DA IDEIA ÀS LIVRARIAS

Ana Lúcia Prôa Melo

Rio de Janeiro/RJ
2013

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

LIVRO “MEU CAMINHO”: DA IDEIA ÀS LIVRARIAS

Ana Lúcia Prôa Melo

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientador: Prof. Dr. Jonas Federman

Rio de Janeiro/RJ
2013

LIVRO “MEU CAMINHO”: DA IDEIA ÀS LIVRARIAS

Ana Lúcia Prôa Melo

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Produção Editorial.

Aprovado por

Prof. Dr. Jonas Federman – orientador

Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro

Prof. Ms. Paulo Roberto Pires de Oliveira Jr.

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/RJ
2013

M528 Melo, Ana Lúcia Prôa
..... Livro "Meu caminho": da ideia às livrarias / Ana Lúcia Prôa Melo. 2013.
..... 53 f.
..... Orientador: Profº Drº Jonas Federman
..... Monografia (graduação) — Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Habilitação Produção Editorial, 2013.
..... 1. Produção editorial. 2. Livros. 3. Livros — Comercialização. I. Federman, Jonas. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.
..... CDD: 686

Dedico este trabalho a todas as pessoas que amam os livros e, um dia, sonharam fazer deles a sua profissão.

AGRADECIMENTO

Fazer a segunda habilitação em Comunicação Social foi um desafio. Eu já não era mais uma jovem sem responsabilidades, e sim uma esposa, mãe e jornalista atarefada. Mas contei com o apoio de minha família e de amigos incríveis que fiz na ECO, os quais praticamente me “empurraram” rumo à formatura: Anna Carolina Aleixo, Fabiola Mattos, Raquel Maldonado e Thiago Brigada. Também contei com a preciosa ajuda de mestres que não apenas me ensinaram muito, como também foram compreensivos com a minha situação, em especial Amaury Fernandes, Bruno Cruz, Mário Feijó, Paulo César Castro e Paulo Roberto Pires. E, na reta final, encontrei meu orientador, Jonas Federman, que precisou ter muita paciência comigo. Entre todos os mestres, preciso destacar Mário Feijó – sem os seus incentivos, talvez eu não tivesse conseguido chegar até aqui – e Bruno Cruz, que me deu dicas preciosas para a produção do livro que é tema desta monografia. A todos vocês, o meu muito-obrigada!

MELO, Ana Lúcia Prôa. **Livro “Meu Caminho”: da ideia às livrarias.** Orientador: Jonas Federman. Rio de Janeiro, 2013. Monografia (Graduação em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 53 f.

RESUMO

Uma aluna de Produção Editorial tem uma amiga com esclerose lateral amiotrófica (ELA), doença incapacitante que leva à perda dos movimentos e à morte. Essa amiga, Adriana Bragança, apesar de sua condição, é bastante positiva perante a vida. Assim, a aluna decide incentivar Adriana a contar sua história em um livro. Todos os passos da produção do livro *Meu Caminho* – realizada paralelamente ao curso na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) – estão descritos: a concepção da ideia, a edição do texto, a concretização da parceria com uma pequena editora, o levantamento dos custos, o *design*, a revisão, a busca pela gráfica, o lançamento, a distribuição, a divulgação, os resultados da vendagem e o término do contrato com a autora. Na conclusão, uma análise dos erros e acertos do projeto “livro *Meu Caminho*”.

Palavras-chave: Produção editorial; livro “Meu Caminho”; lançamento.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. NASCE UMA IDEIA.....	11
2.1 Um futuro <i>best-seller</i> ?.....	11
2.2 O momento de editar.....	13
3. O SONHO COMEÇA A SE TORNAR REALIDADE.....	15
3.1 Hora de tomar uma decisão.....	16
3.2 Levantamento dos custos.....	17
3.3 O projeto gráfico.....	19
3.4 A busca pelo papel e pela gráfica.....	20
4. DO LANÇAMENTO AO DESAPONTAMENTO.....	21
4.1 A tarde de autógrafos.....	22
4.2 Expectativas quase frustradas.....	22
4.3 Divulgação insuficiente.....	24
4.4 O fim da parceria.....	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS.....	31
ANEXOS.....	33

1 – INTRODUÇÃO

Em 2008, comecei a fazer minha segunda habilitação em Comunicação Social, na área de Produção Editorial. Dezoito anos antes, já havia me formado em Jornalismo, profissão a qual sempre exercei no campo das revistas. Porém, queria ampliar meu trabalho para o ramo de livros e, por isso, busquei a Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), única instituição na cidade a oferecer esse curso.

Como consegui eliminar uma série de disciplinas teóricas, iniciei as aulas diretamente nas matérias próprias da formação em produção editorial. E foi nos bancos da ECO, então, que surgiu a inspiração para que eu produzisse o livro *Meu Caminho*, tema desta monografia. Em uma das aulas do professor Mário Feijó, na disciplina “Edição de livros”, aprendi as maneiras como se começa o processo editorial:

No Brasil, em geral, o processo editorial começa a partir da assinatura do contrato. Para Emmanuel Araújo, o trabalho tem início a partir da tradução, porque a maioria dos livros lançados no Brasil é traduzida. Para franceses e americanos, como grande parte dos textos é nacional, o processo editorial começa com uma ideia! Na maioria das vezes, quem tem a ideia é o autor. Mas, em alguns casos, é o editor quem tem a ideia.

Aquelas palavras me tocaram profundamente porque, fazia tempo, eu tinha uma ideia. Queria transformar em livro a história de uma amiga, Adriana Bragança, portadora de uma doença incapacitante – esclerose lateral amiotrófica (ELA) –, mas que possuía uma atitude extremamente positiva diante da vida. Em minha opinião, seu relato poderia servir de exemplo para outras pessoas e ajudá-las a também superar seus problemas.

Com o aprendizado em sala de aula, portanto, me coloquei no papel de editora e fiz o convite a Adriana: ela escreveria o livro e eu faria todo o trabalho de edição. No momento inicial, ainda não sabíamos como publicá-lo. Mas as aulas seguintes na ECO foram me mostrando os caminhos. À medida que ela ia escrevendo, fui aprendendo sobre cálculos e custos de matérias-primas, *marketing* do livro, *design*... Foi assim que me senti segura para, eu mesma, lançar o livro de Adriana – embora, para tanto, tenha sido preciso me associar a uma pequena editora.

Nas páginas seguintes, encontra-se toda a trajetória da produção do livro *Meu Caminho*. No capítulo 2, será apresentada a concepção da ideia, como ela foi colocada em prática e a edição do texto. No capítulo 3, a concretização da parceria para que o livro fosse lançado, o levantamento dos custos, a concepção gráfica, a revisão e a busca pela gráfica. No capítulo 4, os detalhes da distribuição e do lançamento, as tentativas de divulgação, os resultados da vendagem e o término do contrato com a autora. Nas considerações finais, uma análise dos erros e acertos do projeto “livro *Meu Caminho*”.

A seguir, então, está o relato de uma aluna que soube colocar em prática o que aprendeu nas aulas de Produção Editorial da ECO-UFRJ.

2 – NASCE UMA IDEIA

Quando conheci Adriana Bragança, ela já não falava. A musculatura de suas cordas vocais foi a primeira a ser afetada – a ELA é uma doença que vai, aos poucos, paralisando todos os músculos do corpo, até levar à morte em cerca de cinco anos. Adriana superava todas essas expectativas, já estando com a doença há sete. Para conversar, nós utilizávamos o computador. Foi assim que, graças à Internet, iniciamos diversos diálogos por *e-mail* ou *chat*.

A cada conversa, eu ia percebendo a força que estava por trás daquela mulher que via sua vida se esvair, mas, ainda assim, não perdia a positividade. Teclando, ela me contou como vivia antes da doença – sua profissão, seu casamento e o nascimento das filhas – e como era seu dia a dia naquele momento, cheio de limitações, já que ela também estava perdendo o movimento das pernas. Fui percebendo que, além de uma bela história, encontrava-se ali uma escritora de mão cheia, com um domínio muito bom da língua portuguesa.

Paralelamente a essa amizade que crescia, comecei a estudar Produção Editorial na ECO-UFRJ, em 2008. Eu já trabalhava como jornalista havia 18 anos e tinha prática na edição de conteúdos para publicação em revistas. E, dois anos antes de entrar para a ECO, comecei a também fazer alguns trabalhos para editoras de livros. Foi em busca de especialização nesse ramo que decidi cursar Produção Editorial. E, à medida que ia aprendendo sobre os processos editoriais, tive a ideia de transformar a experiência de Adriana em um livro.

Assim como acontece na vivência profissional de muitos editores, foi pela ideia que tudo começou.

No trabalho editorial de livros e revistas científicas, (...) o editor pode tanto ter suas próprias ideias quanto usar as ideias que surjam de outros editores ou de outros integrantes da equipe editorial. Se ele partir de uma ideia, irá procurar por um escritor para criar um livro ou artigo baseado naquela ideia. O lado bom desse método é que o editor acredita que a ideia tem chances de ser bem-sucedida comercialmente ou intelectualmente, ou ambos. (STRELECKY, 2007, p. 51, tradução nossa)

2.1 – Um futuro *best-seller*?

Sem dúvida, ao ter a ideia de fazer com que a história de Adriana virasse livro, eu via por trás dessa oportunidade grandes chances de sucesso e lucratividade – só que, no primeiro momento, eu pensava nesse sucesso apenas para a Adriana. Em uma análise superficial do

mercado, tomei como base dois títulos vitoriosos: *A Última Grande Lição*, de Mitch Albom (no qual o autor emocionou os leitores ao narrar as lições aprendidas com um professor que estava à beira da morte) e *O Universo numa Casca de Noz*, de Stephen Hawking (embora trate de física quântica, o autor também é portador de ELA). Ambos venderam mais de 10 milhões de exemplares no mundo. Portanto, ao apostar na minha ideia, acreditei que o livro de Adriana Braga poderia ser um novo *best-seller*, por reunir dois elementos existentes nessas obras: uma história de superação relacionada a uma doença grave e o fato de a autora também ser portadora de ELA – associar Adriana a Hawking poderia ser um mote na divulgação.

Outro fator que me estimulava era acreditar que o livro de Adriana se encaixava dentro da categoria ‘autoajuda’. Isso porque, nas trocas de *e-mails* que tinha com minha amiga, ela sempre me transmitia palavras de esperança, fé e força... Por incrível que pareça, na maioria das vezes, era ela quem me colocava para cima, e não o contrário. No meu ponto de vista, eu tinha ali, em minhas mãos, uma autora de autoajuda em potencial. E isso era um ótimo sinal. Afinal, de acordo com o historiador Laurence Hallewell (2005, p. 745), “dentre os livros mais vendidos de não-ficção de 1993 (segundo a *Folha de S. Paulo*, 2 de janeiro de 1994), oito eram de autoajuda”.

Além disso, eu me amparava em publicações lançadas à época, que reforçavam o grande momento vivido pelo mercado editorial da autoajuda, como pode ser visto nos seguintes trechos de uma reportagem da revista *Veja* (BOSCOV & ROGAR, 2009, p. 140-147):

(...) um setor do mercado editorial que cresce a saltos largos: o da autoajuda, e em particular de uma autoajuda que se pode descrever como espiritual. Não porque tenha necessariamente tonalidades religiosas (embora elas, às vezes, sejam nítidas), mas porque se dirige àquelas questões de alma que, desde que o tempo é tempo, atormentam os homens. Como a perda de uma pessoa querida, a rejeição ou o abandono, a dificuldade de conviver com os próprios defeitos e os alheios, o medo da velhice e da morte, conflitos com os pais e os filhos, a frustração com as aspirações que não se realizaram, a perplexidade diante do fim e a dúvida sobre o propósito da existência. Questões que, como séculos de filosofia já explicitaram, nem sempre têm solução clara – mas que são suportáveis quando se tem com quem dividir seu peso, e esmagadoras quando se está só.

O que hoje torna o gênero específico um fenômeno é o seu ímpeto multiplicado: nunca tantos escreveram com o intuito de orientar, e nunca tantos leram em busca precisamente de orientação.

Como observa Fábio Herz, da rede de livrarias Cultura, cada vez mais o interesse dos seus clientes migra dos meros manuais com que o gênero deslanchou para uma interpretação mais ampla do conceito de autoajuda (...). E, nesse território, feito o rescaldo do que os autores têm a dizer, vê-se que impera a simplicidade: amar, aceitar, ter paciência, cultivar a alegria, desprender-se das miudezas do cotidiano, trabalhar por um mundo melhor para si e para os outros são os conselhos que estão no fundo de cada um dos novos *best-sellers*.

Adriana Bragança tinha tudo isso: medo da morte, perplexidade diante do fim, frustrações com as aspirações que não se realizariam, amor, aceitação, paciência, alegria, desprendimento e fé a ser compartilhada. Ingredientes que poderiam fazer de seu livro o mais novo *best-seller* de autoajuda.

2.2 – O momento de editar

A ideia já existia. E o mercado parecia bastante acolhedor para absorver aquela ideia. Chegou o momento, portanto, de eu colocar a função ‘editora’ em ação: fui até Adriana e sugeri que ela escrevesse um livro sobre sua história. Ela aceitou imediatamente. Duas semanas depois, recebi um arquivo com cerca de 20 páginas, o qual ela disse se tratar de “seu livro”. O material realmente era muito bom. Sua leitura prendia o interesse. Respondi a Adriana com elogios, mas dizendo que ela tinha um longo caminho pela frente: precisaria aumentar aquele material – e muito. Exercendo, então, o tino editorial, orientei-a sobre as partes que ela deveria aumentar e o que mais precisaria contar. Isso porque, “(...) dentro dos padrões atuais da edição de livros, a participação do editor na elaboração de originais definitivos chega a ser crucial. Não seria exagero dizer que muitos autores são ‘produzidos’ por profissionais de texto” (MORISSAWA, 2004, p. 6).

Em agosto de 2008, recebi por *e-mail* o original de Adriana, chamado por ela de *Minha vida – Dom e Conquista*, com 191 laudas. Era chegada a hora de eu dar início à primeira etapa do processo de produção editorial: o preparo do texto (SCORTECCI & PERFETTI, 2006, p. 137). Foi uma tarefa árdua. Muitas idas e vindas, muitos cortes, muitas inclusões, muitos ajustes... Uma tremenda edição de texto! Como éramos amigas, foi preciso muito tato. Mas isso em nada se diferenciou do que ocorre no trato profissional cotidiano entre editor e autor: “O desenvolvimento da edição é a relação de trabalho mais próxima que

um editor pode ter com um autor. Exige tempo, visão, paciência e diplomacia – de ambos os lados, mas, sem dúvida, mais do editor” (NETREAD, 2013, tradução nossa).

É importante destacar, contudo, que o trabalho por mim efetuado não transformou o original de Adriana Bragança em um novo livro. Procurei respeitar o estilo da autora, fazendo, sobretudo, os ajustes necessários para deixar aquele produto coeso, coerente e correto do ponto de vista gramatical. Afinal, “ao receber um original, o editor deve, antes de mais nada, submeter todo o seu texto ao trabalho prévio de normalização literária, isto é, submetê-lo a uma revisão de tal ordem que empreste ao conjunto uma espécie de coerência integral” (ARAÚJO, 2000, p. 59). Além disso, “o trabalho sobre o original não pode alterar muito esse componente básico do autor a que se chama ‘estilo’” (ARAÚJO, 2000, p. 61).

Contudo, minha maior preocupação era ajudar a autora a produzir um livro que fosse muito bem aceito pelo leitor, tanto no que diz respeito à forma (emprego correto da gramática, da coerência e da coesão) quanto ao conteúdo (a mensagem do texto em si). Exerci, de acordo com Emmanuel Araújo (2000, p. 61), a função primordial de um editor: “(...) a principal tarefa do editor-de-texto em relação ao original consiste em veicular esse tipo de comunicação da maneira mais clara possível para o leitor.”

Assim, após cerca de seis meses de trabalho em cima dos originais de Adriana Bragança, o livro ganhou forma. Era o momento, então, de seguir para as outras etapas do processo de produção editorial. E o mais difícil até então: como publicar?

3 – O SONHO COMEÇA A SE TORNAR REALIDADE

É preciso que eu confesse algo: quando comecei a transformar o livro de Adriana Bragança em realidade, não sabia muito bem onde é que tudo ia dar. Havia duas motivações dentro de mim: ajudá-la a encontrar uma editora para lançar seu livro ou eu mesma publicá-lo (ou melhor, auxiliar a autora a fazer uma tiragem própria, por meio da contratação dos serviços de um *bureau* de impressão sob demanda). A primeira opção era a que mais nos atraía inicialmente. Afinal, eu tinha alguns contatos com editores e cogitava apresentar-lhes o original, a fim de tentar um contrato para Adriana com alguma boa editora. Porém, não havia garantia alguma de que seu livro seria aceito para publicação.

A segunda opção, então, começou a ganhar espaço em nossas conversas. Adriana se animava com a possibilidade de eu ajudá-la a lançar o livro por conta própria, visando ter mais autonomia quanto ao conteúdo editado e ao lucro a ser arrecadado com as vendas. Faltava, contudo, um fator primordial: a verba. E, se não fosse só isso, carecíamos de muito mais, como tino comercial para depois vender os exemplares, conhecimentos de divulgação e contatos de distribuição. Uma coisa era ser editora do conteúdo; outra coisa era agir como se fôssemos donos de uma editora...

Mas, assim como ditam os autores de autoajuda, o Universo pareceu conspirar a nosso favor. Na ocasião em que nos encontrávamos nesse dilema quanto ao destino do livro – já totalmente editado, à espera somente dos outros passos do processo de produção –, eu recebi uma quantia referente a uma causa trabalhista. Para completar, um amigo que é *designer* (Sidney Ferreira), sabendo desse projeto, me avisou que estava prestando serviços para uma pequena editora especializada em revistas de passatempos, a qual estava querendo ampliar o escopo de trabalho para livros. E o melhor: Sidney tinha comentado com o dono da editora a respeito da história de luta da Adriana e ele havia se interessado muito pela publicação do livro.

A LR Editora – abreviatura do nome do dono, Luiz Ricardo – vinha crescendo na área de revistas, mas ainda não dispunha de muita verba para dar um salto rumo à venda de livros. Ou seja, somente poderia se aventurar nesse novo ramo se firmasse uma parceria. Conversei com a Adriana sobre o fato de eu estar cogitando investir parte do dinheiro recebido na Justiça no livro dela e da chance que poderia estar surgindo junto à LR Editora. Embora tenha ficado

na dúvida se aceitava minha proposta ou não, ela pediu que eu fosse conversar com Luiz Ricardo.

Assim, parti para a primeira reunião com ele, em seu escritório localizado em Vila Isabel. Levei o original de Adriana, apresentei o meu *know-how* como editora de revistas e de livros e lancei a proposta: nós dividiríamos os custos da produção (revisão, diagramação, gráfica, lançamento e divulgação) e ele entraria com sua *expertise* como dono de editora. Luiz Ricardo aceitou.

Se antes eu ainda tinha dúvidas, agora, depois da parceria firmada, eu me sentia determinada. Estava disposta, realmente, a investir parte do dinheiro da causa trabalhista nesse projeto. Acreditava que seria um grande sucesso editorial e que me traria retorno financeiro. Contudo, faltava convencer a maior parte interessada: a autora.

3.1 – Hora de tomar uma decisão

Adriana ainda estava dividida entre lançar o livro com uma editora renomada ou arriscar o lançamento próprio. Eu tentava explicar para ela os prós e contras: com a grande editora, ela teria mais chances de penetrar nas melhores livrarias do país e, muito provavelmente, contaria com uma boa campanha de divulgação do livro. Mas, em compensação, corria o risco de receber um valor menor de direitos autorais – já que é comum autores iniciantes em editoras grandes receberem bem menos de 10% em cima do valor de capa.

O pagamento de direitos autorais no Brasil obedece às convenções mundiais deste ramo. Autores ganham em média 10% do preço de capa (o preço pelo qual o livro é vendido nas livrarias) de cada exemplar de fato vendido. (...) Editoras muito grandes, que investem pesadamente na divulgação do autor e fazem altas tiragens, (...) também costumam ter contratos com porcentagens menores de direitos para o autor. (BACELLAR, 2013a)

Outra possível desvantagem de uma grande editora era o fato de o livro de Adriana ser apenas mais um título no catálogo (em meio a tantos lançamentos, será que seria dado destaque a ele?). Afinal,

Para uma editora comercial, a menos que você seja um figurão conhecidíssimo, o seu livro é apenas mais um entre vários. Um produto cultural nunca chega a ser tratado como um automóvel numa linha de montagem, mas é evidente que profissionais ocupados em fazer cinco livros diferentes por mês todos os meses têm uma atitude de envolvimento restrito com cada obra. As pressões da empresa para produzirem dentro de prazos determinados obriga essas pessoas a dedicar atenção, tempo e energia limitados a você. (BACELLAR, 2013b)

Já com a publicação própria, a arrecadação do lucro do livro poderia ser maior:

Um livro autopublicado tem a vantagem de render muito mais do que os dez por cento usuais de uma edição comercial. Se você tem uma plateia cativa – como muitos alunos, parentes ou clientes – a edição própria pode não só se pagar como dar lucro. (BACELLAR, 2013b)

Além disso, como seria um projeto único, Adriana contava com a minha ajuda para trabalhar, com afinco, em sua divulgação. Mas havia sérios ‘contras’ na produção própria:

Há também desvantagens em contratar alguém para fazer o seu livro, sendo a primeira e mais óbvia a de que você é quem paga por isso. A segunda desvantagem, em geral desconsiderada por autores de primeira viagem, é o que você vai fazer com os livros prontos. (BACELLAR, 2013b)

O fato era: Adriana não tinha um centavo sequer para pagar pelo serviço de impressão. E, mesmo contando com a minha ajuda, não seria nada fácil dar destino às inúmeras caixas de livros que ela teria de guardar em casa, até conseguir distribuí-los em livrarias ou vendê-los por conta própria.

Foi então que entrei com a sugestão intermediária: eu investiria meu dinheiro no projeto e me uniria à LR Editora, para poder desfrutar de todo o *know-how* que ela já possuía, e Adriana seria uma autora contratada por nós, recebendo 10% de direitos autorais. Oferecemos a ela, ainda, um adiantamento de R\$ 500. Finalmente, ela tomou sua decisão: fechou contrato conosco.

3.2 – Levantamento dos custos

Contrato assinado, era hora de partir para as outras etapas da produção: definir o formato do livro, elaborar o projeto gráfico do miolo e da capa, fazer a primeira revisão, solicitar ISBN e ficha catalográfica, fazer a segunda revisão, realizar os acertos de produção (fechar os arquivos), mandar para a gráfica, que prepararia os fotolitos, e, antes da impressão, ainda faríamos uma última conferência para os acertos finais da produção (SCORTECCI & PERFETTI, 2006, p. 137). Paralelamente às minhas negociações iniciais com Luiz Ricardo e aos primeiros trabalhos para execução do livro, eu estava cursando, na ECO-UFRJ, a disciplina “Cálculo de custos e matéria-prima”, com o professor Bruno Cruz. E não poderia ter sido em momento melhor, já que tudo o que eu ia aprendendo em sala de aula colocava em prática na realização do livro *Meu Caminho* – título final da obra de Adriana.

Luiz Ricardo ficou responsável por levantar todos os custos da produção. Mas, como sua especialidade era no ramo das revistas, os aconselhamentos do professor Bruno foram essenciais para que chegássemos a uma decisão quanto à escolha, ao preço e à quantidade necessária de papel e aos orçamentos nas gráficas. Como o professor também era *designer* em uma grande editora de livros, nos deu dicas preciosas tanto dentro quanto fora de sala de aula. Ele nos ajudou até a fazer o cálculo da lombada e a chegar ao preço do livro (que ficou em R\$ 29,90).

É importante salientar, contudo, que outra essencial pessoa juntou-se a nós: Sidney Ferreira, meu amigo *designer* que me levou até o Luiz Ricardo. Sidney foi o terceiro vértice do triângulo, entrando como nosso sócio na empreitada. O combinado foi que ele cuidaria de toda a arte do livro: desde a diagramação até o material de divulgação e os convites para o lançamento. Ou seja, no início, ele trabalharia de graça – como aconteceu comigo até então, diga-se de passagem. Mas ele não entrou com investimento em dinheiro, somente com trabalho.

A vinda do Sidney foi vital, porque todas as decisões editoriais que eu e Luiz Ricardo tomávamos tinham de ser econômicas. Afinal, não dispúnhamos de tanto dinheiro. De qualquer forma, não poderíamos contar com a gratuidade de todo mundo... Ainda assim, a contratação da primeira revisora se deu na base da amizade: fiz contato com uma amiga – que é escritora e revisora –, explicando a história de Adriana, e ela, sensibilizada, aceitou fazer o trabalho recebendo o valor mínimo da lauda que era pago no mercado à época (ao todo, o

serviço saiu por R\$ 400). Já o segundo revisor – quando o livro já estava diagramado – nos saiu de graça: foi o próprio pai de Adriana, que havia sido professor de português, quem realizou o trabalho.

Outro amigo, ao conhecer a história da autora, aceitou trabalhar para nós gratuitamente: o fotógrafo Pedro Scliar. Dono de um movimentado estúdio em Botafogo, ele gentilmente cedeu uma manhã inteira de sua agenda para clicar a Adriana para as fotos que seriam usadas na orelha do livro e no material de divulgação. Pedro apenas nos indicou uma profissional para fazer a maquiagem e o cabelo da nossa “modelo” – e para ela pagamos R\$ 150.

3.3 – O projeto gráfico

A história de Adriana precisava ser mostrada, graficamente, de maneira muito delicada e, ao mesmo tempo, atraente ao leitor. Para o miolo, optamos pelo papel *off-white* (pólen), de leitura mais confortável e também mais elegante do que o branco. Já para a capa, fiz uma sugestão ao Sidney. Eu sabia que Adriana era louca por girassóis. Então, pedi a ele que tentasse trabalhar em cima desse tema. Ainda mais porque, em uma consulta ao Google, descobri que essa flor pode significar fama, sucesso e felicidade. Já para o Feng Shui, o girassol representa a integridade e a força que temos dentro de nós e que queremos transmitir aos outros. Não poderia ser mais perfeito!

Dessa maneira, no primeiro estudo de capa, Sidney criou uma identidade visual bem artística e subjetiva, com a imagem de uma semente de girassol brotando (Anexo 1), simbolizando o crescimento pessoal da autora. Embora fosse muito bonita, eu, Adriana e Luiz Ricardo consideramos que ela não passava a ideia de alegria e superação que a história do livro contava. Assim, ele partiu para um novo estudo, com a imagem bem radiante de um girassol em um fundo azul (Anexo 2).

Todos adoraram a capa e, quando achávamos que ela seria a definitiva, descobri que o autor Max Lucado – pastor que já escreveu mais de 70 livros, com mensagens espirituais (e, por que não dizer, na linha de autoajuda) – tinha lançado, em 2007, um livro com a capa muito semelhante: um girassol em um fundo azul (Anexo 3). Sidney, então, mudou a cor do fundo para um tom alaranjado (Anexo 4). E, finalmente, a capa foi aprovada.

Mas, como Adriana era uma autora desconhecida, achamos que apenas o título e a imagem do girassol seriam pouco para “vender” o livro. Assim, criei uma frase para ajudar a explicar a proposta da obra – “Ela parou de falar e de andar, mas não de ser feliz. E nos ensina a fazer o mesmo.” –, a qual Sidney aplicou no miolo do girassol. Pensamos, ainda, em destacar algum detalhe na capa com verniz localizado. Chegamos a pedir o orçamento às gráficas incluindo essa aplicação. Porém, Sidney considerou que a capa já tinha elementos demais, e o verniz poderia deixá-la com excesso de informação. Além disso, representaria uma pequena economia para nós se não aplicássemos esse recurso. Assim, abrimos mão do verniz – mas, depois, me arrependi... Na época, era comum ter capas com esse destaque. E, nas livrarias, o livro de Adriana poderia chamar mais a atenção com esse toque de brilho. Na minha opinião, fizemos uma economia desnecessária.

Com o término da diagramação, partimos para outra etapa essencial na produção de um livro: o pedido do International Standard Book Number (ISBN) – e consequente código de barras – e da ficha catalográfica. O ISBN foi conseguido na Fundação Biblioteca Nacional; a ficha catalográfica, no Sindicato Nacional de Editores de Livros (Snel). Esses dados são obrigatórios para a publicação de um livro e, obviamente, têm um custo: o ISBN saiu por R\$ 9; a ficha, por R\$ 48. Mas isso não era praticamente nada em comparação ao nosso mais pesado gasto: a impressão.

3.4 – A busca pelo papel e pela gráfica

Para tornar o livro acessível, Luiz Ricardo pediu orçamento a diversas gráficas – muitas delas tinham sido indicadas pelo professor Bruno Cruz. Graças ao Bruno, também descobrimos que, se comprássemos o papel separadamente, poderíamos conseguir um preço melhor do que o pacote ‘papel + impressão’ nas gráficas. E, mais uma vez, ele nos passou contatos de fornecedores.

Assim, depois de muito pesquisar, fechamos negócio com a gráfica Viena, que representou uma economia de cerca de R\$ 600 para nós, em relação ao menor preço que tínhamos conseguido. Já o papel foi comprado na Vivox. Nossa desejo inicial era imprimir 3 mil exemplares, que costuma ser a tiragem inicial das grandes editoras para autores desconhecidos. Porém, achamos que pisaríamos em um terreno mais seguro se

imprimíssemos 2.100 exemplares. Assim, os custos foram de R\$ 2.735,64, para o papel, e R\$ 3.675, para a impressão.

Mas de nada adiantaria se tivéssemos apenas o livro pronto. Seria preciso colocá-lo nas livrarias. E, para tanto, já estávamos paralelamente em busca de parceiros.

4 – DO LANÇAMENTO AO DESAPONTAMENTO

Lembro-me muito bem do dia em que eu estava andando na rua e meu celular tocou. Era o Luiz Ricardo felicíssimo, porque tinha conseguido fazer com que a distribuidora Eldorado Sudeste aceitasse colocar a obra da Adriana nas melhores livrarias. Vibrei imensamente! Aquela era uma conquista e tanto para uma autora que estava publicando seu primeiro livro por uma editora pequena e desconhecida do mercado editorial. Mas a vitória tinha seu preço: o serviço ia nos custar 60% do valor da capa – e, em geral, as distribuidoras cobram 50% do preço de capa.

Isso, no entanto, não nos abateu. Fechar contrato com a Eldorado Sudeste era nosso objetivo primordial, já que, na ocasião, ela era a distribuidora com penetração na rede de livrarias mais frequentada nas grandes cidades: a Saraiva/Siciliano. E, para obtermos tal êxito, havíamos preparado uma pasta contendo um *briefing* caprichado de apresentação do livro, com texto feito por mim e diagramação primorosa do Sidney (Anexo 5). Embora fôssemos iniciantes, estávamos nos esforçando para apresentar um material de qualidade aos distribuidores, os quais Luiz Ricardo se encarregou de visitar.

Todo esse trabalho ocorreu paralelamente às etapas finais de produção do livro, como segunda revisão e impressão. Assim, quando nossa tiragem ficou pronta na gráfica, já tínhamos o trunfo de contar com o apoio da maior distribuidora do Rio de Janeiro. Poderíamos, então, respirar aliviados: em nosso entendimento de iniciantes, o livro não ficaria encalhado nos estoques da LR Editora. Também nos sentíamos vitoriosos devido ao fato de sabermos, graças às aulas da ECO-UFRJ, que lançar um livro era fácil... Porém, o mais difícil era colocá-lo nas livrarias, já que há livros demais sendo lançados no Brasil, mas pouco espaço para eles nas parcas livrarias existentes pelo país. Só mesmo uma distribuidora para nos ajudar na tarefa de chegar ao comprador. Essa etapa, portanto, estava cumprida.

Além disso, para vender o livro *Meu Caminho*, contamos com um representante comercial que foi visitar pequenas livrarias no Centro da cidade e em outros bairros, deixando exemplares em consignação. E iríamos tentar aproveitar eventos específicos, ligados à doença da Adriana, para expor a obra, assim como usar a Internet como um canal a mais de venda. Luiz Ricardo aproveitou, ainda, alguns pontos de comercialização de suas revistas de passatempos, como uma grande loja de revistas dentro da Rodoviária Novo Rio, algumas bancas de jornais e paradas de ônibus em estradas.

4.1 – A tarde de autógrafos

No dia 18 de outubro de 2008, finalmente chegou o dia do lançamento do livro (veja o convite no Anexo 6 e fotos no Anexo 7). Adriana havia ensaiado durante semanas o que escreveria em sua dedicatória e também sua assinatura – vale lembrar que ela, devido à doença, mal conseguia segurar uma caneta direito. Fiz de tudo para que ela aceitasse um carimbo com uma dedicatória padrão para todos, restando a ela apenas assinar. Mas, perseverante, não aceitou. E foi assim, com total esforço, que a autora dedicou seu livro a 112 pessoas que compraram um exemplar na sua marcante tarde de autógrafos.

Para a realização desse evento, mais uma vez precisei acionar os amigos. O local foi cedido pelo dono do Alquimia Culinária, em Botafogo, um charmoso sobrado que funcionava tanto como restaurante para eventos fechados como para cursos de culinária. Já o bufê foi oferecido pela empresa Dancor, na qual o marido de Adriana trabalha, que aceitou patrocinar o evento – inclusive, confeccionando marcadores de livros para serem distribuídos na tarde de autógrafos e, depois, nas livrarias (Anexo 8).

Foi uma tarde muito bonita, com convidados emocionados por verem a superação de Adriana. E eu, por minha vez, fiz de tudo para proporcionar a ela um dia inesquecível. Para abrir o evento, tentei realizar um sonho que ela teve, contado no último capítulo do livro: o de que ela chegava ao lançamento de seu livro e ouvia a música *My Way*, na voz de Frank Sinatra, tocando ao fundo. Pois assim o fiz: quando Adriana entrou no local, em sua cadeira de rodas, foi às lágrimas ao ver, em uma TV de 32 polegadas que alugamos, um vídeo de Sinatra cantando. Ao longo do evento, esse vídeo ficou passando repetidamente, mas, nele, havia vários intérpretes interpretando *My Way* e, entre uma música e outra, colocamos trechos dos livros. Para completar, o ambiente estava decorado com belos arranjos de girassóis.

É importante destacar, também, que, no dia do lançamento, conseguimos nosso primeiro espaço de divulgação: uma citação, na agenda do caderno “Prosa & Verso”, do jornal *O Globo*, anunciando a tarde de autógrafos de *Meu Caminho*. Aquelas poucas linhas, contudo, foram muito importantes para nós, já que se tratou de uma mídia espontânea, sem que pedíssemos a ajuda de nenhum “coleguinha”.

4.2 – Expectativas quase frustradas

Luiz Ricardo, Sidney e eu saímos da tarde de autógrafos da Adriana, já de noite, nos sentindo vitoriosos e esperançosos. Se em poucas horas havíamos conseguido vender 112 exemplares, imagine o que conseguiríamos nos próximos meses! Mas já tomamos o primeiro balde de água fria nas semanas seguintes, quando a Eldorado Sudeste não aceitou ficar com grande parte de nosso estoque para colocar nas livrarias. A distribuidora pegava nossos livros em doses homeopáticas: 20, 30, 40 exemplares... Foi nossa primeira frustração.

Porém, isso não chegou a nos desanimar completamente. Ainda mais quando vimos, nos *sites* da Saraiva e da Siciliano, o livro da Adriana sendo vendido. Nas lojas físicas, demorou um pouco mais para chegar. E, para nosso desapontamento, nem na época do Natal o livro ganhou espaço nessas megalivrarias. Mas foi com grande satisfação que, em janeiro de 2009, eu vi o livro sendo vendido, com destaque, na prateleira de lançamentos da Siciliano, do BarraShopping (Anexo 9). No mesmo mês, recebi *e-mails* de pessoas me dizendo que o livro encontrava-se tanto na vitrine quanto na prateleira de autoajuda da Saraiva, do Botafogo Praia Shopping. Finalmente, *Meu Caminho* estava recebendo a classificação que buscamos fazer com que ele tivesse: ser um livro de autoajuda.

Nos dois meses seguintes ao lançamento, também não obtivemos grandes resultados de venda. Nas poucas lojas em que conseguíamos penetrar, a compra de livros era inexpressiva. Em 27 e 28 de novembro de 2008, participamos de um evento de neurologia na UFRJ – o simpósio “30 anos de ELA” –, cujo assunto principal era a esclerose lateral amiotrófica, mas havia poucos participantes e só vendemos 14 exemplares. No mesmo mês, alcançamos uma vendagem um pouco mais expressiva em um evento promovido por uma prima da Adriana, em um clube na Tijuca, no qual 53 pessoas levaram o livro para casa.

Além disso, eu, Adriana e o pai dela também vendíamos alguns exemplares a conhecidos. Mas não era nada substancial. Procurei, ainda, fazer uso da rede social de maior sucesso na época: o Orkut. Eu entrava em comunidades de parentes de portadores de ELA e divulgava o livro. Com isso, conquistei uma troca vigorosa de mensagens com pessoas impressionadas com a história da Adriana, que a toda hora me perguntavam sobre o estado de saúde dela, mas vender livros, que era o objetivo, apenas três.

Em nossa caminhada rumo à tentativa de sucesso editorial, Luiz Ricardo conseguiu o apoio de outras distribuidoras, como a Códice, a Dipre (que distribuía em postos de gasolinás

e bancas de jornais da região de Resende) e a C. Daniel. Mas até o insucesso alheio nos atrapalhava, como a falência da C. Daniel – e o consequente não acerto de contas conosco – e as portas fechadas de uma pequena livraria, no bairro da Freguesia (Jacarepaguá), que encerrou suas atividades sem nos repassar o valor dos cinco livros que lá deixamos em consignação (ou, ao menos, nos devolver os exemplares não vendidos).

Em fevereiro de 2009, percebemos que poderíamos direcionar a venda do livro para um público mais segmentado da área da saúde. Foi assim que Luiz Ricardo apresentou a publicação à empresa farmacêutica Sanofi Aventis, que tinha medicamentos para tratar pacientes com problemas neurológicos. Inicialmente, houve o interesse na compra do material. Eles chegaram a pensar, inclusive, em fazer uma sobrecapa para associar o livro a um dos remédios que eles produziam, oferecendo de brinde a especialistas. Porém, a negociação não foi à frente. Mais uma porta se fechou para nós.

Com isso, em 15 de abril de 2009 – seis meses após o lançamento –, havíamos vendido apenas 259 livros em diversos pontos de vendas (incluindo a tarde de autógrafos) e 94 exemplares em livrarias (veja o acerto de contas no Anexo 10). Ou seja: um total de 313 livros, equivalendo a 15% da tiragem.

4.3 – Divulgação insuficiente

Quando dei início à minha parceria com Luiz Ricardo e Sidney, um dos trunfos que tanto eu quanto Sidney achávamos que tínhamos era o grande número de “colegas” na imprensa. Acreditávamos que isso seria o suficiente para nos ajudar na divulgação espontânea do livro de Adriana na mídia. Assim, preparamos um *release*, seguindo o mesmo estilo gráfico que já havíamos usado no *briefing* para as distribuidoras. Nossa ideia era fazer um *press kit*: enviaríamos à imprensa o livro e o *release* dentro de uma caixa que teria, preso à tampa, um girassol. Como jornalista, eu sabia do impacto que isso poderia causar em uma grande redação de jornal, quando jornalistas de diversas editorias recebessem esse “presente”. A curiosidade seria grande com a “enxurrada” de girassóis redação adentro.

Porém, após listarmos os inúmeros jornalistas do Rio de Janeiro a quem enviaríamos o *press kit* e levantarmos os custos do material, fomos desestimulados por Luiz Ricardo – nosso homem das finanças. Para ele, já que tínhamos tantos conhecimentos, bastaria o *release* e o livro. E assim o fizemos. Porém, o resultado na mídia foi muito abaixo do esperado. Por meio

dos amigos da imprensa, conseguimos espaço nas rádios Bandeirantes e Globo (as quais eu tive de dar a entrevista, já que Adriana não falava), uma notinha bem pequena em uma revista voltada para assuntos televisivos e divulgações em *blogs* de amigos. A maior matéria que emplacamos foi no jornal de bairros do *O Globo* (caderno “Barra”), já que Adriana era moradora da região (Anexo 11). Houve também uma pontinha de esperança de conseguir levar a história de Adriana para o programa de Ana Maria Braga, mas, quando a produção ‘compreendeu’ que ela não falava, a pauta caiu.

Nas conversas iniciais com Luiz Ricardo, eu tinha deixado claro a ele que, sem propaganda, ficaria muito difícil fazer o livro de Adriana acontecer. Eu falava isso com propriedade, graças à disciplina “*Marketing do Livro*”, ministrada por Érika Almeida, a qual eu cursei justamente no momento em que desenvolvia a parceria com a LR Editora. Além do mais, era importante lembrar que:

Muitas pessoas acreditam falsamente que se tornar um autor publicado é algo muito difícil. A verdade é que qualquer um pode publicar um livro. Produzir seu livro é apenas uma pequena parte da luta toda. Vender é o verdadeiro desafio. Para começar, você precisa fazer propagandas sólidas. (BALLE, 2013)

A professora passou à turma dois trabalhos que se encaixaram totalmente com o momento que eu estava vivendo: desenvolver um plano de comunicação e, depois, um plano de *marketing* para algum produto fictício. Obviamente, levei a ficção para a vida real, fazendo meus trabalhos em cima do livro *Meu Caminho*.

No plano de *marketing*, no item “Objetivos e estratégias de *marketing*”, cheguei a fazer o levantamento de preços:

Sobressair, por meio de uma peça publicitária bonita e que passa bem a mensagem do livro, em locais onde o público leitor está acostumado a ver lançamentos de livros.

As peças publicitárias serão expostas em:

- *Busdoor* – No primeiro mês, 10 ônibus circulando do Centro à Zona Sul do Rio de Janeiro. = R\$ 2.500,00.
- *Painel interno de vagões do metrô* (um dos locais em que mais se lê no deslocamento pela cidade) – Quatro painéis, durante um mês. = 1.725,00
- Caderno “*Prosa & Verso*”, do jornal *O Globo* – No primeiro mês, duas inserções a cada 15 dias. = R\$ 289 cada (total = R\$ 578)

- Caderno “Ideias & Livros”, do *Jornal do Brasil* – No primeiro mês, duas inserções a cada 15 dias, alternando os dias com o anúncio no jornal *O Globo*. = R\$ 150 cada (R\$ 300)

A editora também divulgaria o livro através de estratégias de *cybermarketing*: envio de *e-mails* e mensagens para comunidades de portadores da doença e criação de *trailers* do livro no YouTube.

Eu apresentava para o Luiz Ricardo tudo o que ia desenvolvendo na disciplina. Porém, mediante a nossa realidade financeira (que não era das melhores, já que havíamos investido um bom dinheiro na produção, o livro não vendia como esperávamos e a mídia espontânea estava aquém do que imaginávamos), ele embarreirava a maioria das ações de *marketing*. Uma das poucas que fizemos – ainda assim, em uma parceria que ele estabeleceu com o *Jornal do Brasil* – foram duas inserções no caderno “Ideias & Livros” dessa publicação, no dia do lançamento de *Meu Caminho* e na semana seguinte (Anexo 12).

Em janeiro, quando o livro finalmente passou a figurar nas prateleiras da Saraiva/Siciliano, cheguei a mandar o seguinte *e-mail* para o Luiz Ricardo:

Agora que o livro está na rede Saraiva/Siciliano, precisamos fazer algo para que fique mais conhecido. Pensei em tentarmos colocar anúncio no “Prosa & Verso”, do jornal *O Globo*, ou contratarmos uma assessoria de imprensa. Sondei com uma amiga quanto sai esse serviço, em média. Ela disse que custa uns R\$ 2 mil, mas o ideal seria que fosse um jornalista acostumado a trabalhar com editoras. Sei que o valor é alto para nós, mas acho que teremos de investir alguma coisa para que o livro não se perca nas prateleiras da Saraiva...

Obtive uma resposta muito vaga, do gênero: “Vamos pensar a respeito...”.

No mês de maio, próximo ao Dia das Mães, tentamos dar mais uma cartada. Conseguimos fechar com a livraria Nobel, do Shopping Via Parque, na Barra, uma nova noite de autógrafos para Adriana. A intenção era aproveitar sua imagem de mãe para alavancar as vendas. A pedido do gerente da livraria, fizemos um cartaz para colocar na entrada da loja (Anexo 13), na intenção de atrair os clientes do *shopping*, além de um *banner* para ficar exposto ao lado da autora. Também enviamos a amigos e conhecidos convites por *e-mail*. Na noite marcada, então, Adriana ficou no meio da loja, muito bem acomodada, para dar seus autógrafos (Anexo 14). Mas foi fracasso total: ela vendeu apenas oito exemplares. Nem

mesmo o fato de o livro ter ficado, na vitrine, posicionado entre *best-sellers* de Paulo Coelho e Max Lucado atraiu compradores (Anexo 15).

Também em maio, abriram-se as inscrições para o Prêmio Jabuti, o mais importante concurso literário do Brasil. Poderia parecer pretensão inscrever *Meu Caminho*, mas, como havia a categoria “biografia”, quis arriscar, já que participar de concursos é uma das formas de divulgar um livro (JESUS, 2012). Apesar do valor da inscrição (R\$ 165, para associados da Câmara Brasileira do Livro, ou R\$ 250, para não associados), consegui convencer Luiz Ricardo a participar da empreitada. Afinal, se o título de Adriana ficasse entre os três primeiros colocados, daria um prestígio enorme tanto para a obra quanto para a LR Editora. Porém, em agosto, ao sair a lista dos dez finalistas, o nome de *Meu Caminho* não figurava entre eles. As fichas tinham sido arriscadas, mas nem sempre ganhamos o jogo.

4.4 – O fim da parceria

Diante de tantas decepções, acabamos perdendo as forças para lutar. Os meses foram passando e nada de positivo acontecia em relação ao livro. De três em três meses, Luiz Ricardo nos enviava os dados de venda para um possível acerto de contas. Mas o valor que Adriana recebia de direitos autorais era cada vez mais irrisório. Quanto a mim e ao Luiz Ricardo, mal conseguimos recuperar o valor investido. No acerto de contas de abril de 2009, havíamos lucrado apenas R\$ 118,40. Já o Sidney, nunca conseguimos levantar um valor que, ao menos, pagasse todo o trabalho que ele teve.

O tempo foi passando e, quando chegou o término da validade do contrato com a LR Editora, que era de dois anos, Luiz Ricardo decidiu não renová-lo. Quanto ao encalhe de 1.412 exemplares, ele optou por doar à Adriana (Anexo 16). Nesse momento, a família da autora se viu diante de um grande problema: onde guardar tantas caixas? Foi preciso que o pai de Adriana alugasse um espaço em um depósito para armazená-las. Até hoje, dois anos após o término do contrato, nenhum outro livro *Meu Caminho* foi vendido.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que dizer a respeito dessa experiência editorial? O livro de Adriana Bragança teria sido um fracasso total? Para mim, embora não tenha alcançado o sucesso idealizado, trouxe muitas vitórias, sendo a principal delas o aprendizado. E talvez o maior aprendizado de todos tenha sido o fato de que, no mercado editorial, deve-se ficar bem os pés no chão. Para fazer de um livro um *best-seller*, não basta sonhar. É preciso ser realista.

Existem as exceções, os *best-sellers* instantâneos de autores que vieram do nada. Como editora, já acompanhei o espetacular nascimento de, por exemplo, *Feliz Ano Velho*, de Marcelo Rubens Paiva, na década de 1980. Você pode ter certeza de que todo editor sonha com um estouro desses, mas é realista o suficiente para não contar com isso. Você fará bem em seguir o exemplo e plantar os pés no chão. (BACELLAR, 2013a)

Ao longo de todo o processo de produção, lançamento e divulgação, experimentei surpresas e decepções. Por exemplo, foi surpreendente termos conseguido uma ótima distribuidora para nos fazer chegar à maior rede de livrarias do Rio de Janeiro. Mas foi decepcionante perceber que essa entrada nas prateleiras mais procuradas pelos leitores não era garantia de venda. Foi uma surpresa, também, receber inúmeros elogios de pessoas que haviam lido *Meu Caminho*, dizendo frases como: “Li numa tacada só. É lindo demais!”. Porém, a frustração veio quando o grande público não reconheceu o valor das mensagens de Adriana.

Decepção também tive com os diversos “coleguinhas” da imprensa que não me ajudaram a divulgar o livro nos veículos de comunicação em que trabalhavam. Será que superestimei a história de superação de Adriana? Ou não soube trabalhar o produto? Por conta desse fracasso na divulgação espontânea, devíamos ter partido incisivamente para as ações de *marketing*. Mas aí residiu outro grande erro na minha parceira com Luiz Ricardo: a ausência de planejamento financeiro para investirmos em estratégias como anúncios em jornais especializados, *busdoors*, etc.

Só que, quem não tem dinheiro sobrando para *marketing*, precisa saber fazer uso da ferramenta mais barata para divulgação: a Internet. Nem isso nós soubemos aproveitar. Logo no início, deveríamos ter criado um *trailer* do livro para ser divulgado no YouTube, nas redes sociais e via *e-mails*. Perdemos a chance de viralizar a história de Adriana. E, mesmo que

precisássemos contratar um profissional, poderíamos ter feito um *site* específico para divulgar o livro e realizar vendas pela Internet. “Uma das maneiras de divulgar o livro é deixar um ou dois capítulos *online*, para que leitores possam ter acesso à obra (JESUS, 2012, p. 94). No mínimo, precisávamos ter criado um *blog*, que é gratuito. Mas não o fizemos.

Apesar dessa gangorra de experiências, ora boas, ora ruins, não posso deixar de destacar alguns méritos: editei o livro totalmente sozinha, orientando pela primeira vez uma autora a escrever sua obra de modo a torná-la comercial; fui ousada ao investir meu próprio dinheiro e ao me associar a uma pequena editora; aprendi bastante sobre os diversos passos de uma produção editorial – antes, eu só atuava no preparo de textos e originais, mas, com *Meu Caminho*, tive de me familiarizar com todas as etapas da indústria do livro; me realizei com o sucesso da tarde de autógrafos de Adriana; comemorei cada pequena vitória (como a conquista da Eldorado Sudeste, do livro na Saraiva/Siciliano e das inserções na mídia); e consegui transformar minha amiga Adriana Bragança, uma mulher tida como inválida, em uma autora.

Graças à minha ajuda, ela teve momentos muito felizes com o seu livro – e ainda que tenha recebido uma remuneração baixa, aquele pouco dinheiro fez muito bem para sua autoestima. Durante os dois anos em que durou nosso contrato com a autora, minha amizade com Adriana sofreu altos e baixos. No início, quando colhíamos os louros das primeiras vitórias pós-lançamento, vivemos uma verdadeira lua de mel. Mas, depois, quando ela percebeu que o livro não deslanchava, me fazia diversas cobranças por *e-mail*. Foi um período em que passei a evitar o contato direto com ela, porque, sempre que acontecia, ela me bombardeava de perguntas sobre o destino do livro. E eu não tinha as respostas.

Após o término do contrato, nossa amizade começou a voltar ao normal. Não tínhamos mais vínculo comercial. Continuei frequentando festas de aniversários em sua casa e fazia visitas eventuais a ela. Mas, atualmente, nossa amizade esfriou. Já faz 12 anos que Adriana vive com ELA. E já tem alguns anos que seus movimentos reduziram-se drasticamente, a ponto de ela sequer conseguir teclar o computador. No início, logo após o lançamento de *Meu Caminho*, ela até começou a escrever novos livros, totalmente focados na autoajuda – não mais autobiográficos. Mas, por conta da piora de seu estado de saúde, eles permanecem inacabados em arquivos esquecidos de seu computador.

Hoje, cinco anos depois, acredito que tudo tenha valido a pena. Ter transformado o “projeto *Meu Caminho*” em algo real foi um marco em minha vida profissional. Ainda assim,

não me estimulou a seguir pela estrada que levam aos livros. Voltei a trabalhar com revistas e, apenas uma ou duas vezes ao ano, produzo livros no meu emprego atual e, como frila, ocasionalmente faço o serviço de copidesque para a Editora Fiocruz.

Não sei se, no futuro, voltarei a lançar novos livros. Para tanto, eu precisaria me deparar com uma grande ideia e, a partir daí, tomar novo fôlego para reviver todos os passos do processo editorial. Mas um fato é certo: se isso tornar a acontecer, saberei muito bem em que terreno pisar. E buscarei transformar em acertos todos os erros cometidos na produção de *Meu Caminho*. A experiência adquirida, essa estará comigo para sempre.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emmanuel. *A Construção do Livro*. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

BACELLAR, Laura. *Quanto vou ganhar?* Disponível em: <www.escrevaseulivro.com.br/escreva2/index.php/quanto-vou-ganhar.html>. Acesso em: 9 nov. 2013a.

BACELLAR, Laura. *Como posso publicar meu livro?* Disponível em: <www.escrevaseulivro.com.br/escreva2/index.php/como-posso-publicar-meu-livro.htm>. Acesso em: 9 nov. 2013b.

BALLE, Louise. *Como fazer uma propaganda de um livro.* Disponível em: <www.ehow.com.br/propaganda-livro-como_23433/>. Acesso em: 10 nov. 2013.

BOSCOV, Isabela & ROGAR, Silvia. Nas asas da autoajuda. *Veja*, ano 42, n. 48, p. 140-147, 2 dez. 2009.

JESUS, Valdeck Almeida de. *Como Escrever, Publicar e Divulgar um Livro*. São Paulo: Livrus Negócios Editoriais, 2012.

HALLEWELL, Laurence. *O Livro no Brasil: sua história*. 2. ed. revista e ampliada. São Paulo: Edusp, 2005.

MORISSAWA, Mitsue. O manuscrito e o processo de edição. In: QUEIROZ, Sônia (Org.). *Editoração – arte e técnica*. v. 1. Belo Horizonte: Fale/UFMG, 2004.

NETREAD. *How to: Editors.* Disponível em: <www.netread.com/howto/editors/index.cfm?article=process.cfm>. Acesso em: 17 out. 2013.

SCORTECCI, João & PERFETTI, Maria Esther Mendes. *Guia do Profissional do Livro – Informações importantes para quem quer escrever e publicar um livro*. 9. ed. São Paulo: Scortecci, 2006.

STRELECKY, David. Ferguson's Careers in focus: Publishing. 3. ed., New York: Ferguson, 2001. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=MaPQGEkhQSUC&q=careers+in+focus+publishing&dq=careers+in+focus+publishing&hl=pt-BR&sa=X&ei=pgJgUrDVCMfb4APkgoDoCA&ved=0CDEQ6AEwAA>>. Acesso em: 17 out. 13.

ANEXOS

Anexo 1 – O primeiro estudo de capa.



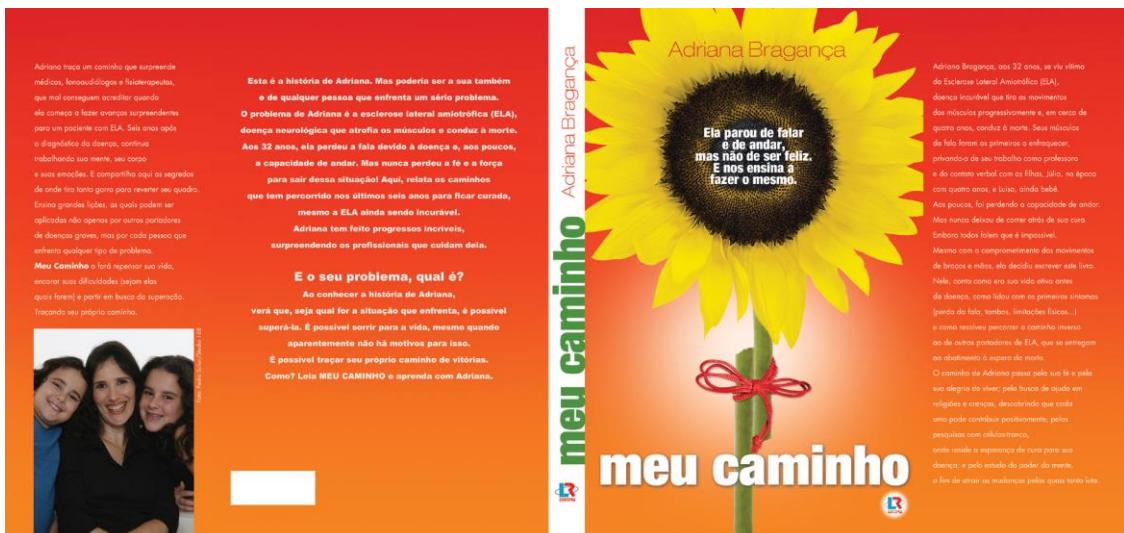
Anexo 2 – O segundo estudo de capa.



Anexo 3 – A capa do livro de Max Ducado.



Anexo 4 – A capa definitiva.

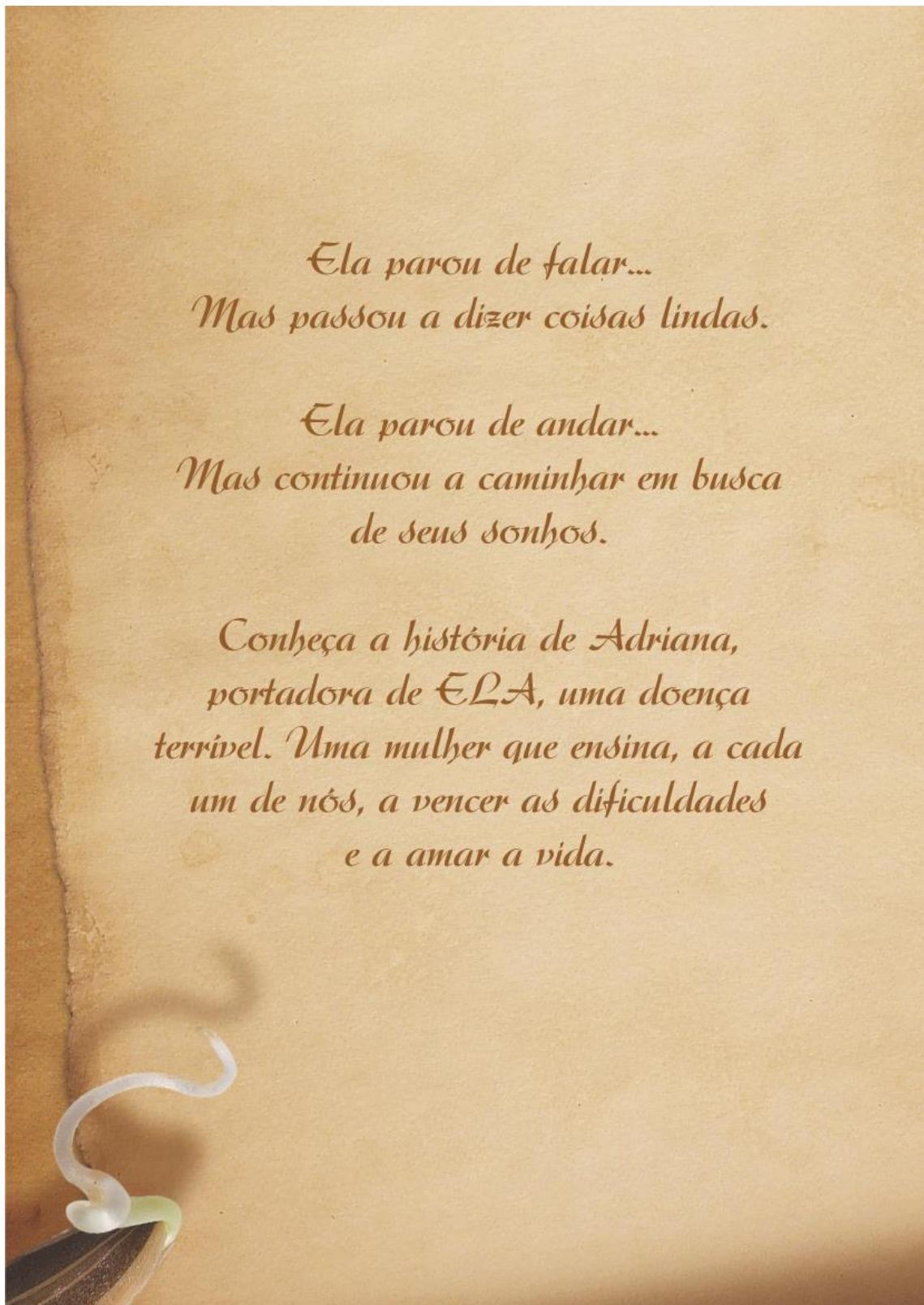


Anexo 5 – O *briefing* que foi apresentado às distribuidoras.

*Ela parou de falar...
Mas passou a dizer coisas lindas.*

*Ela parou de andar...
Mas continuou a caminhar em busca
de seus sonhos.*

*Conheça a história de Adriana,
portadora de ELA, uma doença
terrível. Uma mulher que ensina, a cada
um de nós, a vencer as dificuldades
e a amar a vida.*



O livro

Meu caminho é o relato emocionado de Adriana Bragança, que, aos 31 anos, se viu vítima da Esclerose Lateral Amiotrófica (ELA), doença incurável que tira os movimentos dos músculos progressivamente e, em cerca de quatro anos, conduz à morte. Seus músculos da fala foram os primeiros a enfraquecer. De uma hora para outra, ela ficou privada de seu trabalho como professora e do contato verbal com as filhas, Júlia, na época com quatro anos, e Luisa, um bebê de colo, que nunca ouviu a voz da mãe. Aos poucos, ela foi perdendo a capacidade de andar. Mas nunca deixou de correr atrás de sua cura. Embora todos falem que é impossível.

Mesmo com o comprometimento dos movimentos de braços e mãos, Adriana ganhou do marido um laptop e decidiu escrever este livro. Ela o divide em três partes: como era sua vida ativa antes da doença, como lidou com os primeiros sintomas (perda da fala, tombos, limitações físicas...) e como resolveu percorrer o caminho inverso ao de outros portadores de ELA, que se entregam ao abatimento à espera da morte.

O caminho de Adriana passa pela sua fé e pela sua alegria de viver - sempre com um grande sorriso no rosto! Passa pela busca de ajuda em religiões e crenças, descobrindo que cada uma pode contribuir positivamente para sua vida. Passa pelas pesquisas com células-tronco, onde reside a esperança de cura para sua doença. E passa pelo estudo e pela prática da física quântica, ciência que a ajuda a dominar sua mente para atingir as mudanças pelas quais tanto luta.

Mesclando todos estes ingredientes, Adriana vai traçando um caminho que surpreende a todos. Médicos, fonoaudiólogos e fisioterapeutas mal conseguem acreditar quando ela começa a fazer avanços nunca antes observados em pacientes com ELA no Brasil. Seis anos após o diagnóstico da doença, Adriana continua firme, trabalhando sua mente, seu corpo e suas emoções. E compartilha com os leitores os segredos de onde tira tanta garra para reverter seu quadro de saúde. Ensina grandes lições, as quais podem ser aplicadas não apenas por outros portadores de doenças degenerativas, mas por cada pessoa que enfrenta qualquer tipo de problema.

Meu Caminho é muito mais do que uma simples autobiografia: é o livro de auto-ajuda que faltava no mercado editorial. Um livro que faz o leitor repensar sua vida, encarar suas dificuldades (sejam elas quais forem) e partir em busca da superação. Traçando seu próprio caminho.

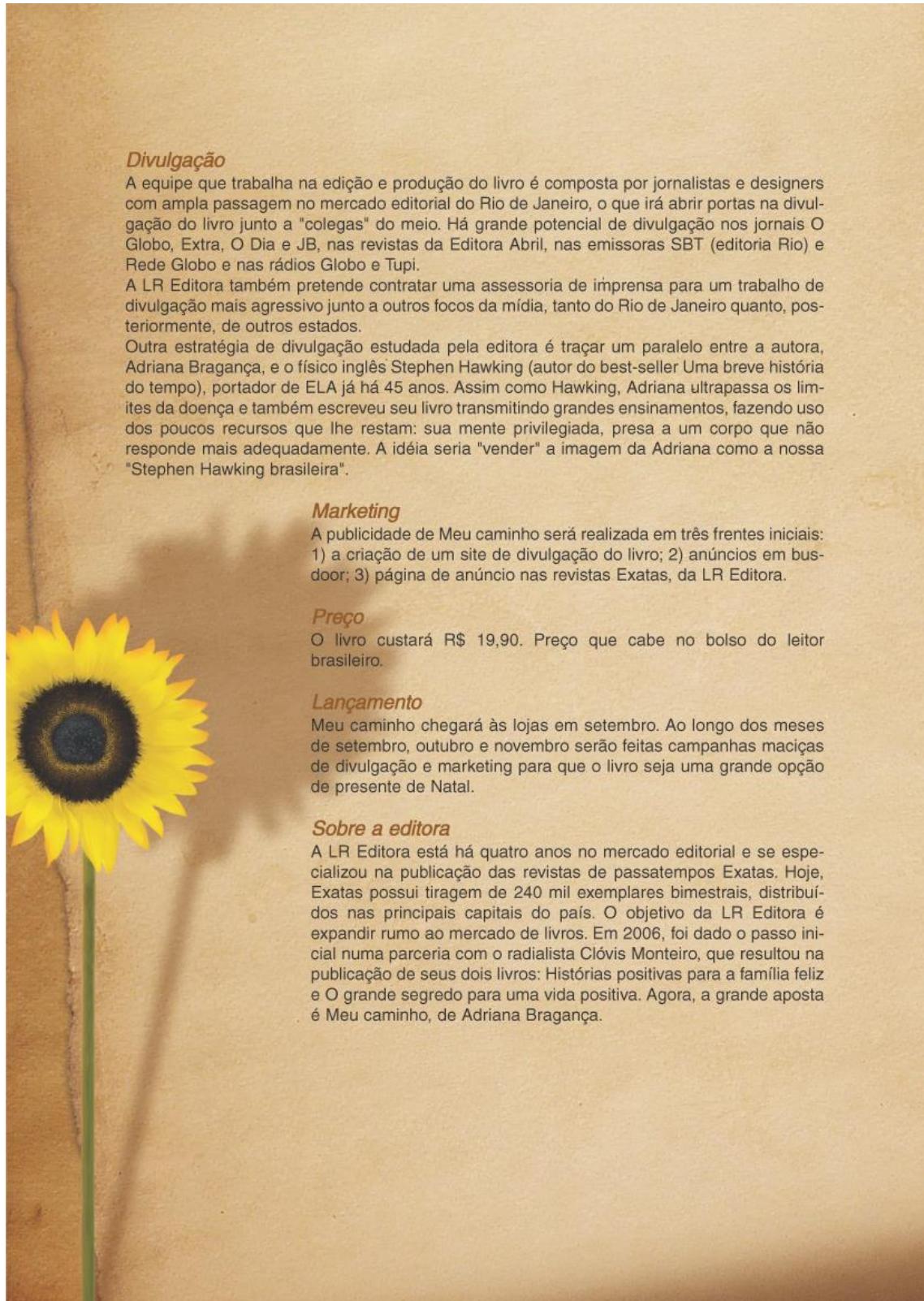
Público-alvo

Todas as pessoas que gostam de ler histórias reais de superação e livros de auto-ajuda.

Distribuição

Inicialmente, o livro será vendido em livrarias do Rio de Janeiro e em pontos alternativos, como bancas de jornais e paradas rodoviárias (onde já é vendido o principal produto da LR Editora, as palavras cruzadas Exatas). A LR Editora visa ampliar as vendas distribuindo Meu caminho em supermercados, lojas de departamentos e catálogos de produtos femininos. O objetivo é, após três meses do lançamento no Rio de Janeiro, ganhar outras praças nas principais capitais brasileiras.





Divulgação

A equipe que trabalha na edição e produção do livro é composta por jornalistas e designers com ampla passagem no mercado editorial do Rio de Janeiro, o que irá abrir portas na divulgação do livro junto a "colegas" do meio. Há grande potencial de divulgação nos jornais O Globo, Extra, O Dia e JB, nas revistas da Editora Abril, nas emissoras SBT (editoria Rio) e Rede Globo e nas rádios Globo e Tupi.

A LR Editora também pretende contratar uma assessoria de imprensa para um trabalho de divulgação mais agressivo junto a outros focos da mídia, tanto do Rio de Janeiro quanto, posteriormente, de outros estados.

Outra estratégia de divulgação estudada pela editora é traçar um paralelo entre a autora, Adriana Bragança, e o físico inglês Stephen Hawking (autor do best-seller Uma breve história do tempo), portador de ELA há 45 anos. Assim como Hawking, Adriana ultrapassa os limites da doença e também escreveu seu livro transmitindo grandes ensinamentos, fazendo uso dos poucos recursos que lhe restam: sua mente privilegiada, presa a um corpo que não responde mais adequadamente. A idéia seria "vender" a imagem da Adriana como a nossa "Stephen Hawking brasileira".

Marketing

A publicidade de *Meu caminho* será realizada em três frentes iniciais: 1) a criação de um site de divulgação do livro; 2) anúncios em busdoor; 3) página de anúncio nas revistas Exatas, da LR Editora.

Preço

O livro custará R\$ 19,90. Preço que cabe no bolso do leitor brasileiro.

Lançamento

Meu caminho chegará às lojas em setembro. Ao longo dos meses de setembro, outubro e novembro serão feitas campanhas maciças de divulgação e marketing para que o livro seja uma grande opção de presente de Natal.

Sobre a editora

A LR Editora está há quatro anos no mercado editorial e se especializou na publicação das revistas de passatempos Exatas. Hoje, Exatas possui tiragem de 240 mil exemplares bimestrais, distribuídos nas principais capitais do país. O objetivo da LR Editora é expandir rumo ao mercado de livros. Em 2006, foi dado o passo inicial numa parceria com o radialista Clóvis Monteiro, que resultou na publicação de seus dois livros: *Histórias positivas para a família feliz* e *O grande segredo para uma vida positiva*. Agora, a grande aposta é *Meu caminho*, de Adriana Bragança.

Trechos do livro

Não quero que esse livro seja um relato de sofrimentos e lamúrias. Tive que transcrever os momentos difíceis da minha vida para que fosse entendida a minha luta. Desejo passar ao leitor a necessidade de nos afastarmos de sentimentos negativos como o medo, a insegurança, a revolta, a mágoa e o rancor e cultivarmos sentimentos positivos, como o amor à vida, a força, a esperança, a fé, a auto-estima, a luta pela felicidade e pela realização dos nossos desejos e a importância de termos uma postura otimista diante da vida.

Em setembro, caí quase todos os dias. Se eu me levantasse, caía; se eu virasse para trás, caía. Às vezes nem sabia o motivo de cair. Era como se o meu corpo estivesse me falando que eu não poderia mais empregar a mesma velocidade de antes aos meus movimentos (...). Cada vez que caía, dizia para a doença: "Se você pensa que vai me vencer, está muito enganada. Sou mais forte que você. Você pode me derrubar, mas eu me levanto."

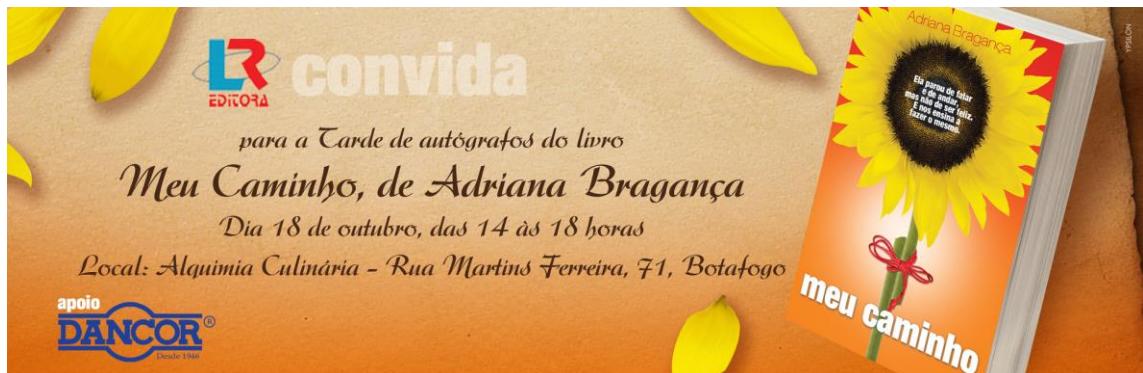
Não podemos nos contentar com pouco. A vida é muito maior do que ela aparenta ser aos nossos olhos limitados. Cabe a nós, somente a cada um de nós, descobrir como queremos que ela seja. Ela é o que nós fazemos por ela. Quando a vida muda, somos nós que estamos mudando. Quando parece estar tudo parado, somos nós que estamos acomodados. Quando parece estar dando tudo errado, somos nós, com nossas posturas derrotistas e negativas, que estamos atraindo essa situação. Quando, finalmente, a vida começa a fluir positivamente é por causa do otimismo e força que damos a ela.

Nós devemos ser a razão da nossa vida. Devemos parar de pensar mal de nós mesmos e ser, sempre, o nosso melhor amigo. Quem já descobriu isso se destaca dos outros: podem vir tempestades, problemas, dificuldades, que essas pessoas não permitem que o meio externo assuma mais força do que o seu interior. Muitas vezes são incompreendidas e podem chegar até a incomodar quem é viciado em reclamar da vida.

Estou na fase da espera. As minhas enormes asas estão aguardando para serem soltas. Já vejo a minha vida voltando a se estabilizar. Vejo-me com autonomia, dirigindo o meu carro, com a liberdade de sair sem precisar de ajuda. Minha filha Luisa conhecendo a minha voz e a Júlia relembrando de como eu falava. Andando, correndo, pulando, dançando, fazendo tudo o que eu costumava fazer.

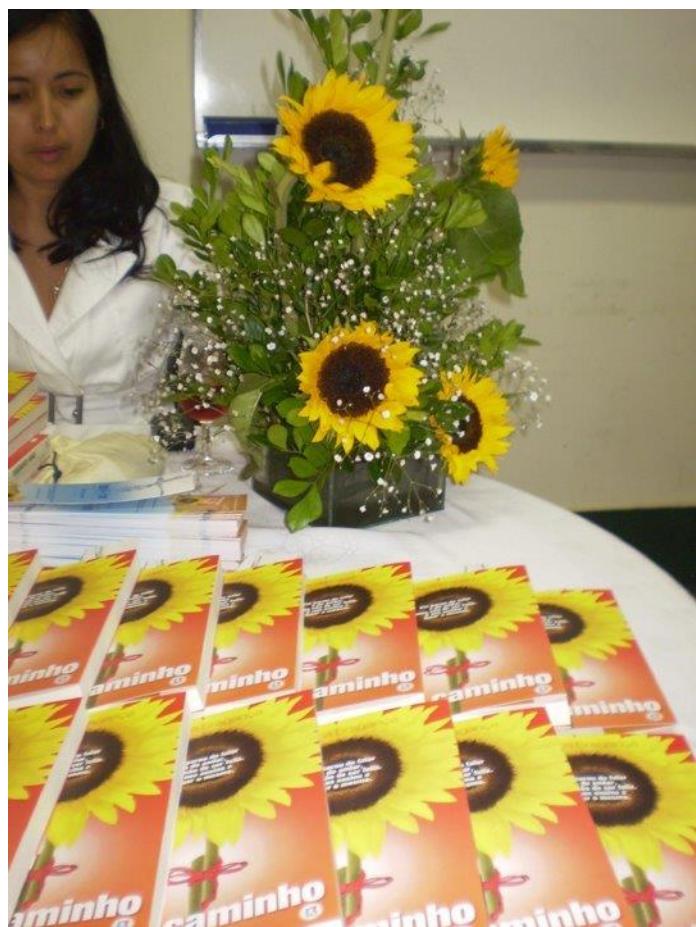


Anexo 6 – O convite para a tarde de autógrafos.



Anexo 7 – Adriana Bragança em sua tarde de autógrafos.





Anexo 8 – O marcador de livros.



Anexo 9 – O livro nas prateleiras da livraria Siciliano.



Anexo 10 – O acerto de contas.

PROJETO MEU CAMINHO

CUSTO / DESPESAS

3.675,00	Impressão
2.735,65	Papel
164,54	Frete Vivox / Viena
13,50	Cartório
9,00	ISBN
48,00	SNEL
400,00	Revisão
150,00	Cabelo
50,00	Taxi
300,00	Carlinho
213,55	Correio até 13/11
103,80	Transp. Até 13/11
4,05	Helton Quintão Diferença correio
<u>50,00</u>	Sobrinhos
<u>7,917,09</u>	

RECEITAS (EVENTOS / DIRETAS)

VALOR	LIVROS	COMENTÁRIOS				
QUANT.						
3.014,00	112	comissão Adriana paga 334,00				
1.428,50	53	comissão Adriana paga 160,00				
164,45	10	Academia do Saber 45% Comissão Adriana ñ				
189,00	7	Ana Proa e-mail 27-28/10	Comissão Adriana paga 21,00			
29,90	1	Ana Proa e-mail 27-28/10	Comissão Adriana ñ e-mail 05/12			
149,50	5	Pai Adriana	Comissão Adriana ñ			
30,00	1	Vanda Grajau	Comissão Adriana ñ			
120,00	4	Centro	Comissão Adriana ñ			
29,90	1	escritório	Comissão Adriana ñ			
34,90	1	Helton Quintão	Comissão Adriana ñ			
135,00	5	Festa Escola	Comissão Adriana paga 15,00			
349,83	13	evento neurologia e-mail 05/12	Comissão Adriana paga 38,87			
135,00	5	venda Adriana e-mail 05/12	Comissão Adriana paga 15,00			
834,21	31	venda Adriana e-mail 21/01/09	Comissão Adriana paga 92,69			
538,20	20	Venda pai adriana 03/02 deposito itau comissão adriana paga 59,80 pelo pai				
<u>7,182,39</u>	<u>269</u>	<u>LIVROS</u>	<u>VENDIDOS ATÉ 12/02/09</u>			

7,917,09 CUSTO / DESPESAS

(7,182,39) RECEITAS

734,70

DISTRIBUIDORES:

CODICE COM. E DISTRIBUIÇÃO CASA EDITORIAL LTDA - SP

ELDORADO SUDESTE COM DE LIVROS LTDA - RJ.

DIPRE DE RESENDE DISTRIB. DE JORNAIS E REVISTAS. RESENDE - RJ

POSTOS GRAAL E PRINCIPAIS BANCAS DA REGIÃO

SOL E MAR DISTRIB. DE JORNais E REVISTAS LTDA - NITEROI - RJ
POSTOS GRAAL E PRINCIPAIS BANCAS DA REGIÃO DOS LAGOS

CARLOS ALBERTO TAVARES DANIEL - CENTRO - RJ

PONTOS DE VENDA

ACADEMIA DO SABER - 10 LIVROS
AV. PASSOS 23/25 CENTRO - RJ

SOLARIO DISTRIB. E COM DE LIVROS - 20 LIVROS
RUA DA CARIOLA, 33 CENTRO - RJ

LIVRARIA ARTE FINAL LTDA - 05 LIVROS
AV. AYRTON SENNA, 3000 LJ 1009 - A

LIVRARIA FOX LTDA - 05 LIVROS
RUA DO ACRE, 51 CENTRO - RJ

Anexo 11 – A reportagem no suplemento de bairros, do jornal *O Globo*.



Lição de perseverança narrada em capítulos

Portadora de esclerose lateral amiotrófica, Adriana Bragança lança livro

Débora Gares
debra.gares@oglobo.com.br

• A administradora e professora Adriana Bragança, que há oito anos recebeu o diagnóstico de portadora de esclerose lateral amiotrófica (ELA), doença incurável que tira os movimentos dos músculos progressivamente, é um exemplo de persistência. Além de lutar contra os efeitos nocivos da doença, como a perda de fala e dos movimentos das pernas, ela lançou esta semana o livro "Meu caminho" (LR Editora) na Livraria Nobel, do shopping Via Parque.

MEU CAMINHO

Procuro manter um estado diário de otimismo e serenidade, sem dar atenção às minhas limitações. Não devemos dizer que somos vítimas da vida, e sim que somos guerreiros que nunca desistem de lutar. Até hoje, nada me derrubou. Posso ter sofrido alguns escorregões. Mas, quando caio, respiro fundo, espanto minhas tristezas e me levanto.

Em setembro, caí quase todos os dias. Era como se meu corpo estivesse me falando que eu não poderia mais empregar a mesma velocidade de antes aos meus movimentos. Cada vez que caia, dizia para a doença: "Se você pensa que vai me vencer, está muito enganada. Sou mais forte que você. Você pode me derrubar, mas eu me levanto." Todos nós temos problemas, mas a maneira como os encaramos é o que nos diferencia.

Trecho do livro "Meu Caminho", de Adriana Bragança

— Resolvi escrever essa obra por influência de amigas. Elas diziam que eu deveria expor minhas experiências e mostrar às pessoas de onde vêm minha força e a vontade de viver — conta a moradora da Barra, por e-mail.

Os primeiros sintomas da doença percebidos por Adriana foram rouquidão e fraqueza gradativa dos músculos da fala. Após recorrer a diversos profissionais por seis meses, ela recebeu o diagnóstico.

— A primeira coisa que pensei foi: "Como vão ficar minhas filhas? Que vida de sofrimentos eu teria para oferecer a elas, ao meu marido e a meus pais?" — lembra ela, que já perdeu um irmão e duas primas com a mesma doença.

A força para continuar lu-

tando, revela, vem da família: — Eu me apego ao meu amor à vida, às minhas filhas e à minha pessoa. Luto, a cada dia, para continuar sendo mãe, mulher e dona da minha casa e da minha vida.

Driblando as limitações, Adriana cuida pessoalmente da educação de Júlia, de 11 anos, e Luisa, de 7, e está sempre de olho nos deveres de casa e na organização dos quartos. Além disso, comparece às festas de escola e aos aniversários dos amigos das filhas. Para hoje, Dia das Mães, ela não quer nada de especial.

— Espero estar na presença delas, que me fazem chorar quando cantam para mim o trecho "Desejaria todo dia a mesma mulher", da música "Por você"! — diz, referindo-se à canção de Frejat.



■ ADRIANA POSA entre as filhas Luisa (à esquerda) e Júlia: "Elas me fazem chorar quando cantam a música 'Por você'"

Office's Odontologia oferece conforto, segurança e a comodidade de estar localizado em um shopping de fácil acesso. Atendimento personalizado e equipe de profissionais. Ligue e agende um horário de acordo com a sua disponibilidade.

Seu sorriso, nossa especial

- Implantes • Odontologia • Cirurgia Oral e Maxilofacial
- Prótese fixa e removível • Clareamento • Endodontia • Periodontia

BARRA: Av. Ayrton Senna 3000, bl.2, sl.110 - Via Parque Office's - Tel.: 2421-0166
Emergência 24 horas: 9378-4406

Dr. Carlos Dantas - CRO 22634 • Dr. Dorian Dantas - CRO 20646
Dr. Eduardo Favilla - CRO 20627 • Dr. Luiz Cláudio Simão - CRO 19452

severança capítulos

ser essa
amiga.
não ex-
cias e
de onde
mota de
adora

mas da
or Adri-
a fraque-
es dos
diversos
meses.
nico.
isa que
ão ficar
rida de
a para
os ma-
— lem-
a um in-
com a
mover lu-

membro, sofri quase todos os dias. Era
que meu corpo estivesse me falando que
não podia mais empregar a mesma
atitude de antes aos meus movimentos.
vez que caiia, dizia para a doença: "Se
pensar que vai me vencer, está muito
rua. Sou mais forte que você. Você
me derruba, mas eu me levanto."
muitos problemas, mas a maneira
que encaramos é o que nos diferencia.

do livro "Meu Caminho", de Adriana Bragança

tando, revela, vem da família:
— Eu me apego ao meu
amor à vida, às minhas filhas
e à minha pessoa. Luto, a ca-
da dia, para continuar sendo
mãe, mulher e dona da mi-
nha casa e da minha vida.

Driblando as limitações,
Adriana cuida pessoalmente
da educação de Júlia, de 11
anos, e Luisa, de 7, e está sem-
pre de olho nos deveres de ca-
sa e na organização dos quartos.
Além disso, comparece às
festas de escola e aos aniver-
sários dos amigos das filhas.
Para hoje, Dia das Mães, ela
não quer nada de especial.

— Espero estar na presen-
ça delas, que me fazem chorar
quando cantam para mim
o trecho "Desejaria todo dia a
mesma mulher", da música
"Por você"! — diz, referindo-
se à canção de Frejat.

Divulgação/Pedro Sclar



■ ADRIANA POSA entre
as filhas Luisa (à esquerda)
e Júlia: "Elas me fazem
chorar quando cantam a
música 'Por você'"

Office's Odontologia oferece conforto, segurança e a comodidade de estar localizada dentro de shopping de fácil acesso. Atendimento personalizado e equipe de profissionais especialistas. Agende um horário de acordo com a sua disponibilidade.

eu sorriso, nossa especialidade.

Plantas • Odontodontia • Cirurgia Oral e Maxilofacial
Beso fixo e removível • Clareamento • Endodontia • Periodontia

Av. Ribeirão Preto, 3000, bl.2, sl.110 - Via Parque Office's - Tel.: 2421-0166
Funcionamento 24 horas: 9378-4406

Dr. Demetrio - CRO 22634 • Dr. Dorian Donikas - CRO 20646
Dr. Fabrício - CRO 20627 • Dr. Luiz Claudio Simão - CRO 19452

12 anos
Office's
ODONTOLOGIA

Anexo 12 – A propaganda no *Jornal do Brasil*.



Anexo 13 – O cartaz que foi colocado na entrada da livraria Nobel.



Anexo 14 – Adriana na noite de autógrafos na livraria Nobel.





Anexo 15 – *Meu Caminho* na livraria da Nobel, entre best-sellers de Paulo Coelho e Max Ducado.



Anexo 16 – O documento de doação do encalhe para Adriana.

RECEBEMOS DE LUIZ RICARDO ESCOBAR SOUTO EDITORA OS PRODUTOS/SERVIÇOS CONSTANTES DA NOTA FISCAL INDICADA AO LADO		NF-e Nº 000.000.038 SÉRIE: 1											
DATA DE RECEBIMENTO		IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO RECEBEDOR											
13/01/2011		Adriana Bragança											
LUIZ RICARDO ESCOBAR SOUTO EDITORA RUA VISCONDE DE SANTA ISABEL, 20 - SALA 509 - VILA ISABEL, Rio de Janeiro, RJ - CEP: 20560120 - Fone/Fax: 2138795561		DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica 0 - Entrada 1 1 - Saída Nº 000.000.038 SÉRIE: 1 Página 1 de 1											
NATUREZA DA OPERAÇÃO DOACAO		CONTROLE DO FISCO CHAVE DE ACESSO 3311 0106 2940 3500 0167 5500 1000 0000 3898 0151 0808 Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora											
INSCRIÇÃO ESTADUAL 77733264		INSCRIÇÃO ESTADUAL DO SUBST. TRIB. CNPJ 06.294.035/0001-67											
PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO DE USO 333110000526578 - 04/01/2011 12:06													
DESTINATÁRIO/REMETENTE NOME/RAZÃO SOCIAL ADRIANA BRAGANCA MARQUES PINTO CNPJ/CPF 028.403.717-66 DATA DA EMISSÃO 04/01/2011 ENDERÉSCO RUA CAPISTRANO DE ABREU, 28 - APTO 901 BAIRRO/DISTRITO HUMAITA CEP MUNICÍPIO Rio de Janeiro PONE/FAX UF RJ INSCRIÇÃO ESTADUAL ISENTO HORA DE ENTRADA/SAÍDA													
FATURA													
OUTROS													
CÁLCULO DO IMPOSTO													
BASE DE CÁLCULO DO ICMS 0,00	VALOR DO ICMS 0,00	BASE DE CÁLCULO DO ICMS ST 0,00	VALOR DO ICMS ST 0,00	VALOR TOTAL DOS PRODUTOS 2.471,00									
VALOR DO FRETE 0,00	VALOR DO SEGURO 0,00	DESCONTO 0,00	OUTRAS DESPESAS ACESSÓRIAS 0,00	VALOR DO IPI 0,00	VALOR TOTAL DA NOTA 2.471,00								
TRANSPORTADOR/VOLUMES TRANSPORTADOS													
RAZÃO SOCIAL LR EDITORA		FRETE POR CONTA 0 - EMITENTE 1 - DESTINATÁRIO 0	CÓDIGO ANTT	PLACA DO VEÍCULO	UF CNPJ/CPF 06.294.035/0001-67								
ENDERÉSCO RUA VISCONDE DE SANTA ISABEL, N. 20 SALA		MUNICÍPIO Rio de Janeiro	UF INSCRIÇÃO ESTADUAL RJ ISENTO										
QUANTIDADE	ESPÉCIE	MARCA	NUMERAÇÃO	PESO BRUTO	PESO LÍQUIDO								
DADOS DO PRODUTO/SERVIÇO													
CÓDIGO 010	DESCRIPÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO LIVRO MEU CAMINHO	NCM/SH 040	CST 5949	CFOP 0	UNID 1-412,000 0 0,0000	QTD 1.7500	VLR. UNIT. 0,0000	VLR. TOTAL 2.471,00	BC ICMS	VLR. ICMS	VLR. IPI	ALIQ ICMS	ALIQ IPI
RECEBEMOS DE LUIZ RICARDO ESCOBAR SOUTO EDITORA OS PRODUTOS/SERVIÇOS CONSTANTES DA NOTA FISCAL INDICADA AO LADO		DATA DE RECEBIMENTO 04/01/2011		IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO RECEBEDOR Adriana Bragança		NF-e Nº 000.000.038 SÉRIE: 1							
CÁLCULO DO ISSQN		VALOR TOTAL DOS SERVIÇOS 3.544,117		BASE DE CÁLCULO DO ISSQN		VALOR DO ISSQN							
DADOS ADICIONAIS				RESERVADO AO FISCO									
INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES													