

**Tinta-da-china:
Os preâmbulos de uma expansão**

Mariana Barbosa Pithon

**Relatório
de Estágio de Mestrado em Edição de Texto**

Março, 2012

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Edição de Texto realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Rui Zink, Professor Auxiliar do Departamento de Estudos Portugueses da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

AGRADECIMENTOS

Ao fim e ao cabo, apropriando-me da expressão portuguesa, de uma experiência de superação, subversão e reviravoltas, o contato que o desenrolar e dessincronizar das coisas proporcionaram na minha vida aqui em Lisboa, faz com que humilde e verdadeiramente registre aqui os meus agradecimentos:

A Deus, minha mãe, Mirella Adriano, Lucas Oliveira Dantas, Flávio Prímola, Tia Regi, Rodrigo Pithon, por terem escutado as minhas repetidas lamúrias e enviado amor em forma de escuta, de perdão, de palavras de consolo e força. Sem vocês eu teria sucumbido à pobreza de ser vista apenas com o peso de ser um imigrante, numa terra onde, em muitos casos, não vê o outro como parte e enriquecedor de si mesma, mas como um estereótipo e um ultraje de império fracassado.

A Karina Satler, Carolina Fenati, Bernardo RB, Ribão, Mira, Pipo, Júlia, Pi, Lu Ângelo e Thiago Viegas, pelas risadas, paciência e atenção. Vocês foram bons apoios aqui em Lisboa, agradeço e expresso o quanto a presença de cada um, no tempo em que se deu preencheu e modificou o que há em mim de vida, cuidado e Brasil.

A todos da Tinta-da-china. Rute, com o seu brasileiro irrepreensível, pela sua leveza e espírito maternal; João, pelas presenças e ajudas inesperadas; Joaquim, pelo bom humor, pelas frases espirituosas e por estar sempre disposto a cortar rapadura; Vera, pelas risadas, discussões acaloradas de uma mãe, artista vibrante e de sorriso doce; Madalena, pelo apoio, por cada sorriso franco e a pelas conversas sobre as variantes do português, aproximando o português do Porto do português brasileiro. Inês, pelo apoio, críticas e segura doce de convívio, e Bárbara, pela confiança e pela garra, sendo ousada sem perder a paixão e a intensidade. A todos vocês, por inesperadamente me receberem, me acolherem e acreditarem em mim. Pelas risadas, cafés, *croissants* e, principalmente, por serem humanos e carinhosos, dividindo suas vidas e seus trabalhos, proporcionarem um período na minha vida em Lisboa de convívio com gente de grandes valores.

Ao professor Rui Zink, meu orientador, por acreditar em mim, motivar-me quando eu mais precisei, além da paciência que sempre manifestou.

RESUMO

Tinta-da-china: preâmbulo de uma expansão

Este relatório pretende descrever e analisar as atividades desenvolvidas ao longo do meu estágio curricular na editora Tinta-da-china. O trabalho concentrou-se gradativamente na expansão da editora para o Brasil, proporcionando o desenvolvimento de atividades estritamente editoriais, como revisão, seleção de textos para composição de um livro, adaptação de traduções, seleção de títulos para a composição de um catálogo brasileiro; e atividades comerciais, como o auxílio no estabelecimento dos primeiros contatos e na pesquisa de opções de armazenamento e distribuição dos exemplares, bem como na comercialização dos títulos. Problematizar as escolhas da constituição de uma editora independente enfatiza o fazer editorial como uma atividade dinâmica e em total diálogo com as tensões entre a rapidez e as exigências que o mercado impõe em confronto com as condições ideais, como tempo e recursos financeiros.

PALAVRAS-CHAVE: Tinta-da-china, Brasil, edição.

ABSTRACT

Tinta-da-china: the preamble of an expansion

KEYWORDS: Tinta-da-china, Brazil, editing

This report aims to describe and analyze the activities carried out during my internship in the Tinta-da-china publish house. The work was focused on expanding gradually this publish house to Brazil, allowing the development of strictly editorial activities, such as review, selection of texts to compose a book, adaptation and translation, selection of titles to compose the brazilian catalog; and commercial activities, such as assistance in establishing the first contacts and research options for storage and distribution, as well as marketing strategy. Discuss the choices of the establishment of an independent publishing company emphasizes editorial practice as a dynamic activity in dialogue with the tensions between speed and demands that the market imposes in comparison with the ideal conditions, such as time and financial resources.

Índice

Introdução: O preâmbulo de uma peripécia	10
Eixo Principal: Brasil	12
1. Perspectivas editoriais brasileiras	12
2. Vento nos Salgueiros	17
3. Ricardo Araújo Pereira	20
4. Apresentação da Editora no Brasil.....	22
4.1. Contatos com livrarias e incentivos à edição.....	22
4.1.1. Preparativos para a apresentação da Editora	22
4.1.2. Distribuição e Parcerias comerciais.....	22
4.1.3. Incentivos à edição.....	25
4.2. Divulgação na imprensa.....	26
Atividades Paralelas	27
1. Revisões.....	27
2. Lançamentos	28
Conclusão	30
Bibliografia.....	35
Sites	35
Apêndice	36
Apêndice A – Bienal do Livro de São Paulo – Câmara Brasileira do Livro	36
Apêndice B – Catálogo Tinta-da-china no mercado brasileiro.....	38

Introdução

O preâmbulo de uma peripécia

As narrativas, grosso modo, estruturam-se nos pilares: apresentação de um conflito, seu desenrolar, peripécias, clímax e fechamento. Esse estágio, bem como a minha estada em Lisboa, não foge muito disso, de uma narrativa, tendo inicialmente um conflito digno de uma tragédia. Considerando este o suporte onde não só registrarei e questionarei o que fiz de fato no meu mestrado, mas serei avaliada por isso, de modo insuficiente tento aqui fechar um ciclo, assentando e assimilando a turbulência dos acontecimentos, das escolhas e as consequências de tudo que fiz e deixei de fazer.

O estágio na Tinta-da-china foi uma oportunidade construída, inconscientemente, a longo prazo. Como parte de um trabalho da disciplina Técnicas de Edição — que consistia em entrevistar editores portugueses —, eu e Carla Vieira resolvemos entrevistar Bárbara Bulhosa, a editora-chefe da Tinta-da-china. Da entrevista, eu tive a impressão de ter estado com uma mulher de fibra que não só sabia muito bem o que queria, como acreditava nisso. Acreditava na importância das cinco pessoas com quem trabalhava e, por sua vez, essas pessoas consideravam trabalhar na Tinta-da-china um projeto em suas vidas.

Essa impressão não deixa de nos colocar bem dentro da realidade de uma editora independente. A **falta de capital externo**, sempre que preciso, a ser injetado na empresa faz com que uma editora desse patamar só se firme no mercado por apresentar um **projeto coeso e cuidadoso**, e é isso que se vê ao se ter nas mãos o catálogo ou um livro da Tinta-da-china: coleções com títulos bem escolhidos, identidades visuais marcantes com letras criadas exclusivamente para as capas, assim como a opção por papéis de alta qualidade.

Meses mais tarde, na busca fracassada pelo estágio da componente não-curricular do mestrado, a minha última tentativa era a Tinta-da-china. Muitos tinham sido os “nãos” e os silêncios e grande era o medo de uma negativa vinda dessa editora. Estimulada pelo Professor Rui Zink, entrei em contato com Bárbara Bulhosa, pedindo que me acolhesse apenas para eu conseguir desenvolver essa etapa e voltar para o meu país. Viver em Portugal estava sendo até então uma sequência de portas fechadas e

crecentes frustrações, o que dificultava muito a sobrevivência. No entanto, da conversa inicial com Bárbara Bulhosa surgiu um convite para ir à editora. Desse encontro, fui informada dos planos de **expansão para o Brasil**, única alternativa para ainda conseguir manter um volume de publicação num ritmo crescente, e de superar a crise vivida em Portugal.

A partir daí, o meu estágio apresentou duas vertentes: uma exclusivamente voltada para o Brasil, e outra que consistia no acompanhamento do trabalho desenvolvido pela Tinta-da-china Portugal. Para o Brasil, as minhas atividades concentraram-se na assistência editorial, num sentido mais restrito: auxílio na seleção de títulos para compor catálogo e na sugestão do melhor formato para cada título, além da adaptação de obras para o português brasileiro. E, num sentido mais amplo: busca por apoios à edição, estabelecimento de um primeiro contato com livrarias brasileiras procurando apresentar a editora e negociar possíveis parcerias comerciais, busca por empresas de distribuição, armazenagem e logística. Para além desse eixo principal, como parte das atividades na Tinta-da-china Portugal, executei ainda a revisão de alguns textos a serem publicados pela editora, o acompanhamento da entrada de livro na gráfica, o auxílio na elaboração de materiais de divulgação postados no site, o acompanhamento de lançamentos.

Eixo Principal: Brasil

1. Perspectivas editoriais brasileiras

O atual contexto editorial brasileiro é marcado por um crescimento sendo, para alguns, uma fase de esplendor. O jornal *Valor Econômico*, de 23 de julho de 2010, seguindo o panorama traçado pela edição de junho de 2010 da revista britânica *Wallpaper*, apresentou grandes perspectivas para o mercado editorial brasileiro. Perspectivas essas que, de acordo com o jornal e com editores como Luiz Schwarcz da Companhia das Letras, são positivas não apenas em função do aumento do poder de compra das pessoas, mas pelo investimento do país em educação.

Esse crescimento, inclusive, pode ser percebido em eventos como as **bienais**. Nos últimos dez anos, é possível perceber a tendência à **descentralização** desse evento. O que antes se reduzia apenas a São Paulo, evento criado em 1961, desde 1984 tem sido organizada em outros estados, como o Rio de Janeiro (1983), Bahia (1991), Ceará (1994), Pernambuco (1997), Alagoas (2001), Minas Gerais (2006), Sergipe (2011).

Por outro lado, a Bienal de São Paulo, a maior do Brasil, já movimenta gente e negócios que a faz o terceiro maior evento de livros do mundo, perdendo apenas para a Feira de Frankfurt e a Feira Internacional do Livro de Turim. Tomando como base o material de análise divulgado pela Câmara Brasileira do Livro (CBL),¹ a Bienal de 2010 alcançou índices de vendas elevados: 80% das pessoas que lá compareceram gastaram um valor aproximado médio de R\$90,00 por pessoa; ou o aumento considerável de 25% no valor dos vale-livro utilizados pelos alunos e de 321% no vale-livro dos professores da rede pública de ensino. O vale-livro consiste em um tíquete distribuído pelas Secretarias Estaduais de Educação que dá direito aos docentes² a gastarem R\$50,00 em livros em bienais, e aos alunos a gastarem R\$5,00. Medidas como essas do vale-livro refletem um início, mesmo sendo ainda incipiente, de novas políticas governamentais de incentivo à leitura, pautada principalmente na criação de programas que possibilitem aos professores e os alunos da rede pública de ensino o acesso a livros, materiais didáticos e atividades culturais.

¹ Ver Apêndice A

² Além do vale-livro, a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo criou, em 2009, o Cartão do Educador, que dá direito a 20% de desconto nas compras em livrarias da cidade.

Além de incentivar a compra de livros em bienais aos professores e alunos, destacam-se programas como a aquisição, por parte do Ministério da Educação (MEC), de livros didáticos e paradidáticos destinados às escolas e bibliotecas públicas e iniciativas como o Fundo do Livro da Biblioteca Nacional, que busca cadastrar títulos que custem até R\$10,00, assim como bibliotecas públicas a serem contempladas pela compras desses títulos e postos de venda ou distribuidoras que comercializem ou que pretendem comercializar essas obras.

Outra iniciativa que conta com perspectivas positivas é o número cada vez maior de livros contemplados pela Lei de Incentivo à Cultura. Essa lei possibilita que uma empresa ou pessoa física apresente ao Ministério da Cultura e às Secretarias Estaduais e Municipais de Cultura um projeto que tenha como objetivo o enriquecimento cultural do país. Esse projeto, sendo aprovado pelas instituições públicas, ganha uma autorização que permite, frente a indivíduos ou empresas, angariar o custeio de sua execução. O patrocinador, por sua vez, tem o valor do patrocínio abatido no imposto de Renda³ (até 4% para pessoas físicas, e 6% para pessoas jurídicas).

No entanto, muito há para crescer no que se refere ao mercado livreiro, principalmente às livrarias, uma vez que, de acordo com a Associação Nacional de Livrarias (ANL), o comércio de livros abrange apenas 1/3 das cidades brasileiras; e até mesmo no fortalecimento de uma cultura que encare a leitura, como uma componente necessária para o lazer. Para muitos brasileiros, o livro é tido ainda como um produto caro, em compensação muitas pessoas pagam mais caro em um bilhete para o cinema do que em um livro, isso se dá muito em função de um livro não ser um item essencial para a vida de muitas pessoas. Fazer o livro ganhar espaço no cotidiano do brasileiro, seja na acessibilidade para os alunos da rede pública de ensino, seja na facilidade em comprá-lo, seja no investimento em eventos que aproximem o autor do leitor e mostre a ele que a leitura é uma atividade de lazer e crescimento intelectual são apostas não só do governo, como das próprias editoras e instituições ligadas ao livro e à leitura.

³ Imposto equivalente ao IRS português

1.1. Seleção e viabilidade de títulos da Tinta-da-china no mercado brasileiro

A decisão de abertura do escritório da editora no Brasil foi, ao longo de todo o meu estágio, um passo muito cauteloso. No entanto, acontecimentos como o sucesso da edição do livro *O Retorno* (2011), a confiança e o interesse da autora Dulce Maria Cardoso em ser publicada no Brasil pela editora geraram entusiasmos iniciais que se consolidaram com a maior percepção dos títulos da Tinta-da-china no mercado brasileiro.

Como parte do meu estágio, considerei relevante apresentar à Bárbara Bulhosa um levantamento dos títulos do catálogo da Tinta-da-china editados no país,⁴ procurando ressaltar, quando o livro foi editado, quantas editoras editaram o mesmo título, o preço. Esse levantamento revelou que grande parte dos títulos da editora, principalmente os das coleções de Viagem e de Humor — dois grandes cartões de visita em se tratando de ficção —, ainda não tinham sido editados no Brasil, significando um grande trunfo comercial na construção de um catálogo atrativo.

Além disso, esse levantamento possibilitou perceber em que **perfil** a editora poderia se inserir. Perfil é, nesse contexto, uma palavra dependente de algumas variantes, como **títulos que compõem o catálogo, apresentação gráfica dos livros, porte da editora e alcance entre os leitores**.

A Tinta-da-china possui um **catálogo** com títulos que dialogam com editoras como a Companhia das Letras, a Martins Fontes; com a **versatilidade de gêneros** e a **preocupação com formato dos livros**, que a aproxima da editora Cosac & Naify, por exemplo. Apesar disso, a Tinta-da-china é uma editora que se insere no mercado como uma empresa **pequena e independente**, diferente da atual situação das demais: a Companhia das Letras, em trinta anos de mercado não só se tornou uma referência em livros e uma editora de grande porte, como possui recentemente sociedade com a Penguin's Book, atual detentora de 45% de suas ações; a Cosac & Naify, por sua vez, é uma empresa de um grande herdeiro da mineração. Charles Cosac. A intenção de Cosac foi fazer uma editora que fizesse livros como os que ele tinha acesso enquanto morava na Inglaterra. A sua preocupação com a criação de livros bem feitos é maior do que a

⁴ Ver Apêndice B

preocupação com o lucro, uma vez que durante os cinco primeiros anos, de 1997 a 2002, a empresa apresentou prejuízos e até 2005 ainda não podia ser considerada lucrativa. Com relação ao último critério, a editora apresenta uma **aceitação em Portugal**, o que é um impulsionador para expandir, mas ao mesmo tempo é algo que deve ser visto com uma certa cautela, porque o sucesso editorial de algumas obras está muito atrelado à cultura portuguesa, e nem sempre isso significa que será um sucesso no Brasil também.

Diante disso, algumas questões se colocam: os livros da Tinta-da-china possuem um **custo alto de feitura** tendo, por isso, um preço também um pouco mais alto do que os livros da maioria das editoras portuguesas. No Brasil, o tipo de livro da Tinta-da-china, em virtude do preço elevado, poderia ter um **público reduzido**. Na constituição da empresa brasileira, torna-se importante firmar o público a que se destinarão os livros, um público que esteja disposto a pagar mais por uma obra e que se interesse pelo livro enquanto objeto, ou um alcance maior, mas com um livro um pouco menos trabalhado?

Para essa questão, busca-se um equilíbrio, esse equilíbrio depende de uma adaptação do catálogo da Tinta-da-china para o Brasil e, em função disso, a busca por formatos alternativos e atrativos. Um dos objetivos da editora no Brasil é alicerçar-se como um representante da literatura portuguesa no país. Editar clássicos como *Causas da Decadência dos Povos Peninsulares* ou livros que possuem grande impacto entre os leitores portugueses como foi *O pequeno livro do grande terramoto*, podem assegurar o possível risco da não-aceitação no Brasil sendo editados em formatos econômicos como o formato de bolso, além e integrar uma coleção que enalteça a particularidade desses títulos, a importância deles enquanto visão da história e da cultura do país.

Em relação ao *Pequeno Livro do Grande Terramoto*, questionou-se, até mesmo a sua publicação, no entanto, em se tratando da importância dela para a própria repercussão da editora, acredita-se que mesmo que não seja um sucesso de vendas, além de ser um livro premiado o ensaio historiográfico de Rui Tavares é, simbolicamente, constitutivo da Tinta-da-china. De qualquer modo, um formato mais barato como o livro de bolso não significa menos cuidado ou limitação na criação. O formato de bolso da Tinta-da-china, com cantos arredondados, remetendo a um moleskine, é, inclusive, uma versão pouco vista nos livros brasileiros.

Em reunião com Bárbara Bulhosa, no dia 25 de outubro, para apresentar esse levantamento, novas diretrizes de ação foram traçadas, concentrando-se na seleção de

texto para a organização de um livro com as crônicas do Ricardo Araújo Pereira, a ser lançado em março durante a turnê do humorista no Festival Risadaria,⁵ em São Paulo.

⁵ Maior festival de humor da América Latina que ocorre em São Paulo na segunda quinzena de março anualmente. Todo ano o festival convida dois humoristas, tendo em 2012, o humorista Ricardo Araújo Pereira como um dos convidados.

2. *Vento nos Salgueiros*

A primeira atividade relacionada com o Brasil, iniciada em 3 de outubro, foi a adaptação dos três primeiros capítulos do livro *Vento nos Salgueiros* para a variante brasileira do português. Essa atividade é pertinente para editora perceber o quão diferente podem ser a tradução nas duas variantes. Indiretamente, consiste numa nova revisão ao texto, tanto da operação tradutória em si, como do texto final publicado. Para mim, esse trabalho adquiriu ainda outros significados: uma oportunidade de tentar perceber os critérios que o tradutor utilizou para o romance e, levantar questões sobre a influência da concepção de língua e da bagagem cultural refletida na prática tradutória.

De início, procedi a essa adaptação lendo a tradução portuguesa por inteiro, como uma leitora normal. Em muitos casos, sentia que a **linguagem rompia o pacto de leitura** estabelecido entre mim e a narrativa, em virtude do **estranhamento** em relação **a vocábulos e algumas construções**, o efeito que eles geravam para o próprio ritmo causavam “ruídos” e me faziam reler várias vezes uma mesma passagem. O uso de termos como “proceder” referindo-se a “fazer a faxina”, “barrela”, para “limpeza”, “estúpido” no sentido de “tolo” ou “bobo”, além de expressões como “C'os diabos”, conferiam ao romance infantil, um **tom muitas vezes formal**, e “antigo”, como se estivesse a ler um romance do século XIX. Apesar de não comprometer, em muitos casos, o entendimento, a **linguagem era muito carregada**, o que descaracterizaria o perfil da coleção, ou seja, a edição de clássicos da literatura de modo atrativo, propondo ao mesmo tempo uma nova tradução, como “revisão” da obra e o resgate de ilustrações das primeiras edições do livro.

A **adaptação** é um procedimento que levanta alguns questionamentos. A princípio, é imprescindível se pensar em uma tradução do títulos estrangeiros voltada para o leitor brasileiro. O português, enquanto “língua comum”, deve ser um ponto de partida de um caminho que se questione até que ponto a editora considera a existência das diferenças entre as variantes. Eis que se impõe a questão: a Tinta-da-china será uma editora portuguesa no Brasil ou uma filial brasileira da editora portuguesa? Editar as traduções portuguesas pode ser um passo arriscado por restringir muito o leitor. O ideal, nesse contexto, seria a **proposição de uma nova tradução**, considerando aqui a tradução como um projeto linguístico próxima a uma reescrita da obra por aglutinar na operação

de verter de uma língua para outra, particularidades culturais de seus falantes. No entanto, esse processo mostra as **idiossincrasias do mundo editorial**. Propor uma tradução brasileira para os títulos estrangeiros do catálogo requer um **investimento inicial** de que a editora não dispõe e, considerando a possibilidade de se editar um a tradução acessível para os brasileiros fazendo mudanças “superficiais” (algumas construções sintáticas e algumas mudanças lexicais). A adaptação, então, se apresenta como alternativa viável.

O processo de adaptação impõe ainda alguns procedimentos éticos, como a **autorização do tradutor**. Afinal de contas, é necessário que a alteração do seu trabalho seja aceita por ele e **sinalizada nos créditos**. Além disso, deve-se considerar ainda o peso de se atribuir aos créditos o processo “adaptação”. Em um país que busca cada vez mais lançar traduções diretas, libertando-se das traduções indiretas, a adaptação poderia indicar uma tradução indireta?

Como etapas desse exercício, depois da primeira leitura, reli o capítulo primeiro como uma revisora, procurando **eliminar o que mais profundamente se afastava do português brasileiro**. Esse processo, em muitos pontos, gerava em mim a necessidade de consulta ao original inglês.

Após essa revisão, fiz mais um novo tipo de leitura, dessa vez **cotejando a tradução com o original em inglês**. Nesse ponto, algumas passagens que soavam estranhas para mim – formais em demasia – ao serem cotejadas com o inglês, foram substituídas pela sua tradução literal, aproximando as construções do português brasileiro às construções diretas do inglês.

Terminada essa etapa de cotejamento, uma nova revisão foi feita, em que se priorizou, principalmente, a **uniformização gramatical**, a exemplo da escolha de próclises e ênclises, bem como as contrações prepositivas como “pra” e “numa”, procurando decidir, no caso das preposições, pelo não uso da primeira e o uso da segunda intercalando, em determinados casos, com “em uma”, como é próprio do português brasileiro. Concomitantemente com essa etapa, Inês Hugon, editora-chefe de produção da Tinta-da-china, **leu o capítulo**, procurando questionar o que parecia estranho para ela, enquanto portuguesa, realizando **revisão mais questionadora**, aceitando ou refutando as minhas alterações na tradução feita por Júlio Henriques.

Finalizado esse processo, os capítulos foram enviados para alguns conhecidos brasileiros de Bárbara Bulhosa para que eles pudessem analisar o meu trabalho e ver se

caberia a mim continuá-lo. Passado algum tempo, esse trabalho foi retomado novamente no intuito de finalizar o livro para a sua edição no Brasil.

A adaptação suscitou ainda, para mim, gradativo amadurecimento nas minhas sugestões, a partir das incessantes revisões. De início, sentia-me insegura em alterar o texto, por nunca ter alterado tanto o trabalho de outra pessoa. Esse desconforto, porém, foi superado ao considerar que fazia um trabalho de revisão do texto, no sentido de vê-lo novamente e, enquanto nova visão, mudanças poderiam insurgir. Outro ponto que contribuiu para esse amadurecimento foram os questionamentos feitos por Inês Hugon. No início da revisão feita por ela, eu tendia a ceder facilmente. Percebendo isso, ela sempre indagava a própria sugestão que ela refutava para tentar entender a minha escolha, o que me propunha também refletir e defender ou não a minha escolha. A mudança, em muitos casos, foi um sinônimo de estranhamento, de abalo da estabilidade gerada pela língua materna tanto por parte de Inês, como também para mim, uma vez que eu já tinha acesso e leituras no português lusitano que me fazia questionar o modo como se expressaria no Brasil.

3. Ricardo Araújo Pereira

O processo de seleção e criação de uma proposta de livro a partir das crônicas editadas pelo Ricardo Araujo Pereira começou no dia 25 de novembro com a leitura dos seus três livros (*Chama Imensa*, *Boca do Inferno* e *Novas crônicas do Boca do Inferno*) e das crônicas escritas na *Revista Visão* que ainda não foram publicadas em livro. Para ajudar a seleção, criei dois critérios: **crônicas com temáticas mais gerais**, que não se referissem a acontecimentos muito datados, e **textos que apresentassem costumes ou o particularidades do cotidiano português**, e que pudessem gerar identificação e/ou comparação por parte do leitor brasileiro.

Outros pormenores surgem válidos para serem discutidos: como a possibilidade de se incluir notas de rodapé em casos em que se menciona algo muito restrito à cultura portuguesa e desconhecido para brasileiros, como “bola de Berlim” ou a representação ao imóveis em Portugal, como “T5”. Neese contexto, foi cogitado por parte de Rui Zink, a possibilidade de propor ao autor a elaboração de notas explicativas, mantendo o tom da crônica, como se ele estivesse apresentando as particularidades de Portugal para o leitor. Essa ideia já foi informalmente apresentada, mas só após a leitura da minha seleção pelo autor e pela editora-chefe (Bárbara Bulhosa), considero que essas questões passam a ter um campo mais concreto de discussão. Por fim, ainda acho que poderia ser interessante um prefácio ou apresentação no livro que sirva de primeiro contato dos leitores com a escrita do Ricardo Araújo Pereira.

Após selecionar as crônicas, foi executada uma **primeira preparação de originais**, procurando adotar algumas normas tipográficas brasileiras, como o uso das aspas altas, além da reunião de todos os textos selecionados num só documento. A preparação de originais ainda não foi totalmente realizada, pois está dependente da leitura e da nova seleção a ser feito por Ricardo Araújo Pereira e Bárbara Bulhosa, aprovação essa que, até o fim do estágio ainda não havia acontecido. Quanto à preparação de originais, a opção pela adoção do **Acordo Ortográfico**, antes pendente, foi facilmente incorporada como prática. Priorizando a sua interpretação portuguesa, a editora considera ser uma preocupação respeitosa com o mercado editorial brasileiro, uma vez que as editoras, assim como os órgãos de comunicação e os concursos públicos do país, já incorporaram a obrigatoriedade de sua adoção desde 2009.

Nessa tarefa surgiram questões que **desconstruíram o livro**, enquanto empreendimento editorial (para assim, construir um novo livro): considerando a crônica um gênero datado, o que configuraria atrativo para o leitor brasileiro sem parecer muito obsoleto e restrito? O que poderíamos considerar universal e atemporal dentro da crônica, um texto tão cotidiano? A divulgação do trabalho do Ricardo Araújo Pereira, enquanto humorista pouco conhecido no Brasil, seguiria os mesmos parâmetros que foram utilizados em Portugal? Considero, ultimamente, também pertinente conhecer um pouco mais do seu trabalho enquanto membro do Gato Fedorento e o teor do espetáculo que será apresentado no Brasil, no intuito de se pensar na relevância de um diálogo com esses outros trabalhos.

Após ver alguns episódios do Gato Fedorento e de inclusive mandar para alguns conhecidos brasileiros, há algo que se impõe como um cuidado na divulgação do Ricardo Araújo Pereira: o humor de RAP e do Gato Fedorento apresenta um traço muito marcante que é a **repetição**. Repetição essa que para os portugueses soa engraçado, mesmo porque, acredito, ser uma sátira a um costume da fala dos próprios portugueses. No entanto, para os brasileiros, essa repetição desgasta a piada a ponto de ela se tornar chata. Além disso, selecionar os pontos da trajetória do Ricardo Araújo Pereira que agradariam o público brasileiro mostra o quanto o humor pode ser datado e cultural, mas ao mesmo tempo também como no humor há algo que sendo regional transcende e apresenta o que considerariamos humano. Muitos tipos e muitas piadas não estavam ao meu alcance por falta de conhecimento de pormenores linguísticos e culturais de Portugal, outras ainda sendo bem portuguesas eram engraçadas, primeiro porque o riso é gerado para além do conteúdo verbal, por detalhes como a composição do personagem e tom de voz, depois, para além da composição do personagem o riso era gerado pelo sentimento de identificação em relação ao que é mais bizarro e comum ao homem, seja ele brasileiro ou português. Apesar de todas essas ressalvas, a versatilidade e o conteúdo do RAP, tanto em suas inúmeras facetas humorísticas como em situações que requerem uma maior seriedade e reflexão, mostram que ouvi-lo é um acontecimento de inteligência bem humorada e elegante. Considero esse inclusive um ponto importante na divulgação da sua figura no Brasil, aproximando-o das influências anglo-saxônicas do humor, como Monty Python, Woody Allen, Perelman, Benchley, além de ressaltar que o humor, enquanto perspectiva de se ver mundo, está presente nas situações de maior **escárnio**, em que se trabalham os estereótipos de uma sociedade, até as mais sérias, em que a comédia se configura enquanto **instrumento irônico** que confere leveza em analisar criticamente o mundo.

4. Apresentação da Editora no Brasil

4.1. Contatos com livrarias e incentivos à edição

4.1.1. Preparativos para a apresentação da Editora

A apresentação da editora no Brasil foi, ao mesmo tempo um modo de medir a **reação das pessoas em relação à novidade**, e a partir disso procurar estabelecer parcerias com as grandes redes de livrarias do país. Este passo se iniciou com a viagem do representante da editora no Brasil, Pedro Gomes, a São Paulo no final de novembro. Pensou-se que seria interessante que nessa viagem ele tivesse um primeiro contato com alguns livreiros, reunindo-se então com a Livraria da Vila. Desses contatos iniciais, novos foram sendo firmados visando a ida de Bárbara Bulhosa para o Brasil em dezembro. Para isso, sugeri a elaboração de um material de apresentação da editora, em que se mostrasse uma breve trajetória da empresa, as linhas editoriais, os principais prêmios recebidos pelos livros, o trabalho a ser desenvolvido no Brasil. Após a escrita de uma primeira versão feita por Madalena Alfaia, foi sugerido, por Alexandra Lucas Coelho, que se apresentassem as pessoas que trabalham na editora. Nesse material, eu escrevi a biografia de Dulce Maria Cardoso, Alexandra Lucas Coelho e Ricardo Araújo Pereira, além de revisar procurando dar ao texto uma dicção brasileira.

A elaboração desse material suscitou uma discussão na editora com relação à variante do português que seria utilizada. Partindo do pressuposto que a Tinta-da-china Brasil é uma empresa brasileira, eu achei que seria uma manifestação de respeito ao país onde a empresa está se firmando escrever na sua variante. Essa, no entanto, não foi a opinião da maioria das pessoas da editora. Assim, o material foi escrito, em português de Portugal, priorizando a origem da Tinta-da-china Brasil, ou seja, a Tinta-da-china Portugal,⁶ além de considerar que o uso dessa variante não incomodou alguns jornalistas brasileiros a quem foi enviada a apresentação.

4.1.2. Distribuição e Parcerias comerciais

⁶ Ver Apêndice B

Dois fatores determinantes para a abertura de um escritório da Tinta-da-china no Brasil são a **distribuição** e a **necessidade de incentivos** para, pelo menos, as primeiras edições. A distribuição é uma questão que requer uma estratégia bem astuta, um estudo muito meticuloso e, acima de tudo, os contatos certos, uma vez que esse é, em si, um grande problema para qualquer editora, principalmente num país com grandes dimensões territoriais como o Brasil. A ideia de Bárbara Buhosa era depender o mínimo possível de distribuidoras, tentando inicialmente estabelecer parcerias com o setor de distribuição de outras editoras. Com base nisso, foi cogitada a possibilidade de uma parceria de distribuição com a Companhia das Letras, descartada após uma reunião com eles na Feira de Frankfurt, já que o sistema de distribuição dessa editora funciona em parceria com a Jorge Zahar Editores e apenas no eixo Rio-São Paulo, recorrendo, para os demais estados, a vários distribuidores.

Ciente então da necessidade de criar uma rede eficiente de distribuição, a segunda ideia foi entrar em contato com as principais redes livreiras e, assim, conversar acerca da possibilidade de se estabelecer uma distribuição direta. As primeiras livrarias com quem conversamos foram a Livraria Cultura e a Livraria da Vila.

Além da questão da distribuição, outros pontos importantes que fizeram da visita de Bárbara Bulhosa às livrarias um movimento necessário foram a oportunidade de se conhecer o trabalho desenvolvido pelas grandes cadeias livreiras do Brasil e poder ainda discutir possibilidades de **parcerias comerciais e culturais**. As grandes cadeias de livrarias do Brasil, assim como em todo o mundo, têm fortalecido cada vez mais a associação da **livraria** a um **ambiente cultural**. As livrarias não são apenas lugares de lançamentos e vendas de livros, mas também espaços de convivência, de clubes de leitura, palestras, contações de histórias. Essa percepção é, inclusive, incentivada pelo governo brasileiro por meio da publicação de editais, como o Edital Procultura para Programação Cultural de Livrarias,⁷ que destinam até 3 milhões de reais para projetos voltados para a promoção cultural, para o livro e o incentivo à leitura em livrarias de pequeno e médio porte.

Nas livrarias de grande porte, esses espaços já são mais do que desenvolvidos, espalhando-se inclusive para a participação em eventos como a Parada Literária e a Flip. Dentre as grandes redes, destacam-se:

⁷ MINISTÉRIO DA CULTURA. *Edital de Concurso Público nº6 – Edital Procultura para Programação Cultural de Livrarias*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2010/10/26/edital-procultura-para-programacao-cultural-de-livrarias/>. Acesso em 31 de janeiro de 2012.

A **Livraria Cultura** é, atualmente, uma das melhores redes de livrarias do Brasil, destacando-se por possuir o maior banco de dados de livros do país, sendo inclusive referência de preço e de disponibilidade para as demais livrarias. Essa rede conta com grandes lojas em São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Brasília, Guará (DF), Fortaleza, Recife e Salvador. Ao primeiro contato por telefone com a Livraria Cultura, eles se mostraram interessados no catálogo, se predispuseram a analisá-lo e, caso o interesse se confirmasse, o envio das condições de comercialização seriam enviadas. Com a aceitação dessas condições por parte da editora, automaticamente o cadastro seria efetuado. Em função do grande volume de trabalho do Natal, só foi possível marcar uma reunião com eles em janeiro de 2012, em que a editora foi representada pela própria Bárbara Bulhosa. Dessa reunião, foi levantada pela livraria a possibilidade de uma distribuição direta a ser feita pela editora. A Livraria Cultura é uma das poucas livrarias brasileiras que não trabalham apenas com consignação, mas também com vendas diretas. Não se restringindo à venda de livro, estabelece também parcerias com editoras na edição de livros, em que se destaca a *História da Literatura Ocidental*, de Otto Maria Carpeaux, em parceria com a Leya Brasil.

A Livraria da Vila é uma forte rede paulistana que conta com seis lojas na cidade. O contato com o departamento de compras dessa livraria mostrou-se o mais concreto e frutífero até o momento, com quem marquei uma reunião para o dia 24 de novembro entre o nosso representante no Brasil, Pedro Gomes, e o responsável pelas compras da rede, Flávio Seibel. Dessa reunião, tomamos conhecimento de algumas distribuidoras, das condições de trabalho da livraria e da sua preferência pela compra direta com as editoras.

Dois meses depois, no dia 5 de janeiro de 2012, Bárbara Bulhosa reuniu-se com o diretor comercial da Livraria da Vila, que também frisou a importância de a editora cuidar da própria venda e entrega dos livros.

Entre os dias 10 de dezembro e 4 de janeiro, foi ainda possível marcar reuniões entre Bárbara Bulhosa e os responsáveis pelo setor de compras da FNAC, da Saraiva e da distribuidora Superpedido, em São Paulo, e da Livraria Argumento, no Rio de Janeiro. Dessas reuniões, o interesse por parte das livrarias foi grande, bem como a necessidade de se criar um mecanismo de logística independente das distribuidoras.

Essa pressão das livrarias ocorre porque como muitas delas trabalham com

consignação, a entrada de uma distribuidora diminui muito a margem de lucro não só da livraria como da própria editora.

4.1.3. Incentivos à edição

Até o momento, dois incentivos foram encontrados, a **Lei Rouanet** (Lei de Incentivo a Cultura, no Brasil) e o apoio à **edição de autores portugueses no Brasil** concedido pela DGLB (Direção Geral de Livros e Bibliotecas, da Biblioteca Nacional de Portugal).

A Lei Rouanet foi, inicialmente, pesquisada na Internet, onde li a legislação integralmente. Ela é o principal mecanismo de apoio a atividades culturais e artísticas conferido pelo Ministério da Cultura do Brasil e consiste na autorização dada a organismos culturais para conseguir apoios financeiros por parte de empresas privadas e estatais, além de pessoas físicas, chegando a até 6% do valor dos impostos que são, por sua vez, automaticamente descontados na carga tributária do patrocinador.⁸

Para concorrer a esse incentivo, é necessária a elaboração de um projeto em que se descreva a finalidade do apoio, um orçamento e contrapartidas. Uma prática comum no Brasil é a contratação de um consultor que assessore a criação desse projeto. Conseguimos, então, o contato de Clotilde Oliveira, e com ela estamos nos informando melhor sobre o projeto e negociando uma consultoria.

Ainda por meio da Internet foram descobertos também os editais da DGLB, apoio português que financia entre 20% e 60% da edição de autores portugueses por editoras brasileiras. Nesse apoio, a editora se candidatou com os livros de Dulce Maria Cardoso, Ricardo Araújo Pereira e Alexandra Lucas Coelho. Outro programa que pode ser importante para a editora é o do **PNBE** (Plano Nacional de Biblioteca da Escola), plano do Ministério da Educação que se destina à compra de livros para as bibliotecas da rede pública de ensino. Esse edital abre quase todos os anos, e sabendo disso, cabe a mim estar sempre informada das suas novidades.

⁸ Ver página 14.

4.2. Divulgação na imprensa

Ainda como parte da viagem de Bárbara Bulhosa ao Brasil, foi celebrado um coquetel para a imprensa, em que foi divulgada a chegada da editora no país. Desse evento, duas matérias foram escritas sobre a editora, uma no Jornal *O Globo*, e outra no *blog* do jornalista de *O Globo*, Arnaldo Bloch.

Dos prolongamentos dessa viagem, os novos desafios que se impõem são: a regularização dos documentos da editora a tempo do lançamento do primeiro livro do RAP, assim como a pesquisa e contratação de uma empresa que cuide dessa logística inicial, a elaboração de um plano de divulgação para a editora e para o seu primeiro título além do acompanhamento da impressão do livro na gráfica Geográfica, com quem Bárbara Bulhosa manteve negociação.

A dificuldade em se estabelecer contato com empresas de **logística** em São Paulo tem levado a possibilidades como a parceria com alguma outra editora que possui esse mecanismo já estruturado. Até dia 20 de janeiro, estávamos cogitando essa alternativa novamente, apesar de priorizar as buscas a uma empresa que armazenasse e entregasse os nossos livros.

Quanto à comunicação, chegou-se a sugerir a criação de um *blog* que, por meio de pequenos *posts* apresentassem os autores que serão publicados de início, ideia refutada por Bárbara Bulhosa. Uma página no *Facebook* foi apontada como outra opção, porém, até o final de janeiro ainda não tinha sido criado nada voltado para a comunicação da editora brasileira.

Atividades Paralelas

1. Revisões

Como atividades paralelas a essas, acompanhei na gráfica Guide, no dia 7 de outubro, a **impressão e provas de cores** da capa do livro *Quando o Diabo Reza* (2011), contribuindo para alcançar o tom de roxo mais apropriado, fugindo assim da nuance azulada inicialmente concebida. Fazendo parte ainda do trabalho na gráfica, no dia seguinte auxiliei, a **revisão dos osalides** da banda desenhada *As Extraordinárias Aventuras de Dog Mendonça e Pizza Boy II*. Na revisão desses osalides, estavam presentes a chefe de produção Inês Hugon, a diretora de arte Vera Tavares e o autor Filipe Melo. Essa ocasião permitiu-me presenciar um episódio na relação entre editor e autor. Ao longo da revisão dos osalides, Filipe Melo colocou a questão da convenção do quadrinho em que distingue o “I”, indicando o pronome inglês “eu” e componente de sigla ou começo de frase, aparecendo em caixa alta e serifado, e as demais ocorrências da letra “i” que deveriam aparecer sem serifa. Considerando essa regra facultativa, cogitou-se ignorá-la. No entanto, em função de apenas as duas ocorrências do “i” serifado em contextos diferentes da regra, essas ocorrências foram concertadas e a impressão foi autorizada.

Revisei, ainda, dois trabalhos diferentes. Uma parte do livro *Aventuras Galantes* e o livro *Armando Leça*, este ainda no prelo. A revisão foi, para mim, uma atividade que exerci com insegurança, pois mesmo que na prática a minha intuição – de que as questões centrais da revisão de texto não possuem grandes discrepâncias entre as duas variantes do português, concebendo a revisão como uma atividade que se alicerça numa percepção muito mais linguística do que puramente normativa⁹ – se confirme, o tempo em que vivi em Lisboa e a incessante disseminação da ideia de que eu não possuía capacidade de revisar um texto em português lusitano, uma vez que as línguas eram distintas, aliado ao tempo que fiquei sem desenvolver essa atividade foram fatores que

⁹ Não estou aqui excluindo os conhecimentos normativos da língua na revisão de um texto, mas ressaltando que esses conhecimentos, ao longo da revisão, quando eles se diferem da norma da variante brasileira, a leitura do resto do texto permite perceber se aquele caso é um exemplo de gralha ou não. Em outras palavras, ao longo da leitura de um texto, há certas construções que fazem parte do estilo do autor, e quando elas se diferiram da minha língua materna, as ocorrências no texto, a consulta aos colegas e a dicionários me permitiam perceber que estava diante de uma construção típica do português lusitano.

me atrapalharam a ponto de contribuir para que eu incorresse em erros que, após rever com Inês Hugon, mostraram-se, para mim, completamente injustificáveis.

2. Lançamentos

Presenciei o **lançamento** de quatro títulos da editora: *O Retorno* (2011), de Dulce Maria Cardoso, *Quando o Diabo Reza* (2011), de Mário de Carvalho, *O Maoismo em Portugal* (2011), de Miguel Cardina, *Putá que os pariu* (2011), de José Pedro George e *O Meu Pipi – Sermões* (2011), de Pipi.

O lançamento de *O Retorno* (2011), que ocorreu no dia 7 de outubro no Skybar do Hotel Tivoli, foi o primeiro evento da editora em que participei, contribuindo apenas guardando os livros que sobraram, além de acompanhar toda a cerimônia. Enquanto primeiro evento da editora, foi uma oportunidade de conhecer melhor os meus colegas de trabalho, além dos colaboradores da editora: tradutores, coordenadores de coleção, autores e amigos que acompanham o trabalho da editora. Foi possível ainda sentir o espírito de trabalho da empresa. Apesar da falha do microfone, chegando a atrasar um pouco o evento, era perceptível o entusiasmo daquelas pessoas em função dos novos passos da editora, afinal de contas, além de lançamento do livro, aquele evento celebrava também o lançamento da Coleção de Ficção Portuguesa. Foi um evento de pessoas apresentando um trabalho cuidadoso tanto da autora como da editora, em que o respeito e o carinho recíproco eram os grandes diferenciais. Nunca tinha visto um autor se manifestar publicamente o prazer em ter seu livro trabalhado por uma editora, como Dulce Maria Cardoso se posiciona em relação à Tinta-da-china.

Acompanhei ainda o lançamento dos livros do Mário de Carvalho, *Quando o Diabo Reza* (2011), ocorrido na FNAC Chiado no dia 31 de outubro com a apresentação de Ricardo Araújo Pereira. Um lançamento simples, mas elegante com a análise e apresentação do livro por RAP, seguida da fala de Mário de Carvalho.

No dia 3 de novembro foi a vez do Miguel Cardina, lançamento também realizado na FNAC Chiado, com a apresentação de Fernando Rosas e Pacheco Pereira. Por se tratar de um livro com teor socialista, foram vários os interessados pelo livro que estava sendo lançado. Ao longo da análise do autor e dos convidados era possível escutar

as pessoas concordando com os depoimentos ou complementando-os com suas próprias vivências.

No lançamento do livro *Putá que os Pariu* (2011), que aconteceu no dia 3 de dezembro no Artimanha, fiquei responsável por tirar algumas fotos, uma vez que não havia fotógrafo. Muita gente esteve presente no lançamento, lotando o Artimanha. A cerimônia contou com a exibição de um documentário *Luiz Pacheco – A vida e o texto*, de Mário Lindolfo e dirigido por Cecília Netto.

No dia 7 de dezembro, trabalhei no lançamento do livro *O Meu Pipi- Sermões* no Frágil. Esse lançamento foi muito menos movimentado do que esperávamos, sendo necessário andarmos pelo bairro alto para tentar atrair as pessoas segurando bandejas de doces em formatos de órgãos genitais. O lançamento contou com a participação do ator Miguel Guilherme, que leu excertos dos sermões sendo intercalado pela narrativa dos contatos entre o Pipi e a editora, bem como no reforço do mistério acerca de sua identidade, contada por Inês Hugon. Assim como o lançamento não foi muito badalado, a venda inicial do livro também foi fraca. O sucesso do primeiro livro do Pipi justificava o investimento e a expectativa da editora, porém, gradativamente o livro tem ganhado espaço nos suplementos dos jornais, um grande auxílio e esperança para o aumento das vendas.

Conclusão

O estágio na Tinta-da-china foi um início da minha reviravolta em Portugal e o começo de mais uma reviravolta destino Brasil. Provei, pela primeira vez, a sensação de estar me inserindo em um projeto já criado. Fazer parte de algo é um processo de disciplina, de humildade e de reconhecimento de limites. Ao mesmo tempo, pela primeira vez vi-me envolvida em um projeto em esqueleto, com toda uma estrutura de funcionamento por formar: logística, gestão, contatos. Desses contatos, ter a solidez de um trabalho como o da Tinta-da-china é um cartão de visita e um incentivo para enfrentar todas as dificuldades da minha falta de experiência. Aqui, falta de experiência não quer dizer início prematuro, mas desafio instaurado. Cada “sim”, e cada patamar é mais uma segurança da consolidação de se cruzar um oceano. O fim do meu estágio curricular é o começo do ofício que por instinto e sonhadamente escolhi.

Edição de texto é muito mais do que ler livros e criticá-los, ou de revisá-los, paginá-los e imprimi-los. Um livro é resultado de sonhos, tensões, estafas, discussões, leituras, cafés, almoços, e-mails, telefones, discussões acaloradas acerca de um título ou contra/a favor do Acordo Ortográfico, além de um eterno correr contra o tempo e lutar contra os imprevistos. Criar, então, uma editora em um país em que se fala a mesma língua, mas com diferenças culturais, linguísticas e sociais tão consideráveis impõe desafios que ultrapassam e, ao mesmo tempo, são anteriores a impressão de palavras em papel. Ao longo desse estágio, pude perceber que a língua, um elemento cultural e identitário, vaga por meandros tensos. A adoção ou não do Acordo Ortográfico, a reflexão acerca dos títulos a serem publicados no Brasil, a escolha da variante que comporá os materiais de divulgação da editora, a adaptação ou não das traduções e de algumas obras para português brasileiro são escolhas que requerem um olhar atento em relação à cultura brasileira e também em relação à cultura portuguesa, sendo a reflexão primeira e persistente da nova editora.

Essa reflexão passa essencialmente pela percepção de si e do outro. Essa perspectiva pode ser considerada um tanto quanto generalista e vaga e pode ser retrucada com o simples argumento de que todas as relações humanas se resumem na complexa dicotomia do conflito de si e do outro. Enriquecendo um pouco mais a minha ideia aponto, primeiramente, a produção de livros a partir de dois parâmetros. No

primeiro, o livro pode ser concebido, como bem defende o publicitário Fernando Almada, no texto “Publicidade e venda de livros”,¹⁰ como um produto, estando no mesmo patamar de um sabonete ou um refrigerante, o que o faz perder a “aura” de *produto nobre*. Essa visão publicitária do livro é pertinente no delineamento de questões que, apesar de parecerem teóricas, ao serem respondidas, resolvem os pilares da empresa, a finalidade do seu produto. A partir dessa definição, Alma apresenta algumas variantes importantes para se pensar numa estratégia de mercado para o livro, como **problemas e oportunidades, o produto em si, o consumidor, o mercado, promessas e apelos, a veiculação**. Para esse relatório, não utilizo essas variantes apenas para analisar apenas o produto livro, mas também para se pensar no próprio empreendimento da expansão da Tinta-da-china para o Brasil.

Para ele, **problemas e oportunidades** corresponderiam a fatores ou conjunturas que exerceriam alguma influência sobre as vendas do produto. No caso da Tinta-da-china expansão da Tinta-da-china para o Brasil é impulsionada primeiramente pelo problema causado pela dicotomia da crise econômica em Portugal em confronto com o crescimento econômico brasileiro. Esse impulso não deixa de ser um movimento de descoberta, de escuta e de **tentativa-erro**. Descoberta essa que precisa de um mínimo de amparo e de **oportunidades**, como os apoios governamentais, no caso o apoio oferecido pela DGLB, e participação dos autores em eventos no Brasil, como o convite do Festival da Risadaria ao Ricardo Araújo Pereira. A distância e os altos custos de passagens impossibilitam o custeio, por parte da editora, da frequente presença dos autores em lançamentos e eventos de divulgação de seus livros, fato que imprime na estratégia de divulgação a busca por eventos culturais brasileiros que estejam dispostos a convidar personalidades portuguesas e a conseqüente negociação desses convites. Além disso, a editora ainda se propõe a criar parcerias de divulgação com os eventos que convidam os seus autores para a divulgação do livro em troca de uma colaboração na assessoria de imprensa.

Tomando essas circunstâncias, podemos inclusive questionar, por exemplo, se seria a melhor opção da editora iniciar atividades no Brasil lançando um título do Ricardo Araújo Pereira, uma vez que a editora conta com autores que, a princípio, possuiriam maior chance de serem facilmente atrativos ao leitor brasileiro, como a

¹⁰ ALMADA, Fernando. “Publicidade e venda de livros”. In: MAGALHÃES, Aluísio *et al.* *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1981. 236p.

Dulce Maria Cardoso. No entanto, aproveitar a participação de RAP é assumir, enquanto editora, um trabalho estratégico de *marketing* de seus autores, buscando trabalhar a imagem deles dentro de um âmbito cultural mais alargado, não os reduzindo apenas a autores, mas contribuindo na divulgação de suas outras atividades para o público brasileiro.

No que se refere ao **produto em si**, a Tinta-da-china procura inserir-se no mercado brasileiro propondo uma conjunção entre catálogo consistente e trabalho gráfico ousado, além da importância de se firmar com preço acessível ao mercado brasileiro, e não como um produto mais caro, como ocorre em Portugal. Apostar numa identidade visual e na atração causada por autores e coleções novos é imprimir-se como novidade procurando, como a própria variante se constitui, alcançar necessidades emocionais e objetivas do leitor (preço, desempenho, embalagem), bem como os usos principais e secundários (frequência de uso, imagem).

Pensar num **consumidor** enquanto delimitação da sua condição de vida, idade e nível de instrução, faz a editora se preocupar em alargar o seu público-alvo. No Brasil, o foco nos livros de ficção — principalmente nas coleções de Viagem e de Humor, aproveitando, inclusive, a repercussão dessas coleções gerada pela imprensa brasileira por ocasião do coquetel de divulgação da expansão da editora —, é um exemplo dessa estratégia. A aposta na ficção é um meio de testar a viabilidade da editora, considerando esse segmento o mais rentável no ramo editorial.

O **mercado** é uma variante que se concentra na área onde a capacidade de consumo se desenvolve de modo mais intenso, bem como os hábitos de compra, as tendências de expansão e retração. A editora, nesse sentido, concentrando-se inicialmente no eixo Rio-São Paulo, assume uma posição de cautela frente a um mercado desconhecido. A distribuição no Brasil, como em todos os lugares, é o grande desafio de uma editora. No Brasil, as grandes dimensões continentais, a oscilação no padrão de consumo das regiões, aliado à concentração da renda nesses dois estados, impõe o desafio inicial de alcançar uma distribuição nas suas maiores redes de livrarias.

Promessas e apelos abrangem uma seleção de benefícios que o produto pode proporcionar no consumidor, gerando desejo ou assumindo-se como exclusividade. Assim investe-se na imagem do livro-objeto, como a identidade das edições da Tinta-da-china, associada ao cuidado com a seleção de obras.

A **veiculação** é um ponto que, hoje em dia, apresenta grande versatilidade proporcionando parcerias com livrarias e eventos culturais, atividades nas redes sociais para além da já tão conhecida repercussão em jornais, revistas e televisão.

A veiculação, no entanto, apresenta um âmbito mais amplo. O livro também pode ser visto como um produto com uma dimensão que ressalta a edição enquanto um ofício que tem na linguagem, o instrumento humano de expressão, como o seu principal material de trabalho. A língua é o que se vende na edição, o seu registro, a sua possibilidade de apreciação, discussão e disseminação de ideias. Reforço, desse modo, a existência do livro subordinada à sua faceta objeto e suporte de uma informação, como afirma Aluísio Magalhães no texto, “Comunicação Visual”.¹¹ A partir disso, a visão do livro enquanto produto-suporte de pensamento (e de que tipo de pensamento ele será suporte) é determinante na constituição de uma editora.

A edição, nesse caso, no seu âmbito linguístico, busca apresentar a variante, a produção literária contemporânea e a cultura lusitana no Brasil. Em alguns casos, ela pretende se manifestar sem grandes alterações ou adaptações, como na edição de romances, abrangendo, por exemplo, o de Dulce Maria Cardoso. Em outros gêneros, no entanto, são necessárias pequenas mudanças como é o caso do humor, representado pelas crônicas de Ricardo Araújo Pereira.

O humor como visão de crítica do mundo, ou aludindo à Aristóteles¹², a busca por um retrato dos instintos mais baixos, de figuras inferiores, expostos ao ridículo, apresenta ao mesmo tempo uma faceta universal e particular. Universal na medida em que tomando o instinto, enquanto manifestação inata de um ser vivo, apresenta semelhanças entre os indivíduos de uma mesma espécie. E particular, na medida em que a cultura, no seu sentido mais amplo, é responsável pela criação ou desenvolvimento de costumes e construções que diferenciam um povo do outro, por exemplo.

Nesse sentido, considerar que todas as crônicas humorísticas de Ricardo Araújo Pereira provocarão no Brasil, o riso e o prestígio que geram em Portugal, da maneira como elas foram escritas, é inocência fracassada. No Brasil, o fato de o autor ser um humorista desconhecido é um desafio que exige um plano de

¹¹ MAGALHÃES, Aluísio. “Comunicação Visual”. In: MAGALHÃES, Aluísio *et al.* *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1981. 236p.

¹² ARISTOTELES. *Poética*. São Paulo: Cultrix, 1995.

divulgação apurado, o que é por si só já é uma grande tarefa, a de acessar os contatos certos num país quase desconhecido. Apresentar o autor Ricardo Araújo Pereira exige um movimento de aproximação linguística e de comunicação.

A adaptação de termos e ícones é um recurso importante, inclusive, para a manutenção do humor e o fortalecimento da própria crônica, uma vez que substituição de ícones portugueses por brasileiros não afeta um possível trabalho estilístico, mas reforça e dialoga com a cultura brasileira no sentido da geração do riso, o que não deixa de ser um movimento de escuta destinado ao leitor. Em se tratando da divulgação do livro, apresentá-lo é vender a imagem do humorista enquanto novidade, mas também os seus traços distintivos, como o seu diálogo com o humor inglês, e a versatilidade de registros humorísticos que ele desenvolve em função de sua elaborada retórica.

O desafio de expansão que a Tinta-da-china se propõe requer não só uma percepção sensível do mercado livreiro brasileiro e argúcia em inserir-se, como uma revisão de suas ações. Inserir-se enquanto diferença exige firmar-se como complementariedade e diálogo e como uma disseminadora não apenas de informação, mas de um capital humano e cultural que ultrapassa o texto.

Bibliografia

BIENAL DO LIVRO. *Post Show Report*. 21ª Bienal do livro de São Paulo. São Paulo, 2010. 63p.

CARVALHO, Mário de. *Quando o Diabo Reza*. Lisboa: Edições Tinta-da-china, 2011. 168p.

FERRARI, Márcio. “Letras Maiúsculas”. *Jornal Valor Econômico*, Caderno Eu & Fim de semana, 23 de julho sde 2010. 7p.

GRAHAME, Kenneth. *O vento nos salgueiros*. Lisboa: Edições Tinta-da-china, 2007. 272p.

MAGALHÃES, Alúcio *et al.* *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1981. 236p.

MELO, Filipe. *As Extraordinárias Aventuras de Dog Mendonça e Pizza Boy II*. Lisboa: Edições Tinta-da-china, 2011. 112p.

RABELAIS. *Aventuras galantes*. Lisboa: Edições Tinta-da-china, 2011.176p.

Sites

Amigos do Livro. Disponível em : www.amigosdolivro.com.br. Acesso em 23 de janeiro de 2012.

Câmara Brasileira do Livro. Disponível em: www.cbl.org.br. Acesso em 23 de janeiro de 2012.

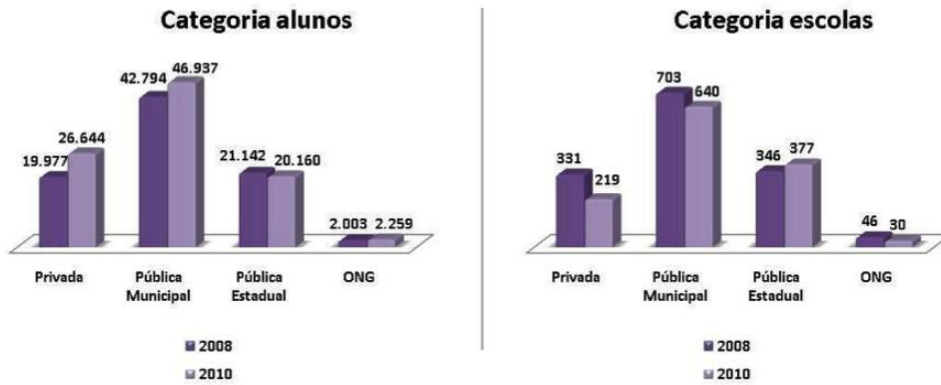
Apêndice

Apêndice A – Bienal do Livro de São Paulo – Câmara Brasileira do Livro



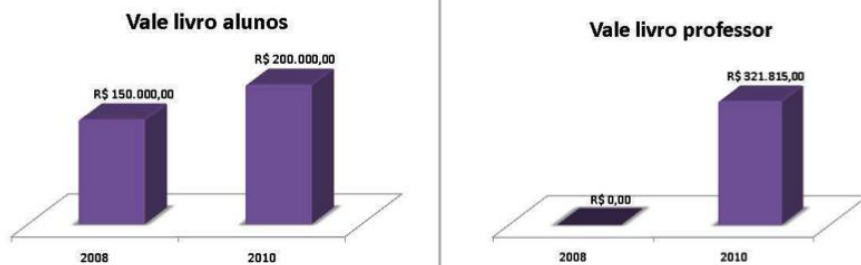
VISITANTES

Visitação escolar agendada – Por categoria



VISITANTES

Vale livro para escolas municipais e estaduais



Apêndice B – Catálogo Tinta-da-china no mercado brasileiro

TÍTULO	EDIÇÕES	PREÇO(R\$)
COLEÇÃO CLÁSSICOS ILUSTRADOS		
<i>O Livro da Selva</i>	Scipione(2009)	31,50
	Berlindis & Vertecchia (2008)	32,00
	Livros do Brasil (2007)	40,10
	LPM Pocket (2005)	14,00
	Melhoramentos(2005;1996)	39,50
	Landy (2002) 9788587731548	esgotado
	Ática (2004;2001;1994)	
	Salvat (2000)	
	Princípios (1997)	25,00
	Del Prado(1996)	
	Loyola	13,70 18,20 32,60
	Europa-america (1984;1991;1995)	
<i>Cândido, ou O Optimismo</i>	LPMPocket (2011;2009;2008;1998)	11,00
	Scipione(2005 – 7ª ed.) adap. Infanto-juvenil.	15,00
	Escala (2007)	
	Itatiaia (2004)	16,00
	Martim Claret (2002;2004;2007)	14,90
	Ediouro	14,90
<i>O vento nos Salgueiros</i>	Brasileitura (2008)	39,90
	Moderna (1998)	esgotado
	Salamandra (2007- 2ª ed.)	35,90
	Europa-América (1997)	20,20
<i>A lenda do Cavaleiro sem Cabeça</i>	Leya (2011)	15,90
	Iluminuras (2009) ¹³	33,00
	Nova Alexandria (2000)	24,00

¹³ Essa edição conta ainda com *Rip Van Winkle*.

<i>A História de Um Rapaz Mau</i>	Edições de Ouro (1971)	esgotado
<i>Dicionário do Diabo</i>	Clássicos Mercado Aberto	23,90
<i>Tratado de Magia</i>	Martins Fontes (2008) Pref. Rui Tavares	28,90
COLEÇÃO DE LITERATURA DE HUMOR		
<i>Os Cadernos de Pickwick (As aventuras de Pickwick)</i>	Globo (2004;2007) Scipione (2006)	52,00 esgotado
<i>Jacques, O Fatalista</i>	Perspectiva (2006) Nova Alexandria (2001)	60,00 41,00
<i>Wit – Ensaio humorísticos</i>	Não há edição brasileira.	
<i>O Mundo de Perelman</i>	Não há edição brasileira.	
COLEÇÃO DE VIAGENS		
<i>Viva México</i>	Não há edição brasileira.	
<i>Caderno Afegão</i>	Não há edição brasileira.	
<i>Caminhar no Gelo (Caminhando no gelo)</i>	Paz e Terra (2006)	16,00
<i>Jerusalém, Ida e Volta</i>	Nova Fronteira (1977)	esgotado
<i>Na Síria</i>	Não há edição brasileira	
<i>Nova Iorque</i>	Não há edição brasileira	
<i>Disse-me Um Adivinho (Um adivinho me disse)</i>	Globo (2005)	esgotado
<i>Histórias etíopes</i>	Não há edição brasileira	esgotado
<i>Veneza</i>	Não há edição brasileira	
<i>Paris</i>	Não há edição brasileira	

<i>O Japão É Um Lugar Estranho</i>	Não há edição brasileira	
<i>Uma Ideia da Índia</i>	Não há edição brasileira	
<i>Morte na Pérsia</i>	Não há edição brasileira	
<i>Tóquio Ano Zero</i>	Planeta do Brasil (2011)	39,90
O CICLO BARROCO		
<i>Argento-vivo</i>	Não há edição brasileira	
<i>O Rei dos Vagabundos</i>	Não há edição brasileira	
<i>Odalisca</i>	Não há edição brasileira	
<i>Agora A Sério</i>	Não há edição brasileira	
<i>Obra Poética Completa – Edgar Allan Poe</i>	Não há edição brasileira	
<i>Os Filósofos e o Amor</i>	Ed. Agir (2009)	
<i>Entrevistas da Paris Review</i>	Companhia das Letras (2011) 2 v.	
<i>Estratégia</i>	Não há edição brasileira	
<i>O Lóbi de Israel</i>	Não há edição brasileira	
<i>A Máscar do Comando (A face da batalha)?</i>	Bibliex Cooperativa (2000)	42,00
<i>Uma Introdução à Vida de Churchill</i>	Não há edição brasileira	
<i>Uma História da Guerra</i>	Companhia da Letras (2006)	34,50
<i>Espionagem na guerra</i>	Companhia das Letras (2006)	

<i>(Inteligência na Guerra)</i>		70,00
<i>Identidade e Violência</i>	Não há edição brasileira	
<i>100 Mitos Sobre o Oriente Médio</i>	Não há edição brasileira	
<i>O Fim da Fé</i> <i>(A morte da fé) Não há edição brasileira</i>	Companhia das Letras (2009)	59,50
<i>Underground</i>	Não há edição brasileira	
<i>Obamanomics</i>	Arx(2009)	39,90
<i>América a Bem ou a Mal</i>	Não há edição brasileira	
<i>Um Homem sem Pátria</i>	Record (2006)	32,90
<i>Testemunhas da Guerra</i>	Não há edição brasileira	
<i>Entrevistas de Nuremberga</i> <i>(Entrevistas de Nuremberg)</i>	Companhia das Letras (2005)	esgotado
<i>História da China</i>	Não há edição brasileira	
<i>Os Bin Ladens</i>	(Globo, 2008)	45,00
<i>Os Homens do Xá</i>	Bertrand Brasil (2004)	39,00
<i>Infiltrado na Al-Qaeda</i>	Não há edição brasileira	
<i>Uma História da Escravatura</i>	Não há edição brasileira	
<i>História Virtual</i>	Não há edição brasileira	
<i>Breve História da Guerra</i>	Não há edição brasileira	

<i>Civil Espanhola</i>		
<i>Che - O argentino Relatos da Revolução Cubana</i>	Não há edição brasileira	
<i>Che – Guerrilha. O Diário da Bolívia</i>	Record (1997)	42,90
<i>Che- Auto-Retrato</i>	Não há edição brasileira	
<i>Inciclopédia</i>	Não há edição brasileira	
<i>Deciclopédia</i>	Não há edição brasileira	
<i>O Negócio das Marcas</i>	Não há edição brasileira	
<i>O Culto das Marcas</i>	Não há edição brasileira	
<i>Dicionário de Cinema para Snobs</i>	Não há edição brasileira	